

TİM

Türkiye İhracatçılar Meclisi Resmî Yayın Organı

REPORT

Sayı: 255 Mayıs 2026



Avrupa'nın Güvenli Limanı Türkiye

Güney Amerika'nın
Tedarik Üssü
Arjantin

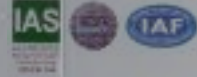
Dijital Ürün
Pasaportu Neleri
Değiştirecek?

İnsanlığın
Hafızasını Taşıyan
Sütunlar



Conforms to EN ISO3691-5
Based on Directive 2006/42/EC

ISO 9001
ISO 14001
ISO 45001



**YENİ
ÜRÜN**

12 ay Hidrolik Pompa
ve Akü Garantisi

12 ay Anakart
Garantisi

Kolay Ulaşılabilir
Yedek Parça

Çözüm Odaklı
Servis Hizmeti

EP15-E

EP20-E

**ELEKTRİKLİ
TRANSPALET**

1500 KG - 2000 KG



Made in



Basıncılı Su Hatları için Modern Çözümler



Daha yüksek hidrolik kapasite



Üstün darbe direnci



Tam sızdırmazlık

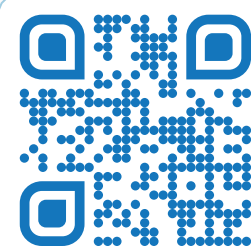


Yüksek hidrostatik dayanım



Yüksek esneklik

O-PVC



Detaylı bilgi
için tarayın

İçindekiler

10

TÜRKİYE'NİN NİSAN AYI İHRACATI 25 MİLYAR DOLAR GEÇTİ

Gerçekleştiği 25,4 milyar dolarlık ihracatla nisan ayında dış ticaretini yüzde 22,3 oranında artıran Türkiye, bugüne kadarki en yüksek nisan ayı ihracatına imza attı.

20

AVRUPA'NIN GÜVENLİ LİMANI TÜRKİYE

Türkiye ile Avrupa Birliği arasındaki 232,7 milyar dolarlık ticaret hacmi, Sanayi Hızlandırma Yasası ile yepyeni bir boyuta taşınıyor. Geleneksel sektörlerden yüksek teknoloji ve temiz enerjiye uzanan süreçte, Avrupa'nın en kritik ticaret ortağı olan Türkiye, kalıcı bir üstünlük kazanma yolunda.

32

GÜNEY AMERİKA'NIN TEDARİK ÜSSÜ ARJANTİN

Tarım üretimindeki gücüyle olduğu kadar lityum ve kaya gazı gibi stratejik enerji kaynaklarıyla da dünyada ayrıcalıklı bir konuma yerleşen Arjantin, girdiği ekonomik yapılanma süreci ve yükselen teknoloji sektörüyle küresel ticarettaki yerini sağlamlaştırıyor.

46

DİJİTAL ÜRÜN PASAPORTU NELERİ DEĞİŞTİRECEK?

2026 itibarıyla Avrupa pazarına girişin anahtarı olarak görülen Dijital Ürün Pasaportu, hazırlıksız yakalananlar için büyük bir engel, uyum sağlayan Türk üreticisi içinse kalitesini dünyaya tescil etme fırsatı sunuyor.

52

TÜRK MERMERİNİN KATMA DEĞERLİ YOLCULUĞU

Dünya mermer rezervlerinin üçte birini topraklarında barındıran Türkiye, 2025 yılında gerçekleştireceği 2,1 milyar dolarlık ihracat ile ham madde tedarikçiliğinden yüksek katma değerli işlenmiş ürün ihracatına geçiş yaptı.

58

“YAPTIĞIMIZ OYUNLAR DA TIPKI DOKUDUĞUMUZ KİLİMLER GİBİ ÖZGÜN VE GÜZEL”

Zinky Games Kurucusu SANLAB Learning Technologies Kurucu Ortağı Evren Emre: “İnovatif yönümüz, yazılım alanındaki gücümüz ve Türk milleti olarak yoğun çalışabilme yeteneğimiz oldukça önemli.”

62

ANADOLU'NUN KITALAR ARASI LEZZETİ: ÜZÜM

Türkiye, Hititlerden Osmanlıya uzanan köklü bağcılık geleneğiyle iklim krizinin gölge düşürdüğü rekolte seviyesine rağmen Birleşik Krallık'tan Japonya'ya kadar geniş bir coğrafyaya üzüm ihraç ederek küresel pazardaki lider konumunu koruyor.

74

İNSANLIĞIN HAFIZASINI TAŞIYAN SÜTUNLAR

İnsanlık tarihinin nefes aldığı, bilginin nesilden nesile aktarıldığı canlı hafıza merkezleri olan kütüphaneler, mimari ihtişamları ve paha biçilemez koleksiyonlarıyla geçmişten bugüne ışık olmaya ve karanlıkları aydınlatmaya devam ediyor.

70



BIOFIN Projesi, klasik devlet ödeneklerinin ve geleneksel hibe yöntemlerinin yetersiz kaldığı günümüz ekonomisinde yepyeni finansal enstrümanları Türkiye'nin kullanımına sunmayı planlıyor.

74



Derimod Başkan Yardımcısı Sedef Orman: “Deri giyim, dönem dönem değişiklik gösterse de her zaman modada önemli yeri olan, insanlara kendini iyi, güçlü ve özgüvenli hissettiren bir kategori. Derimod olarak perakende anlamında bu kategoride açık ara liderliğimiz bulunuyor.”

40



32



TİMREPORT

TİM ADINA SAHİBİ BAŞKAN
Mustafa GÜLTEPE

YAYIN KURULU
Adil PELİSTER
BiroI 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



Nisan Verileri İhracatımıza Moral Oldu

İhracatımız nisan ayında hepimizi gururlandıran güçlü bir performans sergiledi. Geçen ayı 25,4 milyar dolarlık ihracatla 2025'in aynı ayına göre yüzde 22,3 artıda kapattık. Böylece bugüne kadarki en yüksek nisan ayı ihracatına ulaştık. Aynı zamanda tüm zamanların en yüksek ikinci aylık ihracat performansını gerçekleştirdik.

Nisan verilerinde en dikkat çekici gelişmelerden biri, 27 sektörümüzün tamamının ayı ihracat artışı ile kapatmaları oldu. Bu tablo, moralimizi yükselten önemli bir gelişmeydi. Elbette rakamlardaki artışta takvim etkisi ve parite katkısı gibi unsurların da payı bulunuyor. Ancak bütün sektörlerin tümünün pozitif performans göstermesi, üretim ve ihracat kapasitemizin gücünü bir kez daha gösterdi.

Körfez ülkelerine ihracatımızda mart ayında ciddi bir daralma yaşanmıştı. Nisan ayında ibrenin yeniden yukarı döndüğünü görüyoruz. Bölge ülkelerine ihracatımız yüzde 15,6 artışla 2 milyar 365 milyon dolara yükseldi. Elbette kaybı bir ayda telafi etmek mümkün değil. Ancak pozitif seyrin başlaması ve toparlanmanın hızlı gerçekleşmesini umut verici bir gelişme olarak değerlendiriyorum.

Savaş ve küresel tedarik zincirlerindeki riskler, Türkiye'nin jeopolitik konumunu bir kez daha öne çıkardı. Avrupa'ya komşu, güçlü üretim ve tedarik altyapısına sahip Türkiye, güvenli ve yakın tedarik arayışındaki alıcılar için yeniden önemli bir merkez hâline geliyor. Ancak bu fırsatı kalıcı hâle getirmek için gelen müşteriyi burada tutmamız gerekiyor. Bunun yolu da rekabetçiliğimizi yeniden güçlendirmekten geçiyor.

Bugün birçok pazarda Türkiye'nin pahalı algılandığını görüyoruz. Nisan ayının sonunda Romanya'da gerçekleştirdiğimiz temaslarda da bu algıyı

bir kez daha gördük. Talep elbette önemli ancak tek başına yeterli değil. Talebi, kur, faiz, enflasyon ve toplam maliyet yapısıyla birlikte değerlendirmemiz gerekiyor. Bazı sektörlerimiz küresel ölçekte güçlü rekabet edebilirken, özellikle son üç yılda güç kaybeden emek yoğun sektörlerimizde fiyat tutturmakta zorlanıyoruz. Bu nedenle her sektörü kendi rakipleriyle karşılaştırarak, maliyet ve rekabet koşullarını doğru yönetmeliyiz.

Bu çerçevede Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan tarafından açıklanan "Türkiye Yüzyılı Yatırım için Güçlü Merkez Programı"nu memnuniyetle karşıladık. İstanbul Finans Merkezi'nin güçlendirilmesi, yabancı yatırımların Türkiye'ye çekilmesi, transit ticaretin geliştirilmesi ve kurumlar vergisi indirimi gibi adımlar üretim ve ihracat açısından son derece kıymetli. Bu pozitif adımların yanında, rekabetçiliğimizi artıracak yeni politika ve stratejilerin de hızla hayata geçirilmesi gerektiğine inanıyoruz.

Döviz dönüşüm desteğinin üç ay daha uzatılması da ihracatçılarımız açısından önemli bir karar oldu. Bu destek nedeniyle Merkez Bankası Başkanı Fatih Karahan'a teşekkür ediyoruz. Ancak mevcut koşullarda desteklerin daha güçlü hâle getirilmesine ihtiyaç duyduğumuzu da ifade etmemiz gerekiyor.

Türkiye'nin önünde önemli bir fırsat penceresi bulunuyor. Savaş sonrası dönemde proaktif davranır, üretim ve ihracat tarafını güçlü biçimde desteklersek ekonomimizi üretimden büyütebiliriz. Biz büyümenin en az yarısını üretim ve ihracattan gelmesi gerektiğine inanıyoruz. Doğru adımlar zamanında atılırsa nisan ayında yakaladığımız güçlü performansı sürdürülebilir hâle getirebilir, 2026'yı 282 milyar dolarlık ihracat hedefinin üzerinde tamamlayabiliriz.

DÜNYA TURU



DÜNYA

KÜRESEL EKONOMİDE BELİRSİZLİK

Küresel merkez bankaları, savaş ve dalgalı petrol fiyatlarının yarattığı ekonomik belirsizlikler nedeniyle mart ayında temkinli davranarak faiz oranlarında bekleme pozisyonuna geçti.

Gelişmiş piyasalardaki dokuz toplantının sekizinde faizler sabit tutulurken, sadece Avustralya faiz artırımına gitti. Gelişmekte olan piyasalar biraz daha fazla değişiklik göstermekle birlikte genel olarak temkinli kaldı. Mart ayındaki 15 toplantıdan 10'unda merkez bankaları faiz oranlarını sabit tutarken Rusya 50 baz puan, Brezilya, Meksika ve Polonya ise 25'er baz puan indirim yaparken; Kolombiya ise agresif bir faiz artırımını yaptı. Birçok banka, Orta Doğu'daki çatışmaların ve jeopolitik risklerin yaratacağı enflasyon baskılarına karşı faiz indirimlerini şimdilik ertelediğini vurguladı.



AB

ENERJİ MALİYETLERİNİ HAFİFLETME GİRİŞİMLERİ BAŞLADI

Avrupa Komisyonu Başkanı Ursula von der Leyen'in, artan enerji maliyetlerini hafifletmek için Avrupa Birliği'nin (AB) ek emisyon izinleri verebileceğini söylemesinin ardından, Avrupa karbon fiyatları yüzde 5'ten fazla düştü. Brüksel zirvesi öncesinde AB liderlerine yazdığı mektupta, izin arzını düzenleyen rezervde değişiklikler ile sanayi için ücretsiz karbondioksit izinlerini azaltma planlarında ılımlaşma dâhil olmak üzere, AB Emisyon Ticaret Sistemi'nde (ETS) olası düzenlemeler özetlenmektedir. AB karbon sözleşmesinin referans fiyatı, Nisan 2025'ten bu yana ton başına en düşük seviyesi olan yaklaşık 66 euro'ya düştü.



İNGİLTERE

YEŞİL ENERJİDE REKOR, FOSİL YAKITTA ARTIŞ

Birleşik Krallık verilerine göre yenilenebilir enerji kaynakları 2025 yılında İngiltere'nin elektrik üretimini yüzde 52,5'ni sağlarken fosil yakıt kullanımı da artış gösterdi. Enerji Güvenliği ve Net Sıfır Bakanlığının verileri ise 2025 yılında yenilenebilir enerji üretiminin, açık deniz rüzgârı, güneş enerjisi ve biyokütle enerjisinden elde edilen rekor üretimle 2024 yılına göre yüzde 5,7 arttığını gösteriyor. Açık deniz rüzgâr enerjisi üretimi, kapasite artışıyla birlikte 2025 yılında yüzde 6,6 oranında arttı. Ayrıca İngiltere'de sera gazı emisyonlarının 2025 yılında yüzde 2 oranında azalacağı, elektrik sektöründen kaynaklanan emisyonların ise yüzde 1 oranında düşeceği bildirildi.



ÇİN

BATARYA TEKNOLOJİSİNDE SODYUM-İYON HAMLESİ

Dünya genelinde lit-iyon batarya üretimi yarışı devam ederken, Çinli üreticiler rotayı sodyum-iyon teknolojisine çevirerek yeni bir dönemin kapısını araladı. Lityumun aksine deniz suyundan dahi elde edilebilen ve doğada çok daha bol bulunan sodyum hem ham madde maliyetlerini düşürüyor hem de tedarik zincirindeki dışa bağımlılık riskini minimize etme niteliği taşıyor. Üstelik sodyum-iyon bataryalar, düşük sıcaklıklardaki yüksek kararlılıkları ve çok daha hızlı şarj olabilmeye yetenekleriyle lityum tabanlı rakiplerine karşı teknik bir üstünlük vad ediyor. Bu durum, özellikle elektrikli araç üretiminde kritik bir role sahip pil değer zincirinde Çin'in küresel konumunu güçlendirecek bir gelişme olarak yorumlanıyor.



İSPANYA

YABANCI YATIRIMLAR YÜZDE 22 AZALDI

İspanya Ekonomi Bakanlığına göre İspanya'ya yapılan doğrudan yabancı yatırım 2025 yılında 30,7 milyar euro'ya geriledi. Bu yatırım miktarı, bir önceki yıla göre yüzde 21,8'lik bir düşüş ve 2021'den bu yana en düşük rakam anlamına geliyor. Söz konusu düşüş, doğrudan yabancı yatırımların 39,3 milyar euro'ya ulaştığı 2024 yılındaki zirveyle keskin bir tezat oluşturuyor. Elden çıkarmalar düşüldükten sonra, net olarak azalış oranı yüzde 10 oldu. Bu düşüş, Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı'nın tahminlerine göre gelişmiş ekonomilerin en az yüzde 5'lik bir büyüme kaydettiği ve gelişmiş ekonomilerin 2025 yılında küresel yabancı yatırımlarda yaklaşık yüzde 14'lük bir artış gösterdiği bir dönemde gerçekleşti.



HİNDİSTAN

MADEN KİRALAMA KURALLARI GEVŞETİLİYOR

Hindistan'ın mineral üretimini artırmak amacıyla kritik minerallerin aranmasına yönelik yürürlükteki kiralama ve maden işletim izin belgesi alma durumlarının genişletilmesine olanak sağlanacak. Hindistan Madencilik Bakanlığına göre, güncellenmiş olan yeni çerçeve yasa, maden kiracısı firmalar için tek seferlik genişleme başvurusu yapma sürecini sadeleştirerek zaman sınırlı duruma getiriyor. Değişiklikler, madencilik firmalarının ellerindeki madencilik alanı sınırları içine bitişik ya da yakın alanları eklemelerine olanak sağlayacak. Ancak eklenen alan, var olan madencilik alanı kirasının yüzde 10'u ile karma izin belgesinin yüzde 30'u ile sınırlı olacak.

Türkiye'nin Nisan Ayı İhracatı 25 Milyar Doları Geçti

Gerçekleştirdiği 25,4 milyar dolarlık ihracatla nisan ayında dış ticaretini yüzde 22,3 oranında artıran Türkiye, bugüne kadarki en yüksek nisan ayı ihracatına imza attı.



Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat: "Geçen yıl nisanda 20,8 milyar dolar olarak kaydedilen ihracat, bu yıl 25,4 milyar dolar oldu. Böylece nette 4,6 milyar dolar artış sağladık."



Türkiye nisan ayında 25,4 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdi. 2026 yılında ilk dört aylık ihracat 88,6 milyar dolara, son 12 aylık ihracat ise 275,8 milyar dolara ulaştı. Nisan ayı ihracat verileri Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat ve Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe tarafından Ordu'da açıklandı.

"SON YILLARDA BEŞ KEZ AYLIK REKOR KIRILDI"

Birçok rekorun kırıldığı harika bir nisan ayı ihracat tablosu elde ettiklerini ifade eden Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, konuşmasında Cumhuriyet tarihinin en yüksek ikinci aylık mal ihracatı rakamı elde edildiğini vurguladı. Bakan Bolat sözlerine şöyle devam etti: "İhracatçılarımızın ve bakanlığımızın yoğun çalışmalarıyla elde edilen nisan

ayı verileri, yüz güldüren sonuçlar olarak tarihe geçti. Nisan ayında 25,4 milyar dolar olan ihracatın artış oranı ise yüzde 22,3. Bu, aralık ayındaki 26,3 milyar dolardan sonra en büyük artış olarak kayıtlara geçti. Geçen yıl nisanda 20,8 milyar dolar olarak kaydedilen ihracat, bu yıl 25,4 milyar dolar oldu. Böylece nette 4,6 milyar dolar artış sağladık. Bu büyük bir rakam. Cumhuriyet tarihimizin en yüksek aylık ihracat rakamlarına baktığımızda, aralık ayı 26,3 demiştik. Nisan ayı 25,4, geçen yıl temmuz ayı 24,9, Mayıs 2025 24,8 milyar dolar, Mayıs 2024 24,2 milyar dolar. Bunlar bizim aylık rekorlarımızdı. Mayıs 2024-25, Temmuz 2025, Aralık 2025 ve şimdi de Nisan 2026... Aylık ihracatta tam beş kez rekor kırıldı. Umarım önümüzdeki aylarda da bu rekor devam edebilir.

"12 AYLIK İHRACATTA YÜZDE 4,2 ARTIDAYIZ"

Konuşmasına, 2026'nın ilk çeyreğinde arzu ettikleri başarıyı sergileyemediklerini hatırlatarak başlayan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, şöyle devam etti: "Nisan ayında 25,4 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdik. 2025'in aynı ayına göre yüzde 22,3 artıdayız. Böylece bugüne kadarki en yüksek nisan ayı ihracatına imza atmış olduk. İlk dört aylık ihracatımız 88,6 milyar dolara, 12 aylık ihracatımızsa 275,8 milyar dolara yükseldi. Dört aylık ihracatta yüzde 3, 12 aylık ihracatta yüzde 4,2 artıdayız. Takvimin de etkisiyle nisan ayında 26 sektörümüzün tamamı ihracatını artırdı. Sektörler sıralamasında otomotiv, 3,9 milyar dolarla liderliğini sürdürdü. Otomotivi 3,1 milyar dolarla kimyevi maddeler, 1,8 milyar dolarla elektrik elektronik, 1 milyar 451 milyon dolarla hazır giyim ve 1 milyar 438 milyon dolarla çelik sektörü takip etti. TİM verilerine göre, geçen ay 61 ilimiz ihracatını artırdı. 1.018 firmamız ilk kez ihracat yaptı. Bu firmalarımızın ihracatımıza katkısı ise yaklaşık 122 milyon dolar oldu."

"KÖRFEZ ÜLKELERİNE İHRACAT YÜZDE 15,6 ARTTI"

Mustafa Gültepe geçen ay 166 ülke ve bölgeye ihracatın arttığını, 54 ülke ve bölgede ise düşüş olduğunu bildirdi. Gültepe, "Almanya, İspanya ve Endonezya'nın aralarında bulunduğu 13 ülkede bugüne kadarki en yüksek ihracat hacmimize ulaştık. Elbette gözümüz, İran savaşı nedeniyle ihracatımızın mart ayında yüzde 37 daraldığı Körfez ülkelerindeydi. Çok şükür Körfez Bölgesinde ibre nisanda yeniden yukarı döndü. Geçen ay bölge ülkelerine ihracatımız yüzde 15,6 artışla



2 milyar 365 milyon dolara yükseldi. Özellikle Birleşik Arap Emirlikleri'ne ihracatımızda 300 milyon dolarlık artışın altını çizmek istiyorum." dedi.

"TÜM GÜCÜMÜZLE ÜRETMEYE VE İHRACATA DEVAM EDİYORUZ"

TİM ve ihracatçı birlikleri olarak nisan ayında 17 ülkede ticaret hedefi gerçekleştirdiklerini bildiren Gültepe, "En son Romanya'nın Başkenti Bükreş'te önemli görüşmeler yaptık. Tüm pazarlarda güçlü bir 'Made in Türkiye' algısı olmasından gurur duyuyoruz. Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan'ın açıkladığı Türkiye Yüzyılı Yatırım İçin Güçlü Merkez Programını memnuniyetle karşıladık. Yabancı yatırımların Türkiye'ye çekilmesi konusunda kararlılığı son derece kıymetli buluyoruz. Kurumlar vergisi indirimi başta olmak üzere üretim ve ihracat için sağlanan destekler nedeniyle Cumhurbaşkanımıza şükranlarımı sunuyorum.

Bu pozitif adımların yanı sıra rekabetçiliğimizi ön plana çıkaracak hamleleri de hızla hayata geçirmeliyiz. Bu şekilde üretim ve ihracatta yeniden hızlı bir çıkış yakalayabiliriz. Ayrıca döviz dö-

nüşüm desteğinin üç ay uzatılması da bizim için önemliydi. Karar için Merkez Bankası Başkanı Fatih Karahan'a, her zaman yanımızda olan Ticaret Bakanımız Ömer Bolat'a ve Bakan yardımcılarımıza teşekkür ediyorum. Biz tüm gücümüzle üretmeye ve ihracata devam ediyoruz. Tüm zorluklara rağmen 2026'yı 282 milyar dolarlık hedefin üzerinde tamamlayacağımıza inanıyorum."

TİM Başkanı Mustafa Gültepe: "Nisan ayında ihracatımızda yüzde 22,3'lük bir artış oldu. Böylece bugüne kadarki en yüksek nisan ayı ihracatına imza attık. Aynı zamanda tüm zamanların en yüksek ikinci aylık ihracat performansını gerçekleştirdik. Dört aylık ihracatta yüzde 3, 12 aylık ihracatta yüzde 4,2 artıdayız."



Romanya ile Ticaret Hacminde Hedef 20 Milyar Dolar

Ticaret Bakanlığının koordinasyonunda ve Türkiye İhracatçılar Meclisinin organizasyonu ile Bükreş'te düzenlenen "Romanya Genel Ticaret Heyeti" programında Türkiye-Romanya iş dünyası temsilcileri bir araya geldi.



TİM Başkanı Mustafa Gültepe: "26 sektörümüzle üretiyor, dünyaya ihraç ediyoruz. Gerek kaliteli üretim potansiyelimizin gerekse yakından tedarik avantajımızın Romanyalı dostlarımız için de fırsat anlamına geldiğini biliyoruz."



Ticaret Bakanlığı koordinasyonu ve Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) organizasyonu ile Romanya'nın başkenti Bükreş'e ticaret heyeti programı düzenlendi. TİM Başkanı Mustafa Gültepe başkanlığındaki ihracatçı heyetinin yer aldığı programın açılışına; TİM Başkan Vekilleri, Yönetim Kurulu üyeleri, T.C. Bükreş Büyükelçisi Özgür Kıvanç Altan, Romanya Sanayi ve Ticaret Odası Başkanı Mihai Daraban ile Türkiye-Romanya iş dünyasının temsilcileri katıldı.

Programın açılışında konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, aynı coğrafyayı ve denizi paylaşan, aynı vizyonla geleceğe yürüyen iki ülkenin yurttaşları ve güvene dayalı ticareti esas alan iki millet olduklarını söyledi.

"ROMANYA İLE TİCARET HACMİMİZİ 20 MİLYAR DOLARA ÇIKARMAYI HEDEFLİYORUZ"

Kazan-kazan ilkesi çerçevesinde karşılıklı ticareti daha da güçlendirdiklerini belirten Gültepe, "2025'te ülkelerimiz arasındaki dış ticaret hacmi yaklaşık 13,5 milyar dolar oldu. Geçen yıl Romanya'dan 5 milyar dolara yakın ithalat yaptık. Buna karşılık 8,5 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdik. Bu ihracatın arkasında 11 bin 586 firmamız var." diye konuştu.

Gültepe, sadece büyük şirketlerin değil, tabana yayılan güçlü bir ekosistemin ve dinamizmin ortak başarısını gördüklerini dile getirerek, "Romanya'ya en çok ihracat yapan sektörlerimiz ara-

sında kimya ilk sırada yer alıyor." dedi. Kimyanın yanı sıra otomotiv, çelik, metaller ve savunma sanayisinde çok güçlü bir iş birliği zemini oluşturduklarına işaret eden Gültepe, "2028 yılında dış ticaret hacmimizi 20 milyar dolara çıkarmayı hedefliyoruz. Bu hedefi, coğrafyanın jeopolitiğin, lojistiğin ve değişen dünya düzeninin ülkelimize sunduğu bir fırsat olarak değerlendiriyoruz." ifadelerini kullandı.

"TÜRKİYE'NİN ÜRETİM GÜCÜ ROMANYA İÇİN FIRSATLAR SUNUYOR"

Gültepe, küresel ticarete oyunun kurallarının yeniden yazıldığını, artık üretim kadar yakınlığın, maliyet kadar hızın ve fiyat kadar güvenin konuşulduğunu söyledi. Türkiye ile Romanya'nın birbirini tamamlayan iki güçlü ülke olarak öne çıktığını vurgulayan Gültepe, "Tedarik zincirlerinin yeniden kurulduğu bu dönemde, uzak coğrafyaların yerini güvenli ve yakın ortaklıklar alıyor. İşte biz tam da bu noktadayız. Türkiye'den sabah saatlerinde yolu çıkarılan bir ürünün aynı gün Romanya'da tüketiciye ulaşabildiği bir avantajdan söz ediyoruz." diye konuştu.

Mustafa Gültepe, Türkiye'nin coğrafyasının en önemli üretim üslerinden biri olduğunu belirterek, "26 sektörümüzle üretiyor, dünyaya ihraç ediyoruz. Gerek kaliteli üretim potansiyelimizin gerekse yakından tedarik avantajımızın Romanyalı dostlarımız için de fırsat anlamına geldiğini biliyoruz." değerlendirmesinde bulundu.

"İKİ ÜLKE BİRLİKTE ÜRETİYOR, BİRLİKTE BÜYÜYOR"

Gerçekleştirilecek her görüşmenin, başlatılacak her iş birliğinin yalnızca bugünün değil, yarının ekonomik mimarisini de şekillendireceğini dile getiren

Gültepe, Türkiye ve Romanya'nın sadece ticaret yapan iki ülke olmadığını, aynı zamanda birlikte üreten, birlikte büyüyen ve değer inşa eden iki güçlü ortak olduğunu bildirdi.

Gültepe, "Önümüzdeki dönemde sadece bölgesel değil, küresel ticaretin de yönüne katkı sunan güçlü iş birliği modelleri ortaya koyabiliriz. Geleceği bekleyen değil, geleceği birlikte inşa eden bir anlayışla hareket edeceğiz. Daha fazla üretmeye ve daha büyük hedeflere birlikte yürümeye devam edeceğiz." dedi.

"TÜRKİYE VE ROMANYA TEDARİK ZİNCİRLERİNDE BİRBİRİNİ TAMAMLİYOR"

T.C. Bükreş Büyükelçisi Özgür Kıvanç Altan da Türkiye ve Romanya'nın bugün her zamankinden daha zor hâle gelen dünyada, güvenlik açısından güçlü bir iş birliği içinde olduğunu söyledi. Altan, iki ülkenin "güvenlik ortakları" olduğunu dile getirerek, "Bu durum, iş dünyasında daha fazlasını yapabilmemiz için aramızda güçlü bir güven oluşturuyor. Ticaretimiz iyi gidiyor. İnşaat şirketlerimiz hem kendi adlarına büyük başarılar elde ediyor hem de Romanya için önemli katkılar sağlıyor. İnşaat ediyorlar, üretim geliştiriyorlar ve Romanya'nın kalkınmasına destek oluyorlar." ifadelerini kullandı.

İki ülke arasında turizm alanında da güçlü iş birliği bulunduğu dikkati çeken Altan, "Her yıl Romanya'dan 1,2 milyon turist ağırlıyoruz. Bu nedenle birbirimizin doğal ortakları olduğumuzu düşünüyorum. Ayrıca 20 milyar dolarlık ticaret hedefinin oldukça mütevazı olduğuna inanıyorum. Bana göre bu hedefe önümüzdeki birkaç yıl içinde zaten ulaşacağız. Çünkü birbirimizin tedarik zincirlerini destekliyoruz ve ekonomik olarak birbirimize bağlıyız." diye konuştu.

"ROMANYA, TÜRK YATIRIMCILARA AB AVANTAJLARINI SUNUYOR"

Romanya Sanayi ve Ticaret Odası Başkanı Mihai Daraban ise Romanya olarak Türkiye'yi son derece güçlü ve yakın bir ortak olarak gördüklerini, içinde bulunulan yeni küresel koşullarda bir "güvenlik şemsiyesi" olarak da değerlendirdiklerini kaydetti.

Bölgede yaşanan gelişmeler, Ukrayna'daki durum ve Basra Körfezi'ndeki olaylar göz önüne alındığında, Türkiye'nin kendileri için son derece önemli bir ülke olduğuna işaret eden Daraban, Türkiye'nin bir dost ve her anlamda vazgeçilmez bir "iş birliği ortağı" olduğunu söyledi.

Ülkelerinde bir şirket kurulduğunda otomatik olarak Romanya'nın, bunun sonucunda da Avrupa Birliği'nin tüzel kişisi hâline gelindiğine dikkati çeken Daraban, "Bu da size Avrupa Birliği üyelerinin sahip olduğu tüm hakları sağlar, Avrupa fonlarından yararlanma, kamu ihalelerine katılma ve AB üyeliğinin sunduğu her türlü imkândan faydalanma hakkını elde edersiniz." dedi.

T.C. Bükreş Büyükelçisi Özgür Kıvanç Altan: "İki ülke arasındaki 20 milyar dolarlık ticaret hedefinin oldukça mütevazı olduğuna inanıyorum. Bana göre bu hedefe önümüzdeki birkaç yıl içinde zaten ulaşacağız."



TİM'den Afrika'ya Üç Ticaret Heyeti

Kahire, Konakri ve Johannesburg'a düzenlenen ticaret heyetleri programlarında, Türk firmaları Afrika pazarında yeni iş birlikleri için görüşmelerde bulundu.



Ticaret Bakanlığının koordinasyonunda ve Türkiye İhracatçılar Meclisinin (TİM) organizasyonu ile, nisan ayında Mısır, Gine ve Güney Afrika'ya yönelik ticaret heyeti programları düzenlendi. Kahire, Konakri ve Johannesburg'da gerçekleştirilen programlarla Afrika pazarındaki ticari ilişkilerin güçlendirilmesi, firmalar arasında yeni iş birliklerinin geliştirilmesi ve dış ticaret hacminin artırılması hedeflendi.

500'DEN FAZLA İKİLİ İŞ GÖRÜŞMESİ GERÇEKLEŞTİRİLDİ

Kahire'de gerçekleştirilen Mısır Ticaret Heyeti programına TİM Yönetim Kurulu Üyesi Başaran Bayrak başkanlık etti. Kimya, çelik, sağlık, elektrik-elektronik ve gıda gibi çeşitli sektörlerden

23 firma temsilcisinin yer aldığı heyetin açılışına, T.C. Kahire Büyükelçisi Salih Mutlu Şen, Türkiye-Mısır İş Konseyi Başkanı, Mısır Milletvekili Adel El Lamei ile Türkiye ve Mısır iş dünyasının temsilcileri katıldı. Program çerçevesinde 23 Türk ihracatçı firma temsilcisi, Mısırlı iş insanlarıyla 250'yi aşkın ikili iş görüşmesi gerçekleştirdi.

Konakri'de düzenlenen heyete, TİM Başkan Vekili Ahmet Güleç başkanlık etti. Kimya, demir, makine, mobilya ve gıda sektörlerinden 15 Türk ihracatçı firma temsilcisinin yer aldığı program kapsamında, Türk ve Gine iş insanları 150'yi aşkın ikili iş görüşmesi gerçekleştirdi. Ziyaret çerçevesinde Ahmet Güleç ve beraberindeki heyet, Gine Dış İşleri Bakan Yardımcısı Abdoulaye Youle ile

Gine'nin Ankara Büyükelçisi Abdoulaye Fofana ile görüşerek iki ülke arasındaki ticari ilişkilere dair değerlendirmelerde bulundu.

Güney Afrika'nın Johannesburg şehrinde gerçekleştirilen programa ise TİM Başkan Vekili Ahmet Fikret Kileci başkanlık etti. Kimya, maden, elektrik-elektronik ve gıda sektörlerinden 19 Türk ihracatçı firma temsilcisinin katıldığı heyetin açılışına, T.C. Pretorya Büyükelçisi Kezban Nilvana Darama Yıldırımgeç, Pretorya Ticaret Müşavirliği yetkilileri ve Güney Afrikalı firma temsilcileri iştirak etti. Program kapsamında Türk firmaları, Güney Afrikalı iş insanlarıyla 160'tan fazla ikili iş görüşmesi yaptı. Programda ayrıca TİM ile Güney Afrika Ticaret ve Sanayi Odası (SACCI) arasında Mutabakat Zaptı (MoU) imzalandı.

LOGO

Bugünün işletmeleri için
geleceğin teknolojisi Logo Yazılım'da



“Satın Alma İhracatın Başladığı Yerdir”

Stratejik Satınalma Derneği (SSD) tarafından bu yıl 5'incisi düzenlenen “Stratejik Satınalma Derneği Zirvesi”, 4 Nisan'da İstanbul'da gerçekleştirildi. “Satınalmada Akıl Oyunları” temasıyla düzenlenen zirve; satınalmanın bugünü ve geleceğini, değişen küresel dinamikler ışığında ele alarak iş dünyasına önemli bir perspektif sundu. Zirvenin açılış konuşmasını gerçekleştiren SSD Yönetim Kurulu Başkanı Evren Cibelik, satın almanın stratejik rolüne dikkat çekerek derneğin vizyonuna ilişkin değerlendirmelerini paylaştı.

