

TİM REPORT

176 | EKİM
2019

İHRACATÇININ YENİ YOL HARİTASI

İHRACAT ANA PLANI



İHRACATA İLK ADIM
SEFERBERLİĞİ
BAŞLADI

ABD İLE 100 MİLYAR
DOLARLIK HEDEFE
EMİN ADIMLARLA

KONGRENİN
100'ÜNCÜ YILINDA
TİM SİVAS'TA



TİM TEKNOFEST'E DAMGA VURDU
İNOVATİF PROJELER GENÇLERLE BULUŞTU



MAPPING NEEDS

ARGO [AIR | SEA | ROAD] FREIGHT

www.argofreight.com

+90 216 519 34 34

İÇİNDEKİLER



12 DELEGELER ÇALIŞTAYI

İHRACATA İLK ADIM
SEFERBERLİĞİ BAŞLADI



22 RÖPORTAJ

GAZİANTEP BÜYÜKŞEHİR BELEDİYE
BAŞKANI FATMA ŞAHİN



32 TEKNOFEST

TEKNOFEST'TE İNOVATİF PROJELER
GENÇLERLE BULUŞTU



36 İHRACAT ANA PLANI

İHRACATIN MANİFESTOSU
İHRACAT ANA PLANI

6 İHRACAT

İhracat ekonomiyi sırtlamaya
devam ediyor

18 AHENK

İşimiz gücümüz ihracat

26 DÜNYA

Türkiye'nin 192 üründe ABD pazarı
için önemli potansiyeli bulunuyor

52 SEKTÖR

İhracatın hedefinde 5 sektör var

60 TİM'DEN

Türk mobilyası, tasarım gücünü
Londra'da gösterdi

62 BİRLİK

Siyah İncir Uzak Doğu
pazarına giriyor

66 TTG

Sosyal medyada Türk
lezzetleri konuşuldu

68 COĞRAFİ İŞARET

Üzüm yaprağıyla ülke
ekonomisine katkı

70 SEKTÖR

Pazarlamanın yeni stratejisi:
Kokusal Pazarlama

74 GEZİ-ŞEHİR

Kafka'nın bohem ve romantik
şehri: Prag

SAHİBİ:

TİM adına Başkan
İsmail Güllü

YAYIN KURULU:

Mehmet Fatih Bilici
Enise Didem Elmas
Mustafa Kamar
Şahin Oktay
Senem Sanal Sezerer

YÖNETİM YERİ:

Sanayi Caddesi Dış Ticaret Kompleksi
Yeni Bosna – İSTANBUL
T: (212) 454 04 71 F: (212) 454 04 13
www.tim.org.tr

YAYIN TÜRÜ:

Sürekli yerel dergi

YAPIM:



GENEL YAYIN YÖNETMENİ:

Erkan Ersöz
erkanersoz@kucukmucizeler.com

EDİTÖRLER:

Bülent Onur Şahin
bulent@kucukmucizeler.com
Cenk Sarıoğlu
cenk@kucukmucizeler.com

GRAFİK TASARIM:

Muhammed Akdeniz
muhammed@kucukmucizeler.com

FOTOĞRAF:

Berkay Yalçınkaya
berkay@kucukmucizeler.com

REKLAM DİREKTÖRÜ:

Özgür Hasçelik
ozgurhascelik@kucukmucizeler.com

ADRES:

Küçük Mucizeler Yayıncılık ve İletişim
Gülbahar Mahallesi Altan Erbulak Sokak
No: 9 D: 5 Mecidiyeköy / İstanbul
T: (212) 211 68 53
F: (212) 211 56 54

BASKI VE ÇİLT:

Promat Basım Yayın San. ve Tic. A.Ş.
Orhangazi Mahallesi 1673 Sokak No.34
Esenyurt / İstanbul
+90 212 622 63 63
info@promat.com.tr

Timreport, TİM üyelerine ücretsiz
olarak dağıtılır. Alıntı yapılması yazılı
izne bağlıdır.

Dijital
İş Ortağım

Dijital
Tarım Hattı
0542
710 03 59

Çiftçimiz işini
sağlama alsın diye

Vodafone ve Türkiye İş Bankası'ndan Dijital Tarım Projesi

Vodafone Dijital Tarım İstasyonu ile toprağın verimliliği artıyor, finansman desteğinizi Türkiye İş Bankası veriyor.

Gelecek heyecan verici.

Hazır mısınız?

TÜRKİYE
BANKASI

vodafone
business

TEKNOFEST'TE GENÇLERİN ENERJİSİYLE BESLENDİK GELECEĞE İNOVASYON MESAJI VERDİK



İSMAİL GÜLLE

TİM Başkanı

Değerli meslektaşlarım Her şeyden önce Sivas Kongresi'nin 100. yılı sebebiyle TİM olarak Sivas'ta yaptığımız ihracat rakam açıklaması etkinliğimize değinmek isterim. Türkiye 100 yıl sonra yeniden bölgesel ve küresel risklerin tam ortasında. 100 sene önce kazandığımız Kurtuluş Savaşımızın bir benzerini bugün yine veriyoruz. Bu kez de milletimiz, devletimizin bekası için kenetlenmiş durumda. Bugün kazanacağımız zafer,

istihdamla, ihracatla kazanılacak. İşte bu gerçeğin altını çizmek ve Sivas Kongresi'nin ruhunu yaşatmak amacıyla Ağustos ayında gerçekleşen ihracat verilerini Sivas'ta açıkladık. Verilen destek ve gösterilen ilgi kararımızın doğruluğunu göstermiş oldu. Milletimizle ve tarihimizle bir kez daha gururlandık.

Elbette ihracatla elde edilecek başarıların somut adımlarını ortaya koymak gerekiyor. Bu adımlardan en önemlisi ABD pazarındaki payımızın radikal şekilde artırılması. Ticaret Savaşları bağlamında bakıldığında bu hedef her zamankinden daha yakın. Hedef, ABD ile ticaret hacmimizi 100 milyar dolara taşımak. ABD Ticaret Bakanı Wilbur Ross'un ülkemize yaptığı çalışma ziyareti

5 SEKTÖR, 17 HEDEF ÜLKE İLE BİRLİKTE TEKNOLOJİ SERALARI, BLOK ZİNCİR TEKNOLOJİSİ GİBİ ÇAĞIN BÜTÜN ÖNCÜ PROJELERİ İHRACAT ANA PLANI İLE BİR ARAYA GETİRİLDİ. TİM, BU PLANIN ADIM ADIM İLERLEMESİ İÇİN BELLİ BİR TAKVİM BELİRLEDİ.

ülkemizin gelecek 100 yılı açısından çok önemli. Bu zafer bu kez üretimle,

TİM OLARAK İNOVATİM, İNOSUIT, İNOVALİG, TİM-TEB GİRİŞİM EVLERİ PROJELERİNİN SERGİLENDİĞİ TİM ÇADIRI İLE TEKNOFEST'TE YER ALDIK. GENÇ BEYİNLERE YARATMAYA HAZIR OLDUĞUMUZ FIRSATLARIN MESAJLARINI VERDİK.

boyunca Sayın Bakanımız Ruhsar Pekcan, Sayın Bakan yardımcımız Tuna Turagay ve dış ticaret bürokrasimiz ile birlikte işte bu potansiyeli merkeze alan çok yoğun temaslarda bulunduk. Wilbur Ross'un Türkiye'de bulunduğu beş günün üçünde TİM olarak ABD'li ticaret bakanı ve ekibiyle çok değerli çalışma toplantıları yaptık. Ticaret Bakanımız Ruhsar Pekcan, Cumhurbaşkanımızın ABD'ye yaptığı son ziyarette de Wilbur Ross ile yine bir araya gelerek temaları sürdürdü. Türkiye'nin elinde Türk Hava Yolları gibi küresel bir marka var. ABD'ye uzanan yolda bu büyük marka ihracatçı için mesafeleri kısaltacak ve ABD'nin kapılarını açacak değerlerden biri. İhracatın finansmanı ve lojistiği ile ilgili TİM olarak her türlü işbirliğine açık olduğumuzu

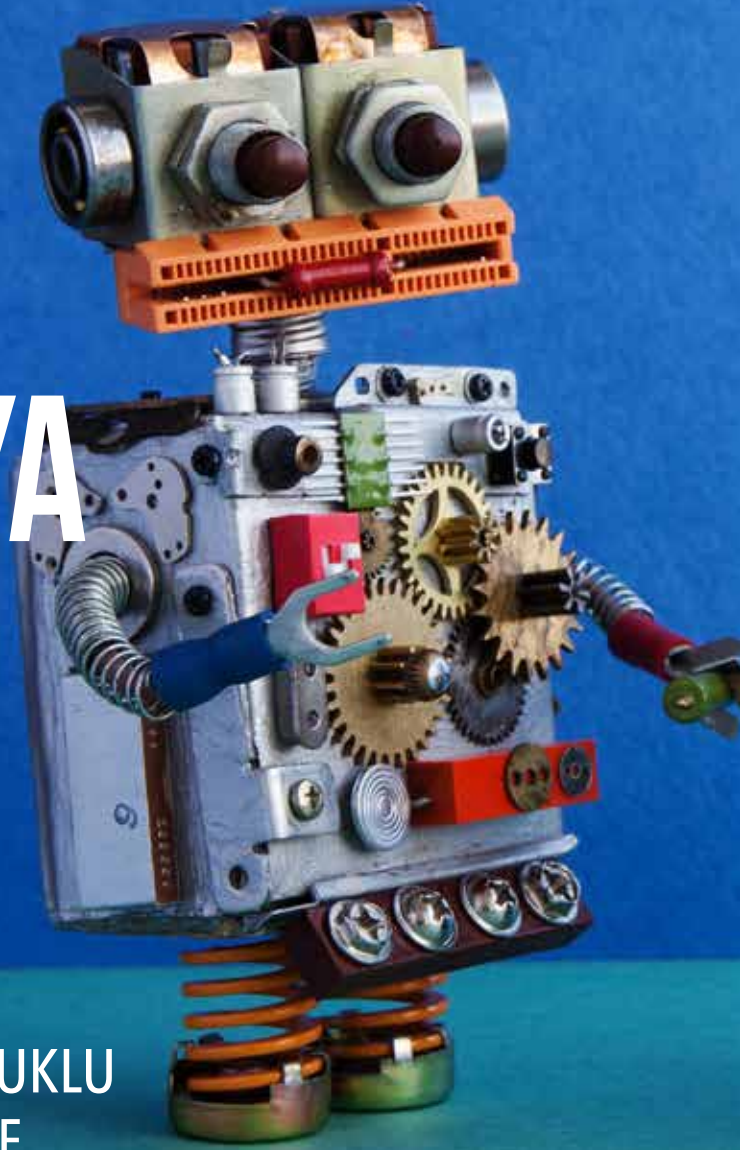
bu vesile ile tekrarlamak isterim. İhracatın önündeki hedefler milli hedeflerimizdir.

TİM bu anlayışla hareket eden bir kurum. İhracat Ana Planı da bu anlayışla hazırlanmış bir plan. 5 sektör, 17 hedef ülke ile birlikte teknoloji seraları, blok zincir teknolojisi gibi çağın bütün öncü projeleri İhracat Ana Planı ile bir araya getirildi. TİM, bu planın adım adım ilerlemesi için belli bir takvim belirledi. Bütün paydaşlarımızla birlikte plana sadık kalarak ölçülebilir somut sonuçlar elde etmek çabasında olacağız.

Yine Eylül ayı içerisinde bizi en çok mutlu eden etkinliklerden biri ise TEKNOFEST oldu. TEKNOFEST benzeri olmayan bir etkinlik. Genç nüfusumuzu geleceğin teknolojisi ile

buluşturmak için bundan iyi bir organizasyon olamaz. Biz de TİM olarak İnovaTİM, İnoSuit, İnovaLİG, TİM-TEB Girişim Evleri projelerinin sergilendiği TİM Çadırı ile TEKNOFEST'te yer aldık. Sanayi ve Teknoloji Bakanımız Mustafa Varank da çadırımıza çok değerli bir ziyarette bulundu. İnovasyonu merkeze alan güçlü bir katılım gerçekleştirdiğimize inanıyorum. Genç beyinlere yaratmaya hazır olduğumuz fırsatların mesajlarını verdik. Onların enerjisi ile beslendik. 85 bin ihracatçının temsilcisi TİM olarak hedefimiz; teknolojiyi; tasarlayan, üreten, ihraç eden bir Türkiye olmak ve Türk Malı kalitesini tüm dünyaya ulaştırmak. TEKNOFEST bunun için çok iyi bir sıçrama tahtası. Emeği geçen herkese ülkemiz adına teşekkür ederiz.

İHRACAT EKONOMİYİ SIRTLAMAYA DEVAM EDİYOR



TÜRKİYE İHRACATI UZUN SOLUKLU ARTIŞ ÇİZGİSİNİ SÜRDÜRMEYE DEVAM EDİYOR. AĞUSTOS AYINDA DA İHRACAT, HIZ KESMEDEN ARTIŞINI SÜRDÜRDÜ VE YÜZDE 1,50 ARTIŞLA 13 MİLYAR 150 MİLYON DOLAR OLARAK KAYDA GEÇTİ.

İHRACATINI EN YÜKSEK ORANLI ARTIRAN SEKTÖRLER

Savunma ve
Havacılık
Sanayii
%46,5

Süs Bitkileri
ve
Mamulleri
%30,2

Çimento Cam
Seramik ve
Toprak Ürünleri
%29,5



Yeni Ekonomi Programı kapsamında yürütülen dengeleme sürecinde 17 yıl sonra yıllık cari fazla veren Türkiye, ihracatta emin adımlarla yoluna devam ediyor. Türkiye'nin ağustos ayı ihracatı, Sivas Kongresi'nin 100. yılı vesilesiyle Türkiye Cumhuriyeti'nin temellerinin

atıldığı Sivas'ta açıklandı. Ağustos ayında ihracat, bir önceki yılın aynı ayına kıyasla yüzde 1,7 artışla 13 milyar 150 milyon dolar olarak gerçekleşti. Yılın ilk 8 ayında ise ihracat yüzde 2,9 artış ile 117,3 milyar dolara ulaşırken, son 12 aylık ihracatta 180,1 milyar dolar oldu. Böylece Yeni Ekonomi Programı 2019 hedefinde bulunan 182 milyar dolarlık ihracata yaklaştı.

Yılsonu hedefi aşılacak

TİM Başkanı İsmail Gülle, yılın son 4 ayında mevsim etkilerinin azalmasıyla birlikte her ay bir önceki yılın aynı ayına göre en az 500 milyon dolar artış yakalayarak yılsonu hedefinin rahatlıkla aşılacağını kaydetti.

2019 yılında küresel ekonomi politikte, özellikle ticaret açısından çok hızlı güncellenen bir gündemi ve değişen pazar dengelerini tecrübe ettiklerini ve buna rağmen ihracatçılarımızın, dinamizmleri ve stratejik kararları sayesinde ihracatın, doğru rota tespitleri ile ekonomimizi sırtlamaya devam ettiğini aktaran Gülle, sözlerini şöyle sürdürdü:

"Bu sene başından beri tahmin ettiğimiz şekilde ihracatımız aylık rakamlarındaki başarılı seyrini devam ettiriyor. Nitekim bayram tatiline rağmen, ihracatımızın Ağustos ayındaki performansı da beklentilerimizin üzerinde oldu. Bilhassa katma değerimiz ve fiyat-kalite performansımız arttıkça daha sürdürülebilir başarıları da beraberinde deneyimliyoruz. Firmalarımızın bu başarısını, hepimizin huzurunda takdir ediyorum."

Ağustos'ta 1.219 firma ihracata başladı

Ağustos ayı ihracatına ilişkin detaylara değinen TİM Başkanı şunları kaydetti: "Öncelikle, ağustos ayında 1.219 firmamızın ihracata 'Merhaba'



dediğini büyük bir memnuniyetle ifade ediyorum. Sivas ilimizden de HM Sivmad Mobilya Maden firmamız, Gürcistan'a ihracat yapmak suretiyle ailemize katıldı. Hatırlanacağı üzere ilimizin önde gelen firmalarından ESTAŞ da İnovasyon Haftası kapsamında düzenlediğimiz İnovalİG yarışmamızda, inovasyon sonuçları kategorisinde birinci olmuştu. Bu iki firmamız başta olmak üzere, ilimizin tüm ihracatçılarını tebrik ediyor, başarılarının devamını diliyorum.

Firma özelinde bakıldığında, ağustos ayı içerisinde 35.989 firmamız ihracat gerçekleştirdi. Bu firmaların 1.215 tanesi, geçmiş yıllarda ihracat yapmakla birlikte bu yıl ilk ihracatını ağustosta gerçekleştirdi. Ağustos ayında ihracata başlayan firmalarımızın önemli bir bölümü ilk beyannamelerini Almanya, Irak ve Azerbaycan'a açarken, 40 firmamız ABD'ye, 29 firmamız ise Rusya pazarına açılarak ihracata başlama başarısı gösterdi."

Savunma ve havacılık sektörü yüzleri güldürüyor

Ağustos ayının lideri, ihracatını yüzde 8,4 artırarak 1,74 milyar dolara ulaşan otomotiv sektörü oldu. Yüzde 19 artışla 1,63 milyar dolara ulaşan kimyevi maddeler sektörü ikinci, yüzde 1,2 artışla 1,4 milyar dolara ulaşan hazır giyim ve konfeksiyon sektörü üçüncü oldu. İhracatını en çok artıran sektörler ise yüzde 46,5 artışla 175 milyon dolara ulaşan savunma ve havacılık, yüzde

EN FAZLA İHRACAT YAPILAN ÜLKELER



30,2 artışla 6 milyon dolara ulaşan süs bitkileri ve yüzde 29,5 artışla 286 milyon dolara ulaşan çimento cam seramik toprak ürünleri oldu.

132 ülkeye ihracatımız arttı

Ağustos ayında ihracatçılar, ülkemizin bayrağını 223 ülke ve bölgede dalgalandırmayı başardı. Bu ülkelerin 132'sine ihracat artarken 108 ülkede ise artış yüzde 10'un, tam 56 ülkede ise yüzde 50'nin üzerinde gerçekleşti. En çok ihracat gerçekleştirilen ilk 3 ülke ise 1 milyar 123 milyon dolar ile Almanya, 1 milyar dolar ile İngiltere ve 633 milyon dolar ile Irak oldu. İlk 10 ülkenin ihracattaki payı yüzde 49,2 olurken, ilk 20 ülkede bu pay yüzde 65,7 olarak gerçekleşti. En büyük pazarımız olan Avrupa Birliği'nin ihracatımızdaki payı ağıstosta yüzde 48,2 oldu.

Yalova ihracatını 17 kat artırdı

İllerin ihracatına bakıldığında: ağustos ayında 45 il ihracatını artırdı. En çok ihracat gerçekleştiren ilk 3 il sırasıyla; 5,6 milyar dolarla İstanbul, 974 milyon dolarla Kocaeli ve 953 milyon dolarla Bursa oldu. En dikkat çekici artışlar ise; ihracatını 17 katına çıkararak 57 milyon dolar ihracata ulaşan Yalova, yüzde 36,8 artışla 44 milyon dolar ihracata ulaşan Muğla ve yüzde 34,4 artışla 31 milyon dolar ihracata ulaşan Malatya'da yaşandı. Yalova'nın ihracat artışında gemi ve yat sektörü etkili olurken, Muğla ve Malatya'da su ürünleri ve hayvansal mamuller sektöründeki artış başarıyı getirdi.

174 ülkeye TL ile ihracat

Ay boyunca 174 ülkeye ihracatta TL kullanıldı, toplam rakam bir önceki yılın ağustos ayına göre yüzde 8 artarak 3,7 milyar TL oldu. 5967 firma



Ağustos ayında beyannamelerinde Türk Lirasını tercih etti. Ağustos ayında 13,2 milyar dolarlık ihracat rakamına 344 bin beyanname ile ulaşıldı. En çok beyanname

ve Çin takip ediyor. Sivas ili için ise tablo şöyle: Sivas, Ağustos ayında 5 milyon dolar, yılın ilk 8 ayında ise 50 milyon dolar ihracata imza attı. İlin en çok ihracat gerçekleştirdiği ilk 3

Ağustos ayında ihracatçılar, ülkemizin bayrağını 223 ülke ve bölgede dalgalandırmayı başardı. En büyük pazarımız olan Avrupa Birliği'nin ihracatımızdaki payı ağıstosta yüzde 48,2 oldu.

açılan günler yine Cuma günleri olurken, 91 firma 11-14 Ağustos günlerini kapsayan 4 günlük Kurban Bayramı tatili süresince dahi 65 milyon dolarlık 227 beyanname açarak ihracata devam etti.

Çelik 54 ülkede lider oldu

Hangi il, hangi sektörde hangi ülkeye ihracat yapıyor diye bakıldığında ise 54 ülkeye en çok ihracat yapan sektör çelik oldu. 45 ülke ile kimyevi maddeler sektörü ikinci olurken, 35 ülkede ise lider sektör hububat. İller bazında; 16 ilin en çok ihracatı Irak'a gerçekleştirdiği görüldü. Irak'ı 12 ille Almanya, 6'şar ille ABD

sektör 1,8 milyon dolarla Makine ve Aksamları, 1,5 milyon dolarla Madencilik Ürünleri ve 318 bin dolarla İklimlendirme sanayii olurken, en çok ihracat yaptığı ilk 3 ülke ise 804 bin dolarla Çin, 708 bin dolarla ABD ve 324 bin dolarla Suudi Arabistan oldu.

Miktar bazında ihracatta ise ağıstosta yüzde 17,8 artışla 11,8 milyon tona, yılın ilk 8 ayında 95,6 milyon tona ulaşıldı. Son olarak, ağustos ayında Euro dolar paritesinin etkisi negatif yönlü 190,4 milyon dolar olurken, yılın ilk 8 ayında pariteden kaynaklanan negatif etki 3,1 milyar dolar oldu.



PROF. DR. EMRE ALK N

EYLÜL AYININ SONUNA YAKLAŐIRKEN...

Bu ay bütçe gelişmeleri ve cari işlemler açığı ile ilgili olumlu gelişmeleri takip ettiğimiz bir süreç yaŐadık. Hatta döviz rezervleri ile ilgili uluslararası kuruluşlarının pozitif mesajlar verdiği Eylül ayında akılları karıŐtıran tek gelişme, Bankalar Birliği ve BDDK'nın tahsili gecikmiŐ alacaklar yani performanssız krediler ile ilgili aıklamalarıydı diyebilirim.

Merkez Bankası'nın faiz indiriminin bir süre gündemin en üst sırasına oturmasını doğal karşılamak gerekiyor. Ancak beklenmedik bir harekette de bulunmadı diyebilirim.

ABD'NİN ZAR ZOR ARTIRABİLDİğİ, ÇİN'İN İSE ZORLANDIğI VE JAPONYA'NIN DA BU ARALAR ARTIRMAYI BAŐARAMADIėI İHRACAT KONUSUNDA TÜRKİYE'NİN YÜZDE 3 CİVARINDA BİR ARTIŞ GÖSTERMESİ AZIMSANMAMALI.

Raporun ilk sayfalarında da belirttiğim gibi, Ocak 2020'de politika faizlerinin yüzde 13-14 seviyesine inmesini bekliyorum. Elbette enflasyon ve büyüme ile ilgili geliŐmeler trendi belirleyecek, ya da faizlerin inme hızını.

Özel kesimin dış borcunun azalırken, kamu borçlanmasının yabancı para cinsinden arttığını gözlemliyoruz. Yetkililer ile 2 hafta önce bir araya geldiğimizde bu durumu sorduk. "Hangi faiz seviyesi hangi para cinsinden uygunsa o Şekilde borlanacağız" Şeklinde cevap verdiler.

"Uluslararası kuruluşlar dediğimiz noktaya geldiler..."

Dış Ticaret tarafına göz attığımızda, ihracatın artış hızının giderek düŐtüėüne tanıklık ettiğimizi söyleyebilirim. Aslında ABD'nin zar zor artırabildiği, Çin'in ise zorlandığı ve Japonya'nın da bu aralar artırmayı baŐaramadıėı ihracat konusunda Türkiye'nin yüzde 3 civarında bir artış göstermesi azımsanmamalı. Ancak, hem fiyat rekabeti hem de Euro/Dolar paritesindeki gerileme sebebiyle ihracat artıŐları eskisi gibi çift haneli değil. Turizm Sezonu her ne kadar sonbahar ile bitmese de döviz gelirinin "azalan artışla" yola devam edeceği söylenebilir. Bu durumda döviz kurlarında dalgalanma beklememiz de olasılık dahilinde. ŐaŐırtıcı bir Şekilde yıl başında Türkiye'nin 2019 büyümesi ile ilgili yüzde 2,5 daralma öngördüğünü ifade eden uluslararası kuruluşlarının Şimdi yüzde 0'in etrafında dönen öngörülerde bulduklarını görüyorum. Ben yıl başından beri bu beklentide olduğum için, herhangi bir deėiŐiklik yapmıyorum ve  midimi korumaya devam ediyorum. Elbette yıl başında bu beklentimi selselendirdiğim zaman "olmaz, olamaz" diyenler vardı. Bunu söyleyenlerin X neslinden değil, daha çok Y neslinden olduğunu görüyorum. Demek ki daha önce yaşanan tecrübeler orta ve uzun vadede kiŐiyi haklı çıkartıyor. Ben kendi adıma, aykırı veya lehte her türlü sesi dinlemeye  zen gösterip, faydalı olanları değerlendirmeye devam edeceğim.

TROY

Türkiye'nin Ödeme Yöntemi

Türkiye'nin markaları dünyaya açılırken
ödeme teknolojileri sektöründe de
TROY'la ilerliyoruz!

 **Turkish
Apparel**

 **Turkish
Cosmetics**

 **Turkish
Furniture**

 **Turkish
Gastronomy**

 **Turkish
Jewellery**

 **Turkish
Leather
Products**

 **Turkish
Software**



Turkey



troyodeme.com

[f/TROYOdeme](https://www.facebook.com/TROYOdeme)

[t/TROYOdeme](https://www.twitter.com/TROYOdeme)

[@/troy_odeme](https://www.instagram.com/troy_odeme)

#sagaltkose

TROY, Bankalararası Kart Merkezi tarafından hayata geçirilen Türkiye'nin ilk ve tek yerli ödeme yöntemidir.



TİM DELEGELER ÇALIŞTAYI-3 İSTANBUL'DA GERÇEKLEŞTİRİLDİ

İHRACATA İLK ADIM SEFERBERLİĞİ BAŞLADI



TİM, KOBİ DÜZEYİNDEKİ FİRMALARIN İHRACATA ÖZENDİRİLMESİ VE ULUSLARARASI ARENADA FARKINDALIK OLUŞTURMAK AMACIYLA KOSGEB İLE İŞBİRLİĞİ ANLAŞMASI İMZALADI. TİCARET BAKANI RUHSAR PEKCAN İLE SANAYİ VE TİCARET BAKANI MUSTAFA VARANK'IN TEŞRİFLERİYLE DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ'NDE, TİM BAŞKANI İSMAİL GÜLLE İLE KOSGEB BAŞKANI CEVAHİR UZKURT'UN İMZALADIĞI "TİM-KOSGEB İHRACATA İLK ADIM SEFERBERLİĞİ İŞBİRLİĞİ PROTOKOLÜ" İLE İHRACAT YAPAN VE İHRACATA BAŞLAYACAK KOBİ'LERE 6 FARKLI KALEMDE 300 BİN LİRAYA KADAR DESTEKLER SAĞLANACAK.

6

1 ihracatçı birliği, 13 genel sektörü ve 27 sektörü ile 85 bine yaklaşan ihracat ailesinin çatı kuruluşu

Türkiye İhracatçıları Meclisi, ihracata yeni başlayacak KOBİ'lerin tüm ihtiyaçlarına cevap verebilmek amacıyla KOSGEB ile güçlerini birleştirdi. TİM'in, KOBİ düzeyindeki firmaların ihracata özendirilmesi ve uluslararası arenada farkındalık oluşturmak amacıyla KOSGEB ile işbirliğine imza attığı töreni Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank

ile Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan'ın teşrifleriyle gerçekleşti. TİM Başkanı İsmail Güllü ve KOSGEB Başkanı Prof. Dr. Cevahir Uzkurt'un imzaladığı protokolle ilk kez yurt dışına çıkacak KOBİ'lere veya yurt dışı pazar payını arttırmak isteyen işletmelere 300 bin TL destek verilecek. Program kapsamında KOBİ'lere, personel gideri desteği, yazılım ve donanım giderleri desteği, tanıtım giderleri desteği, yurt dışı fuar ve seyahat giderleri desteği, test, analiz ve belgelendirme giderlerine yönelik

destek ve hizmet alımı giderleri desteği olmak üzere 6 başlıkta destek sağlanacak.

KOBİ'ler 16 Eylül Pazartesi gününden itibaren e-Devlet üzerinden veya KOSGEB'in internet sitesinden Yurtdışı Pazar Destek Programına başvuru yapabilecekler.

KOBİ'lere 1,7 Milyar TL

İmza töreninde bir konuşma yapan Bakan Varank, Türkiye'de yaklaşık 3,5 milyon işletmenin faaliyet gösterdiğini belirterek, "Bunların yüzde



▲ TİM Delegeler Çalıştayı-3 Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank ve Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan'ın katılımıyla gerçekleşti. İhracat ailesi, talep ve çözüm önerilerini direk olarak bakanlara iletme fırsatı buldu.

99'unu KOBİ'ler oluşturuyor. Bakanlık olarak KOBİ'lerin, ekonomimiz için önemini farkındayız. İlgili kuruluşumuz KOSGEB, Türkiye sathına yayılmış 92 müdürlüğü ile KOBİ'lerin büyümesine ciddi katkılarda bulunuyor. Bu kapsamda; sadece 2019 yılında, KOBİ'lerimize 1,7 milyar Lira tutarında destek sağladık. Sağladığımız destekler, önümüzdeki aylarda elbette devam edecek" dedi.

Yüzde 70'i Geri Ödemesiz
Varank, Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'nin ilk Kalkınma Planı'nda ihracat hedefini 226 milyar dolar olarak belirlediklerini hatırlatarak, "Protokolü imzalanacak destek programının amacı,

KOBİ'lerin bu ihracattaki payını, yüzde 60'lara çıkarmaktır" diye konuştu.

Bu amaç doğrultusunda Yurt Dışı Pazar Destek Programı'nı tasarladıklarını ifade eden Varank, "Programın destek miktarını 300 bin lira olarak belirledik. Bunun yüzde 70'i geri ödemesiz olacak. Yani 300 bin lira destek almaya hak kazanan bir KOBİ'miz, bunun sadece 90 bin lirasını KOSGEB'e geri ödeyecek. Proje bazlı olarak hayata geçecek programın destek süresi, 6 aydan 24 aya kadar. Programdan ilk kez yurt dışına açılacak KOBİ'lerimizin yanı sıra, yurt dışı pazar payını artırmak isteyen KOBİ'lerimiz de faydalanabilecek" dedi.

Uluslararası pazarda iş birliği yapmalıyız

Törende konuşan Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, Türkiye ekonomisinin daha çok küçük girişimcilerden oluştuğunu, ABD ekonomisinin çok büyük miktardaki siparişleri için bir araya gelmeye ihtiyacı bulunduğunu vurgulayarak, "Bizim artık bu firmalarımızı bir araya getirerek, büyük montanlı siparişleri ortak üretmemiz gerekiyor. Bu iş birliği çok önemli. Artık bir birimizin rakibi değil uluslararası pazarda ülkemizin önünü açacak iş birliği yapmamız gerekiyor. Devlet her türlü imkanla bizleri, sizleri donatıyor. Yeter ki bunu kullanmak için istekli olalım. Biz devlet olarak bakanlar olarak el birliğiyle sizleri desteklemeye hazırız" diye konuştu.

2019'un ilk 8 ayında 12 bin firma ihracat ailesine katıldı

TİM Başkanı İsmail Gülle, törende yaptığı konuşmada, ihracatın Türkiye ekonomisi için önemine işaret ederek, ihracata yönelen KOBİ'lere sağlanan desteklerin stratejik mahiyette olduğuna dikkati çekti. Gülle, 2018'de Türkiye'nin maruz kaldığı kur saldırılarının olumsuz etkilerini karşılamada, ihracatçıların ciddi bir direnç gösterdiğini belirterek, "Bu durum, başta KOBİ'lerimiz olmak üzere, memleketimizin dört bir yanındaki işletmelerimiz için gerçek manada bir ihracat seferberliğine dönüşmüştür. 2019'un ilk 8 ayında 12 bin firma ihracat ailesine katıldı" dedi.

Gülle, "Bu firmalarımızın tam 2,2 milyar dolar ihracata imza atmaları, bizler için son derece büyük bir mutluluk, bir gurur kaynağı. Köklü firmalarımız ile birlikte ihracata başlayan KOBİ'lerimiz, geçtiğimiz yıl 168 milyar dolar olan ihracatımızı Ağustos

ayında 12 aylık periyotta 180 milyar dolara taşımayı başardı" bilgilerini verdi. Türkiye'de başlatılan ihracat seferberliğini ülke sathına yaymak istediklerini anlatan Gülle, "Bir gün 3,5 milyon KOBİ'nin ihracat ailesine katılmasını görmek TİM olarak en büyük en büyük hedefimizdir. Bu hedef çerçevesinde bugüne kadar birçok yeniliği hayata geçirdik" ifadelerini kullandı.

"Yabancılaşma algısının KOBİ'lerimiz nezdinde kırılmasını sağlayacağız"

Gülle, KOSGEB ile imzaladıkları protokolle ihracata başlamak isteyen KOBİ'leri uluslararası arenaya çıkarmak üzere KOSGEB ile birlikte uzun soluklu bir iş birliğine imza attıkları

araştırma faaliyetlerine dahil ederek en doğru ürünle en doğru pazarda yer almalarını sağlayacağız. Eğitimleri başarı ile tamamlayan firmalarımıza 'Dış Ticaret Eğitimi Katılım Sertifikası' vereceğiz. Teorik bilgileri pratiğe dökerek, KOSGEB'in İşletme Geliştirme Destek Programı kapsamında KOBİ'lerimizin ihtiyaçlarını gözeterek, TİM olarak yeni model ticaret heyetleri düzenleyecek, firmalarımızı potansiyel müşterilerle buluşturacağız."

KOBİ'lerin dünya pazarlarına açılmasında gereken finansman desteği için önemli bir görev üstlenmiş olan Eximbank'la birlikte yeni nesil finansman metotları üzerinde çalışarak ihracatçıları rakiplerine

Program kapsamında KOBİ'lere, personel gideri desteği, yazılım ve donanım giderleri desteği, tanıtım giderleri desteği, yurt dışı fuar ve seyahat giderleri desteği, test, analiz ve belgelendirme giderlerine yönelik destek ve hizmet alımı giderleri desteği sağlanacak.

nı belirterek, şunları kaydetti: "İmzalayacağımız protokolle, ülkemizdeki KOBİ düzeyinde firmalarımızın ihracata özendirilmesini amaçlıyoruz. KOBİ'lerimize ihracat konusunda kapsamlı mentörlük ve eğitim projeleri yürütüp, onlar için dünya pazarlarını erişebilir kılacağız. Tüm dijital platformlarımızla ve dünya genelindeki Türkiye Ticaret Merkezlerimizle KOBİ'lerimiz artık tüm dünyaya erişebilecek. En büyük çekincelerin başında gelen, yurt dışının uzaklık ve yabancılaşma algısının KOBİ'lerimiz nezdinde kırılmasını sağlayacağız.

TİM ve KOSGEB olarak güçlerimizi birleştirerek, firmalarımıza eğitim ve danışmanlık hizmeti verecek,

karşı güçlü kılacaklarını aktaran Gülle, "Bu yapıyı daha kurumsal bir birlikteliğe dönüştürmek için ülkemizde ihracatın merkezi sayılan bu binamızda KOSGEB'in bir ofis açması, ihracatımıza önemli bir katkı sunacaktır. Tüm bu gayretlerimiz dış ticaret fazlası veren Türkiye hedefimize ulaşmak için. Bu güç birliğinin de desteği sayesinde, 100 binin üzerinde ihracatçı ile 2023'te 226,6 milyar doları aşacağımıza eminiz. Protokol ve akabinde ortaya konacak çalışmaların etkinliğini de çok sıkı takip edeceğiz. Programlarımıza katılan firmalarımızın ihracat faaliyetlerini ve devamlılıklarını düzenli olarak ölçeceğiz" değerlendirmesinde bulundu.



Dr. CAN FUAT GÜRLESEL

İHRACAT ANA PLANI KÜRESEL EKONOMİDE BİRÇOK RİSKLİ ALANI VE BELİRSİZLİĞİ VE AYNI ZAMANDA BİRÇOK FIRSAT ALANINI DOĞRU TESPİT EDEREK ORTAYA KOYMUŞTUR. KÜRESEL TİCARETTE KORUMACILIĞIN ARTTIĞI VE YAYGINLAŞTIĞI BİR ORTAMDA ESNEK BİR PLAN TERCİHİ OLDUKÇA DOĞRUDUR.

2 019-2023 dönemini kapsayan İhracat Ana Planı eylül ayı başında yayınlandı. Böylece 2023 İhracat Stratejik Planı da yenilenmiş oldu. TİM tarafından tüm paydaşların katılımı ile hazırlanan ve bir kamu belgesi olarak 2011 yılında yayınlanan strateji planında tüm sektörler için 2013, 2018 ve 2023 hedefleri belirlenmiş, eylem planları oluşturulmuştu. Yeni ihracat ana planı 5 yıllık dönemi kapsayacak şekilde hazırlanmış olup, odaklanma noktalarını öne çıkarmış bulunmaktadır. Odak noktalarına yönelik eylem planları her yıl hazır-

İHRACATTA HEDEF PAZARLAR VE SEKTÖR ÖNCELİKLERİ YAKLAŞIMI

lanarak uygulamaya alınacaktır. Küresel belirsizliklerin en yüksek seviyede olduğu bir yılda hazırlanan ihracat ana planı sade yapısı ile yüksek esnekliğe sahip bulunmaktadır.

İhracat ana planı küresel ekonomide birçok riskli alanı ve belirsizliği ve aynı zamanda birçok fırsat alanını doğru tespit ederek ortaya koymuştur. Küresel ticarete korumacılığın arttığı ve yaygınlaştığı bir ortamda esnek bir plan tercihi oldukça doğrudur.

İhracat ana planının ihracat artışı hedefi yıllık ortalama yüzde 6,2, 2023 ihracat hedefi ise 226,6 milyar dolar olarak belirlenmiştir. Küresel belirsizliklerin arttığı bir ortamda ihracat hedefleri temkinli ve gerçekçidir. 2019 yılında dünya mal ticaretinin küçülmekte olduğu düşünüldüğünde konulan temkinli ihracat hedeflerine ulaşmak için dahi çok daha fazla çaba gösterilmesi gerekmektedir.

Planın en önemli özelliklerinden birisi 17 ülkeyi hedef ve 5 sektörü de öncelikli olarak belirlemiş olmasıdır. Öncelikli sektörler otomotiv, makine, kimya, elektrikli teçhizat ve elektronik ile gıda sektörleri olarak belirlenmiştir. Bu sektörler için elektronik sektörü ileri teknoloji, gıda sektörü ise düşük teknoloji iken diğer sektörler orta ileri teknoloji sektörler grubu içinde yer almaktadır.

İhracat planı 17 ülke ve 5 sektör için artırılmış ihracat teşvikleri uygulayacaktır. 17 hedef ülkede 5 sektör için Türk ticaret merkezi destekleri yüzde 80, Yurtdışı birim, marka tescil ve tanıtım desteği yüzde 45-75 arasında, fuar katılım desteği yüzde 75 ve sektörel ticaret heyeti desteği de yüzde 65 oranında uygulanacaktır. İhtisas serbest bölgelerinde güçlendirilmiş destek mekanizması ile de artırılmış finansman, enerji, kira ve istihdam destekleri sağlanacaktır.

İhracat ana planı hedef 17 pazarda payı yüzde 0,5' den yüzde 1,0'e çıkarmak, he-

def 5 üründe payı yüzde 0,76'dan yüzde 1,0'e çıkarmak, küresel değer zincirlerinin katma değer yaratan aşamalarına eklenme, sürdürülebilir ihracat artışı, net mal ve hizmet ihracatının büyümeye katkısı 1,1 puan, ihracata dayalı istikrarlı büyüme, Eximbank'ın ihracatı destekleme oranının yüzde 29'a çıkarılması hedeflerine de sahip bulunmaktadır.

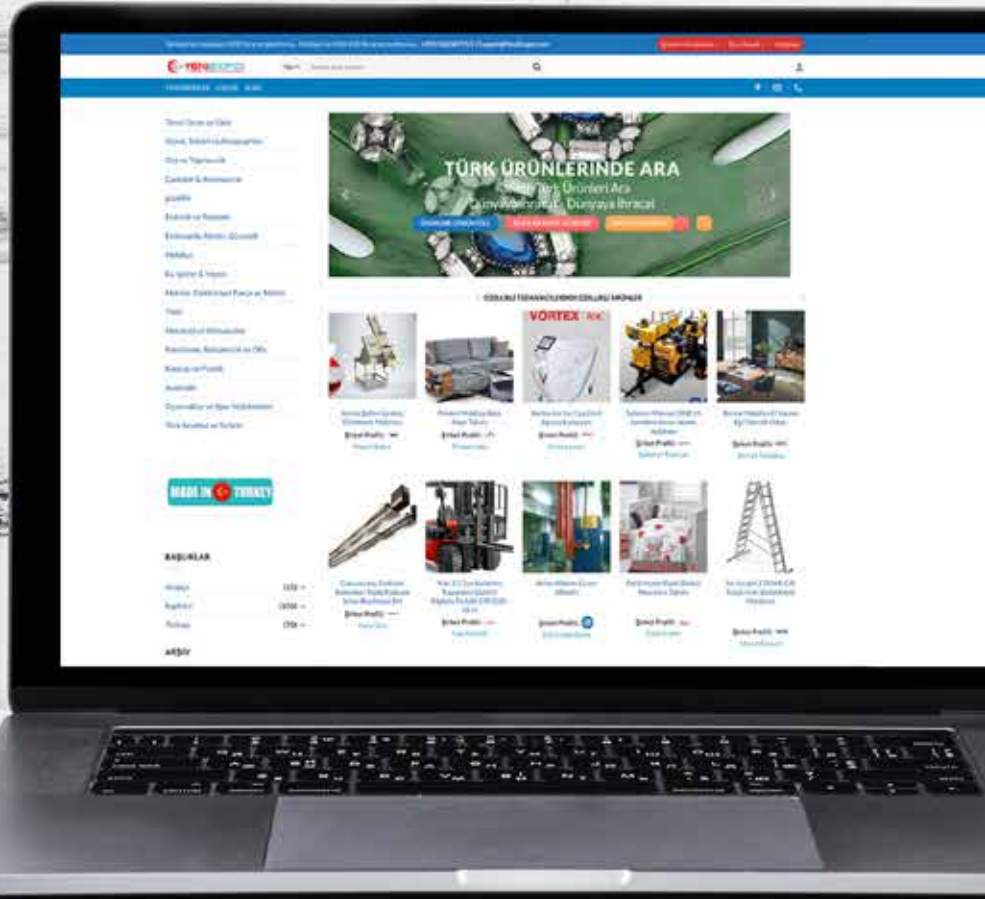
İhracat ana planında ortaya konulan bu hedeflere ulaşılması için birçok yeni araç kullanılacaktır. Bu araçlar teknoloji odaklı serbest bölgelerin kurulması, kamunun ihracat dostu dijital uygulamalar sunması, gümrüklerde dijitalleşme, ticaret diplomasisi ve ticaret araçlarının etkin kullanım kadın ve genç girişimcilere yönelik yeni projeleri, 81 ilde ihracat seferberliği, mesleki eğitimde ihracat hamlesi, dış ticaret meslek liseleri kurulması ile ticaret müşavirleri ağı kurulması şeklinde belirlenmiştir.

İhracat ana planı için genel bir değerlendirme yapmak gerekirse ilk kez öncelik verilmiş ülkeler ve ürünler belirlenmiştir, bu ülke ve ürünlere yönelik ihracat yardımları daha yüksek oranlar ile desteklenecektir, orta yüksek ve ileri teknoloji yoğunluklu sektörler öne çıkmaktadır, dijitalleşme, gümrükler, eğitim, ticaret müşavirleri ve ticaret diplomasisi alanında talep edilen birçok yenilik hayata geçirilecektir, Eximbank'ın sağlayacağı finansman olanakları artmakta, yeni ürün ve hizmetler hayata geçmektedir, teknoloji odaklı ihtisas serbest bölgeleri yeni bir uygulama olacaktır, bu bölgelerde artırılmış devlet destekleri sağlanacaktır.

İhracat ana planının uygulanmasına katkı sağlayacak unsurlar ise yakın ve komşu ülkeler ile ilişkilerin düzeltilmesi, ihracat ve yatırım finansman olanaklarının daha da genişletilmesi, KDV iadesi sisteminde geçmiş alacakların ödenmesi ve Türk lirasında değerlendirilmeye göz yumulmaması olacaktır.

Üreticiler, ihracatçılar, toptancılar ve ihracatçı olmak isteyen tüm firmalar,

YeniExpo'ya kayıt olabilir, ürünlerinizi web sitemizden dünyaya ulaştırabilirsiniz.



İŞİMİZ GÜCÜMÜZ İHRACAT

SİVAS KONGRESİ'NİN 100'ÜNCÜ YILINDA GERÇEKLEŞTİRİLEN ORTA ANADOLU EKONOMİ FORMU'NDA TARIMDAN SAVUNMA SANAYİİNE, TURİZMDEN YAZILIMA ONLARCA ALANDA MEVCUT DURUM DEĞERLENDİRİLDİ.

Türkiye ekonomisinin nabzı, Cumhuriyetin kuruluş temelini atıldığı kongrenin yapıldığı Sivas'ta attı.

Kongrenin 100'üncü yılında gerçekleştirilen Orta Anadolu Ekonomi Formu'nda tarımdan savunma sanayine, turizmden yazılıma onlarca alanda mevcut durum değerlendirilirken hedefler belirlendi.

Alanında uzman akademisyen, bürokrat, iş dünyası ve sivil toplum kuruluşları temsilcilerinin konuşmacı olarak katıldığı forumda TİM Başkanı İsmail Gülle konuşma yaparak Türkiye'nin ihracatı ve atılacak adımlar hakkında bilgiler verdi.

Gülle, dünyanın, küreselleşmenin gelişimi ile şekillenen, dijitalleşme ile hızlanmış olan yeni bir ticaret yapma kültürüne, yeni bir döneme geçiş aşamasında olduğuna dikkati çekerek, "Gerek uluslararası siyasette, gerekse küresel ekonomide, konvansiyonel yöntem ve söylemlerin yerini, yeni uygulamalar ve yeni yaklaşımlar aldı. Ticaret savaşlarının yanı sıra, ülkeler arasında yeni fırsatların değerlendirildiği ve harmanlandığı bir süreçten geçiliyor" diye konuştu.



Yaşanan bu sarmaldan çıkabilmenin en önemli gücünün ihracat olduğuna vurgu yapan Gülle, şöyle devam etti: "TİM olarak 'işimiz gücümüz ihracat' diyoruz. İhracatın ekonomimizin en vazgeçilmez sac ayaklarından birisi olduğunu, sağlıklı ve sürdürülebilir bir büyümenin en kalıcı unsurlarından olduğunu, artık malı dünyaya satmanın da ötesinde, ekonomimizin mimarisinde vazgeçilmez bir parça olduğunu söylüyoruz. Katma değere odaklı ve sürdürülebilirliği yakalamış bir ihracatla, büyümeden istihdama, üretimden finansa, ekonominin birçok dinamiğine katkı vererek, onlardan pay aldık. Bugün 83 bin ihracatçı olarak, üretimin milileştirilmesine büyük önem veriyor, bakanlıklarımız koordinasyonunda, pek çok proje üzerinde çalışıyoruz."

4 bin 835 girişimciyi destekliyoruz

TİM olarak ihracatta sürdürülebilir bir başarı yakalamak adına "Dış Ticaret Fazlası Veren bir Türkiye" sloganını kullandıklarını hatırlatan Gülle, şunları kaydetti: "TİM olarak hem katma değeri artırmak, hem de inovasyon odaklı, ülkenin değerlerini yükseltmek adına pek çok aktivite yapıyoruz. Bunu Cumhurbaşkanımızın himayesinde yapıyoruz. Girişim Evlerimizde 4 bin 835 girişimciyi destekliyoruz. Onları desteklediğimiz projelerle yaklaşık 51 milyon dolarlık ihracat, yaklaşık 1 milyarlık içeride satış ve binlerce istihdamın gerçekleştiğini de görüyoruz. Gelecekte teknoloji, dijital dönüşüm, yapay zeka ve büyük veri gibi alanlara evrilecek. Bu alanlarda da atılması gereken çok ciddi adımlar var."



ACT Havayolları A.Ş.,
Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) gerçekleştirdiği
“**Türkiye'nin 500 Büyük Hizmet İhracatçısı**”
araştırmasında **41. sırada yer aldı.**

5 adet 747-400 kargo uçağı ve sunduğı **550 tonluk**
yük kapasitesi ile **ACT Havayolları**, dünyanın dört bir yanına
Türk bayrağını gururla taşıyan,
tek Türk kargo şirketidir.



Air ACT





ALİ SAYDAM

Bersay İletişim Grubu YK
Onursal Başkanı

Ekim ayı içinde, tüm ihracatçıların büyük bir önemle izlemeleri ve katılmaları gereken uluslararası bir etkinlik var İstanbul'da.

22-24 Ekim'deki INFLOW Global Summit & Awards '19... (Küresel Zirve ve Ödül Töreni 2019)...

Merkezi Hong Kong'da bulunan Inflow kuruluşu tarafından yavaş yavaş geleneksel hâle getirilen ve dünyanın çeşitli ülkelerinde düzenlenen zirvede esas amaç, markalarla, dünyanın en etkili etkileyicilerini ('influencer'larını) bir araya getirmek...