Etkinliğin açılışında konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, “2015 yılında 151 milyar dolar olan ihracatımız, 2025 itibarıyla 273,3 milyar dolara yükseldi.

Bu yıl için 282 milyar dolarlık hedefimiz var. Uzun vadede ise Türkiye'yi ihracatta ilk 10 ülke arasına taşımayı hedefliyoruz. Bu hedefe ulaşmanın yolu; sadece daha fazla üretmekten değil, daha verimli üretmekten, daha akıllı satın alma yapmaktan, daha güçlü tedarik zincirleri kurmaktan geçiyor. İhracat büyük bir takım oyunu. Bu takımın içinde üretim var, AR-GE var, pazarlama var, satış var, lojistik var. Ama oyunun başladığı yer satın alma. Biliyoruz ki; geleceğin tedarik zincirini kurgularken, daha dirençli, daha esnek, daha çevik bir yapı inşa etmek zorundayız.” dedi. Açılış programı sonrası etkinlik kapsamında stant açan firmaları ziyaret eden Gültepe, ürün ve hizmetlere yönelik bilgi aldı.

Zirvede; otomotiv, imalat, gıda, enerji, lojistik ve hizmet gibi farklı sektörlerden uzman, yönetici ve üst düzey profesyoneller bir araya gelerek, bilgi paylaşımı ve iş birliği fırsatları yakaladı.

“Türkiye'nin İhracat Hedeflerine Nitelikli İnsan Kaynağıyla Ulaşacağız”

Avrasya Üniversiteler Birliği (EURAS) tarafından 11'incisi düzenlenen 2026 Avrasya Yükseköğretim Zirvesi (EURIE 2026) dünyanın önde gelen üniversitelerini, akademisyenleri ve yükseköğretim sektörünün temsilcilerini İstanbul Lütfi Kırdar Uluslararası Kongre ve Sergi Sarayı'nda bir araya getirdi. Zirveye 100'ün üzerinde konuşmacı ve 50 ülkeden 300 kurum katıldı.

Programda konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, “Bugün burada, geleceğimizi şekillendirecek en önemli unsur olan insan kaynağını, eğitim ve yükseköğretimi konuşuyoruz. Çünkü artık

dünyada yalnızca üretmekle rekabetçi olunmuyor. Hızlı üretmek elbette önemli ancak günümüz dünyasında rekabet bilgi, teknoloji ve nitelikli insan kaynağıyla kazanılıyor. Bu yarışın merkezinde ise üniversiteler yer alıyor. Ülkelerin kalkınma yolculuğunda eğitim her zaman belirleyici oldu. Ancak bugün yükseköğretim, doğrudan ekonomik gücün temel unsurlarından biri hâline geldi. Üniversiteler artık yalnızca diploma veren kurumlar değil; bilgi üreten, teknoloji geliştiren, sanayiye yön veren, girişimciliği destekleyen ve geleceği inşa eden stratejik merkezler.” dedi.

100'ün üzerinde konuşmacı ile 50 ülkeden 300 kurumun katıldığı 2026 Avrasya Yükseköğretim Zirvesi, dünyanın önde gelen üniversitelerini, akademisyenleri ve yükseköğretim sektörünün temsilcilerini ağırladı.

Türk ve Özbek İş Dünyası Taşkent'te Buluştu

Ticaret Bakanlığının koordinasyonunda, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) organizasyonu ile düzenlenen Özbekistan Ticaret Heyeti programı Taşkent'te gerçekleştirildi. TİM Yönetim Kurulu Üyesi Birol Celep'in başkanlık ettiği heyet programına, T.C. Taşkent Ticaret Müşavirliği, Özbekistan Ekonomi Meclisi Başkanı Muhtor Umaroz, Özbekistan Ticaret ve Sanayi Odası Başkan Yardımcısı Abdurakhmonov Sukhrob Gayrat O'gli ile iki ülke iş dünyasının temsilcileri katıldı.



Program kapsamında 29 Türk ihracatçı firma temsilcisi, Özbek iş insanlarıyla bir araya geldi. Etkinlik çerçevesinde 450'yi aşkın ikili iş görüşmesi gerçekleştirildi.

Özbekistan Ticaret Heyeti programı kapsamında 29 Türk ihracatçı firma temsilcisi, Özbek iş insanlarıyla bir araya geldi ve 450'yi aşkın ikili iş görüşmesi gerçekleştirildi.

İhracat Talebi ve Pazar Dayanıklılığı Martta Zayıfladı

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), önemli pazarlarda talebi oluşturan koşullar ile global ekonomideki talep ve risklerin takip edildiği İhracat Pazar Monitörü'nün mart ayı sonuçlarını kamuoyuyla paylaştı. İhraç edilen ürünlere olan talep koşullarını ihracat yapılan pazarlar üzerinden temel makroekonomik göstergeler ve öncü makroekonomik göstergeleri kullanarak takip eden İhracat Talep Endeksi, martta aylık bazda yüzde 0,9, geçen yılın aynı ayına göre ise yüzde 0,1 azalışla 98,8'e geriledi. Martta işsizlik, enflasyon ve sanayi üretimindeki kısmi iyileşmelere karşın, iş güveni ve tüketici güvenindeki

gerilemeler talep endeksini uzun dönem ortalamasının altına düşürdü.

Uzun ve kısa vadeli sosyal, ekonomik ve politik göstergelerden yararlanarak oluşturulan ve ihracat pazarlarının risklere karşı direncini ölçen TİM Pazar Dayanıklılık Endeksi ise aylık bazda yüzde 3,1, geçen yılın aynı ayına göre yüzde 1,4 gerileyerek 96,6 oldu.

Küresel jeopolitik risklerdeki önemli artış ve ihracat talep endeksinin uzun vadeli ortalamasının altına düşmesi, ihraç pazarları genelinde dayanıklılığı olumsuz etkiledi ve endeksi uzun dönem ortalamasının altına düşürdü.



İhracat pazarlarının risklere karşı direncini ölçen TİM Pazar Dayanıklılık Endeksi aylık bazda yüzde 3,1, geçen yılın aynı ayına göre yüzde 1,4 gerileyerek 96,6 oldu.

TRUMP'IN YERİNE VANCE GEÇERSE...

Donald Trump'ın suikast ile etkisiz hâle getirilmesinin kimse için rasyonel bir tarafı yok, görevden alınması küresel barış için daha faydalı bir hamle olacaktır.



PROF. DR. EMRE ALKIN

ABD'de liderlik tartışmalarını anlamaya çalışırken işi sadece kişiler ya da sistem üzerinden okumak çoğu zaman yanıltıcı olur. Çünkü teoride "ABD sistemi kişiden bağımsızdır" denir, ama pratikte bunun tam olarak böyle işlemediğini son yıllarda açık biçimde gördük. Sistem vardır, kurumlar vardır, anayasa vardır; ancak liderin tarzı, öncelikleri ve siyasi dili bu sistemin nasıl çalıştığını doğrudan etkiler. Yani sistem çerçeveyi çizer ama o çerçevenin içini lider doldurur.

Tarihe baktığımızda bunun örnekleri oldukça net. Lincoln suikastı sonrası ABD zaten iç savaşın yarattığı kırılgan bir ortamdıydı. Yerine geçen Johnson, yeniden yapılanma sürecini yönetirken Kongre ile ciddi çatışmalar yaşadı ve ülke uzun süre siyasi gerilim içinde kaldı. Kennedy suikastı sonrasında ise bir başka Johnson geldi ve Vietnam politikasını genişletti ve ABD'yi daha derin bir askeri meseleye soktu. Yani sistem devam etti ama yön ciddi şekilde değişti. Nixon örneği ise bambaşka bir kategori. Seçimle geldi, ancak Watergate skandalı sonrası istifa etmek zorunda kaldı. Buna rağmen sistem çökmedi, tam tersine çalıştığını gösterdi. Ama Nixon'ın aldığı kararlar -Çin ile diplomatik açılım, Sovyetler ile detant, en önemlisi de doların altına bağlılığını kaldırması -küresel ekonomi düzenini kökten değiştirdi.

di. Bu da bize şunu anlatır: sistem ayakta kalır ama liderin tercihleri oyunun kurallarını değiştirebilir.

Donald Trump dönemi bu çerçevede modern zamanların en önemli testlerinden biri oldu. ABD sistemi ortadan kalkmadı ama ciddi şekilde zorlandı. Yargı çalıştı, Kongre çalıştı, seçimler yapıldı; fakat tüm bunlar çok daha yüksek bir gerilim ve kutuplaşma ortamında gerçekleşti. Trump'ın yürütme gücünü daha agresif kullanması, dış politikada çok taraflılıktan uzaklaşıp daha tek taraflı ve pazarlıkçı bir çizgiye kayması, ticaret savaşlarını başlatması ve müttefiklerle ilişkileri yeniden tanımlaması, sistemin "nasıl çalıştığını" değiştirdi. Yani kurumlar yerinde kaldı ama işleyiş biçimi farklılaştı.

Bu yüzden bugün lider değişimini konuşurken asıl meseleyi atlamamak lazım: Değişim sistem içinde mi oluyor, yoksa sistemin dışına taşan bir kırılma mı yaşanıyor? ABD gibi bir ülkede anayasal süreçlerle gerçekleşen değişimler -seçim, görevden alma, hukuki süreçler- gerilim yaratır ama ön-görülebilirdir. Piyasalar dalgalanır ama yönünü bulur. Çünkü herkes oyunun kurallarını bilir. Buna karşılık sistem dışı, şiddet içeren bir kırılma, sadece lider değişimi değil, sistemin güvenilirliği sorunu yaratır. Böyle bir durumda finansal piyasalarda sert satışlar görülür, yatırımcılar güvenli limanlara

yönelir, küresel risk iştahı düşer ve ABD'nin "güvenli liman" algısı bile sorgulanmaya başlar. Bu, birkaç gün süren bir dalgalanma değil, daha uzun soluklu bir güven erozyonudur.

Bu çerçevede JD Vance gibi bir ismin başkanlığı devralması senaryosuna bakmak gerekir. ABD'de sistem devam eder; Fed bağımsızlığını korur, dolar rezerv para olmayı sürdürür, devlet mekanizması çalışır. Ama politikanın tonu değişir. Vance'in temsil ettiği çizgi, daha içe dönük, sanayi odaklı ve küreselleşmeye mesafeli bir yaklaşımı ifade ediyor. Bu da ticaret politikalarında daha korumacı bir duruş, Çin ile daha sert bir rekabet, Avrupa ile ilişkilerde daha pazarlıkçı bir ton ve NATO gibi yapılarda yük paylaşımı tartışmalarının daha açık şekilde gündeme gelmesi anlamına geliyor. Trump döneminde gördüğümüz gümrük tarifeleri, ticaret savaşları ve müttefiklerle gerilimli ilişkiler bu yaklaşımın somut örnekleriydi. Böyle bir çizginin devamı, küresel ticaretin daha parçalı hale gelmesi ve yatırım akımlarının daha seçici bir yapıya dönüşmesi demektir.

Şimdi bu tabloya bir de İran ile süregelen bir çatışma eklenirse, iş tamamen başka bir boyuta taşınır. Çünkü ABD seçmeni dış politikayı soyut bir mesele olarak değil, günlük hayatına yansıyan sonuçları üzerinden değerlendirir. Benzin fiyatı yükselirse, enflasyon artarsa, kredi maliyetleri yukarı giderse, seçmen bunu doğrudan hisseder. Petrol fiyatlarının yükselmesi, ABD'de akaryakıt fiyatlarını artırır; bu da enflasyonu yukarı çekecek ve Fed'in faiz indirimlerini geciktirecektir. Faizler yüksek kaldığında konut kredileri pahalı olur, tüketim yavaşlar, büyüme baskı altına girer. Yani Orta Doğu'daki bir savaş, Amerikan seçmeninin cebine doğrudan dokunur.

Eğer İran ile çatışma seçimlere kadar devam eder, petrol fiyatları yüksek kalır ve Amerikan seçmeni bunu cebinde hissederse sandık genellikle iktidarı güçlendirmeye çalışır. Çünkü ABD seçmeni kriz anlarında bile sistemi korumayı, gücü dağıtarak riskleri sınırlamayı tercih eder.

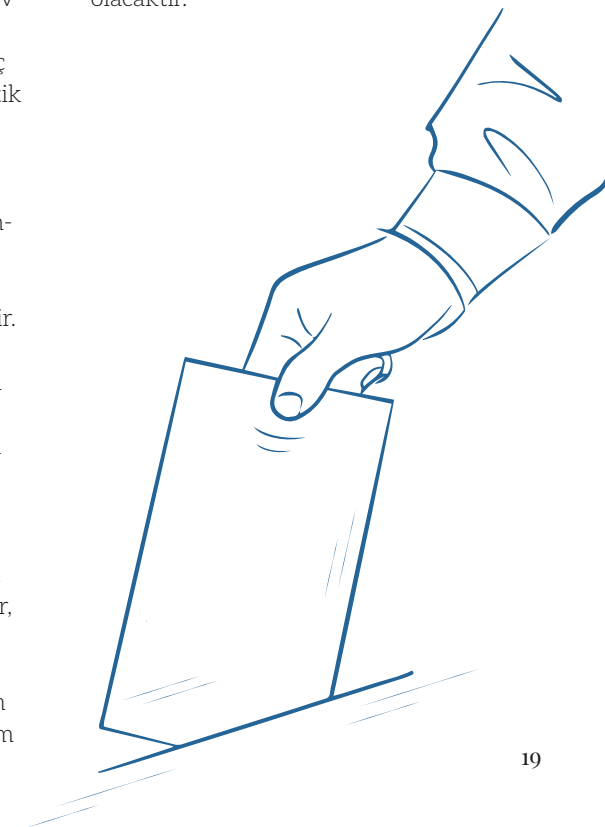
Kasım ayındaki ara seçimlere böyle bir ortamda gidildiğini düşünelim. Eğer çatışma kısa süreli olur ve hızlı bir sonuç alınrsa, bu durum iktidar lehine çalışır. ABD tarihinde kısa ve kontrollü askeri başarılar genellikle "güçlü liderlik" algısı yaratır. Ancak savaş uzar, maliyeti artar ve sonuç belirsizleşirse tablo değişir. Geri dönüp baktığımızda, Vietnam'da da, Irak'ta da aynı sürecin yaşandığını görebiliriz. Başlangıçta destek vardı, ancak zamanla maliyet arttıkça kamuoyu desteği azaldı.

Bu durumda üç net sonuç ortaya çıkar. Birincisi, ekonomi belirleyici olur. Yüksek petrol fiyatları ve artan enflasyon seçmenin davranışını doğrudan etkiler ve bu genellikle iktidar aleyhine sonuç verir. İkincisi, savaşın süresi kritik hale gelir. Uzayan savaş seçmeni yorar ve belirsizlik arttıkça seçmen denge arar. Üçüncüsü, siyasi kutuplaşma daha da derinleşir. ABD'de zaten yüksek olan kutuplaşma, dış politika krizleri ile birlikte daha sert bir hale gelir. Bu da seçim sonuçlarını daha keskinleştirir ancak genel eğilim değişmez: Seçmen genellikle yürütme gücünü sınırlamak için Kongre'de denge kurar.

Sonuç olarak ABD'de sistem tamamen kişiden bağımsız değildir, ama tamamen kişiye bağlı da değildir. Liderler yönü belirler, kurumlar sınırı çizer. Trump dönemi bu sınırların ne kadar esneyebileceğini gösterdi. Bugün benzer bir senaryoda, liderin kim

olduğu kadar, savaşın süresi ve ekonomik maliyeti de belirleyici olur.

Ve en net sonuç şudur: Eğer İran ile çatışma seçimlere kadar devam eder, petrol fiyatları yüksek kalır ve Amerikan seçmeni bunu cebinde hissederse, sandık genellikle iktidarı güçlendirmeye çalışır. Çünkü ABD seçmeni kriz anlarında bile sistemi korumayı, gücü dağıtarak riskleri sınırlamayı tercih eder. Dolayısıyla Trump'ın suikast ile etkisiz hâle getirilmesinin kimse için rasyonel bir tarafı yok, görevden alınması küresel barış için daha faydalı bir hamle olacaktır.





Avrupa'nın Güvenli Limanı Türkiye

Türkiye ile Avrupa Birliği arasındaki 232,7 milyar dolarlık ticaret hacmi, Sanayi Hızlandırma Yasası ile yepyeni bir boyuta taşıyor. Geleneksel sektörlerden yüksek teknoloji ve temiz enerjiye uzanan bu geniş yelpazeli yeni süreçte, Avrupa'nın en kritik ticaret ortağı olan Türkiye, kalıcı bir üstünlük kazanma yolunda.

Küresel ticaret dinamiklerinin sürekli bir değişim içinde olduğu günümüz dünyasında, ülkelerin ekonomik sürdürülebilirliklerini sağlamalarının yolu, güvenilir ve güçlü pazar ağları kurmalarından geçiyor. Türkiye ile Avrupa Birliği (AB) arasındaki köklü ticari geçmiş ise bu ortaklığın en başarılı ve sürdürülebilir örnekleri arasında yer alıyor.

2025 yılı verilerine göre yaklaşık 2,7 trilyon dolarlık toplam ihracat hacmiyle dünyanın en büyük ihracatçısı konumundaki AB, çok uzun yıllardır Türkiye'nin en stratejik ticaret partneri olmayı sürdürüyor. Öyle ki Türkiye'nin AB'ye ihracatı, 1996 yılında 11,3 milyar dolar seviyesinde seyrederken, 2025 yılında 117 milyar dolara yükseldiği görülüyor. İkili ticaret hacmi ise 232,7 milyar dolar seviyesine çıkmış durumda. 2025 yılında, Türkiye'nin toplam ihracatının yüzde 42'sini, toplam dış ticaretinin ise yüzde 36'sını AB ile gerçekleştirmesi bu ticari partnerliğin performansındaki gücü gösteriyor.

Coğrafi yakınlık, nitelikli iş gücü ve uzlaşımçı tedarik süreçlerine dayanan bu güçlü ekonomik bağın, gümrük düzenlemeleri ve "Made in EU" düzenlemesiyle daha da kuvvetlenmesi öngörülmüyor. Birlik menşeli üretim şartlarını yeniden belirleyen Made in EU hamlesine Türkiye'nin de dâhil edilmesi, ülkemizin Avrupa pazarındaki köklü ve güçlü konumunu daha da perçinleyecek. Böylece son dokuz yıllık süreçte AB'ye yönelik ihracatını 133,6 milyar dolar seviyesine taşıyarak rekor bir ivme yakalayan Türkiye, yeni



sanayi ekosisteminde vazgeçilmez bir çözüm ortağı olarak kritik bir üstünlük kazanacak.

KITALAR ARASI STRATEJİK PARTNERLİĞİN TEMELLERİ

Türkiye ile Avrupa Birliği arasındaki ekonomik partnerliğin temelleri, Avrupa Ekonomik Topluluğu'nun (AET) 1957 yılında kurulmasının hemen ardından atıldı. İkinci Dünya Savaşı sonrasında barış istikrarını ekonomik bütünleşmeyle sağlamak isteyen bu yapı, Türkiye tarafından her zaman destek gördü. Bu ilginin somut bir neticesi olarak 1963 yılında imzalanan Ankara Anlaşması ve 1971 tarihli Katma Protokol ise ticari engellerin kaldırılmasının yolunu açtı.

Böylece birkaç istisna dışında, Türkiye'den ihraç edilen sanayi mallarına uygulanan gümrük

Son Dokuz Yılda Avrupa Pazarındaki İhracat Hacmi 29 Milyar Dolar Oldu

2016 ile 2024 yılları arasında ticari dengelerdeki en dikkat çekici yapısal değişim şüphesiz otomotiv sektöründe görüldü. Öyle ki, 2016 yılı itibarıyla Türkiye, bahsi geçen dört aktör arasında AB'ye en fazla otomotiv ihracatı gerçekleştiren ülke konumundayken, Çin'in tetiklediği elektrikli araç devrimi bu rekabet tablosunu bütünüyle yeniden şekillendirdi. Çin, bu süreçte otomotiv ihracat hacmini tam beş katına çıkararak pazardaki liderlik koltuğuna oturdu. Süreç içinde Türkiye, 29 milyar dolarlık ihracat hacmiyle Avrupa pazarında hâlâ oldukça güçlü bir performans sergilemeye devam ediyor; ancak rekabet gücünü koruyabilmek ve pazar payını kaybetmemek adına elektrikli araç dönüşümüne hızla uyum sağlamak, artık bir seçenek olmaktan çıkıp kesin bir zorunluluk hâlini almış durumda.

AB'NİN DÖRT BÜYÜK TİCARET PARTNERİNDEN GERÇEKLEŞTİRDİĞİ İTHALAT (MİLYAR DOLAR)

Ülke	2016	2020	2022	2024	Değişim	Bileşik Yıllık Büyüme Oranı
Çin	425,2	565,4	834,3	749,6	%76	%7,3
ABD	301,6	323,8	513,9	494,4	%64	%6,4
Türkiye	77,5	88,2	129,4	133,6	%72	%7,0
Hindistan	47,6	49,8	90,5	97,2	%104	%9,3

vergileri ve miktar kısıtlamaları AET tarafından aşamalı biçimde sıfırlandı. Avrupa pazarının büyüklüğü ile Türkiye'deki nitelikli iş gücü ve rekabetçi fiyatlandırma stratejilerinin birleşmesi, Türk ihracatçıları için AB'yi cazip bir merkez hâline getirdi. Dünyadaki diğer küresel ihracatçılara kıyasla taşıma ve nakliye maliyetlerinin çok düşük seyretmesi, bu stratejik rotanın günümüzde de güçlü kalmasını sağlıyor.

133,6 MİLYAR DOLARLIK İHRACAT BAŞARISI

1970'lerde dünyayı sarsan enerji krizleri ve 1990'ların başındaki büyük değer kayıpları ithalat yükünü ağırlaştırırken, 1996'da atılan Gümrük Birliği adımı, Türkiye'nin ihracatını yeniden şahlandırmayı sağladı. Gümrük Birliği ile birlikte 2000'lerden 2021'e uzanan süreçte dış ticaret açığında belirgin toparlanmalar

gözlemlendi. Son dokuz yıllık periyotta ise Türkiye'den AB'ye yönelik ihracat 133,6 milyar dolara ulaştı. 2016 ile 2024 yılları arasında AB'nin, Çin, Amerika Birleşik Devletleri, Hindistan ve Türkiye ile gerçekleştirdiği toplam ithalat yaklaşık 1,5 trilyon dolar seviyesine çıktı. Veriler, küresel ticaret pastasının hacimsel olarak büyüdüğünü açıkça gösterse de bu büyümeden alınan payların ülkeler arasında eşit veya dengeli bir şekilde dağılmadığı gerçeğini ortaya koyuyor. Bu performans, Türk sanayicisinin yüksek kalite standartlarını yakalama ve Avrupa pazarının zorlu taleplerine hızla uyum sağlama yeteneğinin en net göstergelerinden biri olarak dikkat çekiyor.

İhracat yelpazesinin geleneksel sektörlerden yüksek teknoloji ürünlerine, yenilenebilir enerji ekipmanlarına ve elektrikli araç bileşenlerine doğru genişlemesi, iki taraf arasındaki ticaretin katma değerini artırıyor. Türkiye'nin ortaya koyduğu güçlü performansının, Sanayi Hızlandırma Yasası ile çok daha kalıcı bir ivme kazanması bekleniyor. Gümrük Birliği veya serbest ticaret anlaşması olan ülkelerin bu düzenlemede dışlanmayacağına açıklanması Türkiye menşeli ürünlerin kamu ihalelerinde birlik menşeli olarak değerlendirilmesini sağlayacak. Bu karşılıklı pazar erişimi, ihracat hacmindeki büyümenin önümüzdeki yıllarda da artarak süreceğinin garantisi olarak görülüyor.

"MADE IN EU" TÜRK SANAYİSİ İÇİN BİR FIRSAT OLABİLİR Mİ?

Avrupa Komisyonu, kıtanın sanayi altyapısını köklü bir şekilde dönüştürmek ve küresel rekabetteki ekonomik güvenliğini artırmak amacıyla 4 Mart 2026 tarihinde Sanayi Hızlandırma Yasası (Industrial Accelerator Act - IAA) teklifini kabul etti. AB Komisyonu Başkan Yardımcısı Stephane Sejourne tarafından kamuoyu ile paylaşılan bu girişim, Avrupa'da bugün yüzde 14 civarında olan sanayinin GSYİH içindeki oranını, 2035 yılına kadar yüzde 20'ye yükseltmeyi hedefliyor. Raporun vizyonunu somut bir eylem planına dönüştüren yasa, kamu alımlarında ve destek mekanizmalarında "Made in EU" kriterini merkeze alıyor.

Bu girişimin, 2030 yılı itibarıyla AB ekonomisine yaklaşık 8 milyar euro'luk net fayda sağlaması, 148 binden fazla istihdam yaratması veya koruması ve karbon emisyonlarını büyük ölçüde düşürmesi bekleniyor. Otomotiv, çelik, alüminyum, çimento, rüzgâr türbinleri ve temiz teknoloji ürünleri gibi stratejik alanları kapsayan bu düzenlemeye, Gümrük Birliği anlaşması çerçevesinde Türkiye'nin dâhil edilmesi, Türk sanayisi için tarihi bir fırsat olarak değerlendiriliyor. AB'nin dışa

2016 ile 2024 yılları arasında, Türkiye'den AB'ye yönelik ihracat 133,6 milyar dolara ulaştı. Veriler, Türk sanayicisinin yüksek kalite standartlarını yakalama ve Avrupa pazarının zorlu taleplerine hızla uyum sağlama yeteneğinin en net göstergelerinden biri olarak dikkat çekiyor.

bağımlılığını, özellikle düşük maliyetli üretime karşı kırılabilirliğini azaltma hedefi ve Türkiye'nin bu ekosisteme dâhil olması ülkemizin pazar güvencesini de pekiştirecek gibi duruyor.

İZİN SÜREÇLERİ DİJİTALLEŞİYOR

Yasa, Avrupa'da sanayi tesisi kurmak veya yenilemek isteyen yatırımcıların karşılaştığı bürokratik tikanlıkları tamamen dönüştürüyor. Bu süreç yeni belirlenen adımlarla iyileştiriliyor. Belirlenen yeni sistem şu şekilde:

- Dijital Tek Pencere Sistemi: Üye ülkeler, yatırımcıların tüm başvurularını yapabileceği tek bir dijital platform kuruyor. "Bir kez bildir" ilkesi sayesinde işletmeler, halihazırda kamu kurumlarına verdikleri belge ve verileri tekrar tekrar sunmaktan kurtuluyor.
- Tek Başvuruya Dayalı Birleşik İzin Prosedürü: Tütün sektörü

haricindeki tüm imalat projelerinde tek bir başvuru ile bütün izinler talep edilebiliyor. Yetkili makamların, başvurunun tam olup olmadığını kontrol etmek için 45 gün süresi bulunuyor ve eksik belgeler için yalnızca iki kez ek talep hakkı tanınıyor.

- Enerji Yoğun Sanayi Karbon-suzlaşma Projelerine Stratejik Statü: Çimento, çelik ve alüminyum gibi enerji yoğun sektörlerin üretimlerini çevreci hale getirecek projelere artık "stratejik proje" statüsü veriliyor. Böylece bu projeler, çevresel değerlendirme süreçlerinde tıpkı net sıfır teknoloji projeleri gibi hızlandırılmış prosedürlerden yararlanıyor.

SANAYİDE TEKNOLOJİK VE ÇEVRESEL DÖNÜŞÜMÜ HIZLANACAK

"Made in EU" (Avrupa'da Üretilmiştir) politikası sadece bir üretim hedefi olmanın ötesinde, sanayinin karbon

KİLİT SEKTÖRLERDEKİ İHRACAT KARŞILAŞTIRMASI-2024 (MİLYAR DOLAR)

Sektör	Çin	ABD	Türkiye	Hindistan
Otomotiv	43,2	19,1	29,2	2,6
Elektrik-Elektronik	226,9	29,7	8,7	14,5
Makine	136,4	81,7	13,8	6,7
Tekstil	49,1	1,0	17,3	9,1
Demir-Çelik	21,7	4,1	10,2	7,5
İlaç	3,7	54,1	0,7	4,6
Gıda-Tarım	14,5	17,0	10,3	6,3
Mineral Yakıtlar	2,8	102,0	4,7	9,4



AB Komisyonu'nun kamuoyuna duyurduğu Sanayi Hızlandırma Yasası, Avrupa'da yüzde 14 civarında olan sanayinin GSYİH içindeki oranını, 2035 yılına kadar yüzde 20'ye yükseltmeyi hedefliyor.

ayak izini düşürmeyi ve temiz teknolojilere geçişi merkeze alıyor. Düzenleme uyarınca, çimento, çelik, alüminyum ve otomotiv sektörlerinde doğrudan düşük karbon ve Made in EU şartları eş zamanlı olarak uygulanacak. Türkiye'nin bu vizyona dâhil olması, sanayimizin teknolojik ve çevresel dönüşümünü hızlandırması için güçlü bir teşvik mekanizması yaratacak. Bu sayede yerli tedarik sanayisi, AB'nin sağladığı yeşil dönüşüm fonlarından ve AR-GE teşviklerinden faydalanabilecek.

Özellikle küresel üretim kapasitesinin yüzde 40'ından fazlasını kontrol eden ülkelerden gelecek 100 milyon euro'yu aşan stratejik yatırımların, AB tarafından sıkı denetime tabi tutulması planlanıyor. Belirlenen yeni yabancı doğrudan yatırım kurallarının, küresel sermayenin güvenilir liman olarak gördüğü Türkiye'ye yönelmesini teşvik etmesi ve yeni yatırım ile istihdam olanaklarını beraberinde getirmesi bekleniyor.

SEKTÖRLERE ÖZEL FARKLI GEREKLİLİKLER VAR

Enerji yoğun sektörler, AB ekonomisinin ana sütunları olmalarına karşın birliğin toplam sera gazı emisyonlarının yüzde 22,3'ünü üretiyor. Karbonsuzlaşmayı hızlandırmak için kamu alımlarında çelik, beton ve alüminyum kullanımına yönelik yeni asgari standartlar getiriliyor.

- Çelik Sektörü: Altyapı projeleri, binalar ve sivil motorlu taşıtlarda kullanılacak olan çeliğin en az yüzde 25'inin düşük karbonlu olması şartı aranıyor. Çelik

ürünleri için şimdilik bir "Made in EU" zorunluluğu getirilmiyor; çünkü küresel pazardaki aşırı çelik üretimine karşı zaten halihazırda teklif edilmiş farklı ticari önlemler bulunuyor.

- Beton ve Harç: Binalarda ve sivil altyapı çalışmalarında kullanılan beton ve harçın (üretimde kullanılan çimento ve klinker dahil olmak üzere) toplam hacminin en az yüzde 5'inin hem düşük karbonlu niteliğe sahip olması hem de doğrudan "Made in EU" menşeli olması zorunlu tutuluyor. Bu oranın yüzde 5 gibi başlangıç seviyesinde tutulması, sektörün şu anki teknolojik altyapısına ve üretim kapasitesine uyum sağlama amacını taşıyor.
- Alüminyum: Alüminyum ile performansı bu malzemeye bağlı olan ürünlerde şartlar çok daha yüksek seviyelerde tutuluyor. Altyapılarda, binalarda ve sivil araçlarda kullanılan alüminyumun asgari yüzde 25'inin hem düşük karbon standartlarını karşılaması hem de mutlaka Made in EU menşeli olması gerekiyor.

- Kimya Sanayisi: Yeni düzenleme, kimya sanayisi için şimdilik doğrudan bir kota veya asgari oran belirlemiyor. Bunun yerine, Avrupa Komisyonu'na yetki devrine dayanan tasarruf aracılığıyla gelecekte ihtiyaç duyulan adımları atma yetkisi tanıyor. Bu kapsamda alınacak önlemlerin; sürdürülebilir karbon kaynaklarından üretilen ve doğrudan Made in EU kabul edilen kimyasal madde ile karışımların üretimini, satışını ve piyasadaki



ürünlerde kullanımını desteklemesi hedefleniyor.

- Otomobil: Otomotiv sektörü, elektrifikasyon devrimiyle yoğun bir dönüşüm --sürecinde. Avrupa'nın geleneksel içten yanmalı motorlardaki teknolojik liderliği; elektrikli araçlarda batarya ve gelişmiş elektronik sistemler gibi yeni parçaların önem kazanmasıyla giderek zayıflıyor. Bu durum, AB sınırları içinde üretilen araçlardaki "Avrupa menşeli" parça oranları ise her geçen gün düşmesine neden oluyor. Bu da yasa kapsamında, otomobillere yönelik kapsamlı ve detaylı Made in EU gereklilikleri olacağını gösteriyor.

TİCARET BAKANI ÖMER BOLAT: "AB İLE DİPLOMASİ TRAFİĞİ OLUMLU SONUÇ VERİYOR"

Türkiye'nin ekonomi yönetiminde olumlu yankı bulan stratejik düzenleme Made in EU için sosyal medya hesabından değerlendirmede bulunan Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer

Bolat, Avrupa Birliği ile son dönemde karşılıklı anlayış temelinde ekonomik ve ticari konularda yürütülen yoğun ve yapıcı diplomasi trafiğinin olumlu sonuçlar vermesinden memnuniyet duyduklarını vurguladı. Bolat, "Bunun son örneği olarak, AB'nin hazırlıklarını sürdürdüğü ve bugün taslağı yayımlanan Sanayi Hızlandırma Yasası ve 'AB Ürünü-Made in EU' politikası çerçevesinde, yakın diyalogumuzun sonucunda Türkiye ile mevcut Gümrük Birliğinin anılan politika çerçevesi içinde tanınması, her iki tarafın yatırımları ve girişimlerinin devamlılığı ve Avrupa değer zincirlerinin rekabetçiliği açısından olumlu ve yapıcı bir karar olmuştur. AB ile gerçekleştirilen istişareler neticesinde, son yayımlanan taslakta 'AB menşeli' şartının Gümrük Birliği çerçevesinde ilke olarak ülkemizi de kapsamını sağlayan yasal zeminin Sanayi Hızlandırma Yasası ile teyit edilmiş olması, ticari ilişkilerimiz açısından

"Made in EU" ile küresel üretim kapasitesinin yüzde 40'ından fazlasını kontrol eden ülkelere gelecek 100 milyon euro'yu aşan stratejik yatırımların, AB tarafından sıkı denetime tabi tutulması planlanıyor.



Stratejik Değer Zinciri

“Made in EU” Kavramı: Bir ürüne “AB menşeli” denilebilmesi için basit bir etiketten fazlası aranıyor; ürünü nihai haline getiren asıl üretim aşamasının Birlik sınırları içinde gerçekleşmiş olması gerekiyor. Örneğin elektrikli araçlarda olduğu gibi karmaşık ürünlerde, belirli kritik parçaların dahi doğrudan AB menşeli olması şart koşuluyor.

Eş Değer Menşesi Sistemi: Avrupa tamamen dışa kapalı bir pazara dönüşmüyor. Gümrük birliği, serbest ticaret anlaşması veya Dünya Ticaret Örgütü Kamu Alımları Anlaşması bulunan ülkelerin ürünleri de belirli kurallar çerçevesinde “AB menşeli” kabul ediliyor.

Düşük Karbonlu Ürün Sınıflandırması: Bir ürünün “düşük karbonlu” sayılması, belirli teknik standartlara ve eko-tasarım kriterlerine uymasına bağlıyor. Özellikle geri dönüştürülmüş materyal kullanımı gibi çevreci uygulamalar bu sınıflandırmalarda ödüllendiriliyor.

Gümrük Birliği'ndeki güncellemeler, sadece ticari engelleri ortadan kaldırmakla kalmayacak; aynı zamanda Türkiye'nin, Avrupa'nın karar alma mekanizmalarında, standart belirleme süreçlerinde ve sürdürülebilirlik regülasyonlarında çok daha aktif bir rol üstlenmesini sağlayacak.

önemli bir adım teşkil etmektedir.” değerlendirmelerinde bulundu.

Bakan Bolat, Türkiye'nin, başta otomotiv sektörü olmak üzere birçok kritik ürün grubunda Avrupa değer zincirlerinin ayrılmaz ve güvenilir parçası olduğunun altını çizerek, şunları kaydetti: “Bu gelişmenin, Türkiye ile AB arasındaki sektörel entegrasyonu daha da derinleştirilmesi, değer zincirlerimizin yeşil ve dijital dönüşümünü hızlandırması beklenmektedir. Önümüzdeki dönemde mütekabiliyet esasına dayalı olarak kamu alımları piyasalarında karşılıklı açılımın sağlanması, bağlantısallık ve yeşil dönüşüm gibi vizyoner alanlarda AB ile yakın temasımızı kararlılıkla sürdürmeye ve ekonomik ortaklığımızı derinleştirerek daha da güçlendirmeye devam edeceğiz.”

GÜMRÜK BİRLİĞİ İLE İŞ BİRLİĞİ PERSPEKTİFİ GENİŞLEYECEK

Türkiye'nin Sanayi Hızlandırma Yasası kapsamında Avrupa ekosisteminde kendine güçlü bir yer bulması, 31'inci yılını dolduran Gümrük Birliği'nin güncellenmesi ihtiyacını da yeniden gündeme getirdi. Mevcut anlaşma, sanayi ürünlerinde sorunsuz bir mal akışı sağlasa da günümüzün dijital ekonomisi, hizmetler sektörü ve yeşil mutabakat hedefleri açısından daha kapsamlı bir revizyona ihtiyaç duyuluyor. Avrupa Komisyonu'nun, kamu alımlarında Gümrük Birliği kuran

anlaşmalara taraf olan ülkelere eşit muamele ve karşılıklılık ilkesini benimsemesi, iki taraf arasındaki ekonomik bağların ne denli iç içe geçtiğini gösteriyor.

“Made in EU” ile başlayan yeni süreç, Gümrük Birliği'nin modernize edilerek genişletilmesi yönündeki müzakerelere ivme kazandırabilir. Yapılacak bir güncelleme, sadece ticari engelleri ortadan kaldırmakla kalmayacak; aynı zamanda Türkiye'nin, Avrupa'nın karar alma mekanizmalarında, standart belirleme süreçlerinde ve sürdürülebilirlik regülasyonlarında çok daha aktif bir rol üstlenmesini sağlayacak.

Gümrük Birliği anlaşmasına göre Türkiye'nin, AB'nin üçüncü ülkelerle imzaladığı serbest ticaret anlaşmalarına uymakla yükümlüken Türkiye'nin bu üçüncü ülkelere ihracatının aynı şartlara tabi olmadığına dikkat çeken İstanbul Ticaret Odası Başkanı Şekib Avdagiç, konuyu şu şekilde değerlendirdi: “AB'nin üçüncü ülkelerle imzaladığı serbest ticaret anlaşmalarından yana yaşadığımız olumsuzlukların ve risklerin giderilmesi için, bir an evvel tedbir alınması yararlı olacaktır. Ticaret Bakanlığının konuyu hassasiyetle ele aldığına ve gerekenleri yapacağına inanıyoruz. Öte yandan, mevcut küresel konjonktürde STA imzaladığımız diğer ülkelerle ithalat-ihracat dengesi göz önüne alınarak STA'ların yeniden müzakere edilmesi ve revize edilmesi gerektiğini düşünüyoruz.”

“TÜRKİYE, AVRUPA SANAYİ ZİNCİRİNDE STRATEJİK KONUMUNU GÜÇLENDİRDİ”



Ömer Karadeniz
Plastik Sanayicileri Federasyonu (PLASFED) Yönetim Kurulu Başkanı

Avrupa Birliği'nin yeni sanayi politikaları kapsamında şekillenen “Made in Europe” yaklaşımında Türkiye'nin, Avrupa değer zincirinin bir parçası olarak değerlendirilmesi Türk sanayisi açısından tarihi ve stratejik bir gelişmedir. Türkiye'nin, AB-Türkiye Gümrük Birliği çerçevesinde Avrupa üretim ve tedarik zincirlerinde önemli bir aktör olarak kabul edilmesini, Türk sanayisinin küresel rekabet gücünü artıracak bir dönüm noktası olarak değerlendirebiliriz.

Türkiye'nin, Avrupa değer zincirlerinin doğal bir parçası olarak görülmesi sanayimizin üretim gücünü ve güvenilir tedarikçi kimliğini bir kez daha ortaya koymuş oldu. Özellikle otomotivden beyaz eşyaya, plastikten inşaata kadar birçok sektörde Türkiye'de üretilen parçalar ve ürünler, Avrupa üretim zincirinin güvenilir bir parçası olarak kabul ediliyor. Bu durum, Türk firmalarının Avrupa projelerine doğrudan katılmasını ve ihracat hacimlerini artırmalarını sağlayarak sanayimiz için stratejik bir avantaj yaratıyor.

“PLASTİK SEKTÖRÜ AVRUPA SANAYİSİ İÇİN ÖNEMLİ BİR PARTNER”

Plastik sektörü; otomotivden ambalaja, beyaz eşyadan inşaata kadar 45'i aşkın sektörün temel girdisini sağlayan stratejik bir üretim alanı. Türk plastik sektörü de güçlü üretim altyapısı ve esnek tedarik kabiliyeti sayesinde Avrupa sanayisi için önemli bir partner konumunda.

Türkiye'de yaklaşık 14 bin üretici firma faaliyet gösteriyor ve sektör 300 bini aşkın kişiye

doğrudan, 1 milyondan fazla kişiye ise dolaylı istihdam sağlıyor. 10 milyar doları aşan ihracat hacmiyle ekonomiye oldukça önemli bir katkı sunuyor. Dolayısıyla Avrupa ile sanayi entegrasyonunun güçlenmesi sektörün büyümesini hızlandıracak.

“SÜRDÜRÜLEBİLİR ÜRETİM VE REKABET GÜCÜ GÜÇLENECEK”

Avrupa ile sanayi entegrasyonunun güçlenmesi aynı zamanda yeşil dönüşüm, sürdürülebilir üretim ve teknoloji yatırımları açısından da önemli fırsatlar yaratacak. PLASFED olarak Türk plastik sanayisinin uluslararası rekabet gücünü artıracak, Avrupa pazarındaki entegrasyonunu derinleştirecek ve sürdürülebilir üretim dönüşümünü hızlandıracak her türlü çalışmayı desteklemeye devam edeceğiz.

Bu sürecin oluşmasında kamu kurumları, iş dünyası ve sektör temsilcilerinin yürüttüğü çalışmalar önemli bir rol oynadı. Bu süreçte başta Ticaret Bakanımız Prof. Dr. Ömer Bolat, Ticaret Bakanlığı bürokratları, iş dünyası kuruluşları ve sektör temsilcileri önemli katkılar sundu.



Türkiye'nin, Avrupa değer zincirlerinin doğal bir parçası olarak görülmesi sanayimizin üretim gücünü ve güvenilir tedarikçi kimliğini bir kez daha ortaya koymuş oldu.

“YENİ TASARI AB İLE SÜRDÜRÜLEN YAPICI DİYALOĞUN SOMUT BİR SONUCUDUR”



Cengiz Eroldu
Otomotiv Sanayii Derneği
(OSD) Yönetim Kurulu Başkanı

Avrupa Komisyonu'nun, Sanayi Hızlandırma Yasası için yayımlanan taslak, Avrupa Birliği'nin (AB) sanayi politikasını daha stratejik ve rekabet odaklı bir çerçeveye taşıırken, uzun zamandır beklenen “AB Ürünü” tanımını da ortaya koymuş oldu. Türkiye'nin Gümrük Birliği çerçevesinde belirlenen politika kapsamına dâhil edilmesi, otomotiv sanayimiz açısından memnuniyet verici bir gelişme.

İlk yaptığımız değerlendirmeye göre Ticaret Bakanlığımızın açıklamasında belirttiği üzere, bu yaklaşım entegre tedarik zincirlerinin korunması açısından kritik bir adımı temsil ediyor. Taslak metinde, yoruma açık bazı hususlar bulunduğunu ve otomotiv ana sanayi açısından dikkatle değerlendirilmesi gereken alanlar olabileceğini öngörüyoruz. Bu hususların, Ticaret Bakanlığımız ve Dışişleri Bakanlığımız ile yakın iş birliği içinde, Avrupa Komisyonu teklifinin AB Üye Ülkeleri ve Avrupa Parlamentosu'nda ele alınacağı süreçte açıklığa kavuşturulacağına inanıyoruz. Tasarının detaylı değerlendirilmesi ile birlikte tabloyu daha net olarak görebileceğiz.

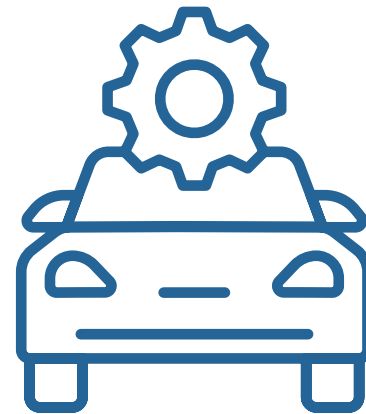
“TÜRKİYE İLE AB ARASINDAKİ GÜÇLÜ UYUM REKABETÇİLİK AÇISINDAN ÖNEM TAŞIYOR”

Kamu alımlarında da benzer bir yaklaşım öngörülmekle birlikte, AB ile bu alanda bir anlaşma yapmamış ve karşılıklı erişimi garanti altına almamış üçüncü ülkeler açısından kamu ihalelerine erişiminin sınırlandırılabilmesi yasa tasarısında belirtiliyor.

Türk Otomotiv sanayisinin ihracatında önemli yeri olan kamu alımları konusunda atılacak adımlar, AB ile Türkiye arasındaki köklü iş birliğinin daha da kuvvetlenmesi bakımından önemli bir fırsat olacak.

Türkiye ile Avrupa Birliği arasındaki Gümrük Birliği çerçevesinde gelişen güçlü üretim ve mühendislik entegrasyonunun ilerleyen dönemde daha da kuvvetlenmesi, her iki tarafın otomotiv sanayilerinin rekabetçiliği bakımından büyük önem taşıyor.

Tasarının mevcut içeriği, kamu yönetimimiz ile özel sektörün eş güdümünde yürüttüğü çalışmaların ve AB ile sürdürülen yapıcı diyalogun somut bir sonucudur. Bugün geldiğimiz noktada, öncelikle tasarının detaylı değerlendirmesini yapmalı ve AB ile Türkiye arasındaki iş birliğini daha da kuvvetlendirecek bir yaklaşım ile yasalaşması için süreci yakından takip etmeye ve girişimlerimizi sürdürmeye devam etmeliyiz.



“AVRUPA'NIN REKABETÇİLİK STRATEJİSİ TÜRKİYE OLMADAN KURULAMAZ”



Kutlu Karavelioğlu
TİM Başkan Vekili ve Türkiye
Makine Federasyonu
(MAKFED) Başkanı

Yatırım mallarına yönelik talebin tüm dünyada daha temkinli seyrettiği bu konjonktürde; finansman imkânları, pazar erişimi, teknik mevzuat uyumu ve tedarik güvenliği gibi konular fiyattan daha önemli rekabet unsurları hline geldi. Bizim için öncelikli olan, daralan talebe uyum sağlamak değil, yeniden şekillenen ticaret mimarisinde kalıcı ve güvenilir bir konum tahkim etmek olduğundan; en büyük ihracat pazarımız AB içinde 'Avrupa Tercih'i' başlığı etrafında yürüyen tartışmalar, sanayide korumacılık ile rekabetçilik arasındaki hassas dengede izleyeceğimiz rotayı belirliyor. Kamu alım ve desteklerinde AB menşei ve düşük karbon kriterlerinin öne çıkması, Avrupa'nın tedarik zincirini daha kapalı ve seçici bir çerçeveye taşıdığından bizi doğrudan ilgilendiriyor.

AB içinde, bu yaklaşımın yeni bürokratik yükler yaratacağı, maliyetleri artıracacağı ve birliği küresel rekabete karşı daha kırılgan hâle getireceği yönündeki güçlü itirazları AB Liderler Zirvesi'nde dikkatle takip ettik. Alman Sanayi Federasyonu tek pazardaki idari ve düzenleyici engellerin, Alman sanayisine yüzde 44 ek maliyet getirebileceği uyarısı yaparken, Alman Makine Mühendisliği Birliği (VDMA) de tedarik uygulamalarının DTÖ kuralları ve STA'larla çelişebileceğine dikkat çekti. 'Made in EU' yerine 'Made with EU' vurgusu yapan bu çevrelerin, Avrupa sanayisinin uluslararası entegrasyonunun zayıflatılmaması savına, küresel tedarik zinciri içinde AB'nin en güçlü stratejik ortaklarından biri olarak mutlaka destek olmamız gerekiyor.

Bir tarafta içerde yerleşme

baskısı, diğer tarafta dışarda genişleyen STA ağı... Bu iki yönlü strateji, Gümrük Birliği ortağı olan Türkiye açısından pazar erişimi ile entegrasyon arasındaki bağın yeniden ve daha net biçimde ele alınmasını zorunlu kılıyor. Çünkü MERCOSUR ve Hindistan ile yapılan kapsamlı STA'lar, yalnızca tarifeleri indiren ticari metinler değil; tedarik zincirlerini çeşitlendiren, kamu alımları ve standartlar alanında yeni eşikler koyan stratejik çerçeveler niteliği taşıyor. Üçüncü ülkelerle yapılan anlaşmaların Gümrük Birliği ortağı olarak Türkiye'yi de içermesi gerektiği konusunda yürütülen diplomatik ve teknik girişimlerin son derece kıymetli olduğunu düşünüyoruz. Rekabetçiliğin bir ayağı korumacılıksa diğer ayağı maliyet kontrolüdür ve bu denge Türkiye dâhil edilmeden kurulamaz.

Almanya'da özellikle otomotiv ve makine sektörlerindeki toparlanma, bölgede uzun süredir devam eden daralmanın sona erebileceğine dair olumlu sinyaller veriyor. Kasım ayında sanayi siparişlerinin yıllık yüzde 5,9 artması, sipariş girişimindeki yüzde 5,6'lık yükseliş ve mevcut sipariş hacminin firmalara yaklaşık sekiz aylık üretim imkânı sağlaması, ertelenmiş yatırımların temkinli ve seçici biçimde gündeme alındığını gösteriyor. Türkiye için doğru strateji; Avrupa ile derin entegrasyonun sağladığı üretim kabiliyetini yeşil ve dijital dönüşüm yatırımlarıyla güçlendirirken Gümrük Birliği'ni pazar erişimi ve eşit rekabet koşulları temelinde güncelleyecek bir yaklaşımı kararlılıkla savunmaktır. Mesele dışarda kalmamak değil; masada kararın tarafı olmaktır.

Türkiye için doğru strateji; Avrupa ile derin entegrasyonun sağladığı üretim kabiliyetini yeşil ve dijital dönüşüm yatırımlarıyla güçlendirirken Gümrük Birliği'ni pazar erişimi ve eşit rekabet koşulları temelinde güncelleyecek bir yaklaşımı kararlılıkla savunmaktır.

Türk Otomotiv sanayisinin ihracatında önemli yeri olan kamu alımları konusunda atılacak adımlar, AB ile Türkiye arasındaki köklü iş birliğinin daha da kuvvetlenmesi bakımından önemli bir fırsat olacak.

Avrupa Pazarında Yükselen Türkiye Gücü

Avrupa Birliği'nin (AB) küresel çapta en büyük beş ticaret ortağından biri olan Türkiye, ihracatının yarısından fazlasını bu büyük pazara gerçekleştiriyor. Küresel ticarete yüksek entegrasyonu ile dikkat çeken AB, Türkiye için rakipsiz ve en büyük pazar konumunu sürdürüyor.

%43,9

Türkiye'nin toplam ihracatı içinde AB ülkelerinin payı (2025 Ocak-Haziran)

%59

Türkiye'nin toplam ihracatı içinde tüm Avrupa kıtası ülkelerinin payı (2025 Ocak-Haziran)



Türkiye'nin Avrupa Birliği'ndeki En Büyük 10 İhracat Pazarı (2025)

1. Almanya	19,8 milyar dolar
2. İtalya	12,3 milyar dolar
3. Fransa	10,4 milyar dolar
4. İspanya	10,1 milyar dolar
5. Romanya	7,9 milyar dolar
6. Hollanda	7,1 milyar dolar
7. Polonya	6,2 milyar dolar
8. Belçika	4,7 milyar dolar
9. Bulgaristan	4,6 milyar dolar
10. Yunanistan	3,4 milyar dolar

Avrupa Birliği'nin Ekonomik Görünümü

%31,3

AB ekonomisinin dış ticarete dayalı olan kısmı



2,7 trilyon dolar

Avrupa Birliği'nin 2025 yılı toplam ihracat hacmi

19,9 trilyon dolar

Avrupa Birliği'nin Nisan 2025 itibarıyla ulaştığı GSYİH değeri

- Türkiye, Avrupa Birliği'nin hem en çok ihracat yaptığı hem de en çok ithalat yaptığı 5'inci ülke konumunda.
- Avrupa Birliği, Türkiye'nin en çok ihracat gerçekleştirdiği bölge olmayı sürdürüyor.
- Türkiye'nin en büyük ticaret ortağı, 20 milyar dolar ile yine bir AB üyesi ülke olan Almanya'dır.

ARJANTİN

Güney Amerika'nın Tedarik Üssü

Tarım üretimindeki gücüyle olduğu kadar lityum ve kaya gazı gibi stratejik enerji kaynaklarıyla da dünya genelinde ayrıcalıklı bir konuma yerleşen Arjantin, girdiği ekonomik yapılanma süreci ve yükselen teknoloji sektörüyle küresel ticaretteki yerini sağlamlaştırıyor.

Köklü tarihi ve Avrupa ile harmanlanmış zengin kültürel dokusuyla Arjantin, Güney Amerika'nın kalbinde tüm zorlu koşullara rağmen varlığını sürdürüyor. Avrupalı göçmenlerin getirdiği kültürel dokunun yerel geleneklerle harmanlandığı ülke, Latin Amerika'nın en büyük üçüncü ekonomisi olma ünvanını taşıyor. G20 üyesi olan ve küresel GSYİH sıralamasında ilk 30 içerisinde yer alan Arjantin, zengin yer altı kaynakları ve yetişmiş insan gücüyle potansiyeli en yüksek ülkelerden biri olarak tanımlanıyor.

Bu devasa potansiyelin en büyük handikabını, tarih boyunca ekonomik dalgalanmaların ve kronik enflasyonun gölgesinde kalmış olması oluşturuyor. Yüz ölçümü açısından dünyanın sekizinci büyük ülkesi olan Arjantin, tarihsel süreçte yaşadığı dalgalanmalara rağmen nitelikli insan kaynağı ve yüksek teknolojiye entegre üretim kodlarıyla küresel arenadaki ağırlığını her zaman hissettiren bir ülke oldu. Modern dünya ekonomisinde vazgeçilmez bir tedarik ve ticaret merkezi olmaya devam ediyor.

EKONOMİSİ 2025 YILINDA YÜZDE 4,4 BÜYÜME KAYDETTİ

Arjantin, Latin Amerika'nın en büyük ekonomilerinden biri. Ancak tüm dünya gibi son yıllarda küresel gelişmelerden ülkenin ekonomisi negatif etkilendi. Küresel enerji ve gıda piyasalarındaki belirsizlikler ile Rusya-Ukrayna Savaşı'nın getirdiği maliyet artışları sebebiyle Arjantin ekonomisi, 2024 yılında bir önceki yıla göre yüzde 3,5 oranında daralma yaşadı. Bu nedenle kronik enflasyon ve



Patagonya

fiyat artışlarıyla mücadelenin, günümüzde hükümetin en önemli odak noktalarından biri olmayı sürdürdüğü görülüyor.

Bununla birlikte, ekonomiyi yeniden rayına oturtmak amacıyla atılan köklü adımların da olumlu sonuçlar verdiği kaydediliyor. Arjantin, uluslararası finansal entegrasyonu kapsamında 11 Nisan 2025'te Uluslararası Para Fonu (IMF) ile 20 milyar dolar tutarında yeni bir finansman programı üzerinde uzlaşmaya vararak ülke ekonomisine yönelik geniş kapsamlı bir yeniden yapılandırma sürecini başlattı. Yeni IMF programı, Arjantin'in 2018 yılından bu yana imzaladığı üçüncü, toplamda ise 23'üncü anlaşma olarak tarihi kayıtlara geçti. IMF programına ek olarak, kemer sıkma politikaları ve mali disiplin sayesinde ülke ekonomisi, daralma evresinden çıkmayı başardı. Arjantin ekonomisi, 2025 yılında tahminlerin biraz altında



-%1,7
GSYİH Büyüme Hızı

632,15
milyar dolar
GSYİH

13,415
dolar
Kişi başı GSYİH
(IMF, 2024 Tahmini)

Ülkenin küresel ekonomideki konumu, ham madde tedarikçisi kimliğinden, katma değerli ürün üreten bir bölgesel merkeze dönüşme çabasıyla şekilleniyor. İhracat portföyü de orta ve yüksek teknolojlili ürünlere doğru evriliyor.

kalsa da yüzde 4,4 oranında büyüme kaydetmeyi başardı.

ÇOK YÖNLÜ SANAYİ YAPISI REKABET AVANTAJI SAĞLIYOR

Arjantin'in dış ticareti, doğal kaynaklarındaki zenginlik ve gelişmekte olan sanayisinin uluslararası pazarlarla kurduğu güçlü uyuma dayanıyor. Gıda, içecek, kimya-petrokimya ve otomotiv gibi alanlar ihracatın ana omurgasını desteklerken, ülkenin ithalat politikalarının da son yıllarda büyük yapısal dönüşümler geçirdiği görülüyor. Tarım



47,12

milyon

Nüfus

(İME, 2024 Tahmini)

2.780.400

kilometrekare

Yüz ölçümü

konusunda küresel bir merkez olarak görülen ülkenin, kimya-petrokimya ve otomotiv sanayileri de büyüme kaynakları arasında oldukça stratejik bir role sahip.

Ülkenin küresel ekonomideki konumu, ham madde tedarikçisi kimliğinden, katma değerli ürün üreten bir bölgesel merkeze dönüşme çabasıyla şekilleniyor. Bu doğrultuda da ihracat portföyü, orta ve yüksek teknolojlili ürünlere doğru evriliyor. Özellikle ülkenin otomotiv sektörü, komşusu Brezilya pazarına yönelik üretim kapasitesiyle sanayi ihracatında kritik bir yere sahip. Üretim standartları yükselen ev aletleri sektörünün de içerdiği elektrikli süpürgeler, mikrodalgalar, kahve makineleri, fanlı ısıtıcılar ve klimalar gibi ürünlerle metalurjik sanayinin güçlü bir kolu olarak öne çıktığı görülüyor. İthalat tarafında ise makine, enerji ekipmanları ve ara mallar öne çıkıyor.

Tarım, enerji ve üretimi entegre eden bu çok yönlü sanayi yapısı, Arjantin'in küresel şoklara karşı ekonomik bağımsızlığını güçlendirirken, uluslararası ticaretteki rekabet avantajını sürekli olarak yukarı taşımaya sağlıyor. Brezilya, Çin ve ABD ile olan güçlü ticari bağları ise ülkenin dış ticaret dengesinde belirleyici bir rol oynuyor.

TARIM ÜRETİMİ İHRACATININ LOKOMOTİFİ DURUMDA

Ülkenin ekonomi ve istihdamında hayati bir ağırlığa sahip olan tarım ve tarıma dayalı sanayi, ihracatın da tartışmasız ana lokomotifini oluşturuyor. Dünya gıda güvenliğinin en önemli



Buenos Aires



Iguaçu Şelaleleri



La Plata Katedrali

teminatlarından biri olarak kabul edilen Arjantin'in, ihracatının yaklaşık yüzde 60'ını tarım ve tarıma dayalı sanayi ürünleri oluşturuyor. Soya fasulyesi, mısır, buğday ve sığır eti gibi emtiaların üretiminde dünyada ön sıralarda yer alan Arjantin, bu organik ürünleri işleyerek yarattığı gıda ve içecek sanayisi ile en büyük ihracat geliri kalemini oluşturuyor.

Özellikle soya yağı ve küspesi üretiminde dünya liderleri arasında yer alan Arjantin, dünyanın tahıl ambarı olma misyonunu

modern sanayisi ile taçlandırmış durumda. Büyüme potansiyeline ek olarak hem geleneksel tarım faaliyetleriyle hem de bu gücü sanayi ile entegre hâle getiren ülkenin, son yıllarda tarım sektöründe büyük bir sıçrama yaşadığı görülüyor.

ENERJİ VE YENİ TEKNOLOJİ ÜSSÜ

Dünyanın ikinci büyük konvansiyonel olmayan doğal gaz ve dördüncü büyük kaya petrolü rezervlerinin bulunduğu Vaca Muerta sahasına ev sahipliği yapan

79,7
milyar dolar

2024 yılında Arjantin'in gerçekleştirdiği ihracat

60,8
milyar dolar

2024 yılında Arjantin'in gerçekleştirdiği ithalat

Arjantin'in gelecek vizyonu, yer altı kaynakları odaklı şekilleniyor. Bu saha, Arjantin'i sadece enerji ithalatçısı olmaktan kurtarmakla kalmayıp, Avrupa ve ABD'ye likit doğal gaz ihraç eden bir enerji üssüne dönüştürme potansiyeline sahip. Enerji fiyatlarındaki küresel belirsizlikler, Vaca Muerta'nın stratejik değerini her geçen gün artırıyor. Ülkenin, enerji altyapısına yaptığı yatırımlar ile boru hattı projeleri ise ülkenin dış ticaret açığını kapatacak en önemli anahtarlardan biri olarak görülüyor.

Küresel iklim hedefleri doğrultusunda başlayan elektrikli araç devrimiyle birlikte stratejik önem katlanarak artan lityum, bakır ve altın gibi değerli madenler de ülkenin ihracat konusunda elini güçlendiren yer altı kaynakları arasında yer alıyor. Çünkü Arjantin, doğal gazın yanı sıra yeni ekonominin en kritik madeni olan lityumda dünya devi konumunda. Dünya toplam lityum rezervlerinin yüzde 56'sına sahip olan ülke, Şili ve Bolivya ile birlikte "Lityum Üçgeni"ni oluşturuyor. Elektrikli araç bataryalarından akıllı telefonlara kadar geleceğin teknolojilerinde kullanılan bu lityum madeni, Arjantin'i küresel tedarik zincirinin en stratejik noktalarından birine yerleştiriyor.

DENİZ YOLU TAŞIMACILIĞI ÖNEMLİ BİR GÜÇ

Arjantin'in, Güney Amerika'nın güney ucunda yer alması, ülkeyi



Mendoza, And Dağları

Arjantin'in, Güney Amerika'nın güney ucunda yer alması ülkeyi Antarktika'ya açılan bir kapı ve Güney Atlantik ticaret yollarında stratejik bir durak hâline getiriyor. Ülke, tarım ürünlerinin dünyaya sevkiyatını Rosario ve Buenos Aires limanları üzerinden gerçekleştiriyor.

Antarktika'ya açılan bir kapı ve Güney Atlantik ticaret yollarında stratejik bir durak hâline getiriyor. Ülke, özellikle tarım ürünlerinin dünyaya sevkiyatını Rosario ve Buenos Aires limanları üzerinden gerçekleştiriyor. Ülkenin en büyük ticari partnerleri olan Çin, ABD, Avrupa Birliği, Meksika ve Venezuela gibi ülkelerle gerçekleştirilen ticari faaliyetler büyük ölçüde deniz yolu üzerinden yürütülüyor. Durum, deniz aşırı bir ülke olan Türkiye için de aynı. İki ülke arasındaki ticari faaliyetler büyük ölçüde deniz taşımacılığına dayanıyor.

Ülkenin en önemli limanları arasında ise doğu sahil şeridinde konumlanan Buenos Aires Limanı geliyor. Liman, kuzeyde Uruguay ve güneyde Arjantin arasında kalan Güney Amerika'nın doğu kıyısındaki Rio de la Plata nehrin etrafında yer alıyor. Paraguay,

Uruguay ve Brezilya ile deniz bağlantısı olması, limanın değerini daha da artırıyor. Bu bağlantılar limanı, Güney Amerika kıtasının önemli bir dağıtım merkezi hâline getiriyor.

LATİN AMERİKA'NIN TUTKULU MELODİSİ: BUENOS AIRES

Buenos Aires ya da Türkçe'deki anlamıyla "güzel rüzgârlar ya da güzel hava". Şehrin ismi, güzel rüzgârların leydisi olarak da bilinen Sardunya'daki Bonaria Madonna yani Meryem Ana Tapınağı'ndan geliyor. Buenos Aires tutkuyla donatılmış bir şehir aynı şekilde halkı da öyle. Dans, sanat, siyaset, yemek ve futbol... Konu hiç fark etmeksizin her şeyin tutkuyla yapıldığı şehir, diğer Latin Amerika ülkeleri ile kıyaslandığında da farkını ortaya koyuyor. Arjantin'in

başkenti Buenos Aires, daha çok Avrupalı özelliklere sahip çünkü göçmen yoğun bir şehir. İspanyol işgali sırasında yerli halkın ciddi kayıplar yaşadığı bölge, hızlı bir şekilde büyük göç almaya başlamış. Bu yüzden hem ülke hem de başkent olarak göçmen kültürünün izlerine çok fazla rastlanıyor.

Arjantin'in doğu kesimindeki Buenos Aires, Rio de la Plata Nehri'nin güneyinde konumlanıyor. Ülkenin en gelişmiş şehirlerinden biri olarak kabul edilen şehir, kültür, sanat, turizm, ekonomi ve eğitim alanında sundukları ile dikkat çekiyor. Özellikle de Latin Amerika yapısının, göç dalgası sonrası çeşitlilik kazanması, Buenos Aires'in kendine has bir kültürle şekillenmesine sebep olmuş. Bu yüzden şehrin başta mimarisi olmak üzere, kültür, sanat, müzik ve yemeklerinde Avrupa yansımaları oldukça yoğun. Fakat yine de Latin Amerika'nın asla azalmayan tutkusu şehrin ruhunda baskın şekilde hissediliyor. Buenos Aires, Arjantin'in en büyük şehri olmasının yanı sıra en önemli liman kentlerinden biri. Bu açıdan bakıldığında şehir sadece turizmi ile değil limanlarıyla da ciddi bir ekonomik değer taşıyor.



Uğurlular Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş.

ÜRETİM, YATIRIM VE İHRACATLA BÜYÜYORUZ

61 yıllık uzmanlığımız, inovatif yatırımlarımız ve sürdürülebilir üretim vizyonumuzla 30'dan fazla ülkeye ihracat yaparak Uğurlular kalitesini dünya ile buluşturuyoruz.



www.ugurlular.com.tr

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 paketleme 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, 27 Temmuz 2023 ve 17 Kasım 2025 yıllarında toplamda 4 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 66 ülkede, Cat's White® markamız 30 ülkede, RoCat® markamız 28 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 Türkiye 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, 27th July 2023 and 17th November 2025 bringing the total number of awards to four. 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 66 countries, our Cat's White® brand in 30 countries and our RoCat® brand in 28 countries. As Bentaş Bentonit, we are experiencing the happiness and pride of being among "Türkiye's second 500 companies that export from production", which was one of our biggest goals since our establishment.

We serve to 144 international customers in 78 countries.

As of 2026, 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 Türkiye's largest producer and exporter. Our company is one of the biggest suppliers in Europe.



CLEANING AND SANITATION
CAT LITTER - TÜRKİYE
2019-2020 / 2021-2022 / 2023-2024 / 2025-2026

Bentaş



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@bentashbentonit.com
Telefon	: +90 452 423 48 04
Fax	: +90 452 424 02 16
Web	: www.bentashbentonit.com
E-mail	: contact@bentashbentonit.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@bentashbentonit.com
Fax	: +90 452 423 48 04
Phone	: +90 452 424 02 16
Web	: www.bentashbentonit.com
E-mail	: contact@bentashbentonit.com
Address	: Fatsa OSB. 101 Sk. No: 20 52400 Fatsa, ORDU / TÜRKİYE

f X @BentashBentonit | www.bentashbentonit.com

TİM TÜRKİYE EXPORTERS ASSEMBLY **AMONG TOP 1000 EXPORTERS OF TÜRKİYE**

VAN CAT WHITE SAND CAT'S WHITE roCat

“Derimod, Kendi Ürün Gamında Lider Bir Marka”

Deri ceketteki uzmanlığını ayakkabıya taşıyarak büyük bir dönüşüme imza atan Derimod, geleneksel zanaatı, dijitalleşme ve koleksiyon odaklı büyüme vizyonuyla dünya pazarında buluşturuyor.