Zirve sırasında çeşitli iş birliklerinin oluşmasına zemin hazırlandığı biliniyor. Inflow geçtiğimiz yıllarda İstanbul'un dışında Paris, Doha, Katar, Venedik gibi merkezlerde de çeşitli temalar çerçevesinde bu zirveleri düzenlemiştir.

Zirveye sadece yurt dışından değil, Türkiye'den de en başarılı etkileyici-

DÜNYANIN ETKİLEYİCİLERİ İSTANBUL'DA...

lerin katılması bekleniyor. Geçtiğimiz yıl dünyanın dört bir yanından gelen güzellik, bakım, moda gibi konularda yüksek takipçili 100'e yakın yabancı ve çok sayıda Türk etkileyici, İstanbul'da ağırlandı. Zirve boyunca yapılan paylaşımlarla, dünya çapında yaklaşık 500 milyon kişiye erişim sağlanmış. Bu paylaşımlar ülke tanıtımına ve turizmine büyük katkı sağlıyor.

Bütün dünyada ürünlerinizi, markalarınızı pazarlamanın, rekabet avantajı sağlamanın yolu, artık sadece fuarlara katılıp, fuar döneminde ilgili mecralara reklam vermekten, billboard'lara çıkmaktan, tadım günleri, örnek dağıtım etkinlikleri (sampling) düzenlemekten geçmiyor... Analog medya kullanımı tek başına yeterliliğini sadece bizde değil, dünyada da iyice yitirdi...

Şimdilerde iki tane kral var iletişim dünyasında: Biri içerik (content), diğeri etkileyiciler...

Yukarıda sıraladığımız analog iletişim araçlarının artık fabrika çıkışı ya da iletişim terminolojisiyle 'hijyenik' alanlar olarak tarihte yerlerini aldılar. Yani eksiklikleri hâlinde hasar alabilirsiniz, ancak varlıkları sizi hedefinize taşımaz...

Bu hijyenik alanlar sizin ne kadar 'iyi' olduğunuzu hedef kitlenize anlatmanızı sağlıyorlardı; yeni dünyada artık başkalarının sizin ne kadar iyi olduğunuzu söyledikleri ortamların çok daha etkili olduğu anlaşıldı...

Analog izlenme rakamları, bu dijital 'krallarla' karşılaştırıldıklarında, neredeyse deve de kulak gibi kalıyorlar...

Burada maharet, sizin hedef kitleniz için en doğru, en etkili ve amaca en uygun etkileyicilerin bulunmasında... Bu da bir bilim haline gelmiş... Gençecik insanlar bu alanları ezberliyorlar artık...

Etkileyici Pazarlaması endüstrisinin büyüklüğü, 2018 yılında 4.6 milyar dolarmış. Bu yıl, rakamın 6.5 milyar dolara yükselmesi bekleniyormüş. Instagram, Etkileyici Pazarlamasındaki toplam payın 3'te 1'ini oluşturuyormuş.

Aylık yaklaşık 2 milyar aktif kullanıcısı bulunan Instagram, 2019 yılında en hızlı büyüme gösteren kanal olmuş. Bu kullanıcılar, her gün 95 milyon fotoğraf ve video post ediyorlar, 400 milyon 'story' paylaşıyorlar, 4.2 milyar post beğeniyorlarmış. Yapılan araştırmalar tüketicilerin yüzde 79'unun Instagram'dan etkilendiğini kanıtlıyormuş.

Geçen bir yılda Etkileyici Pazarlaması alanında 320 yeni ajans ve platform kurulmuş.

Bu Etkileyiciler ya da 'Fenomen'ler, bizlerin bildiği, ille de analog dünyada büyük şöhrete ulaşmış isimlerden çıkmıyor. İsmi cismini bilmediğimiz gençecik insanlar hedef kitleleriyle doğru iletişim kurmayı ve inandırıcı olmayı becerdikleri için kitleleri etkilemeyi ve davranış değişikliğine yol açmayı başarabiliyorlar...

Geç kalmış sayılmayız. TİM'in bazı ihracatçıların bu kanalı yavaş yavaş kullanmaya başladıklarını biliyoruz... Önümüzdeki Inflow Zirvesi bu konudaki bilgi ve tecrübe birikimlerimizi geliştirmek için ciddi bir fırsat olabilir...

BÜYÜYEN TÜRKİYE' NİN KÜRESEL GÜCÜ


30
Ülkede yerel ofis


100+
Ülkeye ihracat


450
Farklı ürün çeşidi


Türkiye'nin ilk
500
Büyük sanayi kuruluşu içerisinde

Oluşturduğumuz ekonomik değer ve sahip olduğumuz bu ölçekle, **büyüyen Türkiye'nin küresel gücü** olmaya devam ediyoruz.



Bir AKKIM markasıdır.
www.Akfix.com

www.akkim.net • info@akkim.net

AKKIM
SEALANTS & ADHESIVES

FATMA ŞAHİN: TÜRKİYE'NİN GASTRONOMİ MERKEZİ GAZİANTEP

HİZMET İHRACATININ YÜKSELEN YILDIZI OLMAYA DEVAM EDİYOR

UNESCO TARAFINDAN YARATICI ŞEHİRLER AĞI'NA DAHİL EDİLEN GAZİANTEP SANAYİSİ VE TARİHİ KADAR GASTRONOMİ GÜCÜYLE DE GLOBAL ARENADA İŞ DÜNYASININ DİKKATİNİ ÇEKMEYE DEVAM EDİYOR. GAZİANTEP BÜYÜKŞEHİR BELEDİYE BAŞKANI FATMA ŞAHİN İLE ŞEHRİN HİZMET İHRACATINA KATKISI VE GASTROANTEP FESTİVALİ'NE DAİR KEYİFLİ BİR RÖPORTAJ YAPTIK.

Gaziantep, kuşkusuz Türkiye'nin sanayisi gelişmiş, ihracat gücü yüksek en önemli şehirlerinden. Son dönemde gastronomik alandaki çalışmalarıyla da yerel ve uluslararası iş çevrelerinin dikkatini çeken şehir, hizmet ihracatı sürecini destekleyerek istihdama ve döviz kazandırıcı faaliyetlere tüm hızıyla devam ediyor. Tüm bu başarı hikâyesini ve bu süreci destekleyen 12-15 Eylül tarihlerinde gerçekleşen GastroAntep festivalini Gaziantep Büyükşehir Belediye Başkanı Fatma Şahin ile keyifli bir sohbette konuştuk.

Bildiğiniz üzere hizmet ihracatı dünyada gitgide önemini artıran, mal ihracatının bile önüne geçmekte olan bir kavram. Bu bağlamda gastronomi en önemli hizmet sektörlerinden biri. Gaziantep'in hizmet ihracatı

gücünü bu anlamda nasıl değerlendiriyorsunuz?

Birleşik Arap Emirlikleri, Fransa, İtalya, İspanya merkezli gastronomi ihracatı dünyada oldukça revaçta. Bu ülkelerde GSMH'nin yüzde 5-10'u gastronomi kaynaklı. Bizde ise bu oran yüzde 1 civarında. Ama sevindirici olan rakiplerimizde bu alandaki büyüme yüzde 3-5 civarındayken bizde bu rakam yüzde 10. Dolayısıyla güzel haber bu açığı artık kapatıyoruz. Anadolu'da bu anlamda çok büyük bir potansiyel var. Dünyada da bu anlamda bir ihtiyaç var. UNESCO onayıyla beraber artık bu konularda bölgesel bir öncülük yapıyoruz. Bölgesel ihracatı ve kalkınmayı artırmak için bu potansiyeli daha da geliştirmeliyiz. Bu sebeple GastroAntep festivalinde geçen yıl olduğu gibi bu yıl da bu konuları masaya yatırdık. Yurt dışından yüzlerce misafir ağırladık. St. Sebastian'da veya Lion'da bu bağlamda ne konuşuluyorsa





“TİM ÖNEMLİ BİR ÇATI KURULUŞU”

Gaziantep Büyükşehir Belediye Başkanı Fatma Şahin, Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin çalışmalarını değerlendirdi: “Türkiye İhracatçılar Meclisi çok önemli bir çatı kuruluşu. İhracatçıların birçok alanda destek görmesi, sahiplenilmesi ve ortak bir vizyonun ortaya konulması çok kıymetli. Keza TİM'in düzenlediği İnovasyon Haftası'nı da aynı bağlamda çok başarılı buluyorum. Türkiye'de pozitif bir gündem yaratan, geleceğe ışık tutan bir çalışma. TİM tüm bu yönleriyle her geçen gün dünyayı daha iyi okuyor ve daha entegre oluyor. TİM Başkanı İsmail Güllü'nün sektörel deneyimi ve mütevazı kişiliği gelinen bu noktayı sürdürülebilir kılıyor. Açıkçası belirtmek isterim ki Türkiye'nin ekonomik geleceğinde TİM'in önemli bir yeri var. Ülkemizin geleceği de bu anlamda oldukça parlak. Makro dengelere baktığımızda ihracat ve turizm bizi ekonomik olarak rahatlatacak iki önemli kavram. Çok kısa zamanda yakın geçmişte sağlanan o iddialı rakamlara geri döneceğiz. Yatırımları ülkemize çekeceğiz. Umudumuzu ve çalışma aşkimizi bırakmadığımız sürece bunların gerçekleşmemesi için hiçbir sebep yok.”



FATMA ŞAHİN

Gaziantep Büyükşehir
Belediye Başkanı



Gaziantep'te de bu gündemleri tartıştık. Yakın gelecekte hizmet ihracatının gastronomi sektöründe dünyadaki merkezlerinden biri olacağız. Kısacası büyük fotoğrafa bakıyor, büyük hedeflere koşuyoruz.

“Şehrimizde çok güçlü bir girişimcilik ağı var. Keza mevcut sanayi altyapımız gıdaya yönelik bir altyapıda. Makarnadan, bulgura ciddi bir ihracat kapasitemiz ve markalaşma yolunda ilerleyen şirketlerimiz var.”

Gastronomik alandaki başarıların ve hizmet ihracatındaki bu gücün istihdama katkısını nasıl görüyorsunuz?

Hizmet sektöründe ciddi bir istihdam var. Rekabet halinde olduğumuz gastronomi başkentlerine baktığımızda işletme sayılarımız başa baş görünüyor. İşletme başına çalıştırdı-

ğımız kişi sayısı ise bizde iki katı. Bu, beraberinde hızlı hizmet ve müşteri memnuniyeti getiriyor. Bu alandaki kalite artışına insan sermayemiz, alt yapıımız ve üst yapıımız gayet müsait. Bu potansiyelin halkımız tarafından da keşfedildiğini görüyoruz. Örneğin; Gaziantep Üniversitesi'ndeki Gastronomi Bölümümüzün giriş puanı bu yıl yükseldi. Bizim de çalışmalarımız ve oluşturduğumuz marka algısı sayesinde şef olmaya veya hizmet sektöründe yer almaya dair bakış açısı pozitif anlamda değişti. Bu alanda bir ışık görüldü, gelecek görüldü. Biz de bu ilginin karşılığını vererek daha nitelikli, daha donanımlı bir istihdam kitlesinin oluşmasına yardımcı oluyoruz. Uluslararası derecelendirme kuruluşlarıyla da çalışarak farklı eğitim programları planlıyoruz. Çünkü bizim insanımız ve beşeri değerimiz her türlü desteği fazlasıyla hak edecek potansiyelde.

Bildiğiniz üzere gastronomi alanında Türk markalarının global arenada var olabilmesi ve Türkiye'den uluslararası markaların çıkabilmesi de önemli bir aşama. Gaziantep Büyükşehir Belediyesi olarak yerel gastronomi markalarını bu bağlamda nasıl destekliyorsunuz?

Globalleşme ve markalaşma üzerinde önemle durduğumuz konu. Gaziantep'i Geliştirme Vakfı üzerinden bu konuda hassasiyetle çalışıyoruz. Farklı konu başlıklarını vakfın bünyesindeki tüm yerel ve özel idarelerle takip ederek geliştiriyoruz. Şehirimizde çok güçlü bir girişimcilik ağı var. Keza mevcut sanayi altyapımız gıdaya yönelik bir altyapıda. Makarnadan, bulgura ciddi bir ihracat kapasitemiz ve markalaşma yolunda ilerleyen şirketlerimiz var. Gıda üreticileri, restoran işletmecileri ve oteller de dahil olmak üzere herkesin kazandığı bir pasta oluşturmaya çalışıyoruz.

Gaziantep Türkiye ekonomisinin neresinde?

Gaziantep olarak Türkiye'nin 6. en yüksek ihracatını sağlayan şehri



▲ Gaziantep Büyükşehir Belediye Başkanı Fatma Şahin, şehrin hizmet ihracatına katkısı ve GastroAntep Festivali'ni Arda Sayiner'e anlattı.

konumundayız. Özel sektöre bağlı bir büyüme düzenimiz var. Bu çok önemli. Türkiye'de makine halısının yüzde 75'i, makarnanın yüzde 95'i Gaziantep'te üretiliyor. Keza tekstilde de sanayileşmeyi, yüksek teknolojiye geçişi ve markalaşmayı sağladık. Şimdi de gastronomik değerlerimizle bu ekonomiyi yaratıyor ve büyütüyoruz. Gastronominin

yarattığı ekosistem havayolu şirketlerinden, turizm acentelerine, otellerden yerel esnafa kadar geniş bir yelpazeyi destekliyor. Ama en önemlisi bu keşfin yabancı turistler tarafından gerçekleştirilerek daha kalıcı ve diğer sektörlerle de sıçrayacak bir etki yaratıyor olmamız. Buna katma değerli ihracat diyoruz. Türkiye'deki ilk 1000 ihracatçı firmadan 68'i Gaziantep'te yer alıyor. Zor şartlarda bu başarıyı korumak cidden büyük bir iş. Dolayısıyla Türkiye ekonomisindeki yerimiz gerçek anlamda köklü, güçlü ve bir o kadar da mücadele gerektiren bir konum.



“Gastronominin yarattığı ekosistem havayolu şirketlerinden, turizm acentelerine, otellerden yerel esnafa kadar geniş bir yelpazeyi destekliyor. Ama en önemlisi bu keşfin yabancı turistler tarafından gerçekleştirilerek daha kalıcı ve diğer sektörlerle de sıçrayacak bir etki yaratıyor olmamız.”





TÜRKİYE'NİN 192 ÜRÜNDE ABD PAZARI İÇİN ÖNEMLİ POTANSİYELİ BULUNUYOR

TİM BAŞKANI İSMAİL GÜLLE ABD TİCARET BAKANI ROSS İLE OLUMLU GÖRÜŞMELERİ OLDUĞUNU VE GEREKLİ ÇALIŞMALARLA CİDDİ BİR TİCARET ATAĞI BAŞLATACAKLARINI SÖYLEDİ. TÜRKİYE VE ABD ARASINDA 100 MİLYAR DOLARLIK TİCARET HEDEFİNİN ALTYAPISINI OLUŞTURACAK TEMEL ADIM ATILDI. ABD TİCARET BAKANI WILBUR ROSS'UN BEŞ GÜNLÜK TÜRKİYE ZİYARETİNDE TİCARET HACMİNİ ARTIRACAK 12 ÖNCELİKLİ SEKTÖR BELİRLENDİ.

C umhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ve ABD Başkanı Donald Trump tarafından Türkiye ile ABD arasındaki ticaret hacmi hedefi 75 milyar dolardan 100 milyar dolara çıkarılmıştı. Haziran ayı sonunda Japonya'da gerçekleştirilen G20 Osaka Zirvesi'nin ardından varılan

bu mutabakatı hayata geçirecek somut çalışmalar için TİM yönetimi ABD Ticaret Bakanı Wilbur Ross ile bir dizi görüşme gerçekleştirdi. Ross, Türkiye'de bulunduğu 5 günün 3'ünde TİM Başkanı İsmail Güllü ve sektör temsilcileriyle bir araya geldi. Türkiye ve ABD, ticaret hacminin artırılması için tekstil, hazır giyim,

mobilya, mermer, otomotiv, otomotiv yan sanayi, mücevherat, sivil havacılık, makine, kimya, çimento ve lojistik olmak üzere 12 öncelikli sektör belirlendi. Bu kapsamda, Türkiye ile ABD ticaret bakanlıkları başkanlığında sektör temsilcileriyle beraber sektörel komitelerin de kurulmasına karar verildi. Türk ve ABD'li firmaları

bir araya getirecek olan bu komiteler sonuç odaklı çalışacak ve çalışmaların sonuçlarını bir an önce almak için maksimum iş birliğiyle hareket edecek.

Türkiye ile ABD arasındaki mevcut ticaret hacminin 20 milyar dolardan 100 milyar dolarlık seviyeye çıkarılmasında izlenecek yolu, ABD Ticaret Bakanı Wilbur Ross, Bloomberg HT televizyonundaki röportajında şöyle açıkladı: "Her sektör için detaylı yol haritası var. Bu hedef iki adet 50 milyar dolarlık parçadan oluşuyor. Biri Türkiye tarafından ihracat, bir diğeri ise ABD tarafından ihracat. Bu mevcut ticaret hacmi ile kıyaslandığında büyük görünebilir. Ancak bu hedefi Amerika Birleşik Devletleri'nin toplam mallar ve hizmetler tarafındaki ticaret hacmi ile kıyasladığınızda, biz bu noktada 5 trilyon doların üzerindeyiz. Yani bu 50 milyar dolar, bizim ekonomimizin yüzde 1'ine eşit."

İş birlikleri yoğunlaşacak

TİM Başkanı İsmail Gülle ABD Ticaret Bakanı Wilbur Ross'un Türkiye ziyaretinin ardından yaptığı açıklamada; ABD'nin, dünyanın en büyük pazarı konumu olduğuna dikkat çekerek şu bilgileri aktardı:

"ABD 2,5 trilyon dolarlık ithalat gerçekleştiriyor. ABD'ye son dönemde daha yoğun bir tempoyla ihracat gerçekleştiren Çin ve Asya ekonomilerinin stratejileri incelendiğinde, dağınık bir ihracatçı ağı üzerinden ticaret yerine, ölçek ekonomisine dayalı olarak, hayli yüksek miktarda ihracat yapabilme kabiliyeti olan şirketler üzerinden ticaret ağı kurulmasına ağırlık verildiği görülüyor. İki ülke arasındaki ticaret hacmi geçtiğimiz yıl 20 milyar dolar seviyelerine ulaştı. Bugün verilere baktığımızda 6.500'e yakın firma, 2018'de ABD'ye ihracat yaptı. İlk 10 firmamız ABD'ye ihracatımızın 4'te 1'ini gerçekleştiriyor. Mevcut durumdan hareketle, aynı zamanda Türk ihracat ekosisteminin düşünce kuruluşu da olmamız sebebiyle, nisan ayında ABD pazarına ilişkin bir rapor hazırladık. Bu raporda, küresel ticarete en çok konu olan 1000 ürün içerisinde, Türkiye'nin 192 üründe ABD pazarı için önemli bir potansiyeli olduğunu tespit ettik. ABD'nin eyaletlerinin ithalatına ve Türk firmalarının ihracatına ilişkin detaylı analizler yaptık. Bu rapor ışığında, TİM olarak, ABD'deki muhataplarımızla eyaletlerle ticari ilişkilerimizi güçlendirmek adına, doğru

partnerlere ulaşabilmemiz için iş birliklerini yoğunlaştıracamız."

TİM olarak, firmalarımızın gücünü, ticaret heyetleriyle, fuarlarla, dijital kanallarla ortaya koymaya hazırız

Türkiye'nin, her iki ülkeye de fayda sağlayacak, büyük potansiyele sahip güçlü ihracatçı firmaları olduğuna dikkat çeken Gülle sözlerine şöyle devam etti: "TİM olarak, bu firmalarımızın gücünü, ticaret heyetleriyle, fuarlarla, dijital kanallarla ortaya koymaya hazırız. Diğer taraftan, şunu da biliyoruz ki; Türkiye, Doğu Avrupa, Orta Doğu, Orta Asya pazarlarına hiç girmemiş ABD firmaları da mevcut. Bu firmaların, Türkiye'yi bir stratejik operasyon merkezi olarak kullanmalarında fayda olacağını düşünüyoruz. Bu sayede ABD de, bu coğrafyadaki 47 ülkede karşı karşıya kaldığı, toplam 40 milyar dolarlık dış ticaret açığını azaltacak, hatta tersine çevirecektir. Önerilerimizin, 100 milyar dolarlık ticaret hedefine ulaşmamıza katkı sağlayacağından eminiz. Sayın Ross'a ziyaretleri ve ülkelerimiz arasındaki ticareti artırmaya yönelik çalışmaları için teşekkür ediyorum. TİM olarak, biz de üzerimize düşeni yapmaya hazırız."



ABD PAZARINDA POTANSİYELİMİZ YÜKSEK,

TANITIMA İHTİYACIMIZ VAR

VAŞINGTON TİCARET MÜŞAVİRLİĞİ, ABD PİYASASINDA TÜRK ÜRÜNLERİ HAKKINDA ALGIYA İLİŞKİN BİLGİLER VERDİ, İHRACATÇILARA SAĞLADIKLARI KOLAYLIK VE YAPTIKLARI ÇALIŞMALARI TİMREPORT'A ANLATTI.





hracat Ana Planı bünyesinde Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, ticaret müşavirleri aracılığıyla dünyadaki gelişmelerin anlık olarak iş dünyasıyla paylaşılacağını ve küresel pazarlara açılacak potansiyele sahip olan ihracatçıların destekleneceğinin bilgisini paylaştı.

Ticari ataşeler ve ticaret müşavirleri, ülkemizin yurt dışında ticari ilişkilerini geliştirmek için çalışmalar yürütüyor. TİMREPORT olarak, dış ticaret hedefinin 100 milyar dolara çıkarılması planlanan ABD'deki potansiyelimizi ve ticaret müşaviri ile ticari ataşelerini ihracatçılara hangi konularda nasıl yönlendirmeler yaptığını Vaşington Ticaret Başmüşaviri Mustafa Koca ve Vaşington Ticaret Müşaviri Selman Kurt ile konuştuk.

İhracatçılara yaptığınız yönlendirmeler ve sağladığınız kolaylıklardan bahsedebilir misiniz?

Müşavirlik ve ataşeliklerimizin faaliyetleri kapsamında tanışılan ve gelişmiş iş bağlantıları olduğu gözlemlenen yerli/yabancı iş insanları, avukatlar, danışmanlar ile ticaret odaları, kalkınma ajansları vb. kuruluşlarda görevli kişilerin irtibatları, bölgeye ihracat yapmak isteyen Türk firmalarla paylaşılıyor. Bu sayede, firmalarımızın işlerini kurmak ve büyütmek için ihtiyaç duyacağı en doğru kişilere ulaşmaları kolaylaştırılıyor. Firmalarımızın ihracat ile ilgili bilgi talepleri karşılanıyor.

İhracatçılarımızın ürünlerine alıcı olma potansiyeline haiz şirketleri, ticaret müşavirliğinin üyesi olduğu veritabanından araştırılıp liste halinde yine ihracatçılarımıza bildiriliyor. Gerekli durumlarda üyeliğin olmadığı ancak bilim ve iş alemine yönelik hizmet veren kütüphaneden ulaşılabilen

kaynaklardan pazar konusunda bilgi ve araştırma raporları temin edip ihracatçılarımıza gönderiliyor. Ayrıca pazara ilk girişte şirket kurulumu, pazarda dikkat edilmesi gereken genel hususlar işyeri veya depo açmak noktasındaki değerlendirmeler paylaşılarak ve ihracatçılarımızı güvenilir profesyonellere yönlendirerek zaman ve para kaybı olabilecek durumlar en aza indiriliyor. İlaveten ABD'de tahsilat sorunu yaşayıp çoğu zaman Eximbank kanalıyla müşavirliğe ulaşan firmalarımıza yardımcı olunuyor.

Ülkemiz ürünlerinin bulunduğu yerdeki algısını artırmak, Türkiye'nin tercih edilmesini sağlamak adına yaptığınız çalışmalar hakkında bilgi verir misiniz?

ABD'ye gelen Türk firmalarla, Türk-Amerikan ticaret odaları, ABD'de yerleşik Türk iş insanları ile yerel diğer ticaret odalarının yetkilileri arasında irtibat kurulması sağlanıyor. Ticaret Müşavirlikleri Türk heyetlere, yerel Türk iş insanlarının da desteğiyle sektörel sunumlar düzenleniyor. New York Ticaret Ataşeliği her yıl Mayıs ayında gerçekleştirilen Dünya Ticaret Haftası etkinlikleri kapsamında Ticaret Ataşeliğimiz üye sıfatıyla tanıtım faaliyetleri gerçekleştiriyor.

“Türk mal ve hizmetlerinin ABD’de önemli potansiyeli olduğu düşünülüyor. Türk ürünlerinin değerli ve kalitesinin yüksek olduğu imajı yaygın olmakla birlikte, çeşitliliği konusunda yeterli bilgi yok.”

Bu kapsamda, önceki yıl doğrudan ataşeliğimizce bu yıl ise Türkiye Ticaret Merkezi aracılığıyla sektörel ve TTM'yle ilgili tanıtımlar gerçekleştirildi.

ABD Ulusal Ticaret Odasının ve ben-

zer yerel ticaret odalarının/kuruluşlarının faaliyetleri ve ayrıca Ticaret Ataşeliği bulunan bölgelerdeki ticaret oda ve ilgili kuruluş faaliyetleri takip edilmekte ve ilgili etkinliklere katılım sağlanmakta. Kongre düzeyinde yapılan heyet ziyaretlerine katılım sağlanmakta ve muhataplar ile görüşülmekte.

Bölgemizde faaliyet gösteren Türk iş insanları ziyaret edilmekte ve çeşitli dönemlerde istişare toplantıları yapılmakta. Sosyal medyada çeşitli tanıtıcı bilgiler verilmektedir. Faaliyetler kapsamında Türk firmalarımızın faaliyetleri ve ürünleri hakkında bilgiler verilirken, irtibat eşleştirilmesi yapılıyor. Yerinde incelemeler kapsamında fuar organizatörleriyle görüşülmekte olup, Türk firmaların talepleri/beklentileri üzerine fikir alışverişi yapılıyor.

Ülkemiz mal ve hizmet sağlayıcılarının bulunduğu ülkede nasıl bir potansiyeli var? Türk ürünlerine bakış nasıl?

ABD pazarı tüketimin ana motor olduğu bir talep yapısına sahip. Yeni bir trend olarak; hikayesi olan, kurumsal sosyal sorumluluk bilinciyle hareket eden ve sürdürülebilir üretim modeline sahip her firmanın ürünün bu yönde değişen tüketici talepleri

doğrultusunda ABD pazarında şanslı gün geçtikçe yükselmekte. ABD tüketicilerinin yüzde 54'ü yaptıkları alışverişle çevrenin korunmasına katkıda bulunabileceğini düşünüyor. Bu itibarla alternatif üretim modlarına



MUSTAFA KOCA

Vaşington Ticaret Başmüşaviri

uyum sağlayabilen tasarım ve sürdürülebilirlik ögesine haiz işletmelerin öne çıkacağı bir döneme girmektedir. Ülkemiz açısından ise coğrafi anlamda uzak olmamız, pazara dair dinamiklerin ve potansiyelin bugüne kadar yeterince anlaşılmasına engel oldu. Ancak bu durumun da son bir kaç yılda olumlu yönde değişmekte olduğunu firmalarımızın artan alakasından anlıyoruz. Hizmetlerle ilgili olarak, müteahhitlik sektörü gerektirdiği izin ve lisans süreçlerinin zorluğu

“ABD’de ülkemiz sektörleri ve ürünleri hakkında yeterli farkındalık bulunmamakta. Türkiye ekonomi, ticari, sektörel görünümü hakkında bilgilendirici seminerler düzenlenmesinde fayda görülüyor.”

nedeniyle hariçte bırakıldığında, gerek ürün geliştirme gerek ticarileşmiş ürünün pazarlanması noktasında potansiyel bulunuyor.

Mal ticaretinde ülkemiz ürünlerinin ABD pazarında algısı pozitif yönde. Özeldir tekstil, ev tekstili ve hazır giyim, mobilya ürünlerinden genelleyerek tüm sektörlerde kalite ve fiyat kıyaslamasında avantajlı konumda. Yüksek kaliteli ve yüksek fiyatlı Avrupa ile düşük fiyatlı Asya arasında talep oluşturabilecek bir konumda. Bakanımıza yaptığımız ülke sunu-



SELMAN KURT

Vaşington Ticaret Müşaviri

munda yer verdiğimiz öne çıkan sektörlerde ihracatçılarımızın başarı ihtimali Çin’le ABD ilişkilerindeki mevcut durumun dikkate alındığında daha da artmıştır. Tarımsal ürünlerde farklı bir durum gözlemlenmekte. Özellikle yaş meyve ve sebze potansiyelimizin düşük olduğunu görmekteyiz, zira tedarikçiler genellikle Amerika kıtasındaki ülkeler olup ülkemizin pek çok üründe ithal izni olmadığı için bu kategoride ihracat şansı düşüktür. Ayrıca pazarda yer bulabilen zey-

tinyağı, reçel, marmelat ve işlenmiş tarım ürünleri gibi bazı ürünlerde ise marka algısını hemen her ürününde başarıyla oluşturan başta İtalya olmak üzere Avrupa ülkelerinin öne çıktığını görmekteyiz. Bu kategorideki ülkemiz ürünleri, fiyat kırıldığı takdirde pazara girebilmekte ve birkaç istisna dışında sağlam bir marka algısından uzakta.

Sektörlere göre potansiyel alanları değişmekle birlikte bazı sektörlerde iyi bir potansiyele sahip olduğumuz değerlendiriliyor. Türk ürünleri hak-

kında olumsuz bir algı olmadığı ancak yeterince tanınmadığı düşünülüyor. Türk mal ve hizmetlerinin ABD’de önemli potansiyeli olduğu düşünülüyor. Türk ürünlerinin değerli ve kalitesinin yüksek olduğu imajı yaygın olmakla birlikte, çeşitliliği konusunda yeterli bilgi yok. Türk ürünleri denilince ilk akla gelenler, doğal taş ve tekstil ürünleri. Türk havlusu, mermeri gayet iyi biliniyor.

Gıda ürünlerinde ise Türk ürünü algısı veya Türk markası yeteri kadar bulunmuyor. Türk gıda ürünleri, etnik marketin dışına çıkamıyor. Örneğin, Türkiye’nin zeytinyağı, bal, beyaz peynir (feta) imajı Amerika’da yetersiz veya bulunmuyor.

Uluslararası fuarlara Türk ihracatçıların katılımı nasıl? Hangi fuarlar daha çok potansiyel barındırıyor?

ABD’de başlıca fuar yerleri olarak öne çıkan bölgeler Şikago, Los Angeles, Miami, New York ve Teksas gibi eyaletler. Bu bölgelerde yıl içerisinde birçok fuara katılım gerçekleştiriliyor. 2018 yılında gıda, mobilya, tekstil ürünleri, medikal ürünler, hazır giyim, su ürünleri, plastikler, şekerleme, doğal taş, ambalaj gibi sektörlerde 18 milli fuar katılımı desteklenmiş, 2019 yılında 16 fuarın desteklenmesi bekleniyor. Benzer bir şekilde firmalarımızın 2019 yılında tekstil, hazır giyim, mücevherat, gıda, savunma, otomotiv, gemi yat tasarımı, ev tekstili, şekerleme, havacılık, reklam, kuru meyve, unlu mamul, havacılık, enerji, tıbbi ürünler, kozmetik, dişçilik, jeotermal gibi alanlarda 200’ün üzerinde farklı fuara katılım sağlaması bekleniyor. Vaşington bölgesinde eğitim, savunma sanayii ile doğal gıda ürünleri fuarlarına katılım oluyor. Los Angeles bölgesinde ilgili sektörlerde belli başlı fuarlara özellikle tekstil (erkek/kadın

giyim, iç/dış giyim, kumaş ve aksesuarlar) ve mücevher fuarlarında Türk firma katılımı yüksek düzeyde iken belirli bölgelerde ise otomotiv yedek parçaları, makineler, ambalaj, yapı malzemeleri, gıda ile bilgi/işlem, yazılım (online gaming) vb. fuarlara katılım düzeyinin daha yüksek olabileceği düşünülüyor. Özellikle Kaya ve kıyı dışı sularda yer alan (offshore) petrol ve doğalgaz kaynaklarının keşfi, sondajı, üretimi ve çevre koruma alanında dünyanın en kapsamlı konferans ve sergilerinden biri olan ve 1969 yılından itibaren her yıl Mayıs ayında Houston/Teksas'da düzenlenen "Offshore Teknolojisi Konferansı ve Fuarı'na (OTC) ülkemizde enerji sektörüne yönelik gemi imalatı yapan firmaların katılımında yarar görülüyor.



Fuar çalışmalarında Türkiye ve Türk ürünlerinin tanıtımı konusunda yeni ve farklı açılımlar gerekli mi, bunlar neler olabilir?

ABD'de ülkemiz sektörleri ve ürünleri hakkında yeterli farkındalık bulunmamakta. Türkiye ekonomisi, ticari, sektörel görünümü hakkında bilgilendirici seminerler düzenlenmesinde fayda görülüyor. Türk ürünlerini pazarlamak için destek isteyen Türk firmalarının bölgemizdeki büyük ithalatçı firmaların ilgili kişileri ile tanıştırılması gerekiyor.

Fuarlar dışında ürünlerimizin imajı açısından ABD'de farklı tanıtım kanallarının denenmesi yerinde olur. Bu konuda tanıtım şirketleriyle 3 veya 5 yıllık sözleşme yapıp, bir plan dahilinde önerilecek çeşitli yöntemler denenebilir. Ayrıca bölgemizde her yıl gerçekleştirilen Türk günü etkinliklerini, bir halka açık fuar formatında kurgulayıp ülke ve ürün tanıtımına katkıda bulunmak mümkün.

ABD genelinde sosyal medyada internet görünürlüğünün artırılmasında fayda görülüyor. Sosyal medyada varlık göstermek, gazete ve dergilere makaleler yazılması, ticaret ve Türkiye ile ilgili reklam, bilgi, röportaj, etkinlik, makaleler yayınlanması, üniversitelerimiz dış ticaret bölümleri veya ilgili ekonomik, ticari bölümlerinden ikili ilişkiler hakkında makaleler yayınlanması, gazetelerde varlık göstermek vb. faaliyetlerin yeterli seviyede olmadığı düşünülüyor. Türk malı ve ürünleri için lobicilik faaliyetlerini de içerecek şekilde ABD çapında bir tanıtım çalışmasının yürütülmesi ve bir dizi faaliyet yapılmasında önem görülüyor.

Sağlık turizminde (estetik, diş, saç ekme vb) alanlarda Türkiye'de hastanelerin ABD'li muhatapları ile ilişkiler geliştirmesi için teknik ziyaretler yürütmesi ortaklık kurulabilecek pazara giriş için firmalar tespit edilmesi ve sağlık turizmi için teknik araştırma

yürütülmesinde, ikili sigorta anlaşmaları için altyapı kurulması gerektiği düşünülüyor.

Fuar çalışmalarında çeşitli festivallerde, yerel etkinliklerde, sosyal medyada farklı açılımlar olabileceği değerlendirilmekte. İnşaat sektöründe çeşitli şehirlerde örnek ev renovasyonlarının, otel yatırımlarının, festivallerde Türk gıda ürünlerinin tanıtımının, Türk kültürüne ait sosyal medyada filmlerin artırılmasının, yerel medya organlarında haberlerin artırılmasının etkili olacağı düşünülüyor.

Yerel ticaret odaları veya organizatörler tarafından düzenlenen uluslararası nitelikteki ticaret ve iş konulu konferanslar (trade events / business conferences) kapsamında Türkiye'ye özel sektörel seminerlerin veya Türkiye-ABD ticari ilişkileri vb. zirvelerin organize edilebileceği ve bu sayede ülkemizin ekonomik kapasitesinin tanıtılabileceği düşünülüyor.



TEKNOFEST'TE İNOVATİF PROJELERİNİ GENÇLERLE BULUŞTURDU



Türkiye İhracatçılar Meclisi, İnovaTİM, İnoSuit, İnovaLİG, TİM-TEB Girişim Evleri

*projelerinin sergilendiği
TİM Çadırı ile
TEKNOFEST'te yer aldı.*

TİM'İN PAYDAŞI OLDUĞU, TÜRKİYE'NİN EN BÜYÜK TEKNOLOJİ ETKİNLİĞİ TEKNOFEST İSTANBUL HAVACILIK, UZAY VE TEKNOLOJİ FESTİVALİ, 1 MİLYON 750 BİN ZİYARETÇİYİ AĞIRLADI. FESTİVALE KATILANLAR BİR YANDAN TÜRKİYE'NİN TEKNOLOJİDE GELDİĞİ NOKTAYI İNCELEME FIRSATI BULURKEN DİĞER YANDAN GÖSTERİ UÇUŞLARI, KONSER, ATÖLYELER VE YARIŞMALARLA COŞKUYU ZİRVEDE YAŞADI.

Bu yıl ikinci kez düzenlenen Türkiye'nin en büyük teknoloji etkinliği TEKNOFEST İstanbul Havacılık, Uzay ve Teknoloji Festivali, 1 milyon 750 bin ziyaretçiyi ağırladı. TİM'in paydaşı olduğu, Türkiye Teknoloji Takımı Vakfı (T3 Vakfı) ile Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı öncülüğünde, ülkenin önemli kurum ve firmalarının destekleriyle Atatürk Havalimanında düzenlenen festivale katılım bu yıl rekor kırarak 1 milyon 720 bin kişi oldu. Festivale katılanlar bir yandan Türkiye'nin teknolojiye geldiği nok-

tayı inceleme fırsatı bulurken diğer yandan gösteri uçuşları, konser, atölyeler ve yarışmalarla coşkuyu zirvede yaşadı.

***İnovatif projelerin adresi
TİM İnovasyon Çadırı***

Türkiye İhracatçılar Meclisi, İnovaTİM, İnoSuit, İnovaLİG, TİM-TEB





19 FARKLI YARIŞMA, 38 FARKLI KATEGORI VE 3 MİLYON LİRADAN FAZLA ÖDÜL

Dünyanın en büyük teknoloji festivali kapsamında düzenlenen yarışmalarda dereceye girenler ödüllendirildi. 3 milyon liradan fazla ödülün verildiği 38 farklı kategoride düzenlenen 19 yarışmanın ödül törenleri 21-22 Eylül'de yapıldı. 21 Eylül Cumartesi günü törene Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan katıldı ve kazananlara ödülleri verdi.

Girişim Evleri projelerinin sergilendiği TİM Çadırı ile TEKNOFEST'te yer aldı. TİM İnovasyon çadırında gerçekleştirilen atölyeler ve inovatif sergiler katılımcıların ilgisi büyük oldu.

TİM çatısı altında yer alan ve 'İnovasyon Elçileri' olarak adlandırılan İnovaTİM ailesi de özel etkinliklere imza attı. İnovaTİM tarafından gerçekleştirilen Droneup, Atmosfer Dışında Bitki Yetiştirme, Geri dönüşüm, Arduino, 3D printer, Robotik atölyelerinde katılımcılar inceledikleri örnekleri uygulamalı olarak hayata geçirme fırsatı buldular. TİM ve Türk Ekonomi Bankası (TEB) ortaklığında Türkiye'nin girişim-

cilik, teknoloji ve ihracat alanlarında gelişimine katkı vermek amacıyla hayata geçirilen TİM-TEB Girişim Evleri standında ise katılımcılar, yarış dronu BRODRONE insansız hava aracını, en yakın lokasyondaki yazıcıdan çıktı almayı sağlayan platform Print-Lee, Meme kanserine karşı giyilebilir teknoloji geliştiren TRİWİ'yi, sanal gerçeklik ve yapay zeka ile uygulama geliştiren REDLAB'ı, Türkiye'deki ilk Amazon teknoloji partnerliğine sahip olan Pirahas'ı görme imkanı buldu. İnoSuit firmaları ile stajyerleri bir araya getirmeye yönelik etkinliğe yönelik çalışmalar gerçekleştirildi. İnoSuit



Türkiye'nin ilk uçan aracı Cezeri TEKNOFEST kapsamında birinci gün ilk kez kamuoyu önüne çıktı. Cezeri Uçan Araba, sağlık sektörü ve askeri alanda lojistik destek faaliyetlerine yeni bir boyut kazandırmak için geliştiriliyor. Cezeri, yolcu ve kargo taşımacılığında aktif olarak rol alacak şekilde de tasarlanıyor. Seyir hızı saatte 100 kilometre, azami uçuş irtifası 2 bin metre olan Cezeri, yaklaşık 1 saat havada kalacak, 70-80 kilometre menzile erişebilecek.

firmalarına gerek firma tanınırlığını arttırmaları gerekse staj arayışında olan öğrenciler ile stajyer arayan firmaları bir araya getirmek amaçlarıyla bir başvuru noktası yer alıyor.

“Yerli ve Milli Teknoloji İhraç Etmeliyiz”

TİM Başkanı İsmail Gülle, TEKNOFEST'e bu yıl inovasyon ve teknoloji alanında destekledikleri projelerle yer almaktan büyük bir gurur duyduklarını dile getirdi. İsmail Gülle, milli teknoloji hamlesinin, en güçlü sembollerinden olan TEKNOFEST'in, yurt içinden ve yurt dışından gelen binlerce katılımcıya Türkiye'nin teknolojiye yaklaşımını çok iyi bir şekilde anlattığını belirterek şunları söyledi: “Teknoloji savunmadan biyomedikale, finanstan eğitime kadar hayatımızın vazgeçilmez bir parçası. Artık teknolojiyi kullanmadan, herhangi bir hizmete erişilebilir, sağlıklı ve sürdürülebilir üretim yapabilmek ve güvenliğimizi sağlamak neredeyse imkansız hale geldi. Teknoloji konusunda sadece kullanıcı kaldığımız sürece, herhangi bir alanda özgürlüğümüzü garanti altına alamayız. Bu yüzden, günümüz dünyasında bağımsızlığın birinci şartı olan teknolojiyi; tasarlayan, üreten ihraç eden bir Türkiye olmamız son derece önemli. Dolayısıyla; milli



teknoloji hamlesiyle bugün attığımız adımlar, geleceğin oyun kurucuları arasındaki yerimizi perçinlememiz adına atılan en önemli adımlardır. TİM olarak bizlerin hedefi de bugün burada, etrafınızda gördüğünüz, yerli ve milli teknolojiyi ihraç ederek, Türk malı kalitesini tüm dünyaya götüren ve “Dış Ticaret Fazlası Veren” bir Türkiye. Bu hedefe ulaşabilmek adına başta Cumhurbaşkanımız liderliğinde, hükümetimizin ilgili bakanlıkları ve kurumları, kamu kuruluşları, özel sektör firmaları ve üniversitelerimiz ile tüm gücümüzle tam performans çalışıyoruz.”



TİM çadırını ziyaret eden Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank, öğrenci ve girişimcilerin yaptığı inovatif projeler hakkında bilgiler aldı.



İHRACATIN MANİFESTOSU
İHRACAT
ANA PLANI
HAZIR

KÜRESEL TİCARET SAVAŞLARI, DÜNYANIN ÖNDE GELEN ÜLKELERİ ARASINDA, BOYUTLARI VE ETKİLERİ GİDEREK DERİNLEŞEN BİR MÜCADELE ALANI HALİNE GELİRKEN, TÜRKİYE 2023 HEDEFLERİNE ULAŞMAK İÇİN İHRACATA YENİ BİR YOL HARİTASI BELİRLEDİ. TEKNOLOJİK DÖNÜŞÜMLER YAKINDAN TAKİP EDİLEREK OLUŞTURULAN PLAN ÇERÇEVESİNDE 5 SEKTÖR VE 17 HEDEF ÜLKE ÖNE ÇIKARKEN İHRACATI ÖZENDİREN VE KOLAYLAŞTIRAN BİR YAPILAŞMA GELİŞTİRİLECEK.

Ticaret savaşları ve korumacı politikalar karşısında ülkeler, dünya ticaretinden aldıkları payı korumak ve daha fazla pay almak adına hem yeni pazarlar bulmak hem de pazar paylarını genişletmek için birçok yol deniyor. İhracata dayalı büyüme sistemi ile dünyanın en büyük ekonomileri arasında yerini almak için çalışmalarını sürdüren Türkiye, küresel rekabette öne çıkmak ve sürdürülebilir bir büyüme sistemi ile 2023 hedeflerine ulaşmak için kolları sıvadı.

Türkiye ekonomisinin ihracata dayalı büyüme modeli ile dünya ticaretinden aldığı payı yükseltmek için çalışmalar sürerken, 2023 hedeflerine ulaşmak için hem yeni yol haritası belirlendi hem de ülkenin üretiminin yöneleceği alanlar saptandı. Dünyanın her yerine yayılmak ve nitelikli ihracatla sürdürülebilir bir büyüme hedefine odaklı çalışmalar sonucunda ortaya yeni bir plan çıktı.

Bu kapsamda "İhracat Ana Planı" hazırlanarak ticarete teknolojinin öne çıktığı ihracata dayalı yeni yol haritası, tüm ayrıntıları düşünüldükçe, ihracata özendirilen ve ihracat yapmak isteyen kişilerin kolayca anlayacağı şekilde düzenlendi.

Nokta atışlarla şekillenen İhracat Ana Planı, Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan ve TİM Başkanı İsmail Gülle tarafından açıklandı. 5 sektör ve 17 hedef ülke üzerine odaklanan plan çerçevesinde; pazar ve ürün çeşitlendirme, yüksek teknoloji ihracatın artırılması, daha fazla ihracatçı ve ihracatçının aracısız pazar erişimi gibi birçok konu yer alıyor.

Sürdürülebilir ihracat hedefi

2019-2023 yıllarını kapsayan 11. Kal-

İHRACAT ANA PLANI İLE 226,6 MİLYAR DOLARLIK İHRACAT HEDEFLENİYOR. BUNA GÖRE 2019-2023 YILLARI ARASINI KAPSAMASI BEKLENEN PLANDA ŞU BAŞLIKLAR ÖNE ÇIKIYOR:

- ABD, Brezilya, Çin, Etiyopya, Fas, Güney Afrika, Güney Kore, Hindistan, Irak, İngiltere, Japonya, Kenya, Malezya, Özbekistan, Rusya ve Şili ihracat için hedef ülkeler olarak belirlendi.
- Makine, otomotiv, elektrik-elektronik, kimya ve gıda olmak üzere 5 sektör öncelikli olarak seçildi.
- İhtisas Serbest Bölgeleri ile yüksek teknoloji ürün ihracatı yüzde 3,5'ten yüzde 5'e çıkacak.

TİM Başkanı İsmail Gülle, 2023 ve 2030 ihracat hedeflerine giden yolda ihracatçıların, İhracat Ana Planı gibi bir pusulaya da ihtiyaç duyduklarını belirterek, "İhracat Ana Planı'nı, Bakanlığımızın, Hükümetimizin bizler için yürürlüğe koyduğu bir plandan öte, bizzat kendi kılavuzumuz, ailemize yön verecek bir manifesto olarak görüyoruz.



kınma Planı'nın istikrarlı büyümenin ihracata dayalı olduğu bir anlayışla hayata geçtiğini anımsatan Pekcan, İhracat Ana Planı'nı hazırlarken Kalkınma Planı hedeflerini dikkate alarak, 226,6 milyar dolarlık ihracat hedeflediklerini söyledi. Asıl hedefin, dünyadaki ticaret sa-

seçerken, ülkelerin Dünya Gayri Safi Yurtiçi Hasılası'ndan yüzde 60 pay almasını, dünya ithalatının yüzde 43,7'sini gerçekleştirdiklerini ve ülkemiz ihracatından da yüzde 25,2 pay aldıklarını dikkate aldık. Bu ülkeleri sırasıyla, ABD, Brezilya, Çin, Etiyopya, Fas, Güney Afrika, Güney Kore, Hindistan, Irak, İngiltere, Japonya, Kenya, Malezya, Meksika, Özbekistan, Rusya ve Şili olarak belirledik. Buna ilaveten makine, otomotiv, elektrik-elektronik, kimya ve gıda endüstrisi olmak üzere 5 hedef sektör seçtik. İhtisas Serbest Bölgeleri ile hedefimiz Türkiye ihracatındaki payı yüzde 3,5 olan yüksek teknolojlü ürün ihracatımızı yüzde 5'lere çıkarmak." Pekcan, küresel ekonomiye başarıyla dahil olmuş tüm ülkelerde olduğu gibi ihracatın, uzun dönemli büyümeyi sağlayan, refahın ve ekonominin anahtarı olduğunu söyledi. Bu durumun ihracat politikası

Plan çerçevesinde; pazar ve ürün çeşitlendirme, yüksek teknolojlü ihracatın artırılması, daha fazla ihracatçı ve ihracatçının aracasız pazar erişimi gibi birçok konu yer alıyor.

vaşları ve teknolojik dönüşümlerini de yakinen takip ederek bu hedefin de üzerine çıkabilmek olduğu için işareten Pekcan, şunları kaydetti: "Oluşturduğumuz bu plan kapsamında, sürdürülebilir bir ihracat anlayışını hedefliyoruz. Bakanlığımızca ilgili paydaşların katılımıyla yapılan titiz çalışmalar sonucunda 17 hedef ülke seçtik. Bu ülkeleri

araçlarının günün koşullarına göre devamlı etkinleştirilmesini zorunlu kıldığını kaydeden Pekcan, "21. yüzyılda, hızını ve boyutlarını kavramada zorlandığımız büyük bir dönüşümün başlangıcındayız. Ana plan çalışmamızın bu dönüşüme dair bir strateji teşkil etmesini umut ediyoruz. Bu kapsamda, İhracat Ana Planı küresel eğilimleri dikkate alarak, hedef ürün, hedef ülke, yeni ve yenilikçi ihracatçı yaklaşımı ve küresel tedarik zinciri bakış açısıyla hazırlanmıştır" diye konuştu. Pekcan, aynı şekilde, İhracat Ana Planı'nın başta bilişim ve yapay zeka alanındaki küresel dönüşüm olmak üzere küresel ekonomideki büyük dönüşümü, eğitilmiş ve küresel becerilerle donanmış bir dış ticaret ailesini, kısacası çağımızın "başarı anahtarlarını" yakalamak ve Türkiye'ye sunmak üzere hazırlanmış bir plan olduğunu aktardı.