Röportaj: Zeynep Tütüncü Güngör



Derimod Başkan Yardımcısı Sedef Orman: “Deri giyim, dönem dönem değişkenlik gösterse de her zaman modada önemli yeri olan, insanlara kendini iyi, güçlü ve özgüvenli hissettiren bir kategori. Derimod olarak perakende anlamında bu kategoride açık ara liderliğimiz bulunuyor.”

Türkiye’de deri modasının rotasını çizen Derimod, 50 yıllık köklü serüvenini üretimden perakendeye, yerelden küresele uzanan stratejik bir dönüşümle taçlandırıyor. Bugün deri ceketten ayakkabıya uzanan geniş ürün gamıyla orta-üst segmentin liderliğini üstlenen marka, dijitalleşmeyi ve veri odaklı yönetimi merkeze alarak geleceği şekillendiriyor. Geçmişin tecrübesini modern dünyanın dinamikleriyle harmanlayan Derimod’un, sürdürülebilir başarı ve global büyüme hedefiyle sektörde izlediği yolu Derimod Başkan Yardımcısı Sedef Orman dergimize anlattı.

Derimod, Türkiye’de deri modası dendiğinde akla ilk gelen ve sektöre yön veren markalardan biri şüphesiz. Markanın 50 yıllık köklü geçmişinde bugüne kadar geçirdiği dönüşümü nasıl tanımlarsınız? Şirketin geçirdiği bu dönüşümde siz kendi misyonunuzu nasıl konumlandırıyorsunuz?

Derimod’un yolculuğu birkaç kez yön değiştirdi ve bugün geldiğimiz noktada görüyoruz ki ciddi yol ayrımlarında hep doğru yönü seçip ilerlemişiz. Ümit Zaim’in 1975 yılında deriyi moda ile birleştirme vizyonuyla kurduğu Derimod, uzun yıllar üretici-ihracatçı kimliği ile yol aldıktan sonra 90’lı yılların başında Türkiye’de AVM’lerin açılmasıyla başlayan süreci iyi yakalayıp mağazacılık ve perakende

Deri sektörü 80’li yıllarda ihracatla başlayan ve sonra 90’larda Rusya’nın açılmasıyla zirve yapan çok şaşaalı dönemler yaşadı. Şanslıyız ki biz hepsini gördük. Ancak artan üretim maliyetleri, küresel talepteki daralma ve değişen tüketici beklentileri sektörü yeniden konumlanmaya zorluyor.

yolunda markalaşmaya başladı. İlk yol ayrımı ve dönüşüm buydu ama biz asıl en büyük başarıyı deri ceketin yanında ayakkabıcı olarak dönüşümümüzle yakaladık. Annem Zerrin Zaim’in ısrarlarıyla başladığımız ayakkabı yolculuğumuz, bugün orta üst segment ayakkabı liginde lider olarak devam ediyor.

Yani Derimod kuruluşundan bugüne kadar önce üreticilikten perakendeciliğe geçti, akabinde de kategorisini genişleterek kendi ürün gamında lider konuma gelen bir marka oldu. Bunu yaparken de çağı yakalayan, organize, teknolojik kabiliyeti yüksek, sektörün iyi yetişmiş profesyonelleri tarafından aile üyeleriyle birlikte uyum içinde yönetilen bir şirket hâline geldi. Bizlerin de görevi aile üyeleri ve şirket ortakları olarak stratejiyi doğru çizmek, kriz anlarında kararlı duruşumuzla çalışanlarımıza doğru şekilde yön vermek, onları cesaretlendirmek, ölçülü riskler almaktan kaçınmamak ve şirketimizi her zaman günün gereksinimlerine uygun hâle getirecek geliştirmelerle sürdürülebilir bir başarı elde etmek oldu.

Derimod’un köklerinde güçlü bir üretici kimliği yatıyor, ancak zaman içinde odağınızı mağazacılık ve perakendeye kaydırarak koleksiyon bazlı bir yapıya geçtiniz. Bu köklü dönüşümün, markaya kazandırdığı en büyük avantajlar ve zorluklar neler oldu?

Üreticilik ve perakendecilik, aslında aynı bünyede kolay kolay var

olamayan, kendine göre bambaşka zorlukları olan çok değerli iki alan. Yolculuğumuzda bu geçişi yapmanın bize en büyük avantajı, kendi markamızı büyütmesi ve tüm ülkeye mal olmuş, bu kadar kıymetli bir ismin insanların zihninde tam anlamıyla yerleşebilmiş olması oldu. Bu da bizim müşteriyle doğrudan temas ile güven ve kalite algımızı güçlendirmemizi sağladı. Zorluklar ise üretim süreçlerinden farklı olarak perakende firmalarının kendilerine has süreçlerinin iyileştirilmesi ve geliştirilmesi anlamında oldu. Burada hız, operasyonel verimlilik ve kârlılık, takip edilmesi gereken en önemli maddeler. Bunu yaparken teknolojiden ve insan kaynağından en yüksek düzeyde faydalanmak, satış kanallarını çeşitlendirmek, operasyonlarımızı ve süreçlerimizi analiz edip sürekli düzenlemek, bunun yanında da markamıza yaptığımız reklam ve iletişim yatırımlarıyla hem yeni müşteri kazanımı hem de mevcut müşterilerimizin devamlılığının sağlanması en önemli satırbaşları diyebilirim.

Derimod, sınırları aşarak yurt dışında da varlık gösteren ve global bir vizyonla hareket eden öncü bir Türk markası. Özellikle fiziksel mağazacılık ve dijital platformlar özelindeki yurt dışı operasyonlarınızda hangi pazarlara odaklanıyorsunuz?

Derimod olarak ihracatçı kimliğimizden gelen çok köklü bir yurt



Türk deri sektörü bugün hem deri ve kürk tabakhane hem de konfeksiyon anlamında dünyadaki en yüksek bilgi birikimi, üretim kabiliyeti ve alt yapıya sahip.



Bugün Azerbaycan, Türki Cumhuriyetler, Balkanlar ve Kuzey Afrika gibi yedi ülkede 19 mağaza ile yurt dışı operasyonumuzu sürdürüyoruz.

dışı pazar deneyimimiz var. Fakat perakendeci olarak markalı ihracat ve mağazalaşma, bizim son 10 yılda tecrübe ettiğimiz yepyeni bir alan. Bu anlamda hedef ülkeler ve iş modellerimizi belirleyip birçok ülkede mağaza yatırımları yaptık veya bayilik modelleriyle ilerledik. Tabii ki başarısız olduğumuz ve operasyonlarımızı durdurduğumuz ülkeler de oldu; Rusya, İran, Suudi Arabistan gibi. Burada hem kendi eksikliklerimizin hem de ülkelerin geçirdiği siyasi veya ekonomik durumların dönem dönem çok etkili olduğunu söyleyebilirim.

Bugün Azerbaycan, Türki Cumhuriyetler, Balkanlar ve Kuzey Afrika gibi yedi ülkede 19 mağaza ile yurt dışı operasyonumuzu sürdürüyoruz. Ancak biz asıl global pazarlarda büyüme hedefimizi mağazacılığın yanında online siteler ve pazaryerleri olarak belirledik. Önce Almanya merkezli Zalando ile iş birliğine başlayıp ciddi başarılar elde ettikten sonra şu an yedi

Avrupa ülkesinin en büyük online satış siteleri ile faaliyetlerimize devam ediyoruz.

Deri sektörü, 80'li yıllardaki ihracat hamlesi ve 90'lardaki pazar açılımlarıyla altın çağını yaşadı ancak son yıllardaki küresel belirsizlikler sektörel dinamikleri değiştirdi. Türkiye'deki deri sanayisinin bugünkü altyapısını ve potansiyelini nasıl değerlendiriyorsunuz? Sektörün parlak günlerine dönmesi için hangi adımların atılması gerekiyor?

Gerçekten deri sektörü 80'li yıllarda ihracatla başlayan ve sonra 90'larda Rusya'nın açılmasıyla zirve yapan çok şaşaalı dönemler yaşadı. Şanslıyız ki biz hepsini gördük. Türk deri sektörü bugün hem deri ve kürk tabakhane hem de konfeksiyon anlamında dünyadaki en yüksek bilgi birikimi, üretim kabiliyeti ve alt yapıya sahip. Ancak artan üretim maliyetleri, küresel



talepteki daralma ve değişen tüketici beklentileri sektörü yeniden konumlanmaya zorluyor. Geçmiş şaşaalı dönemler bir daha gelir mi, açıkçası emin değilim. Ama gelecek dönem, tasarım ve markalaşma odağını güçlendiren oyuncular için bazı fırsatlar barındırabilir.

Günümüzde küresel rekabetin kuralları; sürdürülebilirlik, operasyonel hız ve e-ticaret gibi yeni nesil kavramlarla yeniden şekilleniyor. Derimod olarak bu değişime uyum sağlayabilmek adına ne gibi çalışmalar yapıyorsunuz?

Dijitalleşme işimizin bir parçası değil, aksine tüm süreçlerin ana merkezi. Veri ile yönetilmeyen hiçbir şirketin bundan sonra var olabileceğine inanmadığımız için tüm yatırımlarımızı teknoloji ve operasyonel süreçlerin dijital iyileştirmesi üzerine yapıyoruz. Tedarik zinciri, lojistik, planlama ve tasarım süreçlerinin hepsinde teknolojik kabiliyetlerimizi artırmaya, işimizi insan odaklılıktan veri odaklı olmaya doğru geliştirmeye çalışıyoruz.

Derimod, her sezon genişleyen ürün gamıyla farklı zevklere hi-

tap eden yüzlerce yeni tasarımı vitrinlerine taşıyor. Modanın öncüsü olma hedefiyle koleksiyon matematiğini yönetirken en çok neye dikkat ediyorsunuz? Öncelikle müşterinizi doğru belirlemeli ve onu çok iyi tanımalısınız. Biz Derimod olarak 25 yaş üstü modern, şehirli, kendi ayaklarının üzerinde duran kadın ve erkeklerle hitap ediyoruz. Bu hedef doğrultusunda da koleksiyonlarımızı oluştururken hem güncel trendleri takip ederek hem de kendi verilerimizi iyi analiz ederek müşterilerimizin beklentilerine

uygun koleksiyonlar oluşturmaya gayret ediyoruz. Bunu yaparken hem modanın hem de rakamların sesine kulak vermek gerekiyor. Koleksiyon matematiğini kurarken de ticari, trend, spor gibi kategorileri iyi dengelemek; belli oranda da mutlaka en son moda ürünleri test etmek, trend anlamında öncü olmak için çok önemli.

Derimod, temelleri sağlam atılmış bir aile şirketi kültüründen geliyor. Karar alma süreçlerindeki bu çevikliği ve aidiyet duygusunu korurken, şirketin uzun vadeli sürdürülebilirliği için kurumsallaşma ve profesyonel yönetim entegrasyonunu nasıl sağlıyorsunuz?

Derimod 1975 yılında Ümit Zaim ve Zerrin Zaim tarafından kurulurken değerleri ve vizyonu ne ise şu an yönetimde olan kuzenlerim Murat Zaim, Ali Zaim ve benim de değerlerimiz, hep en iyisini yapma vizyonumuz aynı şekilde devam ediyor. Aile şirketi olmak vizyon sürekliliği, hızlı karar alma ve güçlü aidiyet duygusu yaratıyor. Bu yapıyı korurken kurumsallaşmak, sürdürülebilirliğin temel şartı. Profesyonel yönetim kadrolarımız ve kurumsal akıl ile stratejilerimizi oluşturup, planlayıp, ilerliyoruz. Hepimiz işimizi severek yapıyoruz

ve en önemlisi sadece en iyi bildiğimiz işi yapıyoruz.

Son olarak deri moda sektöründe değişen tüketici beklentileri ve rekabet ortamı düşünüldüğünde, Derimod'un önümüzdeki 5-10 yıldaki ana hedefleri neler olacak? Sektör genelinde hangi değişimlerin kaçınılmaz olduğunu düşünüyorsunuz?

Sektörümüzü, dünyadaki tüm olumsuz koşullara rağmen avantajını koruyabilecek bir sektör olarak görüyorum. Ürün anlamında da deri giyim, dönem dönem değişkenlik gösterse de her zaman modada önemli yeri olan, insanlara kendini iyi, güçlü ve özgüvenli hissettiren bir kategori. Derimod olarak perakende anlamında bu kategoride açık ara liderliğimiz bulunuyor. Hedefimiz, bu liderliği pekiştirip kendimizi geçerek daha yüksek adetlere ulaşmak.

Ayakkabı ise bir ihtiyaç ürünü, oradaki yoğun rekabete rağmen ülke olarak yıllık ayakkabı alım adetlerinde hâlâ Avrupa ortalamasının çok gerisindeyiz, bu da aslında toplam pastanın çok ciddi bir büyüme potansiyeli olduğunu gösteriyor. Buradaki hedefimiz de yine kendi alanımızda yakalamış olduğumuz liderliğimizi korumak, kârlı ve sürdürülebilir bir büyüme temposunu devam ettirmek. Bunu yaparken mutlaka çoklu kanal stratejisi uygulamak gerekiyor. Omnichannel dediğimiz online ve offline kanalların kusursuz uyum içinde çalıştığı bir müşteri deneyimi sunmayı hedefliyoruz. Ayrıca olmadığımız yüksek potansiyelli bölgelerde mağaza ağıımızı genişletirken mevcut başarılı mağazalarımızda da metrekare büyümesi ve renovasyonlar yapmak, reklam ve iletişim kanallarını her zaman sıcak ve günece uygun tutmak, markanın algısını her daim müşterilerin gözünde itibarlı, kaliteli ve modern tutmak, yapılması gerekenlerin başında geliyor.



Yeni Nesil Tasarım Anlayışı Tekne Tercihlerini Nasıl Şekillendiriyor?

Küresel yat ve tekne endüstrisi, bugün yalnızca teknik kapasite ve üretim gücüyle açıklanabilecek bir yapı olmaktan çıkmış durumda. Tasarım anlayışının yaşam biçimine evrilmesi, sürdürülebilirliğin artık bir seçenek değil zorunluluk haline gelmesi ve kullanıcı deneyiminin merkeze yerleşmesi, sektörün yönünü belirleyen temel dinamikler olarak öne çıkıyor. Bu dönüşüm, tekneleri salt bir deniz aracı olmaktan çıkararak, deniz üzerinde kurgulanan yaşam alanlarına dönüştürüyor.

Bugün yat ve tekne dünyasında rekabet artık sadece motor gücüyle ya da üretim kapasitesiyle ölçülüyor. Deniz tutkunları için asıl belirleyici olan, denizde geçirilen zamanın nasıl deneyime dönüştüğü. Bu değişim, küresel yat ve tekne endüstrisinin dinamiklerini köklü biçimde yeniden şekillendiriyor.

Artık sektör; teknik performansın ötesinde, tasarım anlayışı, sürdürülebilirlik yaklaşımı ve kullanıcı deneyimi odağında geliyor. Tekneler yalnızca bir noktadan diğerine ulaşmayı sağlayan araçlar olmaktan çıkarak, denizin üzerinde kurgulanan yaşam alanlarına dönüşüyor. Kullanıcı beklentilerinin değişmesiyle birlikte, konfor, esneklik ve uzun süreli yaşam imkanı tasarımın merkezine yerleşiyor.

Tasarım artık sadece nasıl görüldüğüyle değil, nasıl hissettirdiğiyle tanımlanıyor.

Bu dönüşümün en somut yansıması ise tasarım dilinde kendini gösteriyor. Kapalı ve açık alanlar arasındaki sınırlar giderek ortadan kalkarken, yaşam alanları daha esnek ve çok amaçlı çözümlerle yeniden kurgulanıyor. Geniş cam yüzeyler, iç ve dış mekân sürekliliğini güçlendirerek denizle kurulan bağı daha doğal ve kesintisiz hale getiriyor. Bu yaklaşım artık yalnızca estetik bir tercih değil; doğrudan kullanıcı beklentisinin bir sonucu olarak öne çıkıyor.



Sürdürülebilirlik artık bir tercih değil, tasarımın çıkış noktası. Sürdürülebilirlik ise bu yeni dönemin en belirleyici unsurlarından biri. Hibrit ve elektrik destekli tahrik sistemleri, optimize edilmiş gövde yapıları ve gelişmiş enerji yönetim çözümleri, sektörün teknik dönüşümünü destekliyor. Hafif kompozit malzemelerin yaygınlaşması, hem performansı artırıyor hem de operasyonel verimliliği ileri taşıyor. En kritik değişim ise sürdürülebilirliğin artık sonradan eklenen bir özellik değil, tasarım sürecinin başlangıç noktası haline gelmiş olması.

Bu yaklaşımın en dikkat çekici örnekleri ise niş segmentte karşımıza çıkıyor. Sanlorenzo SX100, hacim ve menzil algısını yeniden tanımlarken; Bluegame BGM75, fonksiyonel esnekliği merkeze alan bir tasarım anlayışı sunuyor. Prestige M7, geniş yaşam alanlarını kompakt bir formda bir araya getirerek farklı bir deneyim yaratıyor. Yelkenli segmentinde Hanse 590 dengeli performans

ve konforu bir arada sunarken, Jeanneau Yachts 55 mahremiyet odaklı planlamasıyla öne çıkıyor. Tüm bu gelişmeler, yat ve tekne endüstrisinde rekabetin yön değiştirdiğini açıkça ortaya koyuyor. Çünkü artık mesele bir tekneye sahip olmak değil; o teknenin sunduğu yaşamı deneyimlemek.



Murat Bekiroğlu
Yat ve Tekne Endüstrisi Derneği-
Trio Deniz Yönetim Kurulu Başkanı



DENİZDE YAŞAMDAN FAZLASI

Dünya lideri tekne markaları,
Trio Deniz güvencesiyle Türkiye'de
deniz tutkunlarıyla buluşuyor.

TRIO
YACHTING YOUR LIFE

Marinturk Pendik City Port Marina +90 216 511 10 00
Turgutreis D-Marin Bodrum trio@triodeniz.com
D-Marin Göcek, Port Marina triodeniz.com

Detaylı Bilgi İçin



SANLORENZO BLUEGAME PRESTIGE JEANNEAU SACS Hanse Moody KCS NAUTOR SWAN

trio@triodeniz.com triodeniz.com trio deniz

Sürdürülebilir Ticarete Sınırları Belirleyen Uygulama



Dijital Ürün Pasaportu Neleri Değiştirecek?

Avrupa Birliği, Dijital Ürün Pasaportu ile ürünlerin ham maddesinden karbon ayak izine kadar tüm detaylarını barındıran dijital kimlikleriyle dolaşımında olacağı yeni bir ticaret dönemi başlattı. 2026 itibarıyla Avrupa pazarına girişin anahtarı olarak görülen bu pasaport, hazırlıksız yakalananlar için büyük bir engel, uyum sağlayan Türk üreticisi içinse kalitesini dünyaya tescil etme fırsatı sunuyor.

Avrupa Birliği (AB), Sınırda Karbon Düzenleme Mekanizması (SKDM) ve Emisyon Ticaret Sistemi'nin (ETS) ardından sürdürülebilirlik hedeflerinde bir adım daha ileri gitti. Yeşil Mutabakat ve Döngüsel Ekonomi Eylem Planı'nın en önemli adımlarından biri olan Dijital Ürün Pasaportu (DPP) uygulamasıyla, çevresel standartları karşılamayan ürünlerin Avrupa pazarına girişi zorlaşacak.

Avrupa, kullanım ömrü dolduğunda nasıl dönüştürüleceği ya da nasıl imha edileceğine dair detayları barındırmayan ürünlerin ülkeye girişine onay vermeyecek. 2026 yılından itibaren kademeli şekilde hayata geçecek bu sistem, üretim ve tedarik zincirini baştan sona şeffaflaştırmayı hedefliyor. Üreticileri çevre dostu yöntemlere yönlendiren Dijital Ürün Pasaportu uygulamasıyla geri dönüşüm ve döngüsel ekonominin küresel çapta güçlendirilmesi hedefleniyor.

Yeni süreç, Avrupa ile derin ticari bağlara sahip olan Türkiye için de hayati bir sınav niteliğinde. Bu karmaşık yapı, Türk ihracatçısı için avantaj ve dezavantajları bir arada barındırıyor. Ancak yine de engel olarak görmemek gerekiyor. Hâlihazırda Avrupa ile güçlü bir ticari ilişkisi bulunan Türkiye'nin, sürdürülebilir üretim kapasitesini dünyaya tescil etmesi için yeni uygulama bir fırsat olabilir.

ÜRETİMDEN TÜKETİME İZLENEBİLİR YAŞAM DÖNGÜSÜ

Dijital Ürün Pasaportu (DPP) ile artık ürünler sadece fiziksel formlarıyla değil üretim bandından geri dönüşüme kadar geçirdikleri

tüm yaşam döngüsünü barındıran dijital kimlikleriyle uluslararası dolaşımında olacak. Bu pasaportlar, bir ürünün ham maddesinden içerdiği kimyasallara, karbon ayak izinden tamir edilebilirliğine kadar tüm detayların yer aldığı kapsamlı veri akışını, tek bir dijital künyede bir araya getiriyor.

Bu sistem; ürünün nerede üretildiği, ham madde içeriği, üretim aşamaları ve dayanıklılık seviyesi gibi hayati bilgilerin yanı sıra, kullanım ömrü bittiğinde onarıma mı, geri dönüşüme mi yoksa imhaya mı yönlendirileceği bilgisini de barındırıyor. Bu sayede tüketiciler ve geri dönüşüm tesisleri, ürün üzerinde yer alan QR kod veya barkodu okutarak bu verilere tek bir kaynaktan erişebilecek. Sürdürülebilir Ürünler için Ekotasarım Yönetmeliği'nin belkemiği olan bu uygulama, çevresel ve toplumsal faydaların yanında geri dönüşüm sayesinde döngüsel ekonomiye geçişi hızlandıracak.



Küçük ölçekli işletmeleri negatif yönde etkilemesi beklenen DPP uygulaması, veri tabanı oluşturma noktasında ilave bir iş yükü yaratırken, kurallara uyum sağlayabilmek adına teknolojik yatırımları da mecburi kılıyor.



ÖNCELİKLİ ÜRÜNLERİN LİSTESİ

Dijital Ürün Pasaportu'ndan en fazla etkilenecek alanların başında tekstil, beyaz eşya, elektrik-elektronik, mobilya, makine ve kimya sektörleri geliyor. Oldukça geniş bir ürün yelpazesini kapsayacak bu düzenlemede; çevresel etkileri yüksek olan tekstil ile hazır giyim eşyaları, bataryalar, oyuncaklar, elektronik cihazlar ve inşaat materyalleri öncelikli ürün grupları içinde yer alıyor. 2026 itibarıyla tekstil malzemeleri, elektronik ile bilgi teknolojileri donanımları ve bataryalar bu durumdan ilk etkilenecek ürün kategorisini oluşturacak. Uygulamanın, 2027 yılı itibarıyla da pazara sunulan

endüstriyel, otomotiv ve taşınabilir piller için mecburi hâle gelmesi planlanıyor.

Aynı dönem içinde demir-çelik sanayisi de 18 ay sürecek bir adaptasyon döneminin ardından DPP kuralına tabi olacak. Uygulamanın 2028 ile 2030 yılları arasında kapsamının daha da genişletilerek ambalaj, plastik, kimya, makine ve mobilya alanlarında da devreye alınması öngörülüyor. AB, 2030 senesine kadar bütün ürün gruplarında eksiksiz bir geçişi tamamlamayı amaçlıyor.

Öncelikli ürünler listesinde bulunan oyuncaklar, 1 Ocak 2026 tarihinden itibaren dijital pasaport uygulamasına dâhil edildi. Kendi

sınırları içinde satılan güvensiz oyuncak miktarını azaltmayı ve çocukları bu ürünlerden doğabilecek tehlikelere karşı korumayı hedefleyen AB, üretici firmaların yasal mevzuata 1 Ağustos 2030 tarihine kadar uyum sağlamlarını talep ediyor.

DPP sistemine geçiş süreci, pratikte ortaya çıkan birtakım zorlukları da beraberinde getiriyor. Bilhassa küçük ölçekli işletmeleri negatif yönde etkilemesi beklenen bu uygulama, veri tabanı oluşturma noktasında ilave bir iş yükü yaratırken, kurallara uyum sağlayabilmek adına teknolojik yatırımları da mecburi kılıyor.

İHRACATTA REKABETİN YENİ ANAHTARI OLACAK

Bu süreçte, Türk ihracatçılarının Avrupa'daki pazar paylarını koruyabilmeleri ve öne çıkabilmeleri adına veri yönetim sistemlerini hızla güncellemeleri büyük önem taşıyor. Çünkü ancak bu sayede Türk ihracatçısının küresel pazardaki rekabet gücü korunabilir. Geçiş sürecinin başarıyla yönetilmesi ise üreticilerin doğru eğitimlerle desteklenmesine bağlı. Bu ihtiyaca yanıt vermek üzere İnovakademi ve Sürdürülebilir Ticaret Derne-

ği iş birliğiyle hazırlanan eğitim programı, ihracatçıların küresel pazardaki gücünü artırmayı amaçlıyor. Doç. Dr. Şenay Balbay öncülüğünde hazırlanan eğitimler, nisan ayı itibarıyla İstanbul, Bursa ve Gaziantep gibi sanayinin kalbi olan şehirlerde başladı.

Konunun akademik ve yasal çerçevesini değerlendiren Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Endüstriyel Sürdürülebilirlik Anabilim Dalı Başkanı Doç. Dr. Şenay Balbay, Dijital Ürün Pasaportu'nun teknik bir belgeden çok daha fazlası olduğunu vurguluyor. Balbay: "Dijital Ürün Pasaportu, bir ürünün ham maddesinden geri dönüşümüne kadar tüm yaşam döngüsünü şeffaf bir şekilde kayıt altına alıyor. 2026 itibarıyla bu veri setini sunamayan ürünlerin AB gümrüklerinden geçişi imkansız hale gelecek. Akademik bakış açısıyla uyarımız net: Bu bir tercih değil, zorunluluktur. Şirketlerin yaşam döngüsü analizlerini (LCA) bilimsel temellere oturtması ve verilerini uluslararası denetim standartlarında doğrulaması gerekiyor." diyor.

Dijital Ürün Pasaportu'nun ihracatçılar için "dijital vize" anlamı taşıdığını belirten İnovakademi Kurucusu Gökhan Erol ise şunları söyledi: "Türk sanayicisi kaliteli üretir, zamanında teslim eder ama değişen regülasyonun getirdiği görünmez gümrük duvarlarını görmezden gelip öteleyer. Eğer bu vizeyi alamazsanız, malınız gümrükte kalır, rakipleriniz sizin rafınıza yerleşir. Özellikle Bursa, Gaziantep, Kocaeli ve İstanbul gibi üretim merkezlerimizdeki tekstil, otomotiv ve kimya devleri için 'bekleyip görme' dönemi bitti. Biz sadece eğitim vermiyoruz, sanayicinin ticari sırlarını koruyarak bu dijital dönüşümü nasıl yapacağını, tedarik zincirini nasıl ayakta tutacağını gösteren bir hayatta kalma stratejisi sunuyoruz. Artık pazar kaybetmeye ihracatçıların da bizim de tahammülümüz yok."



Geçiş Süreci 2030 Yılına Kadar Sürececek

Düzenlemenin etkilerini en yoğun hissedecek alanların başında tekstil, beyaz eşya, elektrik-elektronik, mobilya, makine ve kimya geliyor. Çevresel ayak izi büyük olan tekstil, hazır giyim, batarya, oyuncak, elektronik cihazlar ve inşaat malzemeleri ilk etapta kapsama alınacak ürünler arasında. Firmalara, sisteme tam uyum sağlamları için 2030 yılına kadar bir geçiş süresi tanınmış olsa da 2026, zorunlu veri alt-yapısı hazırlıkları ve pilot uygulamalarla bu sistemin ticari hayatın merkezine oturduğu stratejik bir yıl olacak.

SEKTÖRLERE GÖRE UYGULAMA TAKVİMİ

Sektör	Uygulama Başlangıç Tarihi
Piller ve bataryalar	2027 başı itibarıyla zorunlu
Tekstil ve hazır giyim	2027 - 2028 arası (Kademeli geçiş)
Demir-çelik ve alüminyum	2028 - 2030 (Sürdürülebilirlik odaklı)
Elektronik ve bilişim	2028 sonrası
Mobilya ve inşaat malzemeleri	2030 yılına kadar tam uyum
Yatırım Riski	İran ile ticaret yapana %25 ABD tarifesi tehdidi
Kızıldeniz Tehdidi	Hüsil saldırıları yeniden başlattı

Teşekkürler Dünya

Ürettiğimiz enerji ekipmanlarını
6 kıtada 80'den fazla ülkede kullandığınız
ve Türk enerjisine güvendiğiniz için
teşekkür ederiz.

Güç Transformatorü
1000 MVA / 1000 kV

Dağıtım Transformatorü
25 kVA - 31,5 MVA / 36 kV

Hava Yalıtımlı Metal Enclosed Hücreler
36 MVA / 630A-1250A

Monoblok Beton Köşk
SF6 Gazlı Kesici ve Ayırıcılar



betaenerji



betaenerji



Beta Enerji



beta.enerji

Yerin Altından Dünya Vitrinine Türk Mermerinin Katma Değerli Yolculuğu

Dünya mermer rezervlerinin üçte birini topraklarında barındıran Türkiye, 2025 yılında gerçekleştirdiği 2,1 milyar dolarlık ihracat ile ham madde tedarikçiliğinden yüksek katma değerli işlenmiş ürün ihracatına geçiş yaptı. İşlenmiş doğal taş ürünlerinin ihracattaki payını yüzde 65'e çıkaran ülkemiz, ABD ve Çin gibi büyük pazarlardaki rekabet gücünü de artırıyor.

Doğal taşlar, tarihin ilk dönemlerinden bu yana sağlamlığı ve estetiği sebebiyle insanlığın vazgeçilmez inşaat, yapı ve mimari malzemesi olduğundan hiçbir zaman değer kaybetmiyor. Aksine özellikle günümüzde sürdürülebilir dönüşümün de etkisiyle doğal olan malzemelere ilginin artması mermerin popülerliğinin daha da artmasını sağlıyor.

Anadolu coğrafyası ise tarihinin her döneminde doğal taşın ve mermerin en zarif şekilde işlendiği ve en iyi şekilde kullanıldığı yerlerin başında geliyor. Köklerinde var olan bu mirası her zaman olduğu gibi bugün de koruyarak sürdürmeyi başaran ülkemiz, bu sayede dünya mermer ve doğal taş pazarının en büyük aktörleri arasında yer alıyor.

Geçmişten bugüne süregelen bu köklü miras, Türkiye'yi dünya mermer ve doğal taş pazarının en büyük aktörlerinden biri hâline getirmiş durumda. Yapılan araştırmalara göre Türkiye, yaklaşık 5,1 milyar metreküp, yani 13,9 milyar ton muhtemel mermer rezervine sahip. Bu miktar, 15 milyar metreküp olduğu tahmin edilen toplam dünya mermer rezervinin yaklaşık yüzde 33'ünü oluşturuyor. Bu da Türkiye'nin, sahip olduğu benzersiz coğrafi ve jeolojik konum sayesinde elde ettiği katma değerli malzeme-yi, dünyanın dört bir yanına ihraç eden bir merkez olduğu anlamına geliyor.

TÜRKİYE DÜNYA MERMER REZERVLERİNİN YÜZDE 40'INA SAHİP

Dünyanın en zengin mermer

yataklarının bulunduğu Alp orojenez kuşağında yer alan Türkiye, ciddi bir doğal taş potansiyeline ev sahipliği yapıyor. 13,9 milyar ton muhtemel mermer rezervine sahip olan Türkiye'nin bu avantajlı konumu, ülkenin ticaret dengesine olan pozitif katkısıyla mermer sektörünü vazgeçilmez kılıyor.

Yapılan bazı akademik araştırmalar ise Türkiye'nin, dünya mermer rezervlerinin yüzde 40'ına varan bir kısmına sahip olduğunu vurguluyor. Yalnızca miktar bakımından değil, kalite ve çeşitlilik açısından da eşsiz olan bu rezervler; renk, desen ve dayanıklılık gibi fiziksel özellikleriyle dünya mimarisinin ve güncel tasarım trendlerinin en çok aranan malzemeleri arasında yer alıyor.

Günümüzde Türkiye, dünya doğal taş üretiminde ve ihracatında Çin, İtalya, Hindistan ve İspanya gibi küresel devlerle en üst sıraları paylaşıyor. Geleneksel olarak doğal taş pazarını domine eden ülkelerin aksine, Türkiye hem ham blok üretiminde hem de işlenmiş plaka ve ebatlı mermer üretiminde pazar payını hızla artırıyor. Dünya genelinde doğal taşların artan bir ivmeyle yapı ve dekorasyon malzemesi olarak kullanılmasının, Türkiye'nin geniş ve kaliteli ürün yelpazesine olan uluslararası talebi canlandırmasında etkisi büyük. Özellikle ileri düzeyde gelişmiş işleme teknolojilerinin sektöre entegre edilmesi Türk mermerini, prestijli küresel projelerin, lüks otellerin ve elit konutların vazgeçilmez bir parçası hâline getirdi.



646
milyon dolar

2025 yılında yüzde 4,9 artış yaşayan, Türkiye'nin toplam blok mermer ihracatı

1,3
milyar dolar

2025 yılında yüzde 9 artış yaşayan, Türkiye'nin toplam işlenmiş doğal taş ihracatı



2025 yılında gerçekleştirilen 2,1 milyar dolarlık doğal taş ihracatıyla Türkiye, Çin ve İtalya'nın ardından dünyanın en fazla doğal taş ihraç eden üçüncü ülkesi konumuna yükseldi.

İHRACATA DAYALI BÜYÜME MODELİ BENİMSENİYOR

Türkiye ekonomisi için madencilik ve özellikle doğal taş sektörü, net döviz girdisi sağlayan ve yerli kaynak kullanımının en yüksek olduğu endüstrilerden biri. Sektör ayrıca, istihdam yaratma kapasitesi ve bölgesel kalkınmaya olan katkısıyla da stratejik bir öneme sahip. Araştırmalara göre Türkiye, madencilik ve doğal taş sektöründe dışa bağımlılığı en düşük alanlardan birini temsil ediyor. Mermer ocaklarının yoğun olarak bulunduğu Muğla, Afyon, Burdur, Denizli, Bilecik gibi illerde yerel ekonominin lokomotifi konumunda olan sektör, 10 binlerce kişiye doğrudan ve dolaylı istihdam sağlıyor.