Koşulların yarattığı fırsatlara odaklanarak ihracatçılara yeni bir rota

Küresel ekonominin görünümüne ilişkin de değerlendirmelerde bulunan Pekcan, "Son dönemde artan

korumacılığa, bununla bağlantılı olarak, ticaret savaşlarına şahit olduğumuz bir dönemden geçiyoruz. İçinden geçtiğimiz dönem, küresel büyümenin aşağı yönlü revize edildiği, çok taraflı dünya ticaret düzeninin terk edilmeye başlandığı bir dönemdir. Ticaret Bakanlığı olarak, bütün bu zorlu sürece rağmen, küresel koşulların yarattığı fırsatlara odaklanarak ihracatçılarımıza yeni

Plan kapsamında, öncelikli olarak halen mevcut pazarlarda, güçlü olunan pazar ve sektörlerde ticari ilişkileri daha da derinleştirmeye dikkat edilecek ve o yönde çalışmalar yapılacak.

bir rota çizmeyi hedefledik" ifadelerini kullandı. Pekcan, bugün yaşanan küresel korumacılık artışının ve ticaret savaşlarının arka planında da teknoloji savaşlarının bulunduğunu ifade ederek, ihracat ana planında politika tercihini daha çok verimlilik, inovasyon ve dijitalleşme odaklı olarak yaptıklarını dile getirdi. Türkiye, yüksek gelirli ülkeler arasında yükselecek Günlük hayata, yapay zeka, otonom

robotlar, blok zincir, nesnelerin interneti ve büyük veri gibi kavramların hızla girdiğini belirten Bakan Pekcan, şunları kaydetti: "Ama gelecek 15-20 yıl içinde dünyadaki bütün üretim sürecinin dönüşeceğine şahit olacağız. Dolayısıyla ülkeler, yenilenen 21. yüzyılın teknolojilerine ayak uydurmuş, hızla gelişen ülkeler ve bu gelişimi seyreden ülkeler olmak üzere ayrılacaktır.

Türkiye, küresel dil olan 'dijitalleşmeyi' benimsemiş, yeni nesil serbest bölgeleriyle bilişimin ve yapay zeka teknolojisinin üretim ve ihracat adreslerinden biri olmuş, geleneksel sektörlerde küresel ligde üst sıralara yükselmiş bir ülke olarak 21. yüzyılda 'yüksek gelirli ülkeler' arasına yükselecektir." Pekcan, Türkiye'nin bu dijital dönüşümü fırsata çevirmek zorunda olduğunun altını çizerek, "Türkiye olarak dünya ekonomisini ve günlük

SÜRDÜRÜLEBİLİR BÜYÜME VE REKABET İÇİN; VERİMLİLİK VE İNOVASYON TEMELLİ ÜLKE OLMAK

**EKONOMİK
KALKINMA
TEMELLERİ**

ÜRETİM

VERİMLİLİK

İNOVASYON



YÜKSELEN DEĞERLER

- ✓ Ar-Ge, inovasyon, teknolojik gelişme
- ✓ Beşeri sermaye stoğu

AZALAN DEĞERLER

- ✓ Nüfus
- ✓ Sermaye birikimi
- ✓ Ucuz işgücü



▲ RUHSAR PEKCAN Ticaret Bakanı

"Bu rota ihracatını verimlilik-inovasyon ve dijitalleşme ile artıran bir Türkiye'dir. Ve istikrarlı büyümesini de ihracat artışıyla sağlayan bir Türkiye diyoruz. Bu rota, hedef ürünlerin, hedef ülkelerin, hedef alıcıların nokta atışı belirlendiği bir rota olacaktır. Rotamız belli, ürünlerimizi dijital ortamın tüm imkânlarından yararlanarak pazarlamak, dünyanın dört bir yanına yayılmış müşavirlerimizle ihracatçılarımızın yanında olmak, devlet yardımlarımız ve Eximbank'ımızla ihracatçılarımıza finansal destek sağlamak. Bizim vizyonumuzun nihai amacı topyekûn bir ihracat seferberliği ile ülkemizi 'yüksek gelirli ülkeler' seviyesine yükseltmektir."



yaşantımızı kökten değiştirecek bu büyük dönüşümü ülkemiz açısından bir fırsata dönüştürmek zorundayız. Dolayısıyla trendleri doğru okuyarak sürdürülebilir büyüme ve rekabet için inovasyona, Ar-Ge'ye ve dijitalleşmeye yönelik özgün politikalar geliştireceğiz. Ar-Ge, bilgi, inovasyon, yüksek teknoloji, verimli üretim ve ihracat ekosistemini ortaya koymayı ve stratejimizi Türkiye'nin refahı için bir rotaya dönüştürmeyi hedefliyoruz. Değişim ihtiyacı kapımızı çalmaktadır. 'Keşke'siz, 'ama'sız ya da 'belki'siz bir vizyonla hareket ederek hiçbir şeyin eskisi gibi olmayacağı bir teknoloji çağı ile olan randevumuza geç kalmamak mecburiyetindeyiz. Başka şansımız yok." diye konuştu.

Yüksek teknolojlili sanayi ürünlerinin ağırlığı artacak
Bakan Pekcan, son dönemde Türkiye'nin dış ticaret performan-

sının büyük gelişme gösterdiğini vurguladı. 2018 yılında Türkiye'nin gayri safi yurtiçi hasılasının (GSYH) 784 milyar dolar, ihracatının da rekor rakamla 168 milyar dolar düzeyinde gerçekleştiğini dile getiren Pekcan, "Yine 2019 yılının ilk 6 ayında, 2018 yılının aynı döneminde yüzde 66,8 olan ihracatımızın ithalatımızı karşılama oranı yüzde 85'lere ulaşmış durumda. Son 12 aylık dönemde dış ticaret açığında bir önceki aynaya göre yüzde 66,3 oranında, 57,5 milyar dolarlık bir azalma yaşanmıştır. 2018 yılında ihracatın büyümeye katkısı 1,9 puan olurken 2019 yılının ilk çeyreğinde 12,2 puan olmuştur. Haziran 2019 itibarıyla 12 aylık dönem olarak incelediğimizde 2002 yılından beri ilk kez cari işlemler fazlası verilmiştir." dedi. İhracattaki olumlu performansı gelecek yıllara yaymanın, aynı zamanda ihracatın, teknolojik bileşimini ve



İSMAİL GÜLLE
TİM Başkanı

İhracat Ana Planı, kalkınma planlarındaki ihracat hedeflerinin gerçekleşmesi, hatta aşılması adına mihenk taşı olacaktır. 85 bin ihracatçımız adına ifade etmek isterim ki; İhracat Ana Planı, yeni pazarlara, yeni ürünlere, yeni yaklaşımlara yönelik oluşturacağımız stratejik yol haritasının yol göstericisi olacaktır.

katma değerini de artırmanın ve geliştirmenin temel hedefler olduğunu vurgulayan Pekcan, şunları söyledi: "2002 yılından bu yana Saygıdeğer Cumhurbaşkanımızın ihracatı artırmaya yönelik vizyonu ile, ihracatımız 4,5 kat artmış, 2001 yılında yüzde 0,51 olan dünya ihracatından aldığımız pay 2018 yılı itibarıyla yüzde 0,87'ye yükselmiştir. Biz küresel payımızı İhracat Ana Planı çerçevesinde hayata sokacağımız stratejilerle çok daha yukarıya çıkarmayı hedefliyoruz. Küresel ihracattan aldığımız payı artırırken aynı zamanda yıllık yüzde 3,5-4 bandına sıkışmış olan 'yüksek teknolojili' sanayi ürünlerinin ihracatımızdaki ağırlığını da artırmayı hedefliyoruz." Bakanlık olarak istişareye verdikleri öneme işaret eden Pekcan, planı hazırlarken de tüm Bakanlık ve STK'larla istişare halinde yola çıktıklarını dile getirdi. Ulusal ve uluslararası raporları,

başarılı ülkelerin strateji planlarını incelediklerini, küresel gelişmeleri referans alarak, Türkiye'nin yol haritasını oluşturduklarını bildiren Pekcan, Türk firmalarının istikrarlı ihracat artışını sağlayabilmek açısından, politika araçlarının günün koşullarına göre etkinleştirilmesine yönelik bir yol haritası gerçekleştirdiklerini anlattı. Pekcan, plan kapsamında, öncelikli olarak halen mevcut pazarlarda,

E-ihracat stratejisi eylem planı ile KOBİ'lerin e-ihracata yönlendirilmesi sağlanacak ve e-ihracatçı sayısının artırılabilmesi çabaları sürdürülecek.

güçlü olunan pazar ve sektörlerde ticari ilişkileri daha da derinleştirmeye dikkat edeceklerini belirterek, şunları kaydetti: "İlave olarak, 'hedef pazar, hedef sektör' stratejimizi, pazar ve ürün çeşitliliğimizin sağlandığı, yeni

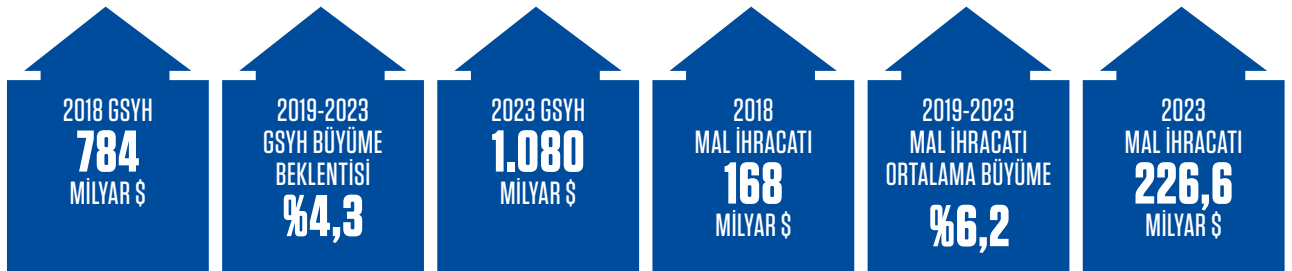


nesil serbest bölgelerle katma değeri yüksek, orta ileri ve yüksek teknolojlili ürün ihracatının artırıldığı, ihracatın tabana yayıldığı, dış ticaret süreçlerinin her aşamasında yapay zeka, blok zincir gibi gelişen teknolojilerden ve dijitalleşmeden istifade

edilen, ihracat desteklerimize yeni yaklaşımlar ve yeni otomasyon getirildiği, yeni finansman imkanları ile ihracatçılarımızı buluşturduğumuz ve dünyanın yeni becerilerine ve donanımına sahip yeni dış ticaret neferleri yetiştirdiğimiz, eğitim

sistemini geliştirdiğimiz, dijital teknolojilerden faydalanan Ticaret Müşavirleri ağıyla tüm dünyadaki gelişmelerin anlık olarak iş dünyamızla paylaşabileceğimiz, e-ticaret dönüşümünü yakalayan ve bu yolla küresel pazarlara açılacak potan-

KALKINMA PLANI HEDEFLERİMİZ





siyel ihracatçılara odaklanmak, desteklemek ve bu anlayış hayata geçirmek suretiyle sürdürülebilir ihracat artışını hedefliyoruz."

Hedef ülke, hedef sektör

Plan kapsamında seçilen 17 hedef ülkeye işaret eden Pekcan, 'Hedef ülke, hedef sektör' yaklaşımı ile hedef ülkelerin ithalatından Türkiye'nin aldığı payı iki katına çıkarma hedefinde olduklarını dile getirdi. Bakan Pekcan, tekstil ve hazır giyim dünyaya ihracatından aldığı payın yüzde 4,4, Türkiye ihracatındaki payının ise yüzde 17 olduğunu anımsatarak, şu bilgileri verdi: "Otomotiv sektörünün dünya

ihracatında payı yüzde 12,2 iken, Türkiye ihracatında otomotiv sektörünün payının yüzde 15,2 olduğunu görüyoruz. Makine sektörünün dünya ihracatında payı yüzde 12,5 iken, Türkiye'nin ihracatında bu sektörün payı yüzde 14,2. Yine dünya ihracatında kimya sanayi ürünlerinin payı yüzde 11,2 iken Türkiye'nin ihracatında bu pay yüzde 6, kimya sektöründe ihracat artışına ihtiyacımız var. Bundan da önemlisi, dünya ihracatında yazılım ve bilişimin payı yüzde 10,5 ama Türkiye'nin oranı yüzde 1,3. Hedefimiz dünyadaki sektörel trendleri yakalamak ve bu sektörlerde başarılı ihracatçı ülke olmak."

Ticaretin kuralları yeniden yazılıyor. Dünyada teknolojik bir dönüşüm yaşandığına dikkati çeken Pekcan, bu dönüşümün ticaretin coğrafyasını, ticaretin kurallarını baştan aşağı yeniden yazdığını aktardı.

Pekcan, küresel ekonomide bugün başarılı olan şehir ve ülkelerin ihtisaslaşmış serbest bölgelere, serbest limanlara, serbest şehirlere dönük çok başarılı projelere imza attıklarını söyledi.

İngiltere'nin, Singapur örneğinden yola çıkarak Brexit sonrası 10 yeni serbest bölge ve serbest limanı devreye sokacağını açıkladığını belirterek, şu değerlendirmelerde bulundu: "Yeni nesil Serbest Bölgeler, bu büyük dönüşümün küresel merkezleri haline geliyor. Ticaret Bakanlığı olarak bizler de bu gelişmelerin bilincinde olarak, ülkemizde başarıyla uygulanan serbest bölgeleri birer kümelenmeye dayalı yüksek teknoloji üretim merkezi ve ihracat merkezi ve teknoloji seralarına dönüştürmeyi hedefliyoruz. Hem yüksek teknoloji üretimini artırmayı hem de kuracağımız bu bölgelere sağlayacağımız desteklerle tekno-

TÜM PAYDAŞLARLA KOORDİNASYON

İHRACATTA İLK 1000 FİRMA

DiĞER ÜLKE STRATEJİ PLANLARI

ULUSAL VE ULUSLARARASI RAPORLAR

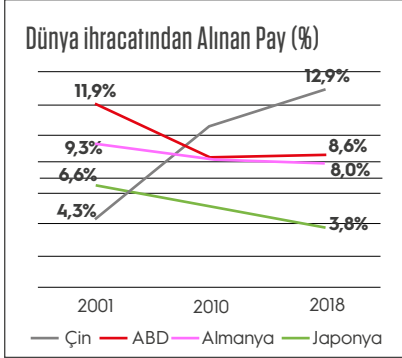
11.KALKINMA PLANI HEDEFLERİ

BAKANLIKLAR

STK'LAR

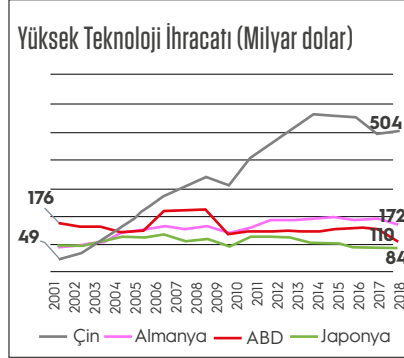
ÇÖZÜM: İNOVASYON ve DİJİTALLEŞME

DÜNYA TİCARETİNDE EKSEN KAYMASI



loji anlamında ülkemize yabancı yatırımcı çekmeyi hedefliyoruz." İhracat Ana Planı ile ihracatçılar için Akıllı İhracat Platformu kurduklarını aktaran Pekcan, "Blok zincir uygulamalarını dış ticaretin her alanında yürürlüğe koyuyoruz. E-ihracat stratejimizle KOBİ'lerimiz başta olmak üzere ihracatçılarımızı dünyaya

YÜKSEK TEKNOLOJİ İHRACATINDA ARTIŞ



açıyoruz" diye konuştu. Pekcan, sözlerini şöyle sürdürdü: "Destek Yönetim Sistemiyle firmalarımızın devlet desteklerinden hızlı ve etkin yararlanmalarını sağlıyoruz. Dijitalleşen gümrüklerde hızlı, kolay ve güvenli uygulamalarımızı yaparak ihracatçımızın işlemlerinde hem zaman hem maddi kazanç

sağlıyoruz. Ticaret Bakanlığı olarak dijitalleşmede çok yeni bir sayfa açıyoruz. 'Akıllı İhracat Platformu' diye çok yeni bir çalışmamız var. 3 aşamalı bir proje. 6 ay, 12 ay ve 18 ayda tamamlanacak geniş kapsamlı bir çalışma içeriyor." Veri Analitiği Mükemmeliyet Merkezi kuracakları bilgisini veren Pekcan, Türkiye'nin iç ve dış ticaretteki bütün verilerini ulaşılabılır ve güvenli bir şekilde bu merkezde toplanacaklarını anlattı.

7 gün 24 saat hizmet

Pekcan, bütün ihracatçı firmalar için bir dijital kimlik yaratıp onları daha yakından tanıyarak sadece onlara özel çözümler üretecek bir sistem oluşturulacağını vurgulayarak, "Akıllı İhracat Platformu" üzerinden ihracatçı ve potansiyel ihracatçıların, satmak istediği ürünün yurt dışındaki potansiyel alıcılarının iletişim bilgilerine de ulaşabileceklerini söyledi. Bu platform içerisinde firmalara 7 gün 24 saat hizmet verecek bir chatbot da yer alacağı

AKILLI İHRACAT PLATFORMU

Plan dahilinde akıllı ihracat platformu kuruldu. 3 aşamalı bir proje. 6 ay, 12 ay ve 18 ayda tamamlanacak geniş kapsamlı bir çalışma içeriyor.

VERİ ANALİTİĞİ MERKEZİ

Veri Analitiği Mükemmeliyet Merkezi kurulacak. Türkiye'nin iç ve dış ticaretteki bütün verileri ulaşılabılır ve güvenli bir şekilde bu merkezde toplanacak.

FİRMALARA DİJİTAL KİMLİK

Bütün ihracatçı firmalar için bir dijital kimlik oluşturulacak. Firmalara özel çözümler üretilen. İhracatçı ve potansiyel ihracatçılar, satmak istediği ürünün yurt dışındaki potansiyel alıcılarının iletişim bilgilerine de ulaşabilecek.

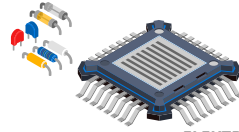
KADROLAR OKULDA YETİŞECEK

İhracat Ana Planı kapsamında, Milli Eğitim Bakanlığı ile ortak bir proje ile Dış Ticaret Meslek Liseleri projesi hayata geçirilecek. Hedef olarak belirlenen coğrafyalara yönelik Rusça, Çince, Japonca, İspanyolca ve Portekizce dillerinde eğitim veren bu liselerde ülkemizin ihtiyacı olan donanımlı kadrolar yetiştirilecek.

bilgisini veren Pekcan, "Dijitalleşme çalışmalarımızın bir boyutu da dış ticaret işlemleriyle örtüşüğünü düşündüğümüz blok zincir teknolojisi. Dünyada çok yeni bir uygulama. Türkiye'de de kamuda bunu ilk uygulayan bakanlık biziz" bilgisini verdi. E-ihracat stratejisi eylem planı ile kobilerin e-ihracata yönlendirilmesinin sağlanacağını ve e-ihracatçı sayısının artırılacağını dile getiren Pekcan, gümrük işlemlerinin sınır ötesi e-ticaret ihtiyaçları çerçevesinde geliştirileceğini söyledi. Pekcan, sanal fuarlarla dijital ortam ve dış ticaretin fuarcılık boyutunu da 1 yıl süreyle bir araya getirmeyi hedeflediklerini aktararak, şunları kaydetti: "Firmalarımızın karşılaştıkları bürokratik işlemlerin azaltılması amacı ile Dahilde İşleme Rejimi, Hariçte İşleme Rejimi, Vergi Resim Harç İstisnası, Belgesiz İhracat Kredileri Programları ve Devlet Yardımlarına ilişkin tüm süreçleri kapsayan bir otomasyon sistemini 2019 yılı itibarıyla faaliyete geçiriyoruz. Böylece, bürokrasinin sınırlarını aşarak, ihracatçımızın işlemlerini hızlı ve kolay bir şekilde gerçekleştirmesini sağlayacağız."

HEDEF SEKTÖR YAKLAŞIMI

- ✓ Nispi İhracat Avantajı Endeksi (RXA)
- ✓ Yüksek Ticaret Hacmi
- ✓ Orta - İleri / Yüksek Teknoloji
- ✓ Teknoloji Odaklı Sanayi Hamlesi Programı



ELEKTRİK ELEKTRONİK SEKTÖRÜ



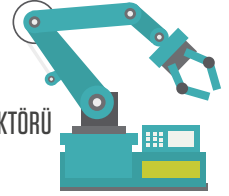
OTOMOTİV SEKTÖRÜ



GIDA SEKTÖRÜ



KİMYA SEKTÖRÜ



MAKİNE SEKTÖRÜ

HEDEFİMİZ 5 SEKTÖRDE DÜNYA İHRACATINDA %0,76 OLAN PAYIMIZI %1'E YÜKSELTMEK

İhracat tabana yayılacak

Brexit sürecinden ihracatçıların zarar görmemesi adına İngiltere ile beraber ticaret çalışma grubu oluştur-

İŞLEMLER HIZLANACAK

Dahilde İşleme Rejimi, Hariçte İşleme Rejimi, Vergi Resim Harç İstisnası, Belgesiz İhracat Kredileri Programları ve Devlet Yardımlarına ilişkin tüm süreçleri kapsayan bir otomasyon sistemi de 2019 yılı itibarıyla faaliyete geçiriliyor.

İHRACAT DESTEK OFİSLERİ

İhracat yapmayan firmalar için il bazında çalışma başlatıldı. Şu anda 3 pilot ilde uygulanıyor. Bu sene 16 ile daha sonra 81 ile çıkılacak. TİM ve TOBB öncülüğünde İhracat Destek Ofisleri de kuruluyor. Önümüzdeki ay 55.'sinin açılışı yapılacak.

7 GÜN 24 SAAT HİZMET

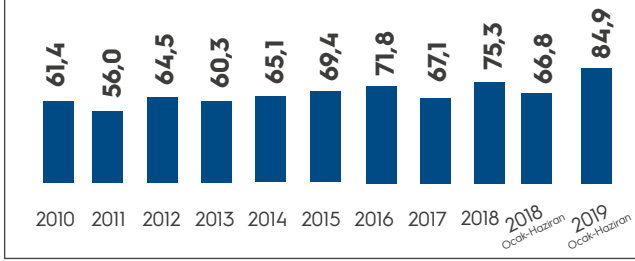
Firmalara 7 gün 24 saat hizmet verecek bir chatbot da yer olacak. E-ihracat stratejisi eylem planı ile de KOBİ'ler e-ihracata yönlendirilecek.

DESTEKLER ARTIYOR

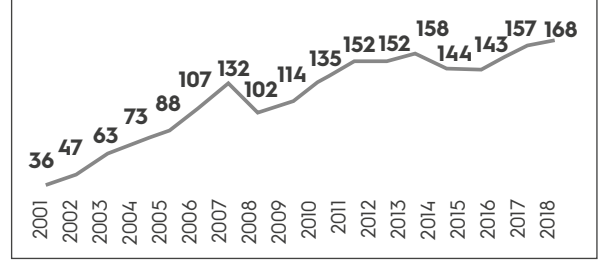
Eximbank'ın desteklediği firma sayısı önce 12 bin 500 sonra 15 bin 500'e ulaşacak. Bu sene 48,4 milyar dolar olan desteğin de 2023'te 70,4 milyar dolara çıkartılması hedefleniyor.

DIŞ FİNANSMAN İHTİYACIMIZ AZALIYOR, İHRACATIN BÜYÜME KATKISI ARTIYOR

İhracatın İthalatı Karşılama Oranı (%)



İhracatımız (Milyar dolar)



✓ Dış ticaret açığından 57,5 milyar dolar azalma



✓ 538 milyon dolarlık cari işlemler fazlası (2002 yılından beri ilk kez)

✓ 2019 ilk çeyrek Net ihracatın büyümeye katkısı 12,2 puan

2019 yılının ilk 6 ayının sonunda
ihracatın ithalata karşılama oranı **%84,9**

duklarını aktaran Pekcan, STK'ları ve özel sektör temsilcilerini de yurt dışı paydaşları ile birlikte çalışmalarına aktif şekilde destek vermeleri için teşvik ettiklerini anlattı. İhracat seferberliğini tabana yaymak amacıyla Türkiye Kadın ve Genç Girişimciler ağını kurduklarını dile getiren Pekcan, bilgi ve eğitim ihtiyaçlarını karşılamak üzere İhracat Akademisi'ni kuracaklarını söyledi.