Türkiye'nin doğal taş sektörü, yalnızca rezerv zenginliği ile değil, aynı zamanda sektörel deneyimi, geniş ürün yelpazesi ve teknolojik altyapısıyla da küresel rekabette ön sıralarda yer alıyor. Geçmişte sadece ham madde tedarikçisi olarak algılanan ülkemiz, zamanla yüksek teknolojiyle işlenmiş, katma

değerli mermer ürünleriyle dünya pazarındaki varlığını güçlü bir biçimde perçinlemeyi başardı. İthalat rakamlarının ihracata kıyasla oldukça düşük seviyelerde kalması da sektörün kendi kendine yetebilen ve tamamen ihracata dayalı bir büyüme modeli benimsediğinin en açık göstergesi.

TÜRKİYE DÜNYANIN EN FAZLA DOĞAL TAŞ İHRAÇ EDEN ÜÇÜNCÜ ÜLKESİ

Doğal taş sektörüyle küresel pazarda güçlü bir konuma sahip olan Türkiye, 2024 yılında 1,8 milyar dolar olan toplam doğal taş ihracatını, 2025 yılında yüzde 7,7 oranında bir artışla 2,1 milyar dolara çıkardı. Bu başarının en büyük destekçisi olan işlenmiş doğal taş ihracatı, 2024'teki 1,2 milyar dolar seviyesinden yüzde 9,0 artışla 2025'te 1,3 milyar dolara yükseldi. İşlenmiş doğal taş kategorisinde en büyük pazarımız yüzde 32'lik pay ve 443 milyon dolarlık hacimle Amerika Birleşik Devletleri (ABD) olurken, onu Suudi Arabistan takip etti.

Blok mermer ihracatı ise yüzde 4,9'luk bir büyüme kaydederek 616 milyon dolardan 646 milyon dolara ulaştı. Blok mermer pazarında liderlik, yüzde 60,4'lük pay ve 390 milyon dolarlık hacimle Çin'in elinde bulunurken, ikinci sıraya Hindistan yerleşti.

Geçen yıl gerçekleştirilen toplam ihracat ile Türk doğal taş sektörü, Çin ve İtalya'nın ardından dünyanın en fazla doğal taş ihraç eden üçüncü ülkesi konumuna yükseldi. Doğal taş ihracatında işlenmiş ürün payının yüzde 65 seviyesine çıkmasıyla ise önemli bir başarı kaydedilmiş oldu. 2025 yılında yakalanan başarılı ivmelenme ile 2 milyar dolar barajını aşan sektör, 2026 yılı için yaklaşık 2,5 milyar dolarlık doğal taş ihracat hedefi belirlemiş durumda.

SEKTÖRÜN BÖLGESEL GÜÇ MERKEZİ: EGE BÖLGESİ

Türkiye'nin mermer ihracatında Ege Bölgesi ve özellikle bu havzanın madencilik kültürü belirleyici bir role sahip. Özellikle Muğla, sahip olduğu nitelikli

TÜRKİYE DOĞAL TAŞ İHRACAT VERİLERİ (MİLYON DOLAR)

Ürün Grubu	2024	2025	Değişim%	Pay%
Türkiye Blok Mermer İhracatı (GTİP:2515)	616	646	4,9	62
Türkiye İşlenmiş Doğal Taş İhracatı (GTİP:6802)	1.269	1.383	9,0	68
TÜRKİYE TOPLAM (GTİP:2515,6802)	1.885	2.029	7,7	100,0

yataklar sayesinde mermer ve mermer ürünlerini, şehrin en fazla ihracat yapılan kalemi hâline getirerek ekonomisini bu sektöre entegre şekilde yürütüyor. Bölgedeki üretim tesisleri ve ocaklar, Ege Bölgesi'nin deniz yolu taşımacılığındaki lojistik avantajıyla birleşerek uluslararası pazarlarda navlun maliyetlerini optimize ediyor. Mermer üretimi ve ticareti etrafında şekillenen bu yerel kümelenme, gerek KOBİ'ler gerekse büyük sanayi kuruluşları açısından rekabet gücünü artırmasıyla da önem taşıyor.

Denizli de sektörün lokomotif şehirlerinden biri. Özellikle işlenmiş doğal taş ihracatında Türkiye çapında lider olan Denizli'nin işlenmiş doğal taş ihracatı, 2025 yılında 250 milyon dolara yükseldi. Şehrin toplam doğal taş ihracatı ise 2024 yılında 257 milyon dolar iken, 2025 yılında yüzde 8,1 oranında bir artış göstererek 277 milyon dolara ulaştı. Blok mermer ihracatı da yüzde 7,3'lük büyüme ile 2025 yılında 27 milyon dolara yükseldi. Blok mermerde en büyük ihracat pazarını ise yüzde 56,3'lük oran ve 15,4 milyon dolarlık hacimle Çin üstlendi.

İHRACATIN YAPI TAŞLARINI BLOK VE İŞLENMİŞ MERMER OLUŞTURUYOR

Türkiye'nin mermer ihracat stratejisi, genel olarak blok yani

ham mermer ve işlenmiş mermer olmak üzere iki temel eksende ilerliyor. Geçmiş yıllarda daha çok blok mermer satışına ağırlık veren Türkiye, son dönemde gerçekleştirilen teknolojik yatırımlar ve artan marka bilinciyle odağını işlenmiş, yüksek katma değerli ürünlere çevirmiş durumda. Bu doğrultuda da küresel pazarda işlenmiş doğal taş talep eden, gelişmiş altyapı projelerine ve lüks tüketim alışkanlıklarına sahip ülkelere yönelik ihracat hacmi giderek büyüme kaydediyor.

Sektörün en dirençli yönlerinin başında ise pazarlara erişimdeki çeşitliliği ve sahip olduğu küresel ağı geliyor. Ülkemizin ihracat yaptığı ana pazarlar genellikle; Çin, ABD, Suudi Arabistan, Hindistan, Irak ve çeşitli Avrupa Birliği ülkeleri olarak sıralanıyor. Çin ve Hindistan gibi kendi işleme kapasitesine sahip ancak ham maddeye ihtiyaç duyan ülkelere ise blok mermer satışı hacimli bir şekilde devam ediyor. ABD ise yüksek katma değerli işlenmiş ürünlerde ülkemizin bir numaralı ticari partneri olmayı sürdürüyor.

Sektörün gelecekteki karlılığının korunması ve birim fiyatların artırılmasının yolu ise işlenmiş mermer ihracatının toplam portföy içindeki oranını yükselterek kilogram başına elde edilen geliri maksimize etmekten geçiyor.

“İHRACAT HACMİMİZİN KORUNMASI AKTİF TİCARET DİPLOMASİSİNDEN GEÇİYOR”



Eyüp Batal
Geçmiş Dönem İstanbul
Maden İhracatçıları Birliği
(İMİB) Yönetim Kurulu Başkanı

Küresel dalgalanmalara ve zorluklara rağmen 1,9 milyar dolarlık ihracat hacmimizi güçlü bir şekilde korumamız, sektörümüzün dirençli yapısının en net kanıtıdır. Bu başarının temelinde, işlenmiş mermere yönelmemizin yanı sıra İstanbul Maden İhracatçıları Birliği (İMİB) olarak dünyanın dört bir yanına düzenlediğimiz sektörel ticaret heyetleri yatıyor. Üzerinde yaşadığımız toprakları, "taşın ana vatanı" olarak tanımlıyor ve bu mirasa sahip çıkıyoruz.

Organize ettiğimiz yoğun sektörel ticaret ve alım heyetleri sayesinde potansiyel alıcıları ihracatçılarımızla doğrudan buluşturarak pazardaki gücümüzü pekiştiriyoruz. Bu hacmin korunması, üreticilerimizin kaliteden taviz vermeyen vizyoner yaklaşımına ve sahada omuz omuza yürüttüğümüz aktif ticaret diplomasisinden geçiyor.

“TURKISH STONES MARKASININ EN GÜÇLÜ TERCİH OLMASINI SAĞLAYACAĞIZ”

Önümüzdeki dönem için belirlediğimiz temel stratejimizin başında, pazar çeşitliliğinin artırılması ve doğal taşımızı farklı coğrafyalardaki prestijli projelerle buluşturulması yer alıyor. ABD ve Çin bizim için her zaman çok önemli ana pazarlar olmaya devam edecek; nitekim ABD pazarındaki gücümüzü istikrarlı bir şekilde her geçen yıl artırıyoruz. Ancak sadece buralarla sınırlı kalmayıp, küresel vizyonumuz doğrultusunda rotamızı çok daha geniş ve stratejik bir alana çevirdik.

Öncelikli amacımız, ürettiğimiz taşları projelerinde kullanan dünyanın en güçlü karar vericileriyle doğrudan temasa geçmektir. Bu bağlamda Japonya'dan Amerika'ya, Avustralya'dan Kanada ve Orta Doğu'ya kadar tüm dünyada planlanan büyük projelerde yer almayı ana hedef belirledik. Yeni rotalarda "Turkish Stones" markasının en güçlü tercih olmasını sağlayacağız.

Katma değerli üretim modelini tabana yaymak ve Türk mermeri algısını, küreselde güçlü bir markaya dönüştürmek için kapsamlı adımlar atıyoruz. İMİB olarak başlattığımız "Land Of Stone" projesi bu vizyonun merkezinde yer alıyor. Devletimizin en prestijli desteği "Turquality"yi almayı başardık. Amacımız sektörümüzü ham madde tedarikçisi kimliğinden kurtarıp "Turkish Stones" markasını zirveye yerleştirmektir.

Dünyanın en prestijli organizasyonlarından World Architecture Festival (WAF) ile sponsorluk anlaşması imzaladık. Hedefimiz yalnızca bu sahnede yer almakla sınırlı değil; bu organizasyonu Türkiye'ye kazandırmak için harekete geçtik. Bu kapsamda WAF Program Direktörü Paul Finch, Ticari Direktör Frazer Stokes ve İş Geliştirme Direktörü Damien St. George'u İstanbul'da ağırladık. Bu temaslarda, heyete İstanbul'un tarihi mirasını, mimari zenginliğini ve etkinlik düzenleme kapasitesini doğrudan yerinde gösterdik. Üyelerimizle omuz omuza verip hikâyesi olan, tasarımla zenginleşmiş ürünler üreterek küresel pazarlarda marka değerimizle büyümeye devam edeceğiz.

Japonya'dan Amerika'ya, Avustralya'dan Kanada ve Orta Doğu'ya kadar tüm dünyada planlanan büyük projelerde yer almayı ana hedef belirledik.



Tasarımda
fark yaratmak için
ambalajın

CAM ZAMANI

To make
a difference with design
packaging
GLASSIFIED



| gcatürkiye



| GCA Türkiye

info@gca.com | www.gca.com



Evren Emre
Zinky Games
Kurucusu
SANLAB Learning
Technologies
Kurucu Ortağı

“Yaptığımız Oyunlar da Tıpkı Dokuduğumuz Kilimler Gibi Özgün ve Güzel”

Sektörde değer yaratmanın yolunun kopyacılık değil, inovatif yaklaşımdan geçtiğini bu sebeple de en güçlü yanımızın inovasyon olması gerektiğine vurgu yapan Evren Emre, “Türkiye’nin küresel oyun pazarındaki rekabetçi gücü, güçlü hikâye anlatıcılığımıza ve çok kültürlülüğümüze dayanıyor. Başarımızın sırrı kültürel kodlarımızda gizli.” diyor.

Son yıllarda Türk yazılım ve bilişim sektörünün yakaladığı ivmeyi nasıl değerlendirirsiniz?

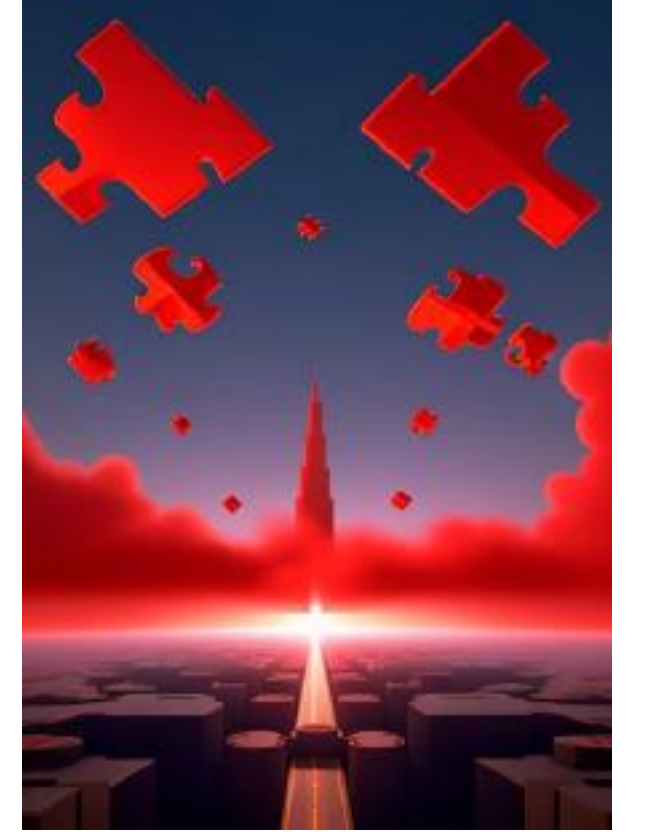
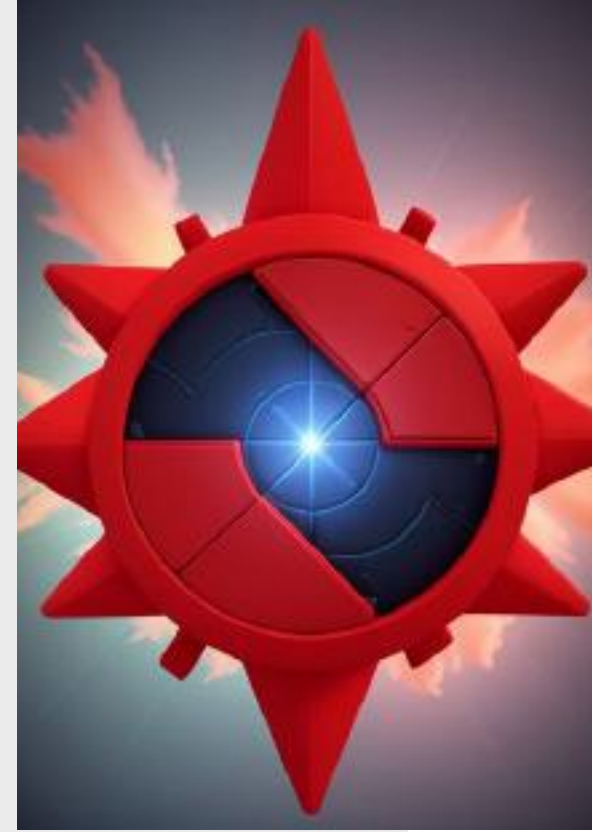
Doğrusu bu ivmeyi verimli buluyorum ve daha da ilerleyeceğini düşünüyorum ancak bazı tehlikelerimiz de var. Özellikle ürünleşme ve markalaşma konularında çok daha efektif olmalıyız. İnovatif yönümüz, yazılım alanındaki gücümüz ve Türk milleti olarak yoğun çalışabilme yeteneğimiz oldukça önemli; başarılarımızdaki en temel nedenlerden biri de bu adanmışlığımızdır. Çok daha iyileri de olacaktır fakat yapay zekâ ile beraber önümüzde artık bazı engeller bulunuyor. Bu yüzden markalaşmaya ve desteğe çok daha fazla önem vermeliyiz.

Aynı zamanda artık yapay zekânın birçok şeyin belirleyicisi olacağını düşünüyorum. Özellikle kritik donanımlara daha erken

erişmek gerektiğine inanıyorum. Bu konudaki şahsi vizyonum; yazılım tarafında niş alanları belirlemek ve onlara yönelmek üzerine. Bunu yaparken de belki yapay zekânın girmesini pek istemediğimiz, güvenlik gibi alanlara odaklanmak daha mantıklı olabilir.

Küresel pazar, Hindistan, Doğu Avrupa ve ABD gibi güçlü oyuncuların dominasyonunda. Türkiye, dünyada hızla ilerleme kaydeden bu ortamda rakiplerinden hangi niş yetkinlikleriyle ayrışıyor?

İki farklı şapka olduğu için bu soruya iki ayrı açıdan cevap vermek isterim. Birincisi; robotik ve gömülü sistemler yazılımları, yani gerçek zamanlı robotik. Biz bu alanda diğer rakiplerimizden oldukça ilerdeyiz çünkü işimiz



aslında iyi matematik oluşturmak ve bunu satmak. Bizi ayırtıran yeteneklerimiz ve güçlü kaslarımız var. Ancak Hindistan veya Çin gibi ülkelerle baş etmek istediğinizde, farklı alanlarda da değer yaratmanız gerekiyor. Örneğin geliştirdiğimiz robotik sistemler, altı silindiri sinyallerini çok gerçekçi bir şekilde tekrar oluşturabiliyor ve bunu dünyada yapabildiği iki firmadan biriyiz.

Oyun tarafında, Zinky’den bahsetmem gerekirse; orada da yaptığımız şey daha niş alanları seçip oraya odaklanmak. Biz oyunu yapmaya çalışmak yerine “oyuncak” bulmaya çalışıyoruz. Rakiplerimizle insan kaynağı hacmi üzerinden rekabet edemiyoruz; çünkü özellikle servis maliyetlerinde bizden çok daha aşağı inebiliyorlar. Biz daha çok servis kalitesinde ve niş alanlarda yarışabildiğimiz için en güçlü yanımız inovasyon olmalı ve inovatif kalmaya devam etmeliyiz.

Dünya, güvenlik açısından çok kutuplu bir yapıya dönüyor ve buradan çıkan enerji ister istemez bize de yansıtacak. Bu noktada da teknolojik bağımsızlığımızı, yani “teknolojik milliyetçiliğimizi” oluşturmamız elzem.

Peki, inovasyon tarafındaki gelişmeleri nasıl buluyorsunuz?

Doğrusunu söylemek gerekirse Türkiye’deki inovatif gelişmeleri yeterli bulmuyorum ve bunun iki temel nedeni var. Birincisi, az evvel söylediğim gibi temel bilimlerde biraz eksikiz ve bu açıdan doktora programlarımız henüz istenen seviyede değil. Çok iyi insanlarımız, çok iyi değerlerimiz ve iyi destek mekanizmalarımız var; şu an üniversitemizde de bir dönüşüm yaşanıyor ancak bunun daha hızlı olması gerekiyor. Dünya, güvenlik açısından çok kutuplu bir yapıya dönüyor

ve buradan çıkan enerji ister istemez bize de yansıtacak. Bu noktada da teknolojik bağımsızlığımızı, yani “teknolojik milliyetçiliğimizi” oluşturmamız elzem.

Temel bilimlerde yetenekli insanlarımızı daha erkenden seçmeli ve programlarımızı hızlandırmalıyız. Tabii umut verici gelişmeler de var; örneğin Teknofest gençlere erken yaşta takım çalışmasını, çevikliği ve dünyayı nasıl değiştirebileceklerini öğrettiği çok kıymetli bir platform. Bu tür inisiyatifleri doktora düzeyine taşıyıp düşünce kuruluşlarıyla bir araya getirerek daha hızlı sonuç almamız gerektiğine inanıyorum.

“2025 Deloitte Technology Fast 50” listesinde, en hızlı büyüyen ilk 10 teknoloji şirketinin, üçünün oyun stüdyolarından oluşması ekosistemin hareketliliğini kanıtıyor. Türkiye bu pazarda rekabetçiliğini nasıl koruyor?

Türkiye'nin bu pazardaki rekabetçi gücünü geçmişten gelen çok güçlü hikâye anlatıcılığı ve çok kültürlülükle değerlendirebiliriz. Bu; yemeklerimizden müziklerimize kadar her alanda var olan bir zenginlik ve Türk dizilerindeki başarı da aslında bunun bir yansıması. Yaptığımız oyunlar da tıpkı dokuduğumuz kilimler gibi özgün ve güzel. Yani başarımızın sırrı kültürel kodlarımızda gizli diyebiliriz. Yakın zamanda Loom Games ve Scopely birlikteliği gibi çok önemli gelişmeler oldu, buradaki girişimcilerin Türkiye'deki oyun ekosistemine büyük katkı sağlayacağına inanıyorum.

Geleceğin hem eğitimde hem de diğer birçok alanda oyunlaştırılmada yattığını düşünüyorum. Dikkat sürelerimiz çok azaldı ve öğrenilenlerin kalıcı olması için oyunlaştırma artık bir ihtiyaç haline geldi. Yapay zekâ ile beraber insanların boş zamanı çok daha fazla artacak ve bu pastanın büyük bir ivmeyle büyüyeceği bu ortamda, ülke olarak doğru konumlanmamız çok önemli.

Hatta oyun tasarımını, estetiği ve kodlamayı üniversiteden ziyade lise seviyesinde öğretmeliyiz çünkü gençlerin bu alana olan yatkınlığı bizlerden çok daha fazla. Zamanında radyo ve televizyon meslekleri vardı, bugün de reklam ve film endüstrisinden çok daha büyük bir oyun endüstrisi var. Eğitimi erken yaşlara çektiğinizde, bilgi hücreleşip içselleşiyor ve inovasyon çok daha doğal bir süreç hâline geliyor.

Geçtiğimiz yıllarda İstanbul'un Avrupa'da en çok oyun anlaşması yapılan şehirlerden biri haline geldiğini gördük. Oyun sektörü milyarlarca dolarlık bir dış ticaret kalemi hâline gelmesini ve bu devasa ekonomik büyümenin, ülkemizin genel kalkınmasına sağladığı katma değeri nasıl özetlersiniz?

Oyun tasarlama işi aslında zeki ve proaktif insanların sporudur. Bir oyunu milyar dolarlık bir seviyeye getirmek oldukça zor. Bir fikri bulabilirsiniz ama o fikri hızlıca geliştirmeniz, gece gündüz harcanan efora dayanabilmeniz ve dünyanın dört bir yanından kopyalanmak isteyenlere karşı çevik kalmanız gerekiyor. İstanbul da üniversiteleri, yaşam alanları ve genç yetenekleriyle tam bir keşişim noktası. Zorlu ama kaosun içinde güzelliği olan bir şe-

“Daha Nitelikli Yatırımcılara İhtiyacımız Var”

Şu anki en büyük sorunumuzun, kopyacılıkla baş edebilme yeteneğimiz olduğunu düşünüyorum. Ülkemizin bu alanda dış ticaretle entegre çalışacak özel bir birimi olması gerektiğine inanıyorum. Özgün bir oyun geliştirdiğinizde bunun yurt dışında hızla kopyalanıp ortak fonlarla pazara sürüldüğünü görüyoruz; bu doğrudan bir hırsızlıktır. Dolayısıyla bu noktada oyunları pazardan çektirebilmek büyük önem taşıyor. En büyük sınavımızı, kopyayla mücadele etme ve inovatif fikirlerimizi koruma altına alma konusunda veriyoruz.

İnsan kaynağı tarafında gayet iyi bir noktaya doğru gidiyoruz ancak dışarıdan gelen büyük yatırımların yanı sıra iç ekosistemimizde de daha nitelikli yatırımcılara ihtiyacımız var; ayrıca reklam yönetim sistemleri gibi alt teknolojilerde, yerli alternatiflerin desteklenmesi sektörün sürdürülebilirliği için şart duruma geldi.



hir. Elbette Ankara ve İzmir'deki diğer firmalar da çok önemli işler yapıyor ancak İstanbul, sanatsal gücü ve dinamizmiyle bu alanda dominant kalmaya devam edecek gibi duruyor.

Şöyle düşünün; yedi kişiyle bir milyar dolar değer yaratıyorsunuz, kişi başına hesapladığınızda bir birey, koca bir fabrikanın ürettiğinden çok daha fazla değer üretebiliyor. Bu açıdan sektöre daha fazla yatırım yapılmalı, yatırımcılar destek olmaktan korkmamalı ve girişimcilerin içindeki tutkuyu öldürecek şekilde müdahil olmamalı. Özgürlük sağlandığında şirketler hedeflenen rakamların çok daha fazlasını yapabilirler; hepimizin akıllıca hareket edip geleceği önceden sezerek bu alanda doğru konumlanması gerekiyor.

Zinky Games kurulduğu günden bu yana “Chain Popper”, “Beach Jam!” gibi oyunlarla bulmaca kategorisinde dünya çapında oyunculara ulaştı. Rekabetin bu kadar yoğun olduğu bir mobil oyun arenasında, Zinky Games'i öne çıkaran temel oyun geliştirme felsefesi nedir?

Zinky'nin en güçlü kası yeni mekanikler ve inovatif oyunlar bulabilmesidir. Sektörde değer yaratmanızı sağlayan şey kopyacılık değil, inovatif yaklaşımdır ve Zinky Games'i öne çıkaran da tam olarak budur. Ben mobil bulmaca tasarlamayı oyun yapmaktan ziyade "oyuncak bulmak" olarak görüyorum; insanların elinden düşüremeyeceği bir oyuncak tasarlamalısınız. Oyunun temposunu, renklerini, ödül sistemini ve hata dinamiklerini bir bütün olarak kurgularsınız; iyi bir ürün çıkarmak için tüm tasarım noktalarının birbiriyle uyumlu çalıştığı bir orkestrasyon kurmanız gerekir. Kopyalansak bile, çocukluktan gelen “bağ kurma”

içgüdüsüne hitap eden öncü yapıyla Zinky'nin ileride bir Unicorn olabileceğine inanıyorum.

Zinky Games'in hem Türkiye oyun ekosistemini güçlendirme hem de küresel pazarda kalıcı bir teknoloji markası olma yolundaki en büyük hedefleri neler?

Özellikle yeni yetenekleri sektöre kazandırabilmek için Zinky Akademi'yi kuruyoruz; böylece gençleri sektördeki uzmanlarla yan yana çalıştırıyoruz. Akademiye hem analiz hem de sentez yeteneklerini ölçtüğümüz sınavlarla alım yapıyor ve bunun yanı sıra kendi oyunlarımızı yayınlamak gibi adımlar da atıyoruz. En büyük hedefimiz nitelikli insan kaynağını bir arada tutabilmektir; tek bir oyunla değil, bunu istikrarlı şekilde defalarca başardığımızda küresel bir oyuncu hâline geliyorsunuz. Akademiye alımlarda belirli bir yaş aralığından ziyade adayların bize zaman ayırabilmesi önemli; genellikle üniversite üçüncü ve dördüncü sınıflardan başvuru alsak da, yetenek testlerimizi geçen lise çağındaki gençler de doğrudan akademiye katılabilir.

Oyun sektörü olarak en büyük sınavımızı, kopyayla mücadele etme ve inovatif fikirlerimizi koruma altına alma konusunda veriyoruz. Bu sebeple ülkemizin, kopyacılıkla mücadelede dış ticaretle entegre çalışacak özel bir birimi olması gerektiğine inanıyorum.

Anadolu'nun Kıtalar Arası Lezzeti Üzüm



Türkiye, Hititlerden Osmanlıya uzanan köklü bağcılık geleneğiyle iklim krizinin gölge düşürdüğü rekor seviyesine rağmen Birleşik Krallık'tan Japonya'ya kadar geniş bir coğrafyaya üzüm ihraç ederek küresel pazardaki lider konumunu koruyor.

Anadolu, insanlık tarihi boyunca tarımın, bereketin ve medeniyetin beşiği olmuştur. Bu bereketli toprakların dünya tarım mirasına armağan ettiği en kıymetli ürünlerin başında ise şüphesiz üzüm gelmektedir. Binlerce yıl önce Hititlerden başlayarak günümüze kadar ulaşan köklü bir bağcılık kültürüne ev sahipliği yapan Türkiye, bugün de küresel ölçekte üzüm üretiminin ve ihracatının en önemli aktörlerinden biri konumunda. Tarih öncesi çağlardan bu yana Türk halk kültüründe bolluğun, sağlığın, güzelliğin ve aşkın sembolü olarak kabul edilen üzüm, sadece manevi bir değer olmakla kalmayarak, Anadolu insanının en önemli geçim ve ticaret kaynaklarından birini oluşturuyor.

Efsanelerde, türkülerde ve mitolojik hikâyelerde kendine geniş yer bulan bu meyve, bugün modern tarım politikaları ve güçlü ihracat vizyonuyla Türkiye'nin ekonomik büyümesine önemli bir katkı sunuyor. Geniş bağ arazileri ve üstün kaliteli üzüm çeşitleri ile dünya pazarlarında standartları belirleyen Türkiye hem yaş hem de çekirdeksiz kuru üzümde vazgeçilmez tedarikçi ünvanına sahip. Dünyanın farklı kıtalarındaki milyonlarca tüketici, Anadolu'nun güneşinde lezzet kazanan Türk üzümüyle buluşurken Türkiye, küresel pazardaki liderlik bayrağını her geçen yıl daha da yukarıya taşıyor.

TÜRKİYE ÜZÜM ÜRETİMİNDE DÜNYANIN SAYILI ÜRETİCİLERİ ARASINDA

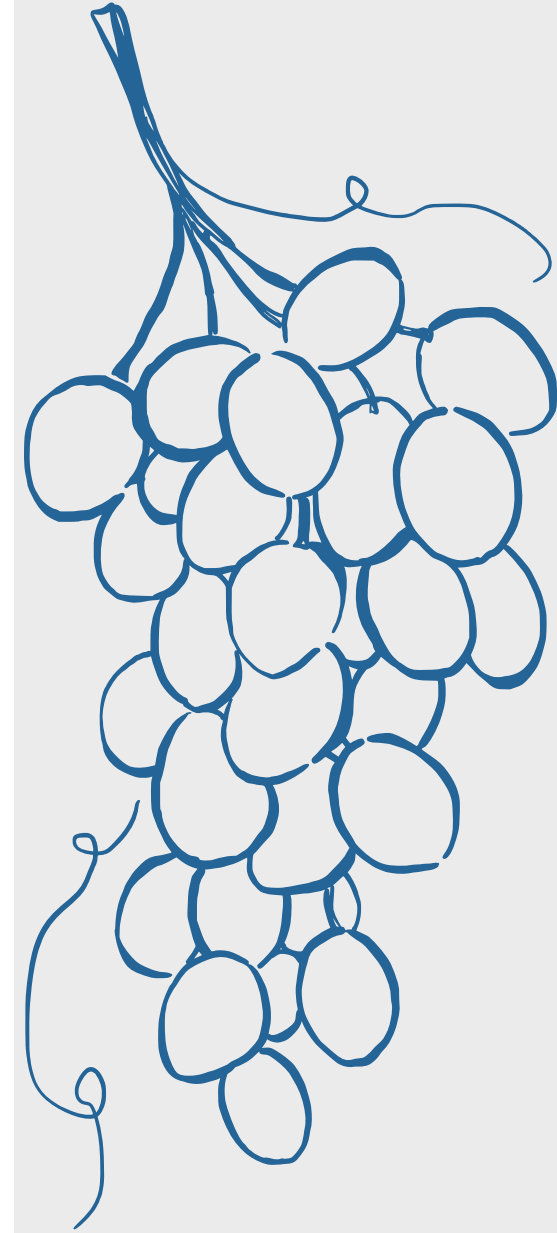
Bağcılık, Türkiye için sadece bir tarımsal faaliyet değil

toprakla insanın binlerce yıllık uyumlu birlikteliğini anlatan ve nesilden nesile aktarılan çok kıymetli kültürel bir miras olarak sayılıyor. Bu mirası en iyi şekilde devam ettiren ülkemiz, geleneksel mirasını modern tarım teknikleriyle harmanlayarak devasa bağ alanları ve üretim kapasitesiyle dünyanın sayılı üreticileri arasında yer alıyor.

Türkiye Cumhuriyeti Tarım ve Orman Bakanlığının verilerine göre, 2023/2024 üretim sezonunda Türkiye genelinde 3,7 milyon dekar alanda toplam 3,4 milyon ton üzüm üretimi gerçekleştirildi. Üretim dağılımına bakıldığında ise 2024 yılı bağ alanları ve üzüm üretimi özelinde Manisa, Mardin, Mersin ve Denizli gibi illerin ilk sıralarda yer aldığı görülüyor. Bu illerin sahip olduğu uygun mikroklima özellikleri, üretilen üzümlerin kalitesini ve aromasını eşsiz kılıyor. Ancak iklim değişikliğinin neden olduğu aşırı sıcaklar ve kuraklık gibi faktörler rekor üzerinde zaman zaman baskı yaratabiliyor. Nitekim TÜİK'in 2025 yılı Bitkisel Üretim 1'inci tahminine göre iklimsel zorluklar ve alansal daralmalar nedeniyle üzüm üretiminin, yüzde 24,5 azalarak 2,8 milyon ton seviyesinde gerçekleşmesi öngörülüyor.

İHRACATTA MİKTAR DÜŞSE DE GELİRDE REKOR VAR

Tarım ürünleri ihracatında miktar kadar yaratılan katma değer de büyük bir önem taşıyor. Son yıllarda küresel ısınmanın getirdiği düşük rekolte ihracat miktarında daralmaya yol açsa da Türkiye uyguladığı doğru



Padişah Sofralarına Layık Bir Lezzet

Üzümün Anadolu topraklarındaki serüveni, insanlığın yerleşik hayata geçtiği ilk dönemlere kadar uzanıyor. Hititler, Asurlular ve Frigler gibi Anadolu'nun kadim uygarlıkları döneminde üzüm ve şarap ticaretinin önemli ekonomik faaliyetler arasında yer aldığı biliniyor. Osmanlı İmparatorluğu döneminde de bağcılığa büyük önem verildiği kayıtlarda yer alıyor. Bugün dünya çapında talep gören Manisa'nın ünlü çekirdeksiz üzümüne "Sultani" adının verilmesi, bu üzümün padişah sofralarına layık görülmesinden kaynaklanıyor. Türk halk kültüründe ise üzüm her zaman bereketin ve şifanın sembolü olmuştur.



fiyatlamaları sayesinde gelir açısından rekorlara imza atmaya sürdürüyor. Tarım ve Orman Bakanlığı raporları, 2023/2024 sezonunda genel üzüm ihracat miktarının 1,2 milyon ton seviyesinde seyrettiğini ortaya koymakla birlikte, üzüm fiyatlarındaki hızlı artışın üreticiyi desteklemeye devam ettiğini gösteriyor.