Melek Yatırımcı Ağı'nı da kuracaklarını dile getiren Pekcan, sözlerini şöyle sürdürdü: "Halihazırda ihracat yapmayan firmalarımızı ihracatçı yapmak için bir hamle daha gerçekleştiriyoruz. Bu hamlede il bazında çalışmalar yapıyoruz. Şu anda 3 pilot ilde başladık. Bu sene 16 ile daha sonra 81 ile çıkarmayı planlıyoruz. Neden ihracatçı olduklarının tespitini yapıyoruz. Bu firmalarımızın yanındayız. TİM ve TOBB öncülüğünde İhracat Destek Ofisleri kuruyoruz. Önümüzdeki ay 55.'sinin açılışını yapacağız." İhracat Ana Planı kapsamında,

Milli Eğitim Bakanlığı ile ortak bir proje ile Dış Ticaret Meslek Liseleri projesini hayata geçireceklerine dikkati çeken Pekcan, "Hedef olarak belirlediğimiz coğrafyalara yönelik Rusça, Çince, Japonca, İspanyolca

ve Portekizce dillerinde eğitim veren bu liselerde ülkemizin ihtiyacı olan donanımlı kadroları yetiştireceğiz" bilgisini verdi. Pekcan, 110 ülke, 163 merkezde görev yapan ticaret ve gümrük mü-



şavirlerinin ihracatın öncü kuvveti olarak görev yaptığını ve gelecek dönemde, Ticaret Müşavirliklerinin daha etkin, verimli ve aktif hale getirilerek, projelerle beraber ihracatçıların her zaman yanında olmaya devam edeceklerini dile getirdi.

Ticaret müşavirleri ve ihracatçı firmaların katılımıyla düzenlenecek video konferanslarla ihracatçıların sorularını ve sorunlarını ticaret müşavirlerine yüz yüze iletebileceğini aktaran Pekcan, dış temsilciliklere yönelik ise "Dış Temsilcilikler Yönetim Bilgi Sistemi"nin oluşturulması çalışmalarına başladıklarını ve oldukça da ilerleme kaydettiklerini ifade etti. Bakan Pekcan, Türk Eximbank'ın her zaman ihracatçıların yanında olduğunu vurgulayarak, şunları kaydetti: "KOBİ payını yüzde 53'lerden yüzde 70'lere getirdik. Şimdi desteklerimizle yüzde 75'lere gireceğiz. Ayrıca KOBİ'lerimize Ur-Ge desteklerimiz var. Uluslararası rekabetçiliğin geliştirilmesinde

KALKINMA HEDEFLERİMİZ

İ HEDEF PAZAR VE HEDEF ÜRÜN ODAKLI İHRACAT

İ KÜRESEL DEĞER ZİNCİRLERİNİN KATMA DEĞER YARATAN AŞAMALARINA EKLEMLENME

İ SÜRDÜRÜLEBİLİR İHRACAT ARTIŞI

İ 2023 YILINDA 226,6 MİLYAR DOLAR İHRACAT

İ NET MAL HİZMET İHRACATININ BÜYÜMEYE ORTALAMA KATKISI 1,1 PUAN

İ İHRACATA DAYALI İSTİKRARLI BİR BÜYÜME MODELİ

İ EXIMBANK'IN İHRACATI DESTEKLEME ORANI %29

her ilde bir Ur-Ge projesi gerçekleştirmeyi hedefliyoruz. İhracatı destekleme oranımızı yüzde 26'dan yüzde 30'a çıkarmayı hedefliyoruz. Eximbank'ın İhracat Ana Planımız kapsamında uzun vadeli ve uygun maliyetli finansman desteği, kur riskine karşı yeni ürünler, kadın ve genç girişimcilere özel yeni ürünler, finansal kuruluşlar alıcı kredisi programı, İVME finansman paketi kapsamında yüksek ve orta-yüksek teknolojiye özel finansman paketi sağlayacağız. Biz KOBİ'lerimize TL kredi kullanıyoruz, ileri teknoloji ve orta-yüksek teknoloji firmalarımıza da TL kredileri kullanacağız. Burada Eximbank'ın kullandığı faiz oranı da 11,84'tür. Ve E-teminat Mektubu projemiz de aktif olarak kullanılıyor." Yeni ürün ve projelere ilişkin de bilgi veren Pekcan, şöyle devam etti: "Bunlara ek olarak, her firmaya İşletme Sermayesi Garanti Programı getiriyoruz. İhracatçı firmalarımıza Akreditif Teyit Sigortası Programı getiriyoruz. E-Teminat Projesi ve firmalarımızın sigortaya dair ihtiyaç ve beklentilerini en hızlı şekilde karşılayacak Yeni Sigorta Projesi oluşturuyoruz. Sigorta programları arasına alıcı firmalarına yönelik enformasyon temini için online veri tabanını içeren Global Data Temini Projesi, alıcıların ve Türk Eximbank müşterilerinin değerlendirmesinde ve limit tahsisinde kullanılacak 'Rating-Scoring' ve Limit Karar Modelleri Projesi gibi yeni ürünler ve projelerin ihracatçılarımız için de hayırlı, uğurlu olmasını diliyorum."

Hizmet ihracatı için yeni düzenleme

Hizmet ihracatı sektörüne yönelik de yeni proje ve ürün sağlayacaklarını bildiren Pekcan, "Müteahhitlerimiz ve yurt dışına ihraç edilmek



GÜMRÜKLERDE DİJİTALLEŞME

KOLAY; HIZLI, GÜVENLİ TİCARET

- 🚩 **DİJİTAL GÜMRÜK**
- 🚩 **VARIŞ ÖNCESİ
GÜMRÜKLEME PROJESİ**
- 🚩 **YETKİLENDİRİLMİŞ
YÜKÜMLÜLER İÇİN İHRACAT
ODAKLI KOLAYLIKLAR**
- 🚩 **RANDEVULU SANAL SIRA**
- 🚩 **TARA TARİFE ARAMA
SİSTEMİ**
- 🚩 **GÜMRÜKLERDE
E-TEMİNAT PROJESİ**
- 🚩 **SHIP SÜRE
HESAPLAMA VE İZLEME
PROGRAMI**
- 🚩 **GÜMRÜK KAPILARININ
MODERNİZASYONU**

HEDEFİMİZ: Gümrükleri dijitalleştiriyor,
üstyapıyı güçlendiriyoruz.



üzere yatırım mali üreticilerimiz için Yurt Dışı Teminat Mektubu Programı'nı oluşturuyoruz. Ayrıca yurt dışında iş yapan müteahhitlerimizin teminatlarının haksız nakde çevrilmesini önlemek için Teminat Mektuplarının Haksız Nakde Çevrilmesi Sigortası Programı'nı, riskli coğrafyalarda iş yapan firmalarımızın kayıpları için Yurtdışı Müteahhitlik Hizmetleri Politik Risk Sigortası'nı gündeme getiriyoruz. Kefalet Sigortası'nı ve Yurtdışı Yatırım Sigortası Programı'nı hizmet ihracatçılarımızın küresel hizmet ihracatından daha fazla pay almak üzere gündemimize almış bulunuyoruz." diye konuştu.

İhtiyaca yönelik destek

Eximbank'ın desteklediği firma sayısını önce 12 bin 500 sonra 15 bin 500'e ulaştıracaklarını aktaran Bakan Pekcan, bu sene 48,4 milyar dolar olan desteği de 2023'te 70,4 milyar dolara çıkarmayı hedeflediklerini söyledi. Ticaret Bakanlığı olarak '360 Derece' yaklaşımıyla büyük, küçük firma demeden her firmanın ihtiyacına yönelik destekler sunduklarına dikkati çeken Pekcan, "KOBİ'ler için "ihracat mektebi" diyebileceğimiz Ur-Ge desteğini veriyoruz. Küresel tedarik zincirleri için özel bir desteğimiz var. Ülkeyi o zincirin en güçlü halkası yapmak üzere proje bazlı destek



programımız var. Küresel dev şirketlerin güvenilir partnerleri olma potansiyelindeki sanayicimize hem makine ekipman desteği hem de yazılım desteği veriyoruz" ifadelerini kullandı.

Bakan Pekcan ayrıca ihracatçıya ilave devlet desteği de sağlanacağına işaret ederek, "İhracat Ana Planı ile getirdiğimiz hedef ülke ve hedef sektörler için ilave devlet desteklerimiz var. Buradaki desteklerimizi yüzde 5 artırıyoruz. Böylelikle bütün bu programlarımızla hedef ülke ve sektörlerde fuar katılım desteğini, Sektörel Ticaret Heyeti Desteğini, Yurtdışı Birim Marka Tescil ve Tanıtım Desteğini de artırıyoruz. Tüm

bu programlarımızda bizleri destekleyen Hazine ve Maliye Bakanımız Berat Albayrak'a buradan ayrıca teşekkür ediyoruz" şeklinde konuştu.

TİM olarak, ihracatçı Birliklerimiz ile planın hazırlık sürecinde iki ortak akıl toplantısı, geniş katılımlı bir İhracat Stratejisi Çalıştayı ve çok sayıda teknik toplantı gerçekleştirdik.

İhracatçı bir Türkiye için yeni strateji Türkiye'nin 226,6 milyar dolar ihracat hedefine emin adımlarla ilerlediğinin altını çizen Pekcan, şöyle devam etti: "Yolun başlangıcı yatırım. Türkiye'ye özellikle yüksek teknoloji alanındaki yatırımcıları da

vet ediyoruz. Sonra üretim, sonra hedef pazar, hedef ürün, hedef sektör, dijitalleşme, blok zincir, Eximbank, yeni nesil serbest bölgelerle ve devlet yardımlarımız ile yatırım ve üretimin arkasından atılımla beraber ihracatımızı gerçekleştiriyoruz. İnovasyon ve verimlilik temelli dijitalleşmeyi sağlamış, yeni çağı yakalayan bir Türkiye diyoruz. Dünya ticaretinde, dünya üretiminde, dünya teknolojisinde yepyeni bir küresel hayat kurulurken, ekonomide önemli bir aktör olacak ihracatçı bir Türkiye için stratejilerimizi ortaya koyuyoruz."

İhracat Ana Planı'nı, ailemize yön verecek bir manifesto olarak görüyoruz

İhracatçılarımızın 223 ülke ve bölgede ülkemizi en iyi şekilde temsil ettiğine değinen TİM Başkanı İsmail Gülle, 1923 yılında ilk defa 51 milyon dolar ile kayıt altına almaya başladığımız ihracatımızın bugün, emin adımlarla 200 milyar dolara yürüdüğünü kaydetti. Gülle, sözlerine şöyle devam etti: "Bugün ihracatımızın ulaştığı hacim, küresel gelişmelerin seyrine rağmen yüzümüzü güldürse de; 2023 ve 2030 ihracat hedeflerimize giden yolda, Bakanımızın açık-

ladığı İhracat Ana Planı gibi bir pusulaya da ihtiyacımız var. İhracatçımıza yön veren, böyle bir ana planın, ihracatımıza ilişkin yerel ve küresel tüm çalışmalara kılavuzluk edeceğine, ihracatçılarımızın hedefe giden yolda önlerini sonuna kadar açaca-

YAPAY ZEKA TABANLI AKILLI İHRACAT PLATFORMU

İHRACATI
BİLMİYEN
KALMAYACAK

DIŞ TİCARET MEVZUATI EN KOLAY HALİYLE BURADA

İHRACATÇILAR
İÇİN EN UYGUN
PAZAR VE MÜŞTERİYİ
ARİYORUZ

ÜLKE VE SEKTÖR SAYFALARINDA EN FAYDALI BİLGİLER

İTHALATÇILAR
KAPINIZA
GELSİN

CANLI BİR ARAYÜZDE SÜREKLİ GÜNCEL GRAFİKLER

DANIŞMANINIZ
7/24
HİZMETİNİZDE

AKILLI İHRACAT PLATFORMU İHRACATÇILARIN HER GÜN İLK AÇACAKLARI SİTE OLACAK

ğına ve destekleyeceğine inancımız tamdır. TİM olarak, İhracatçı Birliklerimiz ile planın hazırlık sürecinde iki ortak akıl toplantısı, geniş katılımlı bir İhracat Stratejisi Çalıştayı ve çok sayıda teknik toplantı gerçekleştirdik. 27 ihracatçı sektörümüzden, detaylı öneri ve talep topladık, tüm bu bilgileri, Bakanlığımızın değerlendirmelerine sunduk. İhracatçılar olarak, İhracat Ana Planı'nı, Bakanlığımızın, Hükümetimizin bizler için yürürlüğe koyduğu bir plandan öte, bizzat kendi kılavuzumuz, ailemize yön verecek bir manifesto olarak görüyoruz. İhracat Ana Planı'nda temel

noktaları vurgulanacak ve ihracat ekosisteminin güçlendirilmesine yönelik hedef ve eylemlere işaret edecek maddelerin, mikro detaylarına da ağırlık vererek, ihracatımızı kısa vadede çok daha başarılı noktalara ulaştırmamız mümkün."

"İhracat Ana Planı, oluşturacağımız stratejik yol haritasının yol göstericisi olacaktır"

Ana Plan'ın çizdiği yol haritasına sadık kalarak, mutlaka her sektör için bir strateji ve eylem planı oluşturacak, genellemeden kaçınarak

sektörlerimizin yapılarına uygun yol haritaları belirleyeceklerine dikkat çeken Gülle, Bakanlığımız ile koordineli bir şekilde oluşturacakları eylem planlarını yalın, uygulanabilir ve sürdürülebilir bir formatta hazırlayacaklarını ifade etti. Her eylem planı için bir sonuçlandırılma takvimi oluşturarak, bu takvimleri ve eylemleri en ince detaylarına kadar takip edeceklerinin altını çizen Gülle, "Cumhuriyet tarihinde ilk kez açıklanan İhracat Ana Planı, kalkınma planlarındaki ihracat hedeflerinin gerçekleşmesi, hatta aşılması adına mihenk taşı olacaktır. 85 bin ihracatçımız adına ifade etmek isterim ki; İhracat Ana Planı, yeni pazarlara, yeni ürünlere, yeni yaklaşımlara yönelik oluşturacağımız stratejik yol haritasının yol göstericisi olacaktır. Bu çerçevede, Türkiye İhracatçılar Meclisi olarak, İhracatçı Birliklerimiz ile, Sayın Bakanımızca açıklanacak İhracat Ana Planı'nın, başarıyla hayata geçmesi noktasında, Bakanlığımız ile koordinasyon içerisinde, dünyanın her noktasında sahadaki uygulama sorumluluğunu üstlendiğimize, Sayın Bakanımız ve kamuoyu huzurunda söz veriyoruz" diye konuştu.





Kuzey Ren-Vestfalya'da Yeni Yatırım Fırsatları Avrupa'daki Yatırım Merkeziniz

Bir bölgeyi güçlü bir yatırım merkezi yapan en önemli şey; ekonomik güç, altyapı ve kültürel yaşam gibi faktörlerin mükemmel etkileşimidir. Bu bakımdan Kuzey Ren-Vestfalya birçok açıdan eşsizdir. Almanya'nın bu en kalabalık nüfusa sahip olan eyaletinin size sunduğu sayısız imkân ve koşullardan faydalanın. Hangi sektör veya proje için olursa olsun, yeni fırsatlar için ideal yatırım ortamını burada bulacaksınız. Yaklaşık 20.000 yabancı şirket tercihini metropol bölge Kuzey Ren-Vestfalya lehine kullandı. Bizimle iletişime geçin ve sizi de memnuniyetle bilgilendirelim. Bir One-Stop-Acentesi olarak yatırım projelerinizde size destek veriyoruz: www.nrwinvest.com





İHRACATIN HEDEFİNDE

5 SEKTÖR VAR

İHRACAT ANA PLANI'NDA POTANSİYEL ÜRÜN YAKLAŞIMI KAPSAMINDA BEŞ SEKTÖR HEDEF OLARAK BELİRLENDİ. NİSPİ İHRACAT AVANTAJI ENDEKSİ VERİLERİ DOĞRULTUSUNDA BELİRLENEN MAKİNE, OTOMOTİV, KİMYA, ELEKTRİK-ELEKTRONİK VE GIDA SEKTÖRLERİNDE HEDEF DÜNYADAKİ TRENDLERİ YAKALAMAK.

SEKTÖRLERİN İHRACATTAN ALDIĞI PAY

SEKTÖRLER	DÜNYA	TÜRKİYE
BİLİŞİM VE HABERLEŞME CİHAZLARI	10,50%	1,30%
KİMYASALLAR	11,20%	6,00%
HAZIR GIYİM	2,70%	0,60%
DİĞER TÜKETİM MALLARI	9,10%	7,90%
DİĞER YARI MALULLER	0,30%	0,50%
MADENCİLİK	3,80%	4,20%
TARIM	9,80%	11,20%
DİĞER MAKİNE VE ULAŞIM ARAÇLARI	12,50%	14,20%
OTOMOTİV	12,20%	15,20%
DEMİR VE ÇELİK	2,30%	6,10%

OTOMOTİV

MAKİNE

KİMYEVİ MADDELER

ELEKTRİK-ELEKTRONİK

GIDA ENDÜSTRİSİ



OTOMOTİV



Otomotiv sektörü üretimde bulunduğu ekonomiye yüksek katma değer sağlayan, teknolojik gelişmeleri hızlandıran, döviz geliri kazandıran ve müşterisi olduğu birçok sektörün gelişimine katkıda bulunan lokomotif niteliğinde sektörler arasında yer alıyor. Uluslararası Motorlu Taşıt Üreticileri Birliği'nin verilerine göre, dünya otomotiv sektörü eğer bir ülke olsaydı bir yıl içerisinde üretilen brüt katma değer üzerinden 2017 itibarıyla dünyanın en büyük altıncı büyük ekonomisi olacaktı. Sektör 2017 yılında 1,9 trilyon dolar brüt katma değer üretirken 84,8 milyar dolar tutarında Ar-Ge yatırımına imza attı. Otomotiv sektörü yüksek katma değeri, yarattığı istihdamı ve küresel ticaretten aldığı pay ile Türkiye ekonomisi açısından büyük bir önem taşıyor. Sektör dış ticaret dengesi açısından fazla verirken demir-çelik başta olmak üzere, elektronik, yazılım, plastik, akaryakıt, enerji, tekstil ve kimya gibi pek çok sektörün de gelişimine katkıda bulunuyor. Otomotiv ana sanayindeki güçlü küresel oyuncular ve dünyadaki diğer otomotiv üreticilerinin tedarikçisi konumundaki yerli yan sanayi üreticileri küresel değer zincirinde oldukça önemli bir yer tutuyorlar.

Türk otomotiv sanayi açısından son dönemdeki küresel ve yerel eğilimler, aşağı yönde riskleri artırıyor. 2018 yılında satın alma gücünün gerilemesi ile iç talep daralırken, küresel ekonomideki ivme kaybı sektörün ihracat performansını da baskı altına aldı. Böylece 2013-2017 döneminde ülke ekonomisinden bir buçuk kat daha hızlı büyüyen otomotiv sektörü üretimi, 2018 yılında yüzde 9,2 küçüldü. Bu durum otomobil üretiminde çok daha belirgin gözlendi ve 2018 yılındaki daralma yüzde 10,2'yi buldu. 2018 yılında hafif ticari araç grubunda üretim yüzde 6 seviyesinde daralırken, ağır ticari araç grubunda üretim yüzde 6 arttı. Buna rağmen ticari araç grubunun genelinde üretimde yüzde 5,3'lük daralma yaşandı. Dış ticaret fazlası veren Türk otomotiv sanayi, üretimin yaklaşık dörtte üçünü ihraç ediyor. 2018 yılında iç pazardaki sert daralma nedeniyle ihracatın toplam üretime oranı yüzde 84 ile son yılların en yüksek seviyesinde gerçekleşti. 2018 yılında otomotiv ihracatı bir önceki yıla göre yüzde 0,8 azalarak 1 milyon 334 bin adet seviyesinde gerçekleşti. Ticari araçların ihracatındaki yüzde 7,8'lik artışa karşın, yıl genelinde otomobil ihracatında yüzde 5 daralma yaşandı. Buna karşın otomotiv sektörü

ihracatında 2018 yılında yüzde 1'lik daralma yaşandığı hesaplanırken, ithalatın yüzde 36,4 azaldığı ortaya çıkıyor. Dünya üretiminde yüzde 2'ye yakın bir paya sahip Türk otomotiv sektörün en yakından takip ettiği gelişme Brexit sürecinin nasıl ilerleyeceği olarak öne çıkıyor. Çünkü bu gelişme hem önemli bir ihracat pazarı olan İngiltere ve AB ekonomilerindeki istikrar açısından hem de İngiltere'den sağlanan üretim girdilerinin uygun koşullarda, zamanında ve ilave bir maliyet yüküne katlanılmadan temin edilmesi açısından önemli. İngiltere'nin AB'den anlaşmasız çıkışı sektörü ilk etapta belirsizlikler içinde bırakabilir. 11. Kalkınma Planı'nda otomotiv sektörünün amacı yüksek teknolojiye dayalı yerli marka araç üretimi ile rekabet gücü yüksek tedarik sanayiinin geliştirilerek uluslararası pazar payının artırılması olarak belirlendi. Bu amaca ulaşmada öncelikli rekabet gücünün geliştirilmesi için otomotiv destek programı hayata geçirilecek. Programla; sensör, batarya, yakıt hücresi ve yazılım gibi alanlarda teknoloji ve üretim kabiliyetlerinin geliştirilmesi sağlanacak. Yerli marka otomobil projesine yönelik teşvik mekanizması geliştirilerek proje tamamlanacak.

MAKİNE

Türkiye makine sektörü, dünyanın dört bir yanında yaklaşık 200 ülkeye makine satıyor. Avrupa'nın en büyük 6. makine üreticisi olan Türkiye'de, son dört yılda makine imalatı sektörü için 20 milyar lira yatırım ve 32 bin kişilik istihdam öngören bin 473 yatırım teşvik belgesi verildi. Bu yılın ilk 4 ayında da yatırımcı iştahı devam etti ve 115 yeni teşvik belgesi düzenlendi. KOSGEB, 2023 vizyonu doğrultusunda; imalat sanayini, dijitalleşmeyi, yerli ve milli üretimi öncelikli hedefleri arasına aldı. Ayrıca; TÜBİTAK TEYDEP kapsamında geçen yıl makine sektöründe 289 projeye, 193 milyon lira destek verildi. "Uçtan Uca Yerileştirme Programı" uygulamaya sokuldu. Milli teknoloji hamlesinin temellerinden birini oluşturacak yeni destek programının nihai hedefi, dünyanın geçirdiği teknolojik dönüşüm sürecinde Türk sanayisini öncü konuma getirmek. Bu noktada, sanayide dijitalleşmenin yaygınlaşmasıyla birlikte, makine sektörünün rolü de gittikçe önem kazanacak.



11. Kalkınma Planı'nda makine ve elektrikli teçhizat sektörlerinde rekabetçi ve verimli yerli üretim altyapısının geliştirilerek küresel pazardaki rekabet gücümüzü artırmak ve değer zincirinde ülkemizi daha üst konuma taşımak temel amaç olarak belirlendi. Bu amaç doğrultusunda yatırım teşviklerinde yerli makine alımını desteklenmesi ve yerli makine tercih edilmesi halinde hibe veya ilave finansal destek sağlanması planlanıyor. Aynı şekilde Ar-Ge desteklerine konu olan makine

ve ekipmanın da yerli olması teşvik edilecek. Sektörde sınırlı sayıda desteklenen kümelenmenin geliştirilmesi doğrultusunda 5 adet büyük ölçekli makine kümelenme programı uygulamaya geçirilecek. Beyaz eşya sektörünün ana ihracat pazarı olan AB'de 1 Mart 2021 tarihinde yürürlüğe girecek olan yeni eko tasarım ve yeni enerji etiketi regülasyonuna uyumlu ürün tasarımları sebebiyle oluşacak ilave yatırım ihtiyacı da yatırım teşvikleri kapsamında desteklenecek.

ELEKTRİK ELEKTRONİK

Dünyada elektronik sanayi hızla büyüyen ve gelişen bir yapıya sahip. Elektronik sanayine öncelik veren bir politika izleyen ülkelerin, gelişmişlik düzeyinde kısa sürede önemli ilerlemeler kaydettiği görülüyor. Elektronik, dünya üretim hacminde çalıştırdığı işçi sayısı ve sanayinin

tüm alanları üzerindeki etkisi nedeniyle dünyanın lider sanayi sektörleri arasında yer alıyor. Teknolojik gelişmeleri yakından izleyen, Ar-Ge'ye ve tasarıma yatırım yapan Türk firmaları, pek çok ürün grubunda Avrupa'nın üretim merkezi haline gelmiş durumdadır. 2018 yılında 11,5 milyar dolar ihracat

gerçekleştirerek Türkiye ihracatının yüzde 7'sine imza atan Elektrik-Elektronik sektörü Türkiye'nin 2023 hedefine önemli katkı sağlıyor. Beyaz Eşya Ürün grubunun önde gelen ihracat kalemi Buzdolabı ve Soğutucu ihracatı 2018 yılında bir önceki yıla göre değerinde yüzde 9 oranında artarak 1.190 milyon \$

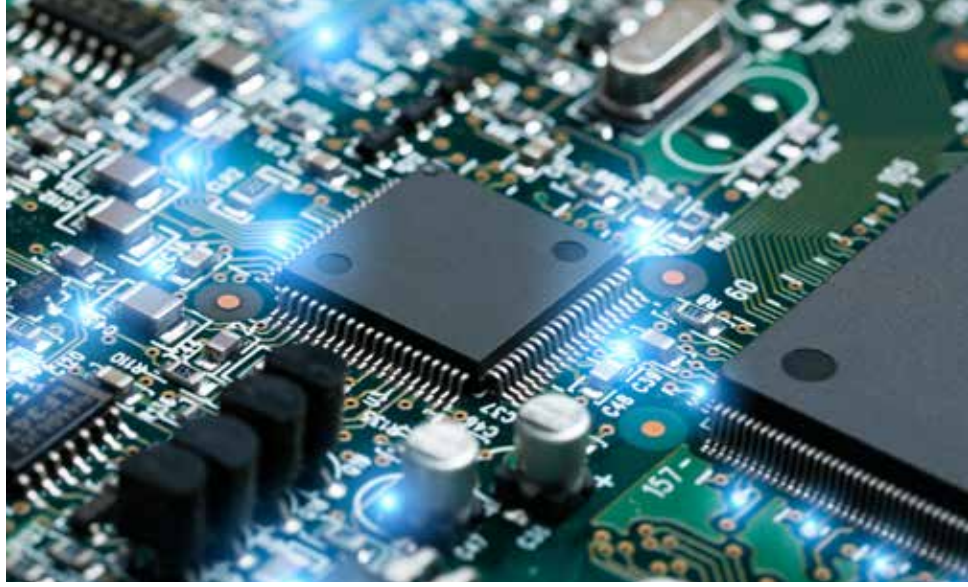
olarak gerçekleşirken, bu gruptaki en büyük ikinci kalem olan Çamaşır Makinaları ihracatı, değerinde yüzde 9 oranında artışla 1.025 milyon \$ olarak gerçekleşti.