Gerek dünya piyasalarındaki arz daralması gerekse Türk üzümünün marka değerinin yüksek olması ortalama ihracat birim fiyatlarının yukarı taşınmasına yardımcı oluyor. Miktar bazında yaşanan gerilemelere rağmen elde edilen döviz geliriyle yakalanan yüksek katma değer, üreticinin emeğinin karşılığını almasını sağlarken ülke ekonomisine de güçlü bir döviz girdisi sunuyor.

TÜRK ÜZÜMÜ AVRUPA'NIN VAZGEÇİLMEZİ

Türkiye'nin ihracat stratejisinde kalite beklentisi en yüksek olan

iki pazarı Avrupa Birliği ülkeleri ve Birleşik Krallık oluşturuyor. Ege İhracatçı Birlikleri (EİB) verilerinin paylaştığı bilgilere göre Birleşik Krallık, Türk kuru üzümünün en büyük alıcısı olmayı yıllardır istikrarlı bir şekilde sürdürüyor. Birleşik Krallık pazarını Hollanda, İtalya, Almanya ve Fransa gibi Avrupa'nın ekonomik devleri izliyor.

2024-2025 döneminde, Türkiye'den 153,5 bin tonluk üzüm ihracatı gerçekleştirildi. Son 25 yılın en düşük ihracat miktarı kaydedilmesine rağmen fiyat olarak yüzde 51'lik artış ile 546,5 milyon dolarlık ihracat geliri elde edildi. Böylece 2024-2025 sezonunda bugüne kadarki en yüksek döviz girdisine ulaşıldı. Sezon boyunca 84 ülkeye ürün gönderen Türkiye'nin en büyük pazarı 169,3 milyon dolarla Birleşik Krallık oldu. 64,3 milyon dolarla Hollanda ikinci, 51 milyon dolarla İtalya üçüncü, 48 milyon

dolarla Almanya dördüncü, 33 milyon dolarla Fransa beşinci sırada yer aldı.

İhracat rüzgârı 2026 yılının ilk çeyreğinde de esmeye devam etti. Türkiye, ilk çeyrekte 65 farklı ülkeye 32 bin tonun üzerinde kuru üzüm göndererek 106,9 milyon dolarlık önemli bir ihracat geliri elde etti. Birleşik Krallık, 34,4 milyon dolarlık alımla yine en büyük pazar olurken, onu sırasıyla Hollanda, Almanya ve Fransa takip etti.

Avrupa pazarında tüketilen her üç kuru üzümün birinin Türk menşeli olması kurulan ticari bağların ne kadar güçlü olduğunu gösteriyor. Ayrıca son yıllarda geleneksel pazarların yanı sıra Uzak Doğu, özellikle Japonya ve Çin ile Kuzey Amerika gibi yeni ve alternatif pazarlara yönelik tanıtım çalışmaları da hız kazanmış durumda. Bu pazar çeşitliliği, Türk üzümünün küresel dalgalanmalara karşı direncini artırdığı

gibi ihracatın sürdürülebilirliğine katkı sağlıyor.

ANADOLU'NUN KARAKTERLİ TATLARI

Kuru üzüm, yüksek potansiyeliyle Türkiye'nin tarımsal üretiminde ve dış ticaretinde önemli bir rol üstleniyor. Özellikle Manisa, Denizli ve İzmir'de yetişen çekirdeksiz sultaniye üzümleri, dünya pazarında marka değeri taşıyor. Manisa'nın Sultaniye üzümünün dışında Anadolu coğrafyasının her bir köşesi, bulunduğu konumun rüzgârını, nemini ve toprağının karakterini taşıyan lezzetli üzüm çeşitlerine ev sahipliği yapıyor. Bu üzümlerin bazıları, Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından Coğrafi İşaret ve Menşe Adı ile de tescillenerek koruma altına alınmış durumda.

Erzincan Cimin Üzümü: Munzur dağlarının serin havasıyla

2024-2025 döneminde, Türkiye'den 153,5 bin tonluk üzüm ihracatı gerçekleştirildi. Son 25 yılın en düşük ihracat miktarı kaydedilmesine rağmen fiyat olarak yüzde 51'lik artış ile 546,5 milyon dolarlık ihracat geliri elde edildi.

beslenen Cimin üzümü, Türkiye'de coğrafi işaret tescilli alan ilk meyveler arasında yer alıyor. İri ve siyah taneli yapısı, üzerindeki dumanlı pus tabakası ve o kendine has mayhoş aromasıyla damaklarda iz bırakan bu üzüm; şeker oranının düşük olması sebebiyle diyabet hassasiyeti olanlar da rahatlıkla tüketebiliyor.

İzmir/Manisa Ege Sultani Üzüümü: Ege'nin güneşinde büyüyen, ince kabuğu, çekirdeksiz yapısı ve berrak sarı-yeşil rengiyle dünyada tanınan en ünlü üzüm çeşidimiz.

Çanakkale Bozcaada Çavuş Üzüümü: Bozcaada'nın iyotlu poyrazı, kumlu toprağı ve bol güneşle beslenen Çavuş üzümü, ince kabuğu ile âdeta ışığı geçiren bir yapıya sahiptir. İri, çekirdekli ve sulu yapısıyla dikkat çeken

Çavuş üzümü, sofralık tüketimde tercih ediliyor.

Malatya Arapgir Köhnü Üzüümü: Mor ve siyah renklerinin karışımından oluşan asil rengiyle dikkat çeken, iri salkımlı Köhnü üzümü, Malatya'nın kayısıyla yarışan bir lezzete sahip. Kabuğunun kalınlığı ve içindeki yoğun şıra yapısı sayesinde yöre halkı tarafından hem sofralık hem de sıralık olarak büyük değer görüyor.

Elazığ Boğazkere Üzüümü: Adını, tadındaki o güçlü ve karakterli burukluktan alan Boğazkere üzümü, koyu kırmızı renkli ve küçük taneli yapısıyla biliniyor. Elazığ'ın zorlu, karasal iklim şartlarına meydan okuyarak gelişen Boğazkere, yüksek taneli yapısıyla yörenin bağcılık kültürünün en güçlü temsilcileri arasında yer alıyor.



"TÜRK ÜZÜMÜ KÜRESEL PAZARDA KALİTE STANDARDINA SAHİP"



Gülden Özmen
S.S. Tariş Üzüm Tarım Satış
Kooperatifleri Birliği Dış
Ticaret Müdürü

Türkiye'nin bugün çekirdeksiz kuru üzümde dünya lideri olması ve yaş üzümde küresel ligin en üst sıralarında yer alması tesadüf değil. Bizi ABD, İran veya Şili gibi rakiplerimizden ayıran en temel avantajımız, üretimden gelen köklü tecrübemizi coğrafi konumumuzla birleştirebilmemizdir. Türkiye, dünyanın en büyük tüketim pazarlarının tam ortasında yer alıyor. Bu durum, rakiplerimizin haftalarca süren nakliye süreçlerine karşılık, ülkemize çok kısa sürede ürün teslim etme imkânı veriyor.

Ancak stratejik üstünlüğümüz sadece teslimat süresine bağlı değil. Ülkemizin asıl gücü "Sultaniye" dediğimiz çekirdeksiz üzümümüzün rakipsiz kalitesinden geliyor. Toprağımızın bereketi, güneşimizin ısıtma gücü ve üreticimizin kuşaktan kuşağa aktardığı kurutma geleneği ürettiğimiz üzümün aromasında ve renginde ayrıcalığını gösteriyor. İngiltere ve Avrupa ülkeleri başta olmak üzere dünyanın en prestijli market zincirleri, gıda güvenliği standartlarımıza ve sürekliliğimize güvendikleri için Türkiye'yi tercih ediyor. Modern tesislerimizde uygulanan yüksek teknolojiyi temizleme ve paketleme süreçleri, Türk üzümünü küresel pazarda sadece bir ürün değil, bir kalite standardı hâline getiriyor.

"İKLİM ŞARTLARINA KARŞI ÇOK SAVUNMASIZ"

Ege Bölgesi bugün ihracatımızın lokomotif konumunda ancak Anadolu'nun farklı bölgelerinde birçok farklı çeşit üzüm üretimi söz konusu. Marmara'dan Güneydoğu'ya kadar her bölgemizin kendine has, dünya gurme pazarlarını heyecanlandıracak üzüm çeşitleri bulunuyor. Bu yerel zenginliği,

yüksek gelir getiren bir ihracat kalemine dönüştürmek için "yerinde kalkınma" odaklı bir strateji izlenmeli. Öncelikle her bölgenin üzümü, o bölgeye özel birer marka gibi konumlandırılabilir. Ürünü sadece dökme olarak satmak yerine, paketlemesi, hikâyesi ve yöresel özellikleriyle öne çıkarmamız gerekiyor. Bu noktada bölgesel tesisler kurulabilir. Üzüm, yetiştiği yerde işlenmeli ve katma değer kazanmalı. Örneğin; yerel bir üzüm türünü sadece taze meyve olarak değil, sağlıklı bir atıştırma veya çocuklara yönelik doğal bir ürün olarak sunduğumuzda, elde edeceğimiz döviz geliri katlanacaktır.

TÜİK ve TARSİM verilerinin ortaya koyduğu tablo, tarımsal üretimin artık iklim şartlarına karşı çok savunmasız olduğunu gösteriyor. Zira don ve aşırı yağışlar gibi afetler ne yazık ki en çok üzüm üreticimizi etkiliyor. Bu noktada önleyici tarım modeline geçmemiz bir gerekliliktir.

Bu noktada atılacak ilk adım teknolojiyi tarlaya indirmek olmalı. Don olaylarını önceden haber veren erken uyarı sistemleri ve bu afetlerin etkisini azaltacak modern don önleme makineleri devlet destekleriyle yaygınlaştırılmalı. Ayrıca su kaynaklarımızı verimli kullanmak adına akıllı sulama sistemlerine yatırım yapmaya devam edilmeli. Diğer taraftan, üreticimizin finansal geleceğini korumak için tarım sigortalarının kapsamını genişletmek ve sigorta bilincini artırmak gerek. Eğer üreticimizi toprağında tutamazsak, ihracat liderliğimizi sürdürmemiz mümkün değil. Bilimsel veriye dayalı üretim planlaması ve iklime dayanıklı yeni çeşitlerin geliştirilmesiyle Türk üzümünün gelecek yüzyıla güvenle taşınması mümkün olacak.

Bilimsel veriye dayalı üretim planlaması ve iklime dayanıklı yeni çeşitlerin geliştirilmesiyle Türk üzümünün gelecek yüzyıla güvenle taşınması mümkün olacak.

TİM TÜRKİYE
İHRACATÇILAR
MECLİSİ

Daha Yeşil Bir Gelecek için GREEN TİM Yanınızda!



CO₂



www.greentim.com

Bağlardan Sofralara, Anadolu'dan Dünyaya Üzümün Bereket Dolu Yolculuğu

Dünyada 3,7 milyon dekarlık bağ alanıyla beşinci sırada yer alan Türkiye, üzümde potansiyeli yüksek bir tarımsal kapasiteye sahip. Bu büyük üretim alanının asıl ekonomik gücünü ise çekirdeksiz kuru üzüm üstleniyor.

Türkiye Üzüm Üretiminde En Büyük Paya Sahip İller (2024)



- **%35-37 Kurutmalık:** Ağırlıklı olarak Ege Sultani çekirdeksiz üzümünden oluşuyor. Türkiye kuru meyve ihracatının, 1 milyar doları aşan lokomotifliğini üstleniyor.
- **%30 Sofralık:** Genellikle taze tüketime ayrılıyor. Yaş üzüm ihracatında en büyük pazarları ise Rusya ve Ukrayna oluşturuyor.
- **%30 Şıralık:** Pekmez, pestil ve üzüm suyu gibi geleneksel iç piyasa ürünlerine ayrılan kısım.
- **%3-5 Şaraplık:** Hacim olarak en dar ama kilogram başına katma değeri en yüksek kategori.



3,7
milyon dekar

2023/2024 üretim
sezonunda üzüm
üretilen bağ alanı

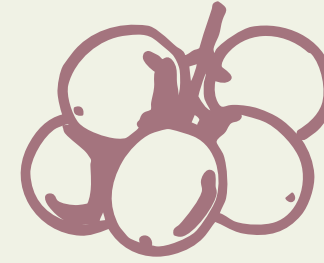


**Manisa,
Mardin,
Denizli**

2024 yılı bağ alanı
açısından ilk sıralarda
olan iller



Toplam bağ alanının
%5,7'sine sahip
olan Türkiye,
dünyada
beşinci sırada
yer alıyor.



3,4
milyon ton

2023/2024
sezonundaki toplam
üzüm üretimi

Dünyadaki toplam üzüm üretiminin %4,7'sine sahip olan Türkiye, yedinci sırada konumlanıyor.



Doğaya Yapılan Yatırım

Geleceğin Teminatı Olacak



Türkiye'nin eşsiz biyolojik zenginliğini korumak ve ekolojik sürdürülebilirliği sağlamak amacıyla hayata geçirilen BIOFIN projesi, doğa ve ekonomi arasında yepyeni bir köprü kuruyor. UNDP ve Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü iş birliğiyle başlatılan projeye doğa dostu yatırımların, ülkenin ana kalkınma hedeflerinden birine dönüşmesi hedefleniyor.

Doğa, insanlığın varoluşunu sürdürebilmesi için sunduğu benzersiz kaynaklarla yeryüzündeki tüm ekosistemlerin temelini kusursuz bir dengeyle oluşturuyor. Ancak hızla artan dünya nüfusu, etkisini giderek daha sert hissettiren iklim değişikliği ve doğal alanların bilinçsizce tahribatı, yerkürenin sahip olduğu bu paha biçilmez zenginliği ciddi bir tehdit altında bırakıyor. Bu derin küresel krizin aşılmasında atılması gereken en kritik adımlardan biri, doğa koruma çalışmalarına aktarılan finansal kaynakların hacmini ve kullanım etkinliğini maksimum seviyeye çıkarmaktan geçiyor. Tam bu noktada tüm dünyada devreye giren Biyoçeşitlilik Finansmanı Girişimi (BIOFIN), doğanın korunması ile ekonomik kalkınma arasındaki hassas ilişkiyi yepyeni ve sürdürülebilir bir vizyonla yeniden tanımlıyor.

Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) öncülüğünde yürütülen bu geniş çaplı inisiyatif, gezegenin doğal sermayesinin korunması adına stratejik çözümler geliştiriyor. Türkiye, sahip olduğu eşsiz bitki ve hayvan çeşitliliğiyle bu devasa küresel çabanın en dinamik aktörleri arasında yer alıyor. UNDP Türkiye ile Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü (DKMP) iş birliğinde hayata geçirilen "Ulusal Biyoçeşitlilik Finans Planlarının Geliştirilmesini Destekleme Projesi", Türkiye'nin ekolojik değerlerini uzun vadede güvence altına alacak yenilikçi finansman modelleri üretmeyi amaçlıyor.

TÜRKİYE KÜRESEL BİYOÇEŞİTLİLİKTE EŞSİZ KONUMA SAHİP

Anadolu coğrafyası, binlerce yıldır sayısız farklı uygarlığa ev sahipliği yapmasının yanı sıra kıtalar arası çok kritik bir ekolojik köprü vazifesi görüyor. Avrupa, Asya ve Afrika kıtalarının kesişim noktasında bulunan Türkiye;

Avrupa-Sibirya, Akdeniz ve İran-Turan olmak üzere üç farklı biyoçeşitlilik merkezini aynı anda barındırma ayrıcalığını taşıyor. Bu eşsiz coğrafi konum, ülkeyi bitki ve hayvan türleri açısından yoğun bir çeşitliliğe kavuşturuyor.

Güncel verilere göre Türkiye, 12 bin civarında bitki taksonuna sahip ve bu türlerin yaklaşık 4 bini dünyanın başka hiçbir köşesinde yetişmeyen, tamamen bu topraklara özgü endemik bitkilerden oluşuyor. Yüzde 30'u aşan endemizm oranı, Türkiye'yi neredeyse Avrupa kıtasının tamamından daha zengin bir floraya ulaştırıyor. Sadece bitki örtüsüyle sınırlı kalmayan bu görkemli zenginlik, fauna açısından da araştırmacıları şaşırtan büyük bir çeşitlilik sunuyor.

Ülke sınırları içinde 460'ı aşkın kuş türü, 170 memeli, 130 civarı sürüngen ve yüzlerce farklı balık türü yaşamını sürdürüyor. Akdeniz foku, kelaynak kuşları ve deniz kaplumbağaları gibi küresel ölçekte sıkı koruma altındaki nadir canlılar, Türkiye kıyılarında ve sulak alanlarında güvenli üreme habitatları buluyor. Bu muazzam genetik miras, ülkenin tarım, tıp ve ekoturizm gibi stratejik alanlarda küresel sahnede çok güçlü bir konuma erişmesini sağlıyor.

BIOFIN Projesi, klasik devlet ödeneklerinin ve geleneksel hibe yöntemlerinin yetersiz kaldığı günümüz ekonomisinde yepyeni finansal enstrümanları Türkiye'nin kullanımına sunmayı planlıyor.



BIOFIN Projesi ile ortaya konan finansal eylem planı hem ülkenin eşsiz biyoçeşitliliğinin korunmasına hem de kırsaldaki halkın refah seviyesinin yükseltilmesine olanak tanıyan, kazan-kazan stratejilerini barındırıyor.

DOĞAL SERMAYEYİ KORUMADA FİNANSMAN KRİTİK BİR ROL ÜSTLENİYOR

Ekosistemlerin yaşadığı bozulma, yalnızca yüzeysel bir çevresel kriz yaratmanın çok ötesine geçmiş durumda. Biyolojik çeşitliliğin her geçen gün azalması; tarımsal üretimi, küresel gıda güvenliğini, temiz su kaynaklarını ve halk sağlığını geri dönülemez biçimde tehlikeye atıyor. Ortaya çıkan bu riskin önüne geçmek adına çok acil, yenilikçi ve kapsayıcı finansal müdahalelere ihtiyaç duyuluyor. Küresel ölçekte doğayı koruma ve onarma çalışmalarına ayrılan mevcut bütçeler ile gerçekte ihtiyaç duyulan tutarlar arasında büyük bir uçurum bulunuyor. Ekonomi çevrelerinde "biyoçeşitlilik finansmanı açığı" olarak adlandırılan bu milyarlarca dolarlık farkın kapatılması, geleneksel devlet bütçesi anlayışlarının hızla aşılmasını zorunlu kılıyor.

Sadece kısıtlı kamu kaynaklarıyla doğayı onarmanın imkânsızlaşması özel sektörün, sivil toplumun ve uluslararası fonların hızla bu sürece dâhil edilmesini gerektiriyor. Doğaya zarar veren teşviklerin tamamen kaldırılarak bu fonların çevre dostu yatırımlara yönlendirilmesi, modern yeşil ekonominin temel taşlarından birini oluşturuyor. Finansal sistemlerin biyoçeşitlilik odaklı yeni bir yaklaşımla köklü biçimde yeniden tasarlanması, yerleşken geleceği adına ertelenmesi imkânsız bir görev olarak karşımızda duruyor.

BIOFIN PROJESİNİN TÜRKİYE'DEKİ TEMEL HEDEFLERİ

UNDP Türkiye ile Tarım ve Orman Bakanlığı Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü (DKMP) ortaklığında yürütülen BIOFIN Projesi, ulusal çaptaki finansman açığını kapatmak üzere kurgulanmış kapsamlı bir yol haritası sunuyor. Projenin temel amacı, biyoçeşitliliğin mutlak korunması ve sürdürülebilir kullanımı için gerekli taze finansal kaynakları artırırken, mevcut bütçelerin en yüksek verimle kullanılmasını sağlamak. Ankara'da çok geniş katılımlı bir etkinlikle kamuoyuna tanıtılan bu vizyoner girişim, Türkiye'nin kendine has sosyo-ekonomik ihtiyaçlarına ve ekolojik önceliklerine birebir uygun modern finansal mekanizmalar geliştirmeyi hedefliyor.

Süreç, ülkenin doğa koruma alanında yaptığı tüm harcamaların şeffaf, detaylı ve bilimsel bir analizinin yapılmasıyla başlıyor. Bu titiz incelemenin ardından, ulusal biyoçeşitlilik hedeflerine tam anlamıyla ulaşmak için eksik kalan finansal ihtiyaçlar net rakamlarla ortaya konuluyor. Küresel geçerliliğe sahip BIOFIN metodolojisi sayesinde politika yapıcılar, akademisyenler ve finans uzmanları ortak bir zeminde buluşuyor. Bu güçlü iş birliği ortamı, doğa dostu yatırımları teşvik edecek yenilikçi yasal altyapıyı hızla hazırlıyor. Kurulan sistem sayesinde biyolojik zenginliklerin korunması, doğrudan ülkenin ana



kalkınma stratejilerinden birine dönüşüyor.

BIYOÇEŞİTLİLİĞİ KORUYAN SÜRDÜRÜLEBİLİR ÇÖZÜMLER ÜRETİLECEK

BIOFIN Projesi, klasik devlet ödeneklerinin ve geleneksel hibe yöntemlerinin yetersiz kaldığı günümüz ekonomisinde yepyeni finansal enstrümanları Türkiye'nin kullanımına sunmayı planlıyor. Doğal sermayenin uzun soluklu korunmasını sağlayacak sürdürülebilir finansal çözümler, ekosistemlerin birer tüketim nesnesi yerine paha biçilemez ekonomik değerler olarak görülmesine dayanıyor. Toplumda çevre bilincini artıran ekoturizm faaliyetlerinin yaygınlaştırılması, kırsal kesimde doğa dostu tarım uygulamalarına teşvikler verilmesi ve yeşil tahviller gibi

planı hem ülkenin eşsiz biyoçeşitliliğinin korunmasına hem de kırsaldaki halkın refah seviyesinin yükseltilmesine olanak tanıyan kazan-kazan stratejilerini barındırıyor.

PROJE, FİNANSAL MEKANİZMALAR YARATMANIN ÖTESİNE GEÇİYOR

Henüz hazırlık aşamasında olan Ulusal Biyoçeşitlilik Finans Planı, bugünün acil çevresel sorunlarını çözenin çok ötesinde iklim değişikliğinin gelecekte getireceği zorluklara karşı ülkenin direncini maksimum seviyeye çıkarmayı hedefliyor. Çevresel değerleri bütçeleme süreçlerinin tam merkezine yerleştiren bu yaklaşım, ulusal kalkınma politikalarının doğayla tamamen uyumlu hâle getirilmesine de yardımcı olacak.

Proje, işin doğası gereği yalnızca soyut finansal mekanizmalar yaratmanın ötesine geçerek sahada çalışan kamu kurumları ve sivil toplum kuruluşlarının operasyonel kapasitesini artırmayı odağına

alıyor. Zengin biyolojik çeşitliliğin yasal olarak güvence altına alınması, teknik uzmanlık ve yüksek düzeyde toplumsal farkındalık gerektiren çok boyutlu bir süreci ifade ediyor. Proje takvimi kapsamında ülkenin dört bir yanında düzenlenen mesleki eğitimler, dijital bilgi paylaşım platformları ve interaktif çalıştaylar, karar alıcıların ekosistem yönetimindeki pratik yetkinliklerini en üst seviyeye taşıyor.

Kamu personeline, çeşitli ölçeklerdeki özel sektör temsilcilerine ve doğrudan sahaya dokunan yerel yönetimlere verilen eş güdümlü destekler, ulusal çapta ortak bir aklın üretilmesine katkı sağlıyor. Toplumsal cinsiyet eşitliği ilkesini de projenin her aşamasına entegre eden girişim, kadınların doğal kaynak yönetimindeki kritik rolünü güçlendirerek her kesimi kucaklayan kapsayıcı bir kalkınma modeli sergiliyor. Ekolojiyi en iyi bilen yerel halkın, özellikle de kırsal kesimlerin karar alma mekanizmalarına başından itibaren dâhil edilmesi ise üretilen projelerin başarı oranını artırıyor.

yatırım araçlarının piyasaya sürülmesi bu çözümlerin başını çekiyor.

İş dünyasının kendi çevresel etkilerini ölçerek doğaya net pozitif katkı sağlayacak operasyonlara yönelmesi, BIOFIN'in temel vizyonunu şekillendiriyor. Karbon ayak izini belirgin ölçüde azaltan şirketlerin ödüllendirilmesi ve çevreyi yoğun şekilde kirleten faaliyetlerden alınan vergilerin doğrudan ulusal doğa koruma fonlarına aktarılması gibi modern uygulamalar, sürdürülebilir bir ekonomik döngü yaratıyor. Ayrıca teknolojinin gücünü kullanan kitle fonlaması kampanyaları ve büyük bütçeli uluslararası iklim fonlarından Türkiye'ye daha fazla kaynak çekilmesi, kritik yerel koruma projelerinin hızla hayata geçmesini kolaylaştırıyor.

Ortaya konan finansal eylem





İnsanlığın Hafızasını Taşıyan Sütunlar

İnsanlık tarihinin nefes aldığı, bilginin nesilden nesile aktarıldığı canlı hafıza merkezleri olan kütüphaneler; mimari ihtişamları ve paha biçilemez koleksiyonlarıyla geçmişten bugüne ışık olmaya ve karanlıkları aydınlatmaya devam ediyor.

İnsanlığın varoluşundan bu yana en büyük tutkularından biri, ürettiği bilgiyi, anladığı evreni ve hissettiği duyguları kendinden sonraki nesillere aktarabilmek oldu. Kil tabletlerden papirüslere, parşömenlerden kâğıda uzanan bu serüvende, bilgi her zaman özenle saklanması gereken bir hazine olarak görüldü. Çünkü söz uçar ama yazı kalır...

Kil tabletlerden bugünlere, bu hazinayı korumak üzere inşa edilmiş, insanlığın kolektif hafızasını barındıran en görkemli, en kutsal mekânlar ise kütüphaneler oldu. Yalnızca kitapların tasnif edilip istiflendiği depolar olmanın çok ötesinde değerlendirilmesi gereken kütüphaneler, bilginin gücünü ve ihtişamını yansıtan mimari harikalar olarak hayattır.

Günümüzde, bu eşsiz kütüphanelerin bazıları barındırdıkları paha biçilemez el yazmaları ve taşıdıkları tarihi doku sayesinde UNESCO tarafından Dünya Kültür Mirası olarak koruma altına alınmış, bazıları ise varoluşlarıyla evrensel bir miras niteliği kazanmış olarak varlıklarını sürdürüyor.

RUHUN ŞİFAHANESİ ST. GALLEN MANASTIRI: KÜTÜPHANESİ

İsviçre'nin kalbinde yer alan ve 1983 yılından bu yana UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde bulunan St. Gallen Manastırı Kütüphanesi,

insanlık tarihinin kesintisiz olarak en saygın hafıza merkezlerinden biri olarak anılıyor. Kökleri 8. yüzyıla kadar uzanan bu kurum, Avrupa'nın en eski manastır kütüphanelerinden biri olarak kabul ediliyor. Kütüphanenin ahşap kapısının hemen üzerinde yer alan ve Yunanca "Psyches Iatreion" (Ruhun Şifahanesi) yazan kitabe ile de kitapların insan ruhu üzerindeki iyileştirici ve dönüştürücü gücüne vurgu yapıyor.

1758-1767 yılları arasında inşa edilen mevcut kütüphane salonu; dalgalı ahşap balkonları, sütunları olmayan ferah yapısı, zarif stuko işçiliği ve tavan freskleriyle İsviçre Rokoko mimarisinin tartışmasız şaheserleri arasında yer alıyor. Bu görsel estetiğin ötesinde, kütüphane asıl paha biçilemezliğini barındırdığı 170 bin ciltlik paha biçilemez koleksiyonuna borçlu. Bu eserlerin arasında 400'ü MS 1000 yılından öncesine tarihlenen, İrlandalı ve Anglo-Sakson keşişlerin ellerinden çıkmış 2 bin 100 nadide el yazması bulunuyor. Orta Çağ aydınlanmasının temel metinlerini günümüze taşıyan bu arşiv, St. Gallen'i mimarisıyla olduğu kadar, dünya tarihi için de yeri doldurulamaz bir bilim merkezi hâline getiriyor.

**BİLGELİĞİN İHTİŞAMLILIK
TONOZLARI:
ESCORIAL KÜTÜPHANESİ**
Madrid'deki San Lorenzo de El Escorial Manastırı'nın



Escorial Kütüphanesi



Mafra Ulusal Saray Kütüphanesi



Timbuktu Kütüphaneleri

Koleksiyonunda 40 binden fazla basılı eser bulunan, UNESCO Dünya Mirası Listesi'ndeki Escorial Kütüphanesi'nin koleksiyonunda, dünyadaki tek kopya olan Kitab al-İtibar ve 1045-1046 yıllarına tarihlenen Ottonian Golden Gospels of Henry II bulunuyor.

kalbinde yer alan Escorial Kütüphanesi, 16. yüzyılda Kral II. Felipe tarafından kuruldu. Saray, manastır ve kütüphane bölümleriyle Rönesans hümanizminin en görkemli yansımalarından biri olan bu kütüphane, bir bilgi deposu olduğu kadar mimarisindeki detaylarla da büyüleyici bir etkiye sahip. 1563 yılında, Michelangelo'nun yetenekli öğrencisi Juan Bautista de Toledo'nun baş mimarlığında inşasına başlanan mekân, Toledo'nun 1569'daki vefatının ardından bayrağı devralan Juan de Herrera tarafından 1584'te tamamlanmıştır. Aydınlanmayı ve akli temsil eden kütüphanenin tavanı ise Pellegrino Tibaldi tarafından resmedilmiştir.

Escorial'i diğer tarihi kütüphanelerden ayıran en ilginç özelliklerinden biri, raflardaki kitapların diziliş şeklidir. Eserle-

rin gösterişli ciltlerini zamanın ve ışığın yıpratıcı etkisinden korumak amacıyla kitapların sırt kısımları rafın içine, yaldızlı sayfa kenarları ise dışa dönük şekilde yerleştirilmiştir. Bu uygulama sayesinde hem dönemin gösterişli ciltlerini korunmuş hem de salonun altın sarısı bir ışıltıyla parlaması sağlanmıştır.

Koleksiyonunda 40 binden fazla basılı eser ve paha biçilemez nadirlikte el yazmaları bulunan kütüphane, 1984 yılından bu yana UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alıyor. Koleksiyonun en nadide eserleri arasında; 12. yüzyıla ait dünyadaki tek kopya olan Suriye otobiyografisi Kitab al-İtibar ve 1045-1046 yıllarına tarihlenen Ottonian Golden Gospels of Henry II bulunuyor. İnebahtı Deniz Muharebesi sonrası kütüphaneye kazandırılan devasa Arapça el yazmaları koleksiyonu ve Aziz Augustinus'un orijinal metinleri de kütüphaneye-

nin evrensel değerini kanıtlayan eserler atasında yer alıyor.

BİR BAROK HARİKASI: MAFRA ULUSAL SARAY KÜTÜPHANESİ

Portekiz kraliyetinin gücünü ve zenginliğini simgeleyen Mafra Ulusal Sarayı'nun tartışmasız olarak övgüleri toplayan noktası, 18. yüzyıldan kalma kütüphanesi oluyor. Kral V. João'nun emriyle inşa edilen bu salon, Avrupa Barok ve Rokoko mimarisinin zirve noktalarından birini temsil eder. Zemini pembe, gri ve beyaz mermerlerin kusursuz bir işçilikle döşenmesiyle oluşturulmuş, duvarları ise en ince detaylarına kadar işlenmiş ahşap Rokoko raflarla donatılmıştır. Işığın, pencerelerden süzülerek ahşabın ve mermerin üzerinde dans ettiği bu salon, içeri adım atan herkesi büyüleyen bir atmosfere sahiptir.

Mafra Kütüphanesi'ni dünya çapında benzersiz kılan

şey sadece barındırdığı 36 bin ciltlik nadide koleksiyonu değil; aynı zamanda kütüphanenin canlı bekçileri olan yarasalardır. Gündüzleri kütüphanenin devasa kitaplıklarının arkasında ve tavan boşluklarında uyuyan küçük bir yarasa kolonisi, geceleri ortaya çıkarak eski kâğıtları ve parşömenleri yiyebilecek olan güve, böcek ve haşereleri avlar. Doğanın ve insanlığın kültürel mirasının bu organik iş birliği, kütüphanecilik tarihinde eşine az rastlanır bir koruma yöntemidir. Mafra, sadece görsel bir estetik sunmakla kalmaz, aynı zamanda kitapların hayatta kalması için kurulan bu ekolojik dengeyle de ziyaretçilerini şaşırtmaya devam eder.

ÇÖL KUMLARINDAKİ KAYIP KÜTÜPHANELER: TİMBUKTU

Kütüphane denildiğinde akla genellikle Avrupa'nın devasa salonları gelse de Mali'deki Timbuktu şehri, dünyanın en büyük ve en gizemli yazılı hafızalarından birine ev sahipliği yapıyor. Mali İmparatorluğu'nun altın çağı olan 13. ve 16. yüzyıllar arasında, Timbuktu

hem zengin bir ticaret merkezi hem de İslami ilimlerin ve evrensel bilimin zirvesi olarak kütüphaneler başkentiydi. Timbuktu'daki kütüphaneler, astronomiden matematiğe, tıptan şiire, İslam hukukundan felsefeye kadar insan aklının sınırlarını zorlayan yüz binlerce el yazması içeriyordu. Bölgedeki kütüphaneler bugün hâlâ yerel ailelerin ve kurumların mülkiyetinde korunuyor.

Mamma Haidara ve Ahmed Baba gibi köklü ailelerin nesiller boyu koruduğu bu kütüphaneler,

tek bir anısal bina yerine kerpiç mimarinin ardına gizlenmiş yüzlerce özel aile koleksiyonundan meydana geliyor. Ceylan derisi ve ağaç kabukları üzerine doğal mürekkeplerle yazılan koleksiyonlardaki eserler, Afrika'nın önemli bir yazılı kültüre sahip olduğunu gösteriyor. Yakın geçmişte yaşanan savaşlar ve radikal grupların tehditleri sırasında, yerel halk bu paha biçilemez el yazmalarını metal sandıklara koyup çöl kumlarına gömerek veya gizlice başkent Bamako'ya kaçırarak yok olmaktan kurtardı.



İskenderye Kütüphanesi

1200'lü yıllara kadar uzanan, 700 binden fazla el yazması eserin bulunduğu Timbuktu, bilginin inanç ve adanmışlıkla nasıl korunduğunun en önemli örneklerinden biri.

PAPALIĞIN GİZEMLİ ARŞİVİ: VATIKAN APOSTOLİK KÜTÜPHANESİ

Rönesans döneminde, 1475 yılında Papa IV. Sixtus tarafından resmî olarak kurulan Vatikan Apostolik Kütüphanesi, dünyanın en eski ve tarihsel açıdan en ağır koleksiyonlarından birine ev sahipliği yapıyor. Kütüphane, sadece Hıristiyanlık teolojisi için değil; tarih, hukuk, felsefe, edebiyat ve bilim alanlarında da Batı medeniyetinin bel kemiğini oluşturan eserleri bünyesinde barındırıyor. Yaklaşık 1.1 milyon basılı kitap, 75 bin devasa el yazması ve matbaacılığın ilk ürünü olan 8 bin 500 eser ile eşsiz bir kaynağı bünyesinde barındırıyor.

Vatikan Kütüphanesi'nin merkezinde, mimar Domenico Fontana tarafından tasarlanan ihtişamlı Sistina Salonu yer alıyor. Canlı renklerdeki fresklerle bezeli

bu salon, bilginin kutsallığıyla bütüleşerek herkesi büyülemeyi başarıyor. Kütüphanenin en büyük hazinelerinden bir diğeri ise MS 4. yüzyıla tarihlenen ve bilinen en eski tam İncil kopyalarından biri olan Codex Vaticanus'tur. Son derece sıkı güvenlik önlemleriyle erişime kapalı bir bilgi kasası olarak algılanan bu mekân, günümüzde seçkin araştırmacılara kapılarını aralayarak insanlığın gizemli geçmişini aydınlatmaya devam ediyor.

KÜLLERİNDEN DOĞAN BİR EFSANE: YENİ İSKENDERİYE KÜTÜPHANESİ

Antik dünyanın en büyük trajedilerinden biri, insanlık tarihine ait tüm bilgiyi tek bir çatı altında toplamayı hedefleyen Büyük İskenderiye Kütüphanesi'nin yangınlar ve savaşlar sonucunda yok olmasıydı. Büyük İskenderiye Kütüphanesi korunamamış olsa da bu efsanevi yapı, 2002 yılında, Akdeniz'in kıyısında modern bir mimari harikası olarak yeniden

doğdu. Bibliotheca Alexandrina adı verilen bu yeni mekân, sadece antik kütüphanenin anısını yaşatmakla kalmıyor, aynı zamanda bugün 21. yüzyılın en donanımlı dijital ve fiziksel kültür merkezlerinden biri olarak hizmet veriyor.

Norveçli mimarlık ofisi Snøhetta tarafından yapılan bina, Akdeniz'den yükselen devasa ve eğimli bir güneş diski şeklinde tasarlandı. Bu form, bilginin doğuşunu ve aydınlanmayı simgeliyor. Binarın dış cephesini kaplayan devasa Asvan granit duvarlarının üzerinde, dünyada bugüne kadar kullanılmış 120 farklı yazı sisteminden alınan harfler ve semboller kullanılırken; iç mekânı ise sütunlarla desteklenen ve katmanlar hâlinde inen geniş okuma salonlarıyla ferah bir ortam sunuyor. Milyonlarca kitabın yanı sıra geniş bir internet arşivi, antikalar müzesi ve el yazmaları restorasyon merkezini barındıran Bibliotheca Alexandrina, yani Yeni İskenderiye Kütüphanesi; geçmişle bugün arasında bağ kuran evrensel bir bilgi merkezi oldu.



Vatikan Apostolik Kütüphanesi

TİM TÜRKİYE
İHRACATÇILAR
MECLİSİ

İNNOVA
LİG | İnovasyon
Liderleri

**İNOVALIĞ
2026
BAŞVURULARI
DEVAM EDİYOR**

**Son başvuru tarihi
31 Mayıs 2026**

www.inovalig.com



Barış Bal
Homster Kurucu Ortağı

Homster

Yaşam Alanlarını 3D Tasarımlarla Kişiselleştiriyor

Homster, “herkes için stil yaşam” mottosuyla iç mimari hizmetini lüks olmaktan çıkararak saniyeler içinde erişilebilen bir standarda dönüştürüyor. Kullanıcı davranışlarını gerçek zamanlı modelleyen sistem, dekorasyon alışverişinin geleceğini şekillendiriyor.

Yapay zekâ destekli otomatik iç mimari tasarım uygulaması Homster’ı kurarken temel çıkış noktanız ne oldu?

Homster’ın çıkış noktası basit ama güçlü bir gözleme dayanıyor. İnsanların büyük çoğunluğu daha estetik, daha uyumlu yaşam alanları istiyor, ancak iç mimarlarla çalışmak hem maliyetli hem de zaman alıcı olduğu için bu hizmete erişemiyor. Öte yandan mobilya mağazaları da müşterilerine bu deneyimi sunmakta zorlanıyor; ya hiç sunamıyorlar ya da çok sınırlı sayıda müşteriye sunabiliyorlar.

Biz bu problemi ilk fark ettiğimizde şunu sorduk: “Bu deneyimi neden herkes için erişilebilir hâle getirmeyelim?” Yapay zekâ ve otomasyonun geldiği noktada, bir kullanıcının ihtiyaçlarını anlayıp ona anında tasarım sunabilecek bir sistem kurmanın mümkün olduğunu gördük. Homster böyle doğdu. Amacımız, iç mimari tasarımı bir lüks hizmet olmaktan çıkarıp, herkesin birkaç saniye içinde deneyimleyebileceği bir standarda dönüştürmekti.

“Herkes için stil yaşam” mottosunun arkasındaki vizyonu nasıl tanımlarsınız?

“Herkes için stil yaşam” aslında Homster’ın tüm karar mekanizmasının merkezinde yer alıyor. Buradaki “herkes” vurgusu çok kritik; çünkü biz ürün geliştirirken sadece

tasarım kalitesine değil, erişilebilirliğe de odaklanıyoruz.

Bu vizyon bizi, kullanıcıdan minimum efor talep eden, maksimum değer üreten bir deneyime götürüyor. Kullanıcının karmaşık tasarım araçlarını öğrenmesini beklemek yerine, onun ihtiyaçlarını anlayan ve onun adına karar verebilen bir sistem kuruyoruz. Ürün geliştirme süreçlerimizde de her zaman şu soruyu soruyoruz: “Bu özellik, daha fazla insanın daha iyi bir yaşam alanına ulaşmasını sağlıyor mu?” Eğer cevap hayırsa, o özellik bizim için öncelik olmuyor.

LiveStyler bu insani dokunuşu dijitalle taşıırken ziyaretçileri hızlı tanıma işini teknik olarak nasıl başarıyor?

LiveStyler, doğrudan müşterilerimizin web sitelerine entegre edilen bir servis olarak çalışıyor ve ziyaretçileri kendi ortamlarında analiz ediyor. Yani kullanıcıyı ayrı bir uygulamaya taşımak yerine, ziyaret ettiği e-ticaret sitesi üzerinde onu anlamaya ve yönlendirmeye başlıyor.

Sistem, ziyaretçinin davranışlarını gerçek zamanlı olarak analiz ediyor. Hangi ürünlere baktığı, ne kadar süre geçirdiği, hangi kategorilere ilgi gösterdiği gibi birçok sinyal anlık olarak işleniyor. Bu sinyaller üzerinden kullanıcı hızlıca profilleniyor ve uygun anlarda etkileşime davet ediliyor.

Kullanıcı etkileşime geçtiği anda ise sistem, onun ihtiyaçlarını hızla modelleyip ona özel 3D tasarımlar ve ürün kombinasyonları sunuyor. Aslında yaptığımız şey, fiziksel mağazadaki iyi bir satış danışmanının yaptığı işi dijital ortama taşımak ve bunu her ziyaretçi için, anlık ve ölçeklenebilir şekilde gerçekleştirmek oluyor.

LiveStyler servisi nasıl bir çalışma ağına sahip, perakendecilerle nasıl bir süreç izliyor?

LiveStyler, ev perakendesi, mobilya ve dekorasyon markalarının hem e-ticaret sitelerine entegre edilen hem de fiziksel showrom’larda satış ekipleri tarafından kullanılabilen bir servis olarak konumlanıyor.

Entegrasyon sonrası sistem, web sitesi ziyaretçileriyle doğrudan etkileşime geçerken, showrom içinde de satış personeline anında tasarım ve öneri sunma imkânı sağlıyor. Perakendecilerle süreç genellikle bir PoC ile başlıyor. Bu aşamada kullanıcı etkileşimi, tasarım kullanımı, sepete ekleme davranışları ve dönüşüm etkisi gibi metrikleri birlikte analiz ediyoruz. Amacımız yarattığımız ticari değeri net ve ölçülebilir şekilde ortaya koymak oluyor.

Gelecekte bu iş birliklerini daha derin entegrasyonlara taşımayı hedefliyoruz. LiveStyler’in sadece bir deneyim katmanı değil, aynı zamanda satış, CRM ve ürün stratejilerini besleyen merkezi bir platform hâline gelmesini amaçlıyoruz.

Homster, kendi alanındaki rakiplerinden hangi özellikleriyle ayrılıyor?

LiveStyler servisimiz, tasarım üretmenin ötesine geçen bir yaklaşım sunuyor. Piyasadaki birçok çözüm kullanıcıya araç veriyor ve ondan tasarım yapmasını bekliyor. LiveStyler ise kullanıcıyı anlıyor, onun yerine tasarım ya-

pıyor ve onu doğrudan satın alma sürecine yönlendiriyor.

Bu üç adımı tek bir akış içinde birleştirmek en önemli farklarımızdan biri oluyor. Kullanıcıyı sadece etkilemek değil, karar vermeye yaklaştırmak odak noktamızı oluşturuyor. Ayrıca hız ve otomasyon seviyesi kritik bir avantaj sağlıyor. Kullanıcı saniyeler içinde sonuç görüyor ve bu hız, deneyimin kopmadan devam etmesini mümkün kılıyor.

Homster’ın gelecek yol haritasında neler var?

2026 bizim için ölçeklenme yılı. Özellikle mobilya ve ev dekorasyonu sektöründe yaptığımız pilot çalışmaların ardından, ürünün yarattığı değeri daha net ortaya koyduğumuz bir aşamaya geçiyoruz. Öncelikli hedefimiz, perakendeciler için yarattığımız ticari değeri ölçülebilir şekilde kanıtlamak oluyor. Bununla birlikte daha akıllı öneri sistemleri, daha güçlü kişiselleştirme ve daha derin e-ticaret entegrasyonları üzerinde çalışıyoruz. Uzun vadede ise ev dekorasyonu alışverişinde kullanıcıların karar verme sürecinin merkezinde yer alan bir platform olmayı hedefliyoruz.

TİM-TEB Girişim Evi’nin desteklerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

TİM-TEB Girişim Evi, erken aşama girişimler için oldukça değerli bir yapı. Sağladıkları mentorluk, network ve görünürlük desteği, sadece ürün geliştirme değil iş geliştirme tarafında da önemli katkılar sunuyor.

Bizim için en önemli katkılardan biri, doğru insanlarla doğru zamanda bir araya gelmemizi sağlaması oldu. Bu tür yapılar, girişimcilerin daha hızlı öğrenmesini ve daha sağlıklı kararlar almasını mümkün kılıyor.



Aslında yaptığımız şey, fiziksel mağazadaki iyi bir satış danışmanının yaptığı işi dijital ortama taşımak ve bunu her ziyaretçi için anlık ve ölçeklenebilir şekilde gerçekleştirmek.



Uğursoy Korkmaz
CO2Soft Kurucu
Ortağı

CO2Soft

Uçtan Uca Şeffaf Sürdürülebilirlik Yönetimi

Geleneksel danışmanlık modellerinden farklı olarak, çok katmanlı tedarik zincirlerindeki veri toplama zorluğunu yenilikçi modülleriyle ortadan kaldıran CO2Soft, şirketlere yeşil dönüşüm yolculuğunda stratejik bir dönüşüm ortaklığı sunuyor.

Gözlemlediğiniz hangi yönetilemeyen problem CO2Soft'un doğmasına zemin hazırladı?

CO2Soft, şirketlerin sürdürülebilirlik süreçlerini yönetirken yaşadığı karmaşayı çözmek ve tüm süreçleri tek bir platform üzerinden yönetmelerini sağlamak amacıyla kuruldu.

Karbon ayak izi, su ayak izi, ürün bazlı hesaplamalar ve sürdürülebilirlik raporlaması gibi kritik süreçler pek çok şirkette excel dosyaları, e-posta trafiği ve manuel hesaplamalar üzerinden ilerliyordu. Bu yapı hem hataya açık hem de sürdürülebilir değildi. En önemlisi ise bu veriler denetlenebilir ve karşılaştırılabilir bir yapıya sahip değildi.

Biz bu problemi sahada gözlemledik ve bu doğrultuda uzun yıllar boyunca iş hayatında yer almış ekip arkadaşlarımızla birlikte CO2Soft'u kurduk.

Amacımız; kurumsal karbon ayak izi, ürün karbon ayak izi, su ayak izi, Sınırda Karbon Denetleme Merkezi (SKDM) ve sürdürülebilirlik raporlaması süreçlerini tek bir platformda birleştirerek şirketlere tek merkezden yönetilen, izlenebilir ve denetlenebilir bir sürdürülebilirlik platformu sunmaktı.

İşletmelerin çevre performansını hem ölçüyor hem de ISO

standartlarında yönetilebilir ve raporlanabilir hâle getiren CO2Soft'u, pazardaki geleneksel sürdürülebilirlik danışmanlıklarından ayıran temel teknolojik gücü ve inovasyon felsefesi nedir?

Aslında CO2Soft'u geleneksel danışmanlıklardan ve diğer araçlardan ayıran en önemli unsur, sürdürülebilirlik süreçlerini tek bir platformda en ince ayrıntılarına kadar bütünleşik bir yapıda sunmasıdır. Özellikle geleneksel danışmanlık süreçleri çoğunlukla dönemsel olarak gerçekleştiriliyor ve tek bir rapor çıktısı verilerek süreçler sonlandırılıyor. Ancak sürdürülebilirlik artık tek seferlik bir çıktı değil, sürekli yönetilmesi gereken bir performans alanı olarak karşımıza çıkıyor.

TSE'den onaylı olan platformumuz; ISO 14064-1, ISO 14067, GHG Protocol, CBAM, TSRS ve GRI gibi standartlara uygun şekilde çalışıyor. Firmalar verilerini girdiğinde tüm hesaplamalarını ve raporlama süreçlerini kolaylıkla gerçekleştirebiliyorlar. Buna ek olarak sekiz dilde hizmet verebiliyoruz ve ERP entegrasyonlarına uyumlu mimarimiz sayesinde veri girişi süreçlerini de otomatikleştirebiliyoruz. Ayrıca diğer araçlardan farklı olarak firmalar özelinde çalışmalar yaparak onlara özel modüller ve

çeşitli altyapılar da sunabiliyoruz. TÜBİTAK tarafında gerçekleştirebilecekleri projelerine de destek vererek şirketlerin sürdürülebilirlik süreçleriyle ilgili tüm sorunlarına cevaplar üretebiliyoruz.

Özellikle yüksek teknolojiyle üretim yapan sanayicilerin uluslararası pazardaki rekabet avantajını korumasında CO2Soft nasıl bir stratejik iş ortağı konumunda?

Avrupa Yeşil Mutabakatı ve SKDM, artık şirketler için sadece bir uyum süreci değil; doğrudan maliyet ve rekabet meselesi. Yanlış veya eksik veriyle yapılan raporlamalar, firmaların yüksek varsayılan emisyon değerleri üzerinden değerlendirilmesine ve dolayısıyla daha fazla karbon maliyetine maruz kalmasına neden oluyor.

CO2Soft olarak bu noktada firmalara kritik avantajlar sağlıyoruz. Platformumuz ile kullanıcılarımız son düzenlemelerle uyumlu bir şekilde dakikalar içinde üretim partileri bazında onaylamaya hazır SKDM raporlarını alabiliyorlar. Ayrıca şirketler, limit değerler üzerinden karşılaştırmalar yaparak mevcut emisyonlarının sertifikalı maliyetlerini de yazılımımız üzerinden hızlıca görebiliyorlar.

Tüm bunlara ek olarak isteyen müşterilerimizin entegrasyonlarla birlikte onaylamaya hazır otomatik SKDM raporları almalarını da sağlayabiliyoruz. Bu sayede üretim yapan firmaların SKDM tarafındaki iş yüklerini azaltabiliyoruz.

Yazılım altyapınız bu süreci sanayiciler ve ihracatçılar için nasıl şeffaflştırıyor ve basitleştiriyor?

Günümüzde firmaların yaşadığı en büyük zorluklardan biri olan tedarik zinciri kapsamında veri toplama süreçlerini sistemimiz içinde kolaylaştırıyoruz. Bu kapsamda kullanıcılarımız, mevcut veri

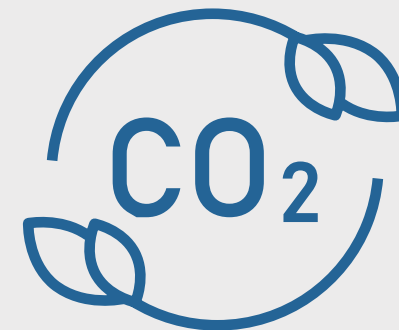
mimarimiz sayesinde tedarikçileri için özel veri giriş alanları tanımlayabiliyorlar. Bu sayede tedarik zincirlerindeki verilerini kolaylıkla toplayıp hesaplamaları içine dâhil edebiliyorlar. Ayrıca tüm veri akışlarını da tek bir panel üzerinden görüntüleyebiliyorlar.

Ayrıca şirketler, hesaplanan tüm emisyonları ve verileri tek bir yerden görüntüleyerek kontrol süreçlerinde hızlı değişiklikler de gerçekleştirilebiliyor.

İş birliği hâlinde olduğunuz firmalarla nasıl bir yol izliyorsunuz?

İş birliği sürecini, yazılım kurulumu olmanın ötesinde bir yeşil dönüşüm yolculuğu olarak ele alıyoruz. Bu kapsamda, ilk aşamada şirketin mevcut veri yapısını ve ihtiyaçlarını analiz ediyoruz. Ardından platformu şirketin operasyonlarına entegre ediyor ve ekiplerin aktif kullanımını sağlıyoruz.

Türkiye'de son yıllarda özellikle SKDM'nin etkisiyle ihracatçı firmalar tarafından sürdürülebilirlik ve raporlama konularına olan ilginin ciddi şekilde arttığını gözlemliyoruz. Ancak hâlâ en büyük eksikliğin firmaların sürdürülebilirlik alanında bilgi kirliliğine sebebiyle doğru bilgilere ulaşamaması olduğunu düşünüyoruz. Bu doğrultuda bizler de çeşitli eğitimler düzenleyerek bilgi kirliliğinin önüne geçmeye ve firmaların sürdürülebilirlik süreçlerindeki çözüm ortağı olmaya çalışıyoruz.



HEDEF VE BAŞARILAR

CO2Soft olarak bugün geldiğimiz noktada; güçlü referanslara ve çözüm ortaklarına sahip, TSE onaylı altyapısıyla güvenilirliğini kanıtlamış ve uçtan uca sürdürülebilirlik yönetimini tek platformda sunabilen bir yapıdayız. Kısa sürede birçok sektörden firmayla çalışarak, sürdürülebilirlik süreçlerinin dijitalleşmesinde önemli bir rol üstlendik.

2026 yılı içinde, yeni müşterilere ulaşarak ve entegrasyon projeleriyle birlikte pazardaki önemli oyuncuların biri olmayı planlıyoruz. Uzun vadede ise CO2Soft olarak Türkiye'den doğan ve globalde önemli bir pazar payına sahip bir sürdürülebilirlik teknoloji şirketi olmayı hedefliyoruz.

Mart 2026

Tarım Bülteni



SEKTÖREL İHRACAT VERİLERİ (1000\$)

Sektör	Mart 2025	Mart 2026	Değişim (%)
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	1.106.861	950.160	-14,2
Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri	671.772	599.838	-10,7
Yaş Meyve ve Sebze	298.206	395.268	32,5
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	304.836	290.802	-4,6
Fındık ve Mamulleri	216.964	272.268	25,5
Meyve Sebze Mamulleri	223.999	202.578	-9,6
Kuru Meyve ve Mamulleri	160.825	131.411	-18,3
Tütün	62.661	64.066	2,2
Zeytin ve Zeytinyağı	52.679	29.271	-44,4
Süs Bitkileri ve Mamulleri	18.491	17.686	-4,4

Dünyadan Tarım Haberleri

AB ve Avustralya Arasında Kapsamlı Serbest Ticaret Anlaşması Sağlandı

Avrupa Birliği ve Avustralya arasında uzun süredir devam eden serbest ticaret anlaşması müzakereleri uzlaşmayla sonuçlandı. Anlaşma kapsamında, Avrupa'nın şarap, çikolata, şekerleme ve dondurma gibi temel ihraç ürünlerine uygulanan gümrük vergileri ilk günden itibaren sıfırlanırken, peynir ihracatındaki vergiler üç yıl içinde tamamen kaldırılacak. Buna karşılık AB de Avustralya'nın şarap, fındık, meyve-sebze ve çoğu süt ürününe uyguladığı gümrük vergilerini kaldırıyor. Ayrıca Avustralya'nın sığır eti ihracat kotası, otl beslenme şartına bağlı olarak mevcut 3.389 tondan 30.600 tona çıkarılarak Avustralyalı üreticilere önemli bir pazar erişimi sağlandı.

Avrupa Komisyonu Kürk Çiftliği Yasağı Taslağını Reddedi

Avrupa Komisyonu, kıta genelinde kürk çiftliklerinin tamamen yasaklanmasını öngören kapsamlı yasa tasarısını reddederek hayvan hakları savunucuları ve bazı üye ülkeler arasında hayal kırıklığı yarattı. Uzun süredir devam eden kampanyalara ve vatandaş girişimlerine rağmen Komisyon, tam kapsamlı bir yasak yerine mevcut hayvan refahı standartlarının sıkılaştırılması ve denetimlerin artırılması yönünde bir politika izlemeyi tercih etti.

Kararın alınmasında, kürk endüstrisinin bilhassa Kuzey ve Doğu Avrupa'daki bazı üye ülkeler için taşıdığı ekonomik ağırlık ve istihdama sağladığı katkının etkili olduğu belirtiliyor. Ayrıca, Avrupa çapında keskin bir yasağın, kürk üretimini regülasyonların ve hayvan refahı standartlarının çok daha zayıf olduğu üçüncü ülkelere

kaydırabileceği yönündeki sektörel endişeler Komisyon tarafından dikkate alındı.

Süt Fiyatlarındaki Düşüş İngiltere'deki Üreticileri İflasın Eşiğine Getirdi

Birleşik Krallık'ta çiğ süt fiyatlarında aylardır devam eden sert düşüş eğilimi, ülkedeki süt üreticilerini derin bir finansal çıkmaza sürükledi. Enerji, işçilik ve veterinerlik hizmetleri gibi temel girdi maliyetlerindeki yüksek seyir devam ederken, perakende zincirlerinin fiyat baskısı ve küresel pazarlardaki arz dengesizlikleri nedeniyle çiğ süt alım fiyatları sürdürülebilir seviyelerin çok altına geriledi.

Kâr marjları tamamen eriyen özellikle küçük ve orta ölçekli aile işletmeleri, bahar aylarına girerken nakit akışlarını yönetmekte büyük zorluk çekiyor. İngiltere Tarım Birlikleri, hükümet ve perakende sektörü tarafından acil bir destek mekanizması veya adil fiyatlandırma garantisi sağlanmaması hâlinde, 2026 yılı içinde rekor sayıda çiftliğin faaliyetlerine son vermek zorunda kalacağı konusunda uyarıda bulunuyor.

ABD ve Çin Arasında Tarım Ticareti: Paris Görüşmelerinde İstikrar Vurgusu

Amerika Birleşik Devletleri ve Çin arasında teknoloji ve güvenlik alanlarında devam eden jeopolitik gerilimlere rağmen, iki ülkenin tarım ürünleri ticareti şaşırtıcı bir direnç göstermeye devam ediyor. Geçtiğimiz günlerde Paris'te bir araya gelen üst düzey heyetler, tarımsal emtia tedarik zincirlerinin kesintisiz işleyişi üzerine odaklanarak "yönetimli ticaret" (managed trade) modelinin başarıyla sürdürüldüğünü teyit etti.

Görüşmelerde, her iki ülkenin de küresel gıda güvenliği ve iç pazar istikrarı konusunda birbirine ne kadar bağımlı olduğu bir kez daha ortaya çıktı. ABD için Çin, soya fasulyesi ve mısır gibi temel tarım ürünlerinde en büyük ve en kârlı ihracat pazarı olmayı sürdürürken; Çin yönetimi de devasa nüfusunun gıda talebini güvence altına almak için Amerikan tarım ürünlerine ihtiyaç duyuyor.

İran Krizi, ABD'de Bahar Ekimi Öncesi Gübre Maliyetlerini Tırmandırıyor

İran'da patlak etken ve bölgesel tedarik hatlarını etkileyen çatışmalar, küresel tarım piyasalarına ağır bir darbe vurdu. Orta Doğu'nun amonyak ve üre gibi kritik petrokimya ve gübre üretim merkezlerinden biri olması nedeniyle, yaşanan istikrarsızlık gübre sevkiyatlarında ciddi aksamalara ve küresel ölçekte bir arz şokuna yol açtı.

Bu lojistik darboğaz, ABD'de tarım sektörü için yılın en kritik dönemi olan bahar ekim sezonunun hemen öncesine denk gelerek Amerikalı çiftçileri hazırlıksız yakaladı. Tedarik sıkıntısı, uygun fiyatlı gübreye erişimi neredeyse imkansız hâle getirirken, maliyetlerde yaşanan ani sıçramalar üreticilerin kâr beklentilerini ciddi şekilde aşağı yönlü revize etmelerine neden oldu.

Tarım ekonomistleri, yüksek gübre maliyetlerinin mısır ve buğday gibi yoğun gübre gerektiren temel mahsullerin ekim alanlarını daraltabileceği veya dönüm başına verimi düşürebileceği konusunda uyarıyor. Bu üretim açığının, yılın ilerleyen aylarında küresel gıda fiyatlarında yeni bir enflasyonist baskı yaratabileceği endişesi piyasalarda hakim olmaya başladı.

Dahilde İşleme İzin Belgelerine Ek Süre Düzenlemesi

Dahilde işleme izin belgeleri için tanınan yeni hak kapsamında, firmaların altı ay içinde bakanlığa başvurması şartıyla izin süresinin yarısı kadar ek süre verilebilecek.



Resmî Gazete'de yer alan, Dahilde İşleme Rejimi Tebliği'nde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ ile ihracat taahhüt hesabı kapatılmamış dahilde işleme izin belgeleri için düzenleme yapıldı.

17 Nisan 2026 tarihli tebliğ göre, yürürlük tarihinden önce düzenlenmiş ve henüz kapatılmamış dahilde işleme izin belgeleri için (7108, 7112.91,

7113.19 tarife pozisyonundaki/ alt pozisyonlarındaki eşya için düzenlenmiş dahilde işleme izinleri hariç) firmalara yeni bir hak tanındı. Buna göre, firmaların altı ay içinde bakanlığa başvurması şartıyla izin süresinin yarısı kadar ek süre verilebilecek. Bu süre üç ayı geçemeyecek.

Altın ve bazı kıymetli madenleri kapsayan belirli tarife pozisyonlarındaki (7108, 7112.91,

7113.19 tarife pozisyonundaki/ alt pozisyonlar) izinler için ise süre daha kısa tutuldu. Bu kapsamdaki izinlere, başvurunun uygun bulunması hâlinde en fazla 1 ay ek süre verilecek.

ÇİN MENŞELİ KAPI KİLİTLERİ İTHALATINA SORUŞTURMA

23 Mart 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan İthalatta Haksız Rekabetin Önlenmesine İlişkin

Tebliğ ile Çin Halk Cumhuriyeti menşeli silindirik kapı kilitleri, bareller ve kilit kasaları ithalatına yönelik yürürlükte bulunan dampinge karşı önleme ilişkin nihai gözden geçirme soruşturması açılması kararlaştırıldı.

Buna göre, söz konusu ürünlerin ithalatına uygulanan dampinge karşı önlemin yürürlükten kalkması hâlinde dampedin ve zararın devam edeceği veya yeniden meydana gelebileceğine yönelik yerli bir firma tarafından yapılan başvurunun ardından Bakanlıkça inceleme başlatıldı.

SIRBİSTAN, MOLDOVA VE MISIR, PAN AVRUPA AKDENİZ TERCİHLİ MENŞE KÜMÜLASYONUNA ALINDI

23 Mart 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Pan-Avrupa-Akdeniz Tercihli Menşe Kurallarına Dair Bölgesel Konvansiyon Ortak Komitesinin 1/2023 Sayılı Kararı Kapsamı Tercihli Menşe Kuralları Hakkında Yönetmelik'te Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik ile Sırbistan, Moldova ve Mısır, Türkiye'nin bölgesel konvansiyon kapsamındaki tercihli menşe kurallarını uyguladığı ülkelere dâhil edildi.

Öte yandan, İkili Menşe Kümü-lasyon Sistemi Kapsamı Ticarete Eşyanın Tercihli Menşeyinin Tespiti Hakkında Yönetmelik'in bazı hükümleri yürürlükten kaldırıldı.

AZOTLU VE KOMPOZE GÜBRELERİN GÜMRÜK VERGİLERİ SIFIRLANDI

3 Nisan 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan İthalat Rejimi Kararında Değişiklik Yapılmasına İlişkin Karar ile bölgedeki jeopolitik gelişmelerin ürün tedarikine etkisi nedeniyle üre gübresinin ardından bazı temel nitelikteki azotlu ve kompoze gübrelerin gümrük vergilerinin de sıfırlanması kararlaştırıldı.



TASARRUFLU TARIMSAL SULAMA YATIRIMLARINA YÜZDE 50-70 ARASINDA HİBE DESTEĞİ VERİLECEK

3 Nisan 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Kırsal Kalkınma Yatırım Programı Kapsamında Tasarruflu Tarımsal Sulama Sistemlerine Yönelik Yatırımların Desteklenmesi Hakkında Tebliğ ile hibe desteği verilecek tasarruflu tarımsal sulama sistemlerine yönelik 81 ilde uygulanacak yatırım konuları belirlendi.

Tebliğ ile tarla içi damla, yağmurlama, mikro yağmurlama ve yüzey altı damla sulama sistemleri ile center pivot/lineer ve tamburlu sulama sistemleri, güneş enerjili sulama ve akıllı sulama/otomasyon yatırımlarına sağlanacak hibe desteğine ilişkin usul ve esaslar düzenlendi.

Buna göre kabul edilen projelerde, hibeye esas tutarın KDV dâhil yüzde 50 ila yüzde 70'i oranında destek verilecek olup proje üst limiti 10 milyon TL olarak belir-

Kırsal Kalkınma Yatırım Programı Kapsamında Tasarruflu Tarımsal Sulama Sistemlerine Yönelik Yatırımların Desteklenmesi Hakkında Tebliğ ile kabul edilen projelerde, hibeye esas tutarın KDV dâhil yüzde 50 ila yüzde 70'i oranında destek verilecek. Proje üst limiti ise 10 milyon TL olacak.

lendi. Kadın ve genç girişimcilerin başvuruları öncelikli olarak değerlendirilecek, desteklenen makine ve ekipmanların hibe sözleşmesi sonrasında 75 gün içinde kurulması gerekecek. Tebliğ yayımı tarihinde yürürlüğe girecek olup uygulama Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından yürütülecek.

BAHARAT VE TOHUM İTHALATINA DÜZENLEME

3 Nisan 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Tarım ve Orman Bakanlığının Kontrolüne Tabi Ürünlerin İthalat Denetimi Tebliği'nde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ ile GTİP düzenlemeleri yapıldı.

Buna göre, tohum, fide, fidan ve çiçek soğanları gibi çoğaltım materyalleri ile zirai karantina kontrolüne tabi ürünlere yönelik listeye, anason, Çin anasonu, rezene, kişniş, kimyon veya Karaman kimyonu tohumları, ardıç meyveleri (yalnız tohumluk olanlar), zencefil, safran, zerdeçal (curcuma), kekik, defne yaprakları, köri ve diğer baharat (yalnız tohumluk olanlar) eklendi.

Karantina kontrolüne tabi ürünlere ilişkin listeden, "zencefil, ezilmemiş ve öğütülmemiş (taze olanlar)" çıkarıldı. Öte yandan, tıbbi ve kimyasal bir etken madde olan "pregabalin" ile hayvan beslenmesi amacıyla kullanılan "kalkerleşmiş deniz algı", ilgili ithalat denetimi listelerinden hariç tutuldu.

Ek-1/B'sindeki tabloda yer alan "2922.49" GTİP numaralı satır, "Diğerleri (2922.49.85.90.35 "Pregabalin" hariç) şeklinde değiştirilmiştir.

Ek-2'sindeki tabloda yer alan "2922.49" GTİP numaralı satır, "Diğerleri (veteriner kontrolüne tabi olanlar hariç ve 2922.49.85.90.35 "Pregabalin" hariç) şeklinde değiştirilmiştir.



Ek-3'ündeki tabloda yer alan "0713.90.00.00.13" GTİP numaralı satırdan sonra gelmek üzere aşağıdaki satırlar eklenmiştir.

GTİP	Eşya İsmi
09.09	Anason, Çin anasonu, rezene, kişniş, kimyon veya karaman kimyonu tohumları; ardıç meyveleri (yalnız tohumluk olanlar)
09.10	Zencefil, safran, zerdeçal (curcuma), kekik, defne yaprakları, köri ve diğer baharat (yalnız tohumluk olanlar)

Ek-7'sindeki tabloda yer alan "0901.11.00.00.00" GTİP numaralı satırdan sonra gelmek üzere aşağıdaki satırlar eklenmiştir.

GTİP	Eşya İsmi
09.09	Anason, Çin anasonu, rezene, kişniş, kimyon veya karaman kimyonu tohumları; ardıç meyveleri (ezilmiş veya öğütülmüş olanlar hariç)
09.10	Zencefil, safran, zerdeçal (curcuma), kekik, defne yaprakları, köri ve diğer baharat (ezilmiş veya öğütülmüş olanlar hariç)

Ek-7'sindeki tabloda yer alan "1212.29.00.90.00" GTİP numaralı satır aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

GTİP	Eşya Tanımı
1212.29.00.90.00	Diğerleri (hayvan beslenmesi amaçlı kalkerleşmiş deniz algı hariç)

BAZI VALFLERİN İTHALATINA GÖZETİM KARARI DÜZENLENDİ

9 Nisan 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan İthalatta Gözetim Uygulanmasına İlişkin Tebliğ ile çeşitli alanlarda kullanılan bazı valflerin ithalatında ileriye yönelik yürütülecek gözetim

uygulanmasına ilişkin usul ve esaslar belirlendi.