Elektrik üretim ve dağıtım ekipmanları Ürün grubunun en önemli ihraç kalemi olan Transformatör ve Endüktör ihracatı, bir önceki yıla göre yüzde 3 artarak 740 milyon \$ olarak gerçekleşti. Elektrik Panoları, değerinde yüzde 6 artışla 626 milyon \$ olurken, Sigortalar ve Ayırıcı Kesici Cihazlar ihracatı da aynı oranda artarak 600 milyon \$ olarak gerçekleşti. Elektronik Ürün grubu ihracatında ilk sırada yer alan Televizyonlar değerinde yüzde 0,4 artışla 1.435 milyon \$ olurken, ihracatının en fazla yapıldığı ülkeler sırasıyla Birleşik Krallık, Almanya, Frans ve İspanya olarak gerçekleşti. Grubun bir diğer öne çıkan kalemi, Elektronik Malzemeler

ihracatı, değerinde yüzde 14 artarak 550 milyon \$ oldu.

Kablolar ürün grubu ihracatında ilk sırada yer alan Alçak Gerilim Enerji Kabloları değerinde yüzde 17

oranında artarak 749 milyon \$ oldu. Grubun bir diğer önde gelen kalemi Tesisat Kabloları ihracatı ise değerinde yüzde 5 artışla 593 milyon \$ olarak gerçekleşti.



KİMYA

Türkiye'nin en çok ihracat gerçekleştiren üçüncü sektörü konumunda bulunan kimya sektörü, 16 alt sektörle birlikte ihracata ve ekonomiye kayda değer katkıda bulunuyor. Otomotivden mobilyaya, tekstilden gıdaya kadar aynı anda birçok sektöre de hammadde veya mamul vererek, ülke için katma değer oluşturuyor.

11. Kalkınma Planı'na göre, kimya sektörünün Ar-Ge ve sürdürülebilirlik kabiliyetini artıracak uygulamalar hayata geçirilecek. Kimya sektörünün Ar-Ge ve sürdürülebilirlik kabiliyetini artıracak uygulamalar hayata geçirilecek. 11. Kalkınma Planı'ndan (2019-2023) derlenen bilgilere göre, kimya sektöründe



katma değeri yüksek, çevre dostu ve rekabetçi ürünlerin üretilmesi, ileri teknoloji kullanılması ve koordineli yatırımlar yapılması amaçlanıyor. Böylece Türkiye'nin bu sektörde ithalat bağımlılığının azaltılması, üretim ve ihracattaki payının artırılması hedefleniyor. Bu kapsamda, gelecek 5 yıl içinde kimya sektöründe ara girdi ithalatı azaltılarak, yüksek katma değerli, insan ve çevre sağlığına duyarlı ürünlerin üretim ve ihracatı artırılabilecek. Çukurova bölgesinde büyük ölçekli petrokimya tesisi kurulacak. Ceyhan Enerji İhtisas Endüstri Bölgesi'nde başlayacak büyük ölçekli yatırımlar tamamlanarak, temel petrokimyasallar da dahil olmak üzere entegre üretim yapısı oluşturulacak. Nükle-

er santrallerin kurulumunda ihtiyaç duyulacak çok yüksek ısıya dayanıklı kompozit malzemeleri yerli üretimle tedarik edebilen firmalar desteklenecek. Ferrobör, bor nitrür ve bor karbür üretecek tesislerin tamamlanarak faaliyete geçmesi sağlanacak. Rafine bor ürünleri üretim miktarı, Ar-Ge kapasitesi ve yetkinliği güçlendirilerek, geliştirilen ürünlerin satış ve pazarlama faaliyetleri artırılacak. Biyokütle ve atıklar verimli kullanılarak kimyasal üretiminde alternatif girdi olarak değerlendirilecek.

Teknolojik ürünlerin bileşenlerinde kullanılan ileri malzemelere yönelik

ihtiyaç öngörülmesi belirlenecek, bu malzemelerin yerli Ar-Ge ve üretimleri için destek verilecek. Kimya sektörünün Ar-Ge ve sürdürülebilirlik kabiliyetini artıracak uygulamalar hayata geçirilecek. Başta kenevir ve mısır olmak üzere birçok doğal üründen üretilebilen ve doğada tamamıyla çözünen bioplastiklerin kullanımını özendirerek mevzuat düzenlemesi yapılarak Ar-Ge ve yatırım desteği sağlanacak. Türkiye'deki linyit rezervleri değerlendirilecek. Böylece amonyak, metanol, monomer, sentetik doğal gaz, hidrojen, sentetik sıvı dizel yakıt gibi kömür kaynaklı kimyasalların



üretilebilmesine olanak veren gazlaştırma reaktörlerinin kurulabilmesi amacıyla fizibilite çalışmaları gerçekleştirilecek.

GIDA

Giderek artan dünya nüfusu, tarımsal üretimde ve dolayısıyla gıda üretiminde artışı zorunlu kılıyor.

Dünya nüfusunun bugün yaklaşık 8 milyar olduğu tahmin edilmektedir. 2050 yılına gelindiğinde bu rakamın 9,5 milyara ulaşacağı öngörülmektedir. Artan nüfusun beslenme ihtiyacını karşılamak için bugünkü gıda üretimini yüzde 50-70 oranında artırmak gerektiği çeşitli uluslararası kuruluşlar tarafından ifade edilmektedir. Türkiye gıda ve içecek sektörü; bugün 80 milyon nüfusun yanı sıra ülkemize gelen yaklaşık 40 milyon turist ve 3 milyonu aşkın Suriyeli misafirin gıda ve içecek ihtiyacını karşılamaktadır. TÜİK'in harcamalar yöntemine göre açıklamış olduğu GSYİH (Gayri Safi Yurt İçi Hasıla) verileri çerçevesinde, 2009-2015 yılları arasında Türkiye ekonomisi cari fiyatlarla 2,3 kat büyüyerek 2.338 milyar TL'ye yükselirken aynı dönemde



gıda ve içecek sektörü ise 2,2 kat büyüyerek 145 milyar TL'den 321 milyar TL'ye yükselmiştir. Sektör, iş yeri sayısında imalat sanayi içinde %15,7'lik payla ilk sırada yer alırken, istihdamda yüzde 12,3'lük payla ikinci sırada bulunmaktadır. İşlenmiş meyve ve sebzeler, en çok ihracatı yapılan alt sektör durumundadır. Bu alt sektör, aynı zamanda ülkenin dış ticaret açığının kapatılması noktasında önemli katkılar sunmaktadır. Hammaddesi ülke

tarımında yoğun şekilde üretilen öğütülmüş tahıl ürünleri alt sektörü ise Türkiye'nin gıda ve içecek sektörü ihracatında yüzde 12,8'lik payla ikinci sırada yer almaktadır. Bu alt sektör içerisinde özellikle hububat ve bakliyat ihracatında Türkiye önemli bir konumda bulunmaktadır. Bu sektörü, son yıllarda hem dünyada, hem ülkemizde hızla gelişmekte olan bitkisel ve hayvansal sıvı ve katı yağlar sektörü yüzde 10,6'lık payıyla izlemektedir.



ALO TIM

444 0 846



www.tim.org.tr



trihracatmeclisi



turkihracat



turkiyeihracatcilarmeclisi



Turkish Exporters Assembly

HEDEF 2023: İHRACATTA YENİ VİZYON

İHRACATTA FİZİKİ KONTROL ORANLARI, GÜMRÜKLERDE UYGULANAN MODERN RİSK ANALİZ YÖNTEMLERİYLE SON DÖNEMLERDE YÜZDE 13'LERDEN YÜZDE 4'LERE DÜŞMÜŞ OLSA DA, BU ORANLARIN GELİŞMİŞ ÜLKELERDEKİ STANDARTLARA (YÜZDE 2-2,5) ÇEKİLMESİ GEREKİYOR.

C İhracatta stratejik planlama ve yapısal reformların hayata geçirilmesi büyük öneme haizdir.

İhracat Ana Planındaki vizyonun hayata geçirilebilmesi ve ülkemizin 2023 ihracat hedeflerine ulaşabilmesi adına, dış ticaretin reel anlamda vücut bulduğu arenalar olan gümrüklerdeki iş ve işlemlerin yüzde 90'ından fazlasını gerçekleştiren gümrükleme sektörünün temsilcileri olarak, kendi perspektifimizden görüşlerimizi şöylece özetleyebiliriz.

- Ülkemizin rekabet gücünün artırılması için, dış ticaret işlemlerindeki ilave gider ve maliyetlerin düşürülmesi gerekmektedir. Doing Business 2019 Türkiye Raporuna göre; ülkemizde ihracatta belge hazırlama süresi 4 saat, gümrükleme süresi ise ortalama 16 saattir. İhracatta dokümantasyon giderleri (belge hazırlama maliyeti) 55 dolar, sınırdaki dış ticaret/gümrükleme işlemleri ise ortalama 358 dolar maliyetle (OECD ülkelerinde bu rakam ortalama 139,1 dolar) gerçekleştirilmektedir. Yani ihracat işlemi başına 413 dolar tutarında bir maliyet söz konusudur. 413 dolar tutarındaki giderin yalnızca 48 dolarını gümrükleme masrafları, 290 dolarını ise liman/sınırdaki diğer giderler (tahmil, tahliye, ardiye, tartım, harçlar vd.) oluşturmaktadır. Türkiye bu alanda, 90,27 puanla bu alanda 190 ülke arasında 42'nci sıradadır.
- İhracatta fiziki kontrol oranları



▲ RIZA MEHMET KORKMAZ
Ünsped Gümrük Müşavirliği ve Lojistik Hizmetler A.Ş.

gümrüklerde uygulanan modern risk analiz yöntemleriyle son dönemlerde yüzde 13'lerden yüzde 4'lere düşmüş olsa da, bu oranların gelişmiş ülkelerdeki standartlara (yüzde 2-2,5) çekilmesi gerekmektedir.

- Diğer yandan; deniz yoluyla gerçekleştirilen ihracatlardaki maliyetler, acentelere ödenen ilave kimi giderler (konşimento düzenleme bedeli, konteyner giriş – çıkış-tartım bedelleri, terminal ücreti, güvenlik bedeli, yükleme bedeli vd.) nedeniyle daha da yükselmekte ve konteynır başına 567-632 dolar rakamlarına ulaşabilmektedir. 2018 yılında ihracat işlemlerinde, Türkiye'de toplam 20 liman-

da 2,5 milyon adet konteynırın elleçlendiği değerlendirildiğinde; talep edilen ilave giderler nedeniyle 500 milyon-1,2 milyar dolarını ihracatçı için ek maliyet olarak çıkmaktadır. Bu noktada; Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sisteminde gümrük, iç ticaret, dış ticaret, rekabetin ve tüketici haklarının korunması alanında artık tek adres olan Ticaret Bakanlığınca ivedilikle adımlar atılması gerektiği düşünülmektedir.

Bekleme sürelerini ve maliyetleri düşürmek için; mevzuat düzenlemelerini yayımlanmadan önce ilgili sektörlerle de paylaşarak görüş almak, sade ve anlaşılır düzenlemeler yapmak, Bakanlık merkez ve taşra teşkilatında dublikasyonları önleyerek ve birim sayılarını düşürerek süreçleri kısaltmak ve bürokrasiyi azaltmak, yetkilendirilmiş yükümlü statüsü (YYS) ve ihracatta yerinde gümrükleme uygulamalarına ağırlık vererek fiziki kontrolleri azaltmak, Gümrük 4.0 projelerine ve dijitalleşmeye hız vermek, Gümrük İdaresinin IT alt yapısını blok zincir konsepti gözetilerek hızla yenilemek, idari cezaları makul seviyelere düşürmek, kaçakçılık mevzuatındaki yaptırımları ekonomik suça ekonomik ceza anlayışıyla gözden geçirmek, gümrüklerin fiziki ve teknik altyapısındaki iyileştirmelere devam etmek, işlemlerdeki ek maliyetleri önlemek, sektörle sürekli işbirliği ve iletişim halinde olmak, eşgüdümü etkin sağlamak gerektiği düşünülmektedir.



Söz Veririz !!!

Çözüm Ortağınız Olarak Güvenilirlik ve Saygınlık
Temel İlkeleri Doğrultusunda Her Zaman,

- Sürdürülebilir, Hesap Verebilir, Şeffaf, Etik ve Komiteler Tarafından Yönetilen Şirket Kültürümüzle Dürüst Bir Sorumluluk Anlayışına Sahip Olacağımıza,
 - Mesleki Yeterlilikleri En Üst Düzeydeki Ekibimizle Teknolojinin Tüm İmkanlarını Kullanarak Hizmet Vereceğimize,
 - Müşterilerimizin Haklarını Koruyucu Tedbirler Oluşturacağımıza,
 - Yasalara Uyarak Adil Rekabet Edeceğimize
- Söz Veriyoruz.**

İtibar Sağlamak, Güvenilir Olmak ve Tercih Edilmenin
En Önemli Unsurlarından Birinin
“**Mutlak Müşteri Memnuniyeti**”
Olduğunu Biliyoruz.

ÜNSPED GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ



Çalışanları

www.ugm.com.tr



Size Söz Veririz...



Authorised
Economic
Operator

2018
Kurumsal Yönetim Notu
9,17 Priv.

WORLD
CORPORATE
GOVERNANCE
INDEX

Group



TİM'DEN TFF'YE ZİYARET



TİM Başkanı İsmail Gülle ve TİM Yönetimi, Türkiye Futbol Federasyonu Başkanı

Nihat Özdemir'e makamında ziyarette bulundu. Türkiye'de ihracatın tabana yayılmasında yapılan çalışmalarda daha

önce yapılan "Türkiye ihracatla yükseliyor" pankartı benzeri projelerle iş birliğinin sürmesi kararı verildi.

ZÜCACİYE SEKTÖRÜ İHRACATINI SON 10 YILDA YÜZDE 82 ARTIRDI



TİM Başkanı İsmail Gülle, İstanbul'da düzenlenen 30. Uluslar arası Zuchex Ev ve Mutfak Eşyaları Fuarı'nın açılışını gerçekleştirdi. Başkan İsmail Gülle, zücacıye sektörünün tamamlayıcı olan gastronominin önemine dikkati çekerek, "Türk kahvesi bizim bir değerimiz, kültürümüz ama önceden yapmak da bulmak da zordu. Şimdi arkadaşlarımızın yaptıkları makinelerle her yerde bulunabilir ve içilebilir haline geldi. Bu sebeple biz gastronomiyle zücacıye sektörünün, biz değerimizin dünyaya tanıtılması noktasında çok ciddi bir potansiyel taşıdığına inanıyoruz" yorumunda bulundu. Gülle, bu yıl açıklanan ihracat rakamlarında rekorlar kırıldığını



ama artışın kısıtlı kalmasının sebebinin ticaret savaşlarının ve yakın pazarlardaki sonuçların etkisini olduğunu söyledi. TİM Başkanı Gülle, Son 10 yılda ihracatını yüzde 82 artıran zücacıye sektörünün geçen yıl 196 ülkeye yaptığı ihracatın 4,7 milyar dolara ulaştığını hatırlatarak, Türkiye'nin ihracat yaptığı ülkeler arasında İngiltere, Almanya, Fransa, İtalya, İsrail ve ABD gibi gelişmiş ülkelerin başı çektiğini vurguladı.



METAL EXPO FUARI "ÇELİK MEDENİYETTİR" SLOGANIYLA AÇILDI

D emir Çelik endüstrisinin en önemli fuarı olan Metal Expo 11-14 Eylül tarihlerini içerisinde

gerçekleştirildi. Bu yıl ikincisi düzenlenen fuarın açılışına katılan TİM Başkanı İsmail Gülle, imalat sanayi açısından çok önemli olan bu fuarın tüm

paydaşlar açısından hayırlara vesile olmasını diledi. "Çelik medeniyettir" sloganıyla gerçekleşen fuarda İtalya delegasyonu yer aldı.

TÜRK MOBİLYASI, TASARIM GÜCÜNÜ LONDRA'DA GÖSTERDİ

T İM Başkanı İsmail Gülle 14-22 Eylül tarihleri arasında düzenlenen dünyanın en önemli tasarım haftalarından "London Design Festival 2019" a katıldı. Etkinlik kapsamında, dünyanın en geniş tasarım ve sanat içeriğine sahip olan müzesi 'Victoria and Albert Museum' u ziyaret eden Başkan Gülle, daha festival alanında ülkemizi temsil eden Türk firmaları ve Mobilya İhracatçıları Birliği'nin stantlarını ziyaret ederek, başarılar diledi.



2019'DA TOPLAM 19 BİN 849 ÜRÜN 'GÜVENSİZ' ÇIKTI

istanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin (İHKİB) işbirliği EKOTEKS Laboratuvar ve Gözetim Hizmetleri A.Ş. tarafından bu yıl 12'ncisi düzenlenen Uluslararası Tekstil Sempozyumu'nda sektörde önümüzdeki 20 yıla damgasını vuracak 'sürdürülebilirlik' konusu mercek altına alındı.

Çevreye saygıda sıfır tolerans

TİM Başkanı İsmail Gülle, sempozyumda dünyada çevreye saygılı, sürdürülebilir kalkınma ve üretimin öncelikli konu haline geldiğini vurguladı. Hazır giyim ve tekstil gibi Türkiye'nin üretimde çok güçlü olduğu sektörlerde oyunun kuralını belirleyen ülke olmaya odaklandıklarını bildiren Gülle, "Günümüzde çevre ve sosyal inovasyona

dayalı, bambaşka niş bir pazar oluşuyor. Bu, oyunun kuralını farklılaştıracak bir argüman. Türkiye küresel değerler konusunda en hassas üretimi yapan ülkelerin başında geliyor. Çevreye ve doğaya saygı konusunda 'sıfır tolerans' iddiamızı sürdürmeye kararlıyız" diye konuştu.

Halk sağlığı korunuyor

'Sürdürülebilir Temiz Bir Dünya İçin Yeni Yaklaşımlar' teması ile düzenlenen sempozyumda İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe,



EKOTEKS

sürdürülebilirliğin küresel moda endüstrisinin üzerinde en çok kafa yorduğu konuların başında geldiğini söyledi. Moda endüstrisinin devasa bir üretim hacmine sahip olduğunu ve dünyada her yıl 55 milyon ton hazır giyim üretildiğini, bu kıyafetlerin yaklaşık 50 milyon tonunun aynı yıl çöpe gittiğini vurgulayan Gültepe, şöyle devam etti: "Böyle devam edemeyeceği çok açık. Ülkemizden her yıl milyarlarca dolarlık tedarik yapan küresel markalar önümüzdeki 10 yıl içinde tamamen sürdürülebilir ürüne dönecekler. Türkiye olarak bu konuda rakiplerimize göre avantajlı konumdayız. Biz yerli üretimin kalitesine ve standartlara uygunluğuna güveniyoruz. Ancak Ticaret Bakanlığı'nın denetimlerinde ithal ürünlerde ciddi sıkıntılar olduğunu gözlemliyoruz. Örneğin 2009'dan bu yana yapılan denetimlerde yaklaşık 234 ton ithal ürünün 'kirlilik' denetimini geçemediği için imha edildiğini görüyoruz. Öte yandan bu yıl ithal ürünlerdeki 'kirliliği' numune oranında dikkate değer bir artış var. Geçen yıl yüzde 0,7 olan 'kirlilik' oranı bu yıl yüzde 1,10'a yükselmiş durumda. Artışın nedenlerini ve alınması gereken önlemleri mutlaka konuşmamız gerekiyor. Bununla birlikte yine Ticaret Bakanlığımız oyuncak, deterjan, hazır giyim, kırtasiye, çocuk ekipmanları, mobilya ayakkabı, dekoratif malzemeler, lazer ürünler gibi pek çok alanda iç piyasayı da denetliyor. 2019'un 9 ayında denetlenen toplam 1 milyon 601 bin 387 üründen 19 bin 849'unun güvensiz çıktığını görüyoruz. Bakanlığımızın yaptığı bu çalışmalarda etkin sonuçlar alınıyor. Halk sağlığı ve güvenliği tavizsiz korunuyor."

En kaliteli organik pamuğu üretiyoruz

EKOTEXS Yönetim Kurulu Başkanı



Nilgün Özdemir ise Türkiye'nin organik pamuk üretiminde dünyanın önde gelen ülkeleri arasında yer aldığını bildirdi. Dünyanın en kaliteli organik pamuğunun Türkiye'de üretildiğinin altını çizen Özdemir, şöyle devam etti: "Ülkemizde 2 bin 700 hektar alanda 7 bin 700 ton organik pamuk üretimi yapılıyor. Alan olarak dünyada 5'inci, üretimde ise dördüncü sıradayız. Kalite olarak ise dünyanın bir numarası olduğumuzu büyük bir gururla söyleyebilirim."

Organik pamuk üretimi konusunda EKOTEXS olarak bir önemli işe daha imza attık. Türk ve uluslararası akademisyenlerin iş birliği ile 'Organik Türk Pamuğu Projesi'nin alt yapısını tamamladık. Bu proje sayesinde pamuğun DNA'sı ile oynanıp oynanmadığını, ürünün yüzde 100 organik olup olmadığını kolaylıkla anlayabiliyoruz. Bu yöntemle küresel ticarete ülkemiz adına haksız rekabetin önlenmesi için de önemli bir adım atmanın gururunu yaşıyoruz."



OİB, Rusya'ya 500 milyon dolar ihracat için yeni iş birlikleri peşinde

Türkiye otomotiv sektörünün ihracattaki tek temsilcisi olan Uludağ Otomotiv Endüstrisi İhracatçıları Birliği, Rusya'ya bu yıl hedeflenen 500 milyon dolarlık ihracat hedefini gerçekleştirme yolunda bu ülkede gerçekleşen uluslararası fuarlara milli katılım sağlamayı sürdürdü. OİB, otomotivde 23,6 milyar dolarlık ithalat gerçekleştiren Rusya'da iş birliği ve tanıtım faaliyetlerini geliştirerek pazardan daha fazla pay almak amacıyla Moskova'da 2-7 Eylül'de düzenlenen Comtrans 2019 Fuarı'na

katıldı. OİB'in milli katılım organizasyonu ile otomotiv sektöründen 10 Türk firması da Rusya'nın en önemli ağır vasıta ve ticari araç fuarlarından biri olan Comtrans Fuarı'nda yer alma fırsatı yakaladı. Ağır vasıta ve ticari araçlara yönelik her türlü parça, ekipman, aksesuar ve tamir-bakım ürünlerinin sergilendiği fuara katılan çok sayıda firma katılım gösterdi. Türk firmaları hava filtrelerinden yağ ve yakıt filtrelerine, debriyaj sistemlerinden direksiyon ve süspansiyon sistemlerine, fren balatalarından motor soğutma radyatörlerine kadar ge-



niş bir yelpazede sergilediği en yeni ürünleri ile katılımcılardan büyük ilgi gördü.

Uzak Doğu pazarına giriyor

Lezzeti, raf ömrü ve iri görünümüyle dünyanın en kaliteli siyah inciri kabul edilen, coğrafi işaret tescil belgeli Bursa siyah incirinin Uzak Doğu pazarındaki ihracat rakamlarının artırılması hedefleniyor. Çin'in Hong Kong şehrinde 4-6 Eylül tarihleri arasında gerçekleşen Asia Fruit Logistica Fuarı'na info-stant ile katılan UYMSİB, Çin ve tüm Asya pazarına açılmanın kapısı olan fuarda binlerce ziyaretçiye Bursa Siyahı İncir tadımı yaptırdı. UYMSİB, uluslararası taze meyve ve sebze tedarik zincirinin her bağlantısının, yüz yüze temas kurmak ve iş birliği yapmak için tanıştığı en etkili platform olan Asia Fruit Logistica'da Bursa Siyahı İnciri tadımı ile

büyük beğeni kazandı. Bursa siyahı inciri, uzun raf ömrü, dış görüntüsü, iriliği, tatlı ve sulu iç yapısıyla biliniyor. Dünyaca ünlü Bursa siyahı inciri, UYMSİB'in koordinatörlüğünde böylece Hong Kong'ta da Türkiye'nin tanıtım elçisi oldu. UYMSİB, yürütülen proje kapsamında ekim ayında Singapur ve Malezya'da Bursa siyahı inciri tanıtılacak.