Tebliğle söz konusu valflerin ithalatında birim gümrük kıymeti, kilogram başına 5 dolar ile 30 dolar arasında olacak. Tebliğ kapsamındaki eşya, İthalat Genel Müdürlüğüne düzenlenecek gözetim belgesi ile ithal edilecek.

Aerosol sprey üretiminde kullanılan püskürtme mekanizmaları niteliğindeki valf ithalatında tebliğ hükümleri uygulanmayacak. 16 Mayıs 2018 tarihli ve 30423 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan İthalatta Gözetim Uygulanmasına İlişkin Tebliğ yürürlükten kaldırıldı.

YATIRIM TEŞVİK UYGULAMASI KAPSAMINDA YATIRIM TAMAMLAMA VİZE ŞARTLARINDA DEĞİŞİKLİK YAPILDI

9 Nisan 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Kararın Uygulanmasına İlişkin Tebliğ'de Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ ile yatırım tamamlama vizesi şartlarına ilişkin değişiklik yapıldı.

Elektrik enerjisi üretimine yönelik yatırımlar hariç olmak üzere tamamlama vizeleri için yalnızca Teşvik Uygulama ve Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü'nün gerekli gördüğü hâllerde harcamaların tespitine ilişkin rapor istenecek. Bu rapor Yeminli Mali Müşavirler tarafından hazırlanabilecek.

MISIR İTHALATINDA 3 MİLYON TONLUK TARİFE KONTENJANI AÇILDI

17 Nisan 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Mısır İthalatında Tarife Kontenjanı Uygulanmasına İlişkin Tebliğ ile mısır ithalatında 3 milyon tonluk miktar için yüzde 5 gümrük vergili tarife kontenjanı açıldı. Söz konusu uygulama 20 Nisan ile 31 Temmuz 2026 tarihleri arasında kullanılabilir.

GTİP	Eşya İsmi	Tarife Kontenjanı Miktarı (Ton)	Uygulanacak Gümrük Vergisi Oranı (%)	Tarife Kontenjanı Dönemi Sonu
1005.90.00.00.19	Diğerleri	3.000.000	5	20.04.2026-31.07.2026 (Bu tarihler dâhil)

TRAKTÖRLERİN GÖZETİM ÖNLEMİNDE YENİ DÜZENLEME

17 Nisan 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan İthalatta Gözetim Uygulanmasına İlişkin Tebliğ'de Değişiklik Yapılmasına

Dair Tebliğ ile gözetim kapsamı, çeşitli motor güçlerine göre 5,078 dolar/adet ile 44,890 dolar/adet arasında değişen tutarların altındaki birim gümrük kıymetini haiz ATV'lerin ithalatını kapsayacak şekilde yeniden düzenlendi.

GTİP	Eşya Tanımı	Birim Gümrük
8703.21.10.90.19	Diğerleri (yalnız motor gücü 18 kW.ı geçmeyen ATV'ler)	3.000.000
	Diğerleri (yalnız motor gücü 18 kW.ı geçen fakat 37 kW.ı geçmeyen ATV'ler)	12.000
	Diğerleri (yalnız motor gücü 37 kW.ı geçen fakat 75 kW.1 geçmeyen ATV'ler)	25.000
	Diğerleri (yalnız motor gücü 75 kW.ı geçen fakat 130 kW.1 geçmeyen ATV'ler)	35.000
	Diğerleri (yalnız motor gücü 130 kW.ı geçen ATV'ler)	44.890

Yeni düzenlemeye göre, tohum, fide, fidan ve çiçek soğanları gibi çoğaltım materyalleri ile zirai karantina kontrolüne tabi ürünlere yönelik listeye anason, Çin anasonu, rezene, kişniş, kimyon veya Karaman kimyonu tohumları, ardıç meyveleri, zencefil, safran, zerdeçal, kekik, defne yaprakları, köri ve diğer baharat eklendi.

EHBİB'in Yeni Hedefi 4 Yılda 2 Milyar Dolar

EHBİB'in 2025 yılı ihracatına yaklaşık 800 milyon dolarlık katkı sağlayan 24 firma, sekiz kategoride ödüllendirildi.



Ege Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliğinin (EHBİB) Ödül Töreni ve Genel Kurulu; TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Ege İhracatçı Birlikleri Koordinatör Başkanı Jak Eskinazi, EHBİB Başkanı Muhammet Öztürk ve birlik başkanlarının katılımıyla gerçekleştirildi. Genel kurul öncesinde düzenlenen "İhracatın Yıldızları Ödül Töreni"nde, EHBİB'in 2025 yılında ulaştığı 1 milyar 185 milyon dolarlık ihracata yaklaşık 800 milyon dolarlık katkı sağlayan 24 firma, sekiz kategoride ödüllendirildi.

"HEDEFİMİZ İHRACATTA İLK 10 ÜLKE ARASINA GİRMEK"

Ödül töreninde konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, uzun vadede Türkiye'yi en çok ihracat yapan ilk 10 ülke arasına çıkarmak istediklerini, tüm oyun planlarını ve stratejilerini bu hedefe göre kurguladıklarını dile getirdi. "Hedefe ulaşmak için ihracatımızı sadece miktar olarak artırmamız yetmiyor" diyen Gültepe, "Yüksek

teknolojiyi, AR-GE'yi, inovasyonu, tasarımı, markalaşmayı ve elbette ikiz dönüşümü için içine katmamız gerekiyor. Biz de bu bilinçle daha fazla katma değer, daha fazla markalaşma, daha fazla teknoloji ve daha fazla sürdürülebilirlik odaklı bir ihracat yapısı inşa ediyoruz. Yeşil dönüşüm, dijitalleşme ve inovasyon önümüzdeki dönemde en önemli başlıklarımız olacak. Bu süreçte, siz değerli ihracatçılarımızın gösterdiği çaba ve kararlılık, ülkemizin geleceği açısından hayati önem taşıyor." dedi.

Küresel ticaretin birbirinden zorlu sınavlardan geçtiği bir dönemden geçildiğine temas eden TİM Başkanı Mustafa Gültepe, tedarik zincirlerinde yaşanan kırılmalar, artan maliyetler, jeopolitik gelişmeler ve iklim değişikliğinin ihracatçıların iş yapış biçimlerini yeniden şekillendirdiği tespitinde bulundu.

İHRACATTA YÜZDE 74 ARTIŞ

Ege Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri

İhracatçıları Birliği Başkanı Muhammet Öztürk ise göreve geldiklerinde 682 milyon dolar seviyesinde olan yıllık ihracat rakamlarını yüzde 74'lük artışla 2025 yılı sonunda 1 milyar 185 milyon dolara taşımamın gururunu yaşadıklarını altını çizdi. Öztürk, "Zorlu küresel koşullara rağmen üretmeye ve ihracat yapmaya devam ettik. Önümüzdeki dört yılda hedefimiz 2 milyar doları aşmak." diye konuştu.

2026 yılında sektörlerinde yeni bir fuara da merhaba demenin hazırlığı ve heyecanı içinde oldukları bilgisini veren Öztürk, "Foodist İstanbul Fuarını, Türkiye Gıda Platformu çatısı altında 1-4 Eylül 2026 tarihleri arasında Tüypap İstanbul'da sektörle buluşturacağız. Dünyanın ilk üç gıda fuarı arasına girme hedefiyle büyük bir adım attığımız yeni fuarın ülkemizin uluslararası arenadaki iddiasını gözler önüne serecek bir buluşma noktası olacağından hiç şüphemiz yok." ifadelerini kullandı.

EİB Moda Tasarım Yarışması Ödülleri Sahiplerini Buldu

Mustafa Gültepe: "Tasarım yarışmalarında önemli olan yarıştırmak değil, gençlerimizi sektöre alıştırmak ve kazandırmak."



Ege Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (EİB) tarafından bu yıl 20'ncisi düzenlenen "EİB Moda Tasarım Yarışması"nın kazananlarına ödülleri verildi. Yarışmada "Illusia" adlı tasarımıyla Halit Tiryaki birinci, "Evidentiary Dream" adlı tasarımıyla Bilgenur Nehir Demir ikinci, "Serap" adlı çalışmasıyla Huriye Kızkut ise üçüncü oldu.

"ÖNEMLİ OLAN GENÇLERİMİZİ SEKTÖRE KAZANDIRMAK"

TİM Başkanı Mustafa Gültepe, ödül töreninde yaptığı konuşmada, tekstil ve hazır giyim sektörlerinin Türkiye'ye ihracatı, üretimi ve yarışmaları öğrettiğini söyledi. Tekstil ve hazır giyim, tecrübelerini paylaşan kıymetli bir sektör olduğunu ifade eden Gültepe, söz konusu sektörlerde dalgalanmaların yaşandığını dile getirdi.

Gültepe, tekstil ve hazır giyimde önemli yarışmaların yapıldığına ve bazı yarışmaların 33 yıldır düzenlendiğine dikkati çekerek, "Tasarım yarışmalarında önemli

olan yarıştırmak değil, gençlerimizi sektöre alıştırmak ve kazandırmak." dedi. Ticaret Bakanlığının ve TİM'in yarışmaları desteklemeye devam edeceğini belirten Gültepe, "Bütün sektörlerimiz önemli. Bütün sektörlerde ihracatı arttırarak orta vadede Türkiye'yi dünyanın ilk 10 ihracatçı ülkesi arasına çıkarmak istiyoruz." diye konuştu.

"TASARIM GÜCÜ SEKTÖR İÇİN STRATEJİK"

Ege Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkanı Burak Sertbaş, 20 yılda 200 tasarımcıyı sektöre entegre ettiklerini söyledi. Yarışmaya katılan tasarımcıların yüzde 90'dan fazlasının hâlen sektörde aktif olarak çalışmalarını sürdürdüğünü kaydeden Sertbaş, "Yarışmamıza katılan tasarımcılarımızın yüzde 58'i ihracat yapan firmaların tasarım departmanlarında baş tasarımcı olarak görev alıyor. Yüzde 26'sı ise kendi markasını kurarak tasarımlarını ticarileştirme yolunda önemli adımlar attı." dedi.

Sertbaş, Ticaret Bakanlığının 2008 yılından itibaren hayata geçirdiği Tasarım Tebliği kapsamında 25 finalistin yurt dışında yüksek lisans eğitimini tamamladığını, bu tasarımcıların yüzde 70'inin sonraki süreçte Türkiye'ye dönerek edindikleri bilgi ve deneyimi sektöre aktarmaya devam ettirdiklerini söyledi.

Son iki yıldır küresel talepte yaşanan daralmanın, maliyet baskıları ve ana ihrac pazarlarındaki ekonomik yavaşlama nedeniyle Türk moda endüstrisinin ihracatında gerilemeye yol açtığının altını çizen Sertbaş, "Bu tablo, katma değerli üretimin, tasarımın ve markalaşmanın ne kadar önemli olduğunu bir kez daha ortaya koydu. Önümüzdeki dönemde tasarımın geleceğinin sürdürülebilirlik, teknoloji ve fonksiyonellik ekseninde daha da şekilleneceğine inanıyorum. Fiyat rekabetine dayalı bir modelin sürdürülebilir olmadığı bu süreçte, tasarım gücü ve markalaşma sektörümüz açısından çok daha stratejik bir önem taşıyor." dedi.

Makine Sektöründen İlk Çeyrekte 6,6 Milyar Dolarlık İhracat

Makine İhracatçıları Birliği (MAİB) verilerine göre 2026 yılının ilk çeyreğinde Türkiye'nin serbest bölgeler dâhil makine ihracatı yüzde 0,2 artışla 6,6 milyar dolara ulaştı. Miktar bazında yüzde 12,7 oranında gerileme yaşansa da, kilogram başına ortalama ihracat fiyatının 8,7 dolara yükselmesi katma değerli ihracat adına dikkat çekici bir gelişme oldu. Almanya'ya yönelik ihracat 833 milyon dolara, ABD'ye ihracat ise yüzde 35,2 artışla 541 milyon dolara yükseldi. En fazla ihracat 638 milyon dolarla içten yanmalı motorlar alanında gerçekleşirken, 439 milyon dolar tutarında inşaat ve madencilik makinesi ile 378 milyon dolar tutarında pompa ve kompresör ihracatı gerçekleştirildi.

MAİB Geçmiş Dönem Başkanı Kutlu Karavelioğlu, küresel lojistik

Yılın ilk çeyreğinde makine sektörünün Almanya'ya yönelik ihracatı 833 milyon dolara, ABD'ye ihracatı ise yüzde 35,2 artışla 541 milyon dolara yükseldi.

krizlerine ve jeopolitik risklere dikkat çekerek, maliyet yönetiminde risk priminin önemini vurguladı. Türkiye'nin sunduğu operasyonel süreklilikle nitelikli sermaye ve insan kaynağı için güvenilir bir çekim merkezi olmaya devam ettiğini belirten Karavelioğlu, Avrupa'nın teknoloji odaklı yatırımlara yöneldiğini de sözlerine ekledi. Sürekli artış gösteren makine ithalatı konusundaki sektörel endişelerini güçlü bir şekilde dile getiren Karavelioğlu, iç pazarı Uzak Doğu menşeli makinelerden korumanın artık stratejik bir zorunluluk olduğunu ifade etti.



Meyve Sebze Mamulleri İhracatının Yüzde 43'ü Ege Bölgesi'nden

Türkiye, 2026 yılının ilk çeyreğinde meyve ve sebze mamulleri ihracatında 511 milyon dolarlık önemli bir başarıya imza attı. Bu rakamın yüzde 43'üne denk gelen 221 milyon dolarlık kısmını tek başına üstlenen Ege Bölgesi, sektördeki tartışmasız liderliğini bir kez daha gözler önüne serdi. Özellikle katma değerli üretimde büyük fark yaratan Ege Bölgesi; kuru domates ihracatının yüzde 95'ini, kornişon turşununun yüzde 94'ünü ve biber turşusunun yüzde 90'ını gerçekleştirerek erişilmesi güç bir pazar hakimiyeti kurdu.

Ege Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Başkanı Hayrettin Uçak, Türkiye'nin yıllık 58 milyon

tonluk yaş meyve sebze üretimiyle adeta dünyanın gıda ambarı konumunda olduğunu vurguladı. İklim krizinin yarattığı zorluklara rağmen sanayiye yönelik üretim bilincinin güçlenmesiyle katma değerini arttırdığını belirten Uçak, 2026 yılı sonu için tam 3 milyar dolarlık ihracat hedefine kararlılıkla odaklandıklarını açıkladı.

Türkiye genelinde en fazla ihraç edilen ürünler arasında 58 milyon dolarla sebze konserveleri başı çekerken, onu domates salçası ve gazlı içecekler takip etti. Bu eşsiz lezzetleri tüm dünya talep ederken, ihracat pazarının en büyük alıcıları sırasıyla 81 milyon dolarla ABD, 67,3 milyon dolarla Almanya ve İngiltere olarak kayıtlara geçti.

Türkiye genelinde en fazla ihraç edilen ürünler arasında 58 milyon dolarla sebze konserveleri başı çekerken, onu domates salçası ve gazlı içecekler takip etti.



Makarna İhracatı İlk Çeyrekte 228,5 Milyon Dolara Ulaştı

Dünyanın en büyük ikinci makarna ihracatçısı olan Türkiye, 2026 yılının ilk çeyreğinde başarılı bir performans sergileyerek toplam 228,5 milyon dolarlık makarna ihracatına imza attı.

Bu dönemde miktar bazında yüzde 11,5 artışla 378,7 bin ton ürün satılırken, değer bazındaki büyüme yüzde 7 olarak kaydedildi. Kilogram başına ihracatın 0,60 dolar seviyesinde gerçekleştiği çeyrekte, en büyük pazar 36,3 milyon dolar ile Somali oldu. Somali'yi sırasıyla Irak, Gana ve Japonya izlerken, Almanya ve ABD de en fazla dış satım yapılan ilk 10 ülke arasında konumlandı.

TİM Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri Sektör Kurulu Başkanı Ahmet Tiryakioğlu, Türkiye'nin ABD ve Japonya gibi dev pazarların ilk beş tedarikçisinden biri olduğunu belirtti. Tonaj bazında dünyada yüzde 25 paya sahip olduklarını hatırlatan Tiryakioğlu, değer bazında yüzde 10-15 bandında kalan bu payı artırmak için "fiyat rekabetinden değer rekabetine" geçişin şart olduğunu vurguladı. Yüzde 100 durum buğdayı kullanımı ve premium ürünlerle "Türk Makarnası" imajını güçlendirmeyi planladıklarını söyleyen Tiryakioğlu, ihracat birliklerinin yeni dönemde tanıtım faaliyetlerini "Türkiye Gıda İhracatçıları (TGI)" ortak markası altında yöneteceğini bildirdi.



ABD ve Japonya gibi dev pazarların ilk beş makarna tedarikçisinden biri olan Türkiye'den yılın ilk çeyreğinde 378,7 bin ton ürün satıldı.



Doğu Karadeniz'in İlk Çeyrek İhracatı 400 Milyonu Aştı

Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği'nin faaliyet alanında bulunan Trabzon, Rize, Artvin ve Gümüşhane illerinden 2026 yılının Ocak-Mart döneminde toplam 425 milyon 665 bin 878 dolarlık ihracat gerçekleştirildi. İller bazında incelendiğinde Trabzon 302 milyon

327 bin dolar ile liderliğini korurken, onu 57 milyon 804 bin dolarla Rize, 44 milyon 591 bin dolarla Gümüşhane ve 20 milyon 945 bin dolarla Artvin izledi. Önceki yılın aynı dönemine kıyasla Gümüşhane'nin ihracatında yüzde 112, Rize'nin ihracatında yüzde 25 ve Artvin'in ihracatında yüzde 17 oranında güçlü artışlar kaydedildi. Trabzon'un ihracatında ise yüzde 17 oranında bir düşüş gözlemlendi.

Bölge ihracatını sırtlayan en önemli sektör, 186 milyon 801 bin dolar ile fındık oldu. Fındığı sırasıyla maden ve metaller, su ürünleri ile yaş meyve sebze sektörleri takip etti. İlk çeyrekte toplam 101 farklı ülkeye ürün gönderilirken, en çok ihracat yapılan ilk beş ülke İtalya, Rusya Federasyonu, Gürcistan, Kanada ve Fransa olarak sıralandı. İtalya pazarında yüzde 40'lık bir gerileme yaşanmasına rağmen Fransa'ya yapılan dış satımda yüzde 50 artış sağlandı. Bölge ihracatçıları, bu dönemde aralarında Filipinler ve Arjantin'in de bulunduğu 12 yeni pazara daha açılma başarısı gösterdi.

İlk çeyrekte toplam 101 farklı ülkeye ürün gönderen Doğu Karadeniz'in en çok ihracat yaptığı ilk beş ülke İtalya, Rusya Federasyonu, Gürcistan, Kanada ve Fransa olarak sıralandı.



Baktığı Yerde Başka Bir Dünya Sergi

Mekân:
Bulgur Palas

Saat:
10:00-19:00

Fotoğrafla Geçen 75 Yıl

Tarihi Bulgur Palas, usta fotoğrafçı Feruz Ertürer'in 75 yılı aşan sanat serüvenini yansıtan "Baktığı Yerde Başka Bir Dünya" sergisine ev sahipliği yapıyor. Murat Gür'ün küratörlüğünü üstlendiği sergide; panayırar, sokaklar, çocuklar ve çeşitli sosyo-kültürel temalar üzerinden kent yaşamının geçmişine ışık tutuluyor. İki kata yayılan bu zengin seçkide, Ertürer'in orijinal ekipmanları, ustalarca kaleme alınan yazılar ve kısa bir belgesel de yer alıyor. Sanatseverlere görsel bir şölen sunan bu ücretsiz sergi, 16 Ağustos'a kadar ziyaret edilebilir.



Suyun Kıyısında Sergi

Mekân:
Pera Müzesi

Saat:
10:00-19:00

Halil Paşa'nın Yaşamı ve Sanatı

Türk resim sanatının usta isimlerinden Halil Paşa'nın fırsatından çıkan deniz, ışık ve renk oyunları yeniden gün yüzüne çıktı. Asker ressamı kuşağının öncüsü olan sanatçının Paris, İstanbul ve Kahire üçgeninde şekillenen vizyonu, Pera Müzesi'ndeki "Suyun Kıyısında" sergisinde bir araya getiriliyor. Dr. Özlem İnay Erten'in küratörlüğündeki seçki, sadece izlenimci tabloları değil; aynı zamanda usta ismin arşiv belgelerini ve eskiz defterlerini de meraklılarıyla buluşturuyor. Sanatçının suyla kurduğu derin bağa tanıklık etme imkânı sunan bu özel sergi, 23 Ağustos'a tarihine kadar ziyaret edilebilir.



Paranı Nasıl Yönetirsin? Giray Kömürcü

Sayfa Sayısı:
256

İlk Baskı Yılı:
2026

Yayınevi:
Kronik Kitap

Yatırım Ustalarından Dersler

Bilgi kirliliğinin ve piyasa dalgalanmalarının yatırımcıyı yorduğu günümüzde rotanızı güvenle nasıl çeceksiniz? Giray Kömürcü'nün kaleme aldığı kitap, Türkiye'nin en deneyimli sekiz fon yöneticisinin vizyonunu okurla buluşturarak bu soruya yanıt veriyor. Sadece başarı hikâyelerine değil, kriz anlarındaki hayati kararlarla ve risk yönetimine de odaklanan eser; kalabalığın tersine hareket edebilme cesaretini aşıyor. Sektör duyanlarının rasyonel tecrübelerinden süzülen bu çalışma, piyasaların acımasız yüzüne karşı kendi yatırım karakterini inşa etmek isteyenler için harika bir başucu rehberi niteliğinde.



Startup'ınızı Nasıl Batırabilirsiniz? Kim Hvidkjaer

Sayfa Sayısı:
420

İlk Baskı Yılı:
2026

Yayınevi:
The Kitap

Başarısızlığın Anatomisi

The Kitap Yayınları tarafından yayımlanan "Startup'ınızı Nasıl Batırabilirsiniz?", girişimcilik ekosistemine eleştirel bir ayna tutuyor. Ödüllü girişimci Kim Hvidkjaer; kişisel iflas deneyimini ve 160 binden fazla başarısız şirketin analizini harmanlayarak başarısızlığın öngörülebilir olduğunu kanıtıyor. Motivasyon masalları anlatmak yerine gerçeklerle yüzleşen bu eser; hatalı büyüme stratejileri ve nakit akışı sorunları gibi ortak hataları bilimsel bir zeminde inceliyor. Başarıyı parlatmak yerine başarısızlığı anlamayı seçen kitap, yatırımcılar ve kurucular için veriyeye dayalı, sarsıcı bir rehber niteliğinde.



Andrea Bocelli Romanza 30'uncu Yıl Turnesi Konser

Mekân:
Beşiktaş Tüpraş Stadyumu

Andrea Bocelli'den Müzik Şöleni

Dünyaca ünlü İtalyan tenor Andrea Bocelli, tüm zamanların en çok satan İtalyanca albümü olan "Romanza"nın 30. yılına özel hazırladığı dünya turnesi kapsamında İstanbullu müzikseverlerle buluşuyor. New York ve Venedik gibi prestijli durakların ardından İstanbul'a uzanan bu dev organizasyonda usta sanatçı; "Con Te Partiro" ve "Time to Say Goodbye" gibi klasikleşmiş eserlerini seslendirecek. Sanatçının görkemli müzikal yolculuğuna tanıklık edilecek bu özel kutlama niteliğindeki konser, 30 Mayıs tarihinde gerçekleşecek.



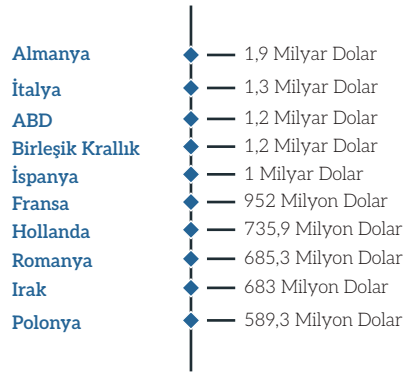
Devlerin Savaşı Müzikal

Mekân:
Zorlu PSM Turcell Platinum Sahnesi

Sanat Dünyasının Unutulmaz İkilisi

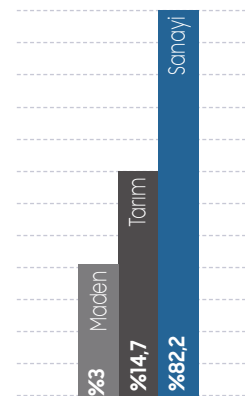
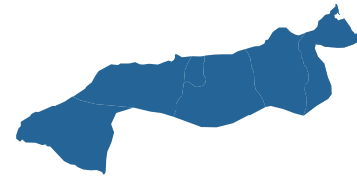
Sanat dünyasının unutulmaz iki ismi, orkestra şefleri Herbert von Karajan ve Leonard Bernstein'in rekabet dolu hikâyesi sahneye taşınıyor. "Devlerin Savaşı", Avrupa ve Amerika'nın müzikal vizyonlarını, disiplin ile tutkunun çatışmasını ve İkinci Dünya Savaşı sonrası kapanmamış defterleri etkileyici bir dille ele alıyor. İzleyiciyi, kıskançlık ve başarıyla örülü yolculuğa çıkaran ödüllü anlatı, sanatın dev isimlerinin iç dünyasına ışık tutuyor. Bu dev kapışma, 20 Mayıs'ta Zorlu PSM'de sahnelenecek.

İhracat Rakamları (ÖTS)

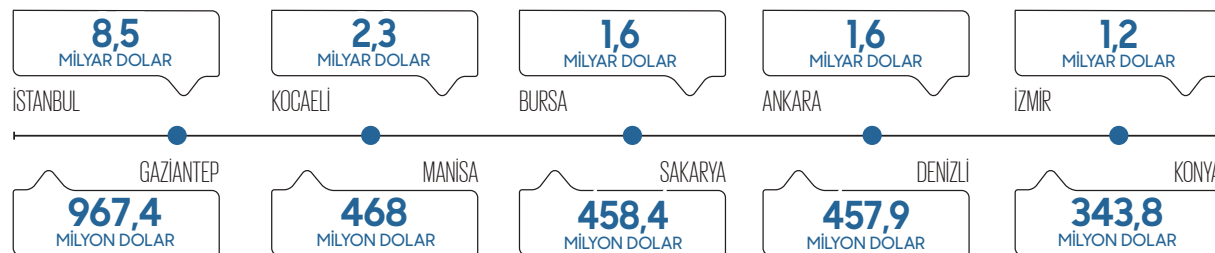
2026 Yılı Nisan Ayı İhracatı
25,4 Milyar Dolar Oldu.Nisan Ayı İhracatı Geçen Yıla
Göre Yüzde 22,3 Arttı.Son 12 Aylık İhracat 275,8
Milyar Dolar Oldu.Son 12 Aylık İhracat Geçen
Yıla Göre Yüzde 4,2 Arttı.

En Fazla İhracat Yapılan 10 Ülke

2026 yılı Nisan ayında en fazla ihracat yapılan ülke 1,9 milyar dolarla Almanya oldu. Almanya'yı, 1,3 milyar dolarla İtalya ve 1,2 milyar dolarla ABD izledi.

Alt Üretim Gruplarının 2026 Yılı
Nisan Ayında İhracattan Aldığı PayAna Üretim Gruplarının
2026 Yılı Nisan Ayında
İhracattan Aldığı Pay2026 Yılı Nisan Ayında İl
Bazında En Dikkat Çeken
İhracat ArtışıYALOVA
%443,4

İllere Göre 2026 Yılı Nisan Ayı İhracat Dağılımı



Sektörel Bazda İhracat Rakamları -1,000 \$

SEKTÖRLER	1 - 30 NİSAN				1 OCAK - 30 NİSAN			
	2025	2026	Değişim ('26/'25)	Pay(26) (%)	2025	2026	Değişim ('26/'25)	Pay(26) (%)
I. TARIM	2.768.263	3.278.678	18,4	14,7	11.839.493	12.118.744	2,4	15,6
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	1.859.397	2.254.229	21,2	10,1	8.180.422	8.376.674	2,4	10,8
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	956.201	1.112.258	16,3	5,0	4.151.195	3.935.931	-5,2	5,1
Yaş Meyve ve Sebze	235.495	329.481	39,9	1,5	1.205.604	1.634.211	35,6	2,1
Meyve Sebze Mamulleri	197.644	210.070	6,3	0,9	830.266	790.044	-4,8	1,0
Kuru Meyve ve Mamulleri	133.033	134.781	1,3	0,6	601.766	538.907	-10,4	0,7
Fındık ve Mamulleri	208.114	332.397	59,7	1,5	846.937	990.967	17,0	1,3
Zeytin ve Zeytinyağı	36.783	37.474	1,9	0,2	181.732	126.222	-30,5	0,2
Tütün	77.199	81.261	5,3	0,4	291.765	289.223	-0,9	0,4
Süs Bitkileri ve Mamulleri	14.929	16.506	10,6	0,1	71.157	71.168	0,0	0,1
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	287.906	321.269	11,6	1,4	1.152.489	1.280.157	11,1	1,6
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	287.906	321.269	11,6	1,4	1.152.489	1.280.157	11,1	1,6
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	620.961	703.180	13,2	3,2	2.506.582	2.461.913	-1,8	3,2
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	620.961	703.180	13,2	3,2	2.506.582	2.461.913	-1,8	3,2
II. SANAYİ	14.829.767	18.298.986	23,4	82,2	60.923.954	63.552.009	4,3	81,6
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	1.071.680	1.256.751	17,3	5,6	4.580.748	4.471.265	-2,4	5,7
Tekstil ve Hammaddeleri	769.939	895.596	16,3	4,0	3.188.826	3.129.691	-1,9	4,0
Deri ve Deri Mamulleri	102.626	123.729	20,6	0,6	501.768	469.843	-6,4	0,6
Halı	199.115	237.426	19,2	1,1	890.154	871.732	-2,1	1,1
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	2.611.383	3.114.148	19,3	14,0	10.372.410	10.840.299	4,5	13,9
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	2.611.383	3.114.148	19,3	14,0	10.372.410	10.840.299	4,5	13,9
C. SANAYİ MAMULLERİ	11.146.704	13.928.087	25,0	62,6	45.970.797	48.240.444	4,9	61,9
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1.225.079	1.451.052	18,4	6,5	5.402.695	5.323.733	-1,5	6,8
Otomotiv Endüstrisi	3.141.773	3.855.308	22,7	17,3	12.628.927	13.748.429	8,9	17,6
Gemi, Yat ve Hizmetleri	129.783	353.493	172,4	1,6	457.338	932.365	103,9	1,2
Elektrik ve Elektronik	1.378.793	1.772.007	28,5	8,0	5.372.652	5.998.296	11,6	7,7
Makine ve Aksamları	853.185	1.026.316	20,3	4,6	3.366.516	3.604.923	7,1	4,6
Demir ve Demir Dışı Metaller	1.080.187	1.362.564	26,1	6,1	4.246.042	4.668.553	10,0	6,0
Çelik	1.300.331	1.438.222	10,6	6,5	5.319.268	5.237.843	-1,5	6,7
Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	387.282	427.781	10,5	1,9	1.399.831	1.452.167	3,7	1,9
Mücevher	503.105	601.532	19,6	2,7	3.109.084	1.998.195	-35,7	2,6
Savunma ve Havaçılık Sanayii	538.174	962.343	78,8	4,3	2.242.426	2.871.072	28,0	3,7
İklimlendirme Sanayii	609.011	677.468	11,2	3,0	2.426.018	2.404.868	-0,9	3,1
III. MADENCİLİK	474.386	678.159	43,0	3,0	1.841.695	2.243.169	21,8	2,9
Madencilik Ürünleri	474.386	678.159	43,0	3,0	1.841.695	2.243.169	21,8	2,9
TOPLAM (TİM*)	18.072.416	22.255.822	23,1	100,0	74.605.142	77.913.922	4,4	100,0
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat ile Antrepo ve Serbest Bölgeler Farkı	2.707.014	3.147.032	16,3	12,4	11.468.422	10.716.055	-6,6	12,1
GENEL İHRACAT TOPLAMI	20.779.430	25.402.854	22,3	100,0	86.073.564	88.629.978	3,0	100,0

<p>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</p>	<p>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</p>
<p>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</p>	<p>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</p>
<p>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</p>	<p>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</p>
<p>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</p>	<p>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</p>
<p>Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği Pazarca 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</p>	<p>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</p>
<p>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</p>	<p>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</p>
<p>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</p>	<p>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 10 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</p>

Genel Sekreter Yiğit Tufan Eser
Genel Sekreter Yrd. Mustafa Seçilmiş Genel Sekreter Yrd. Funda Özgüleç 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

Artık kasko
her araç için ekonomik

HER YAŞA HER ARAÇA KASKONOMİQ



İSTEYENE İMM
SERVİS SEÇİMİ
ARAÇ YAŞI SINIRSIZ

KAZA
HALİNDE ÇEKİCİ
KURTARICI
İKAME ARAÇ



Aracınız ister yeni ister eski, ister motor ister kamyonet olsun, genişletilmiş kasko ile araç değerinin %85'e kadarı bizde, siz sadece küçük bir prim ödeyin yeter.

Her yaşa, her araca KASKONOMİQ.



KAREKODU TELEFONUNUZUN KAMERASI İLE OKUTARAK UYGULAMAYI İNDİREBİLİRSİNİZ.

Q BLOG Q MAG Q SÖZLÜK

f @ X v in

QUICK SİGORTA

MARKAYI BAŞARIYA GÖTÜREN YOL...

adres patent
"Katma Değerli Hizmet Merkezi"



adres patent
"Katma Değerli Hizmet Merkezi"

www.adrespatent.com.tr
0(212) 347 89 89

25 YIL
Sige çok yakınız?

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

İSTANBUL LEVENT

0(212) 347 89 89

info@adrespatent.com

İKTİLLİ TEKNOLOJİ

0(212) 549 43 70

ikitelili@adrespatent.com

MERTER

0(212) 890 55 50

merter@adrespatent.com

ESENYURT 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

BURSA

0(224) 504 53 43

bursa@adrespatent.com

LONDRA

+44(7552) 725 955

londra@adrespatent.com

I ♥ PATENT



filiren
zakren
@adrespatent