AKILLI PROJELER TET PROJE PAZARINDA BELİRLENİYOR

Elektrik ve Elektronik İhracatçıları Birliği'nin (TET) bu yıl 8'incisi düzenlenecek TET Proje Pazarı etkinliği 30-31 Ekim'de İstanbul Kongre Merkezi'nde gerçekleşecek.

Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan ile Sanayi ve Teknoloji Bakanımız Mustafa Varank'ın teşrif edeceği, ekosistemin kanaat önderlerinin yer aldığı panellerin gerçekleşeceği ve Türkiye'nin her yerinden gelen birbirinden yenilikçi projelerin yarışacağı etkinliğe, 'Elektrik', 'Elektronik' ve 'Bilişim' alanlarından yüzlerce başvuru yapıldı.

TET Proje Baharı için başvuru alan projeler; Akıllı Binalar ve Çevre, Akıllı Enerji, Akıllı Sağlık Medikal, Akıllı Ulaşım ve Ulaşım Araçları, Diğer Akıllı Uygulamalar olmak üzere 5 ayrı kategoride değerlendirilecek. TET Proje Pazarı'nda seçilen projeler, Endeavor Türkiye, TR Angels, Boğaziçi Ventures gibi dev yatırım ağlarına sunum yapma şansını elde edebilecek. Her kategori için yapılacak değerlendirmede; toplamda 187.500 TL ödül verilecek.



Trabzon'dan 65 ülkeye fındık ihracatı

2018-2019 fındık ihracat sezonunda Türkiye'den ihracat edilen 269 bin ton karşılığı 1 milyar 592 milyon dolar fındık ihracatının il bazında sıralamasında en çok fındık ihracatı gerçekleştiren il önceki sezonlarda da olduğu gibi Trabzon oldu.

Trabzon'dan 112 bin ton karşılığı 680 milyon dolar tutarında fındık ihracatı gerçekleştirildi. Trabzon'u, sırasıyla İstanbul, Ordu ve Giresun takip etti.

2018-19 ihracat sezonu hakkında değerlendirmelerde bulunan Doğu Karadeniz İhracatçılar Birliği Fındık ve Mamulleri Sektör Komitesi Başkanı Mehmet Cirav, "2018/19 ihracat sezonunda toplam ihracat edilen fındığın yüzde 42'lik kısmının Trabzon'dan gerçekleştirildiğini ve Trabzon'dan 65 değişik ülkeye fındık ihracatı yapıldığını, en çok ihracat yapılan ülkelerin ise sırasıyla İtalya, Almanya, Fransa, Kanada ve Polonya olduğunu belirtti.

İstanbul Jewelry Show 10-13 Ekim'de

Dünyanın en büyük beş mücevher fuarı arasında yer alan İstanbul Jewelry Show, 10-13 Ekim 2019 tarihleri arasında CNR Expo, İstanbul Fuar Merkezi'nde düzenlenecek. Fuar, 800'ün üzerinde firma ve markayı, 19 bin mücevher alıcısı ile bir araya getirerek yeni iş birliği fırsatları ve benzersiz bir bilgi paylaşımı için en uygun platformu yaratıyor. Türk Mücevher Sektörünün 6 milyar dolarlık ihracat hedefine ulaşmasında, İstanbul Jewelry Show - Ekim fuarı önemli bir rol oynuyor. Fuar, ihracat hedeflerine sağladığı olumlu katkıyla ekonomiye ivme kazandırıyor.



Afrika ülkelerine ihracat köprüsü

Akdeniz Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği (ASHİB), Ticaret Bakanlığı'nın himayesinde yürütülmesi planlanan proje kapsamında Afrika kıtasındaki ticaret fırsatlarını Türk ihracatçısının lehine geliştirmek amacıyla seferber oldu. Afrika pazarında Türkiye'nin söz sahibi olması için yol haritasını şekillendirmeye başladıklarını vurgulayan ASHİB Başkanı Ali Can Yamanyılmaz, Afrika'da birden fazla ülkede kurulacak lojistik üslerle dış ticaretin etkin ve güvenli yürütülmesini hedeflediklerini belirtti. ASHİB'in Yönetim Kurulu ve Üyeleriyle birlikte konuyu masaya yatıran Başkan Ali Can Yamanyılmaz, Afrika ülkelerine yönelik ihracatta, Türk şirketlerinin lojistik, gümrük ve güvenlik sorunları yaşadığını, bu sıkıntıların aşılması ve dış ticaretin artırılmasına ilişkin önemli bir projeyi hayata geçirmenin eşliğinde olduklarını bildirdi.

ABD'YE İHRACATTA DİKKAT ÇEKEN ARTIŞ

Alüminyum, bakır, mutfak eşyaları, endüstriyel mutfak, yapı malzemeleri, bağlantı elemanları kilitler ve el aletleri, döküm, kaynak malzemeleri

ve metal ambalaj olmak üzere dokuz alt sektörün çatı birliği konumunda bulunan İstanbul Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği (İDD-

MİB) Ağustos ayında geçen yılın aynı ayına göre yüzde 1,95 artışla 612,7 milyon dolarlık ihracat rakamına ulaştı. Ocak-Ağustos dönemine bakıldığında ise ihracat yüzde 1,88 artışla 5,4 milyar dolar oldu. Aylık bazda en fazla ihracat yapılan ülkeler arasında 77,7 milyon dolar ile Almanya ilk sırada yer alırken, onu 35,4 milyon dolar ile İngiltere ve 32,8 milyon dolar ihracat ile Amerika Birleşik Devletleri takip etti.



SOSYAL MEDYADA

TÜRK LEZZETLERİ KONUŞULDU

EİB TARAFINDAN MİLLİ KATILIM ORGANİZE EDİLEN, SUMMER FANCY FOOD SHOW FUARINDA, TTG DESTEĞİ VE KOORDİNASYONUyla NEW YORK'LU SOSYAL MEDYA FENOMENLERİ GIDA SEKTÖRLERİMİZİ #UNIQUETURKISHTASTES TEMASIyla TANITTI.

Türk gıda ürünleri, Türkiye Tanıtım Grubu (TTG) desteğiyle ABD'nin New York şehrinde Ege İhracatçı Birlikleri (EİB) tarafından milli katılım organize edilen Summer Fancy Food Show fuarında tanıtıldı. ABD'de yaşayan medya fenomenleri, "Summer Fancy Food Show New York Fuarı"nda Türk ürünlerini tanıttı, Türk mutfağıyla ilgili düşüncelerini takipçileriyle paylaştı. Türk yemeklerini fuar alanında Türkiye standında tadım yaparak deneyimleyen fenomenler fuar süresince sosyal medya paylaşımlarını sosyal medya platformu Instagram üzerinden yaptılar. Organik zeytinyağı, bulgur, kuru meyve, kabuklu yemiş ve çikolata gibi ürünleri tadan fenomenler, Türk mutfağı hakkındaki fikirlerini de ta-



kipçileriyle paylaştı. Milyonlarca kişiye sosyal medya üzerinden ulaşılan fuarda ayrıca özel olarak tasarlanan Türk kahvesi tadım alanı da ziyaretçilerin ilgisini çekti. Stantta Türk kahvesinin yanı sıra Türk lokumu ve çikolata ikram edildi. Sosyal medya fenomenleri

iş birliğinin 2. aşamasında hediye edilen bulgur, kuru incir ve zeytinyağı gibi Türk gıda ürünleriyle; sosyal medya fenomenleri yemek tarifleri paylaştı. Yapılan 61 farklı sosyal medya paylaşımı sonucu 37 milyonu aşkın kişiye erişerek yaklaşık 1 milyon reklam eş değeri elde edildi.



Fuar süresince organik zeytinyağı, bulgur, kuru meyve, kabuklu yemiş ve çikolata gibi gıda ürünlerimizi Amerikalı sosyal medya fenomenleri deneyip, Türk mutfağı ve gıda ürünleri hakkında sosyal medya hesaplarında bilgi paylaşarak tanıtılmasına katkı sağladılar.



Üzüm yaprağıyla ülke ekonomisine katkı

ERBAA NARİNCE BAĞ YAPRAĞI DÜNYA SOFRALARINDA

TOKAT'IN ERBAA İLÇESİNDE YETİŞEN ÜZÜM YAPRAKLARI, 15 ÜLKEYE İHRAÇ EDİLİYOR. TÜRK YEMEK KÜLTÜRÜNÜN EN LEZZETLİ ÜYELERİNDEN OLAN YAPRAK SARMANIN ANA MALZEMESİ İLÇEYE YILLIK 60 MİLYON TL GELİR SAĞLIYOR.

Coğrafi işaretler, son yıllarda ticaret hayatında ve tüketici pazarında oldukça önem arz eden bir kavram haline gelmeye başladı. Coğrafi işaret adını alan bir bölgeye ya da yöreye ait ürünler, pazarlama olanaklarının elverişliliğini ön plana çıkarıyor. Tokat'ın Erbaa ilçesinde yetişen üzüm yaprakları iki yıl önce coğrafi işaret belgesi alan ürünlerimizden. Türk mutfağının zenginliklerinden yaprak sarmanın asıl malzemesi olan üzüm yaprağı, maharetli ellerde pirinç, bulgur, kıyma veya etle birleşerek birbiriyle yarışan lezzetlere dönüşüyor.

Yemeğin ana malzemesi olan üzüm yaprağının inceliği ve kolay pişmesi lezzet düşkünlerinin özellikle tercih sebebi. Tokat'ın Erbaa ilçesinde yetişen üzüm yaprakları iki yıl önce coğrafi işaret belgesi aldı. İlçede yaklaşık bin ailenin geçim kaynağı olan ve "Erbaa narince bağ yaprağı" adıyla coğrafi işaret belgesi alınan üzüm yaprağı, yurt dışında başta Almanya, Belçika, Hollanda ve Fransa olmak üzere 15'ten fazla ülkeye gönderiliyor. Adına festival düzenlenen Erbaa yaprağı, bu sene örnek olarak Japonya'ya da gönderildi.



20 bin dönümlük alandan elde edilen üzüm yaprağı, ilçeye yaklaşık 60 milyon liralık gelir sağlarken bunun 2 milyon euroluk kısmı yurt dışına ihraç ediliyor. İlçe ekonomisini sırtlayan üzüm yaprağından yıllık 8 bin ton ürün elde ediliyor.

Pazarlamanın yeni stratejisi: KOKUSAL PAZARLAMA



GELENEKSEL PAZARLAMA YÖNTEMLERİNİ BIRAKAN, SIRADIŞI PAZARLAMA TAKTİKLERİNİ BENİMSEYEN FİRMALARIN SON GÖZDESİ KOKUSAL PAZARLAMA. MÜŞTERİLERİN BİLİNÇALTINA MARKA İMAJINI YERLEŞTİREN VE DUYGUSAL BİR BAĞ KURAN FİRMALAR BÖYLELİKLE SATIŞLARINI DA GÖZLE GÖRÜLÜR DERECEDE ARTIRIYOR.

Firmalar artık klasik yöntemlerin dışına çıkarak insanları etkilemeye ve bu etki ile satışlarını arttırmaya çalışıyor. İnovasyonu tüm süreçlerde kullanan firma yetkililerinin son yıllarda keşfettiği yepyeni bir alan var: kokusal pazarlama. Hazır giyimden teknolojiye kadar pek çok sektör kokusal pazarlama yoluyla müşterileri ile sıkı bir bağ kuruyor ve bu bağ satışlara gözle görülür derecede yansıyor.

Peki nedir kokusal pazarlama? Kaba hatları ile yapay olarak geliştirilmiş kokuların, mağaza veya hizmet noktalarında, son kullanıcının satın alma fikrini değiştirmek veya satın alma fikri yaratmak için kullanılması anlamına geliyor.

Araştırmalar kokunun önemine dikkati çekiyor

İş dünyasının koku alanına yönelmesi rastlantı değil. Yapılan araştırmalar insanların kokladıkları bir şeyi gördüklerinden yahut duyduklarından çok daha fazla hatırladıklarını gösteriyor. Örneğin, 2012 yılında yapılan bir araştırma müşterilerin hoş kokulara maruz kaldıklarında ziyaret zamanlarında yüzde 26 artış olduğunu, reyonları da 3 kat daha uzun süre ziyaret ettiklerini ortaya çıkarmış. Kokunun müşteri davranışlarına etkisine ilişkin ilk araştırma ise 1989 tarihli. Amerika'da The Journal of Marketing'in bir kuyumcudada yaptığı araştırmada, ortama verilen güzel kokunun satışları artırdığı tespit edilmiş. Chicago Koku ve Tat Araştırma Birliği tarafından yapılan bir diğer araştırma ise sözlerimizi kanıtlar nitelikte. Las Vegas'ta kumar makinelerinin etrafına sıkılan özel bir kokunun makinelere atılan

parayı yüzde 45 oranında artırdığı tespit edilmiş. Dr. Alan Hirsch ve ekibi tarafından yapılan küçük çaplı bir deneyde kokuların bilinçaltımızdaki gücüne işaret ediyor. Belirli bir markanın spor ayakkabılarını denemek için katılımcılar birine çiçek kokusu sıkılmış diğerine herhangi bir koku sıkılmamış iki farklı odaya alınmışlar. Araştırma sonucunda katılımcıların yüzde 84'ü çiçek kokusu sıkılmış odadaki ayakkabıya üstelik biraz daha fazla fiyat etiketi olmasına rağmen daha çok beğendiklerini söylemişler.

Karar mekanizmasını etkiliyor

Kısacası doğru koku seçimi, firmalar için aslında hayati bir önem taşıyor. Günümüzde artık pek çok sektörde müşterilerin karar vermesini kolaylaştıracak, ruh hallerini etkileyebilecek her türlü koku kullanılıyor. Öyle ki; geliştirilen kokular kimi zaman söz konusu firmanın markasının hatta logosunun bile önüne geçtiği durumlar yaşanabiliyor. Kokusal pazarlama ile tüketici zihninde bir marka imajı oluşuyor ve bu imaj kolay kolay silinmiyor. Müşteriler ile

daha özel bir ilişkinin kurulmasına vesile olan kokusal pazarlamanın kazanımlarını kısaca maddeler halinde şöyle özetleyebilmek mümkün:

- Satışları artırıyor
- Müşterileri olumlu yönde etkiliyor
- Markanın hatırlanmasını sağlıyor
- Çalışanların verimliliğini artırıyor ve daha iyi hissetmelerini sağlıyor
- Markanın değerini artırıyor

KLASİK PAZARLAMA YÖNTEMLERİ ÇOKTAN RAFA KALKTI. SCENT MARKETİNG ADINI ALAN KOKUSAL PAZARLAMA İLE MARKALAR MÜŞTERİLERİNİN SATIN ALMA KARARLARINDA ETKİLİ OLMAYA ÇALIŞIYOR. ÖRNEĞİN VANİLYA KOKUSUNUN HARCAMAYI YÜZDE 6, MEKANDA KALMA SÜRESİNİ İSE YÜZDE 16 ARTTIRDIĞI BİLİNİYOR.



KOKU'DAN TAD'A DUYUSAL BİR YOLCULUK

SELUZ, BİRÇOK FARKLI ALANDA KULLANILMAK ÜZERE KOKU GELİŞTİREN VE ÜRETEN, TÜRKİYE'NİN EN BAŞARILI ŞİRKETLERİNDEN BİRİ. 2018 YILI KOKU KİMYASALLARI KATEGORİSİNDE TÜRKİYE İHRACAT BİRİNCİSİ OLAN SELUZ FRAGRANCE & FLAVOR COMPANY CEO'SU MURAT ÖZTÜRK, KOKUNUN KULLANIM ALANLARINDAN İHRACAT YILDIZI OLMA BAŞARISINA, DEVAM EDEN AROMA YATIRIMLARINDAN SEKTÖRLE İLGİLİ BİLİNMEYENLER HAKKINDA BİLGİ VERDİ.

ileri teknolojiyle donatılmış fabrikasında koku ve gıda sanayi için üretim yapan Seluz, Türkiye'nin koku kimyasalları alanında en çok ihracat gerçekleştiren firması. Koku, sadece parfüm olarak değil, hem endüstrilerde hem perakende alanında markalar için fark yaratmanın önemli yollarından. Seluz CEO'su Murat Öztürk, tekstilden kimyaya uzanan pek çok yeni alanda kokular için inovatif kullanım alanlarının ortaya çıktığını söylüyor.

Koku kimyasallarında Türkiye birincisi

Kuruldukları günden bugüne global büyümeye ve yaratıcılığın vazgeçilmez olduğu 'katma değerli ürünlere' odaklanma vizyonu ile nitelikli insan kaynağı ve yüksek teknoloji yatırımlarını her geçen gün artırarak devam ettiklerini söyleyen Öztürk, "Sektörümüzü oluşturan kategorilerde dünya pazarlarındaki trendleri yakından takip ederek müşteri ihtiyaçlarını öngörmek ve müşteri için bir tedarikçi olmanın ötesinde çözüm ortağı olmak; yenilik ve gelişime olan katkısı ile sektörünün lokomotifini olmak Seluz'un başarısını oluşturan en temel kriteri oluşturuyor. Müşterilerle olan ilişkimiz, samimiyet ve karşılıklı güvene dayanmaktadır. Tüm iş ortaklarımız, dünyada eşi az rastlanır olan Ar-Ge



MURAT ÖZTÜRK

Seluz Fragrance & Flavor Company CEO'su

merkezimizi, nitelikli insan gücümüzü ve çözüm kaynaklarımızı proje ayırt etmeden sonuna kadar onlar için kullandığımızı biliyor, görüyorlar. Bu çalışma anlayışımız, global büyüme için yaptığımız yatırımlar ve özellikle Orta Doğu bölgesindeki yüksek penetrasyonumuzla 2018 yılında Türkiye'nin esans alanındaki ihracat şampiyonu olmak da bizi gururlandırıyor" diyor.

Esanstaki başarı artık aromada

Başarılı şirket aynı zamanda bir aroma üreticisi. Türkiye'de yılda 200 milyon doların üzerinde ithalat girdisi bulunan gıda aroması sektörüne, yerli üretimi ve tedariğini artırma amacıyla 2017 yılında giriş yapan Seluz'un CEO'su Murat Öztürk, "Koku sektöründe dünyanın en hızlı büyüyen esans şirketi olarak, bu başarıyı çok kısa bir sürede gıda aromasına da taşıyacağımıza inanıyoruz" diyor. Ayrıca Türkiye'de ilk kez kurulan parfüm akademisi de Seluz imzasını taşıyor. "Esans işimizde Türkiye'de bir ilk olarak "Seluz Parfüm Akademisi"ni kurmuş bir kurum olarak aroma tasarımlarını yine dünyanın en iyileri arasında gösterilen alanında uzman 4 kıdemli aromatisyenin liderliğindeki ekiple sürdürüyoruz. İçecek, şekerleme, süt ürünleri, tütün, ağız bakım ve unlu mamüller alt kategorilerini de kapsayacak şekilde yeni aromalar tasarlamaya ve koleksiyonlarımızı zenginleştirmeye devam ediyoruz" diyor Öztürk.

Bu yılın hedefi; yüzde 40 büyüme

Firma aynı zamanda yurt dışında da sektörün önemli tedarikçilerinden biri. Orta Doğu'daki büyüme politikaları kapsamında Dubai ve Tahran'da açılan iki ofisleri olduğunu öğrendiği-

miz Seluz, 2016 sonunda İsviçre'nin Zürih kantonunda hem Avrupa pazarındaki etkinliğini artıracak hem de yaratıcı parfüm çalışmalarını destekleyecek bir "Creative Center" yatırımı gerçekleştirdi. Öztürk, "Şili, İspanya ve Cezayir'de de temsilcilik ofislerimiz bulunmakta ve dünya genelinde Avrupa'dan Amerika'ya, Orta Doğu'dan Asya'ya uzanan birçok ülkeye ihracat yapmaktayız. 2018 yılını ihracata dayalı yüzde 70 büyüme ile kapattık. 2019 yılı için öngördüğümüz büyüme rakamı ise yüzde 40 civarında" diyor.

"Koku insan hafızasını derinden etkiliyor"

İnsan kaynağının yüzde 40'ını Ar-Ge merkezinde istihdam eden şirket, 6 kıdemli parfümör liderliğinde yaratıcı bir ekibe sahip. Özellikle son dönemde artan şekilde markaların mağazalarında kendi özel kokularını kullanmasını ise şöyle değerlendiriyor: "Türkiye'de son 10 yılda hızla artan bu uygulama aslında Amerika ve Avrupa'da birçok şirketin uzun yıllardır uyguladığı bir strateji. Kokunun insan hafızasını

derinden etkilediği; hatıraları, yaratıcılığı, ruh halini, duyguları bile etkileyecek kadar kuvvetli bir altyapıya sahip olduğu artık bilimsel bir gerçek. Bu bilimsel araştırmaların gerçekleştirdiği analizler ve değerlendirmeler sonucunda iş dünyası, satış politikalarını mekânın koku üzerinden kontrol edilmesine ve koku duyusuna hitap edecek şekilde ayarlanması gerektiğini fark ettiler ve bu uygulamaya yöneldiler. 'Scent Marketing' yani 'Koku Pazarlaması' adında ayrı bir alanın oluşması ve her geçen gün bunun yarattığı faydanın ticaret dünyasında kabul görebilmesiyle, markalar yoğun olarak kullandığı 2 boyutlu pazarlama taktiğinden -görme, işitme- kendi bilinirliklerini arttırmak, tüketici tercihlerini etkilemek hatta ofis çalışanlarının ruh hallerini pozitif anlamda değiştirerek performanslarının arttırmak için 3 boyutlu 'duyusal markalama'yı hızla uygulamaya başladılar. Bu noktada müşterilerimizin marka kimliğini, hangi pazarda yer alacaklarını ve tüketici profillerini analiz ederek onlar için özel koku tasarımları yapıyoruz."



KOKULAR ÜLKELERE GÖRE DEĞİŞİYOR

Kokuların, tüketici tercihlerinin değişmesinden dolayı ülkelere göre farklılık gösteren bir unsur olduğunu söyleyen Murat Öztürk, "Kültür, din, tarih gibi bireysel ve toplumsal faktörler veya iklim-sıcaklık gibi çevresel faktörler tüketicilerin parfüm ve kişisel bakım ürünlerine ilişkin beklentilerini farklılaştırıyor. Koku tercihlerine yönelik bir değerlendirme yapacak olursak özellikle Arap coğrafyasındaki müşterilerimizin koku kullanım alışkanlıkları ve koku beğenileri oldukça karakteristik. Güçlü ve kalıcı oryantal koku akorlarının bu bölgede rağbet gördüğünü söyleyebiliriz. Avrupa'da genel olarak hafif kokular tercih edilirken son yıllarda trend olan oud ve güçlü oryantal yönleri daha modern ve hafifletilmiş yorumlarının da beğeniler arasına girdiğini görüyoruz. Türkiye'de ise meyvemsi kokularla çiçek akorlarının harmanıya insana enerji veren, ferah koku tercihleri ağırlıkta. Her ne kadar Avrupa eğilimine daha yakın görünsek de, özellikle kış aylarında oryantal izler taşıyan trend kokular da tercih edilmektedir. Bunun da Avrupa ve Asya- Orta Doğu arasında bulunmamızın etkisi olduğunu söyleyebiliriz. Seluz olarak şirket merkezimizin ve Araştırma - Geliştirme ekibimizin İstanbul'da yani Avrupa, Asya ve Orta Doğu'nun merkezinde olması bu pazarları anlamamız açısından bize kolaylık sağlıyor" diyor.

*KAFKA'NIN
BOHEM VE ROMANTİK ŞEHİRİ*

PRAG

HER YIL ORTALAMA SEKİZ
MİLYON ZİYARETÇİYİ
AĞIRLAYAN PRAG, SADECE
BOHEM VE ROMANTİK
BİR ŞEHİR DEĞİL, AYNI
ZAMANDA DÜNYA
EDEBİYAT TARİHİNE
ALTIN HARFLERLE
ADINI YAZDIRAN FRANZ
KAFKA'NIN ŞEHİRİ.
KAFKA'NIN İZLERİNİ
ŞEHİRİN DÖRT BİR YANINDA
GÖREBİLMEK MÜMKÜN.

PRAG HAKKINDA BİLİNMEYEN 10 ŞEY

- Prag'daki Vltava Nehri, Çekya'daki en uzun nehirdir. Nehrin uzunluğu 430 kilometre.
- Modern Sanat Müzesi'nin yakınında bulunan bir binanın tepesinde televizyona doğru tırmanan bebekler vardır. David Cerny adlı Praglı bir heykeltıraşın eseri olan bu mimari anlayışı, Praglılar hiç sevmemiş.
- 1989 yılında The Rolling Stones, Prag'a gelerek şehrin ilk uluslararası konserini yapmış, fakat ünlü rock grubu Prag Kalesi'ni çok beğenmelerine rağmen ışıklandırma olmadığı için kalenin ilgi görmediğini söylemiş. Söylemekle kalmamışlar, 32 bin dolar bütçeyle ışıklandırmasını yapmışlar.
- Avrupa'nın en eski aktif sinagogu Prag'da yer almaktadır. 1270 yılında inşa edilen sinagog tarihi Yahudi mahallesinde yer alıyor.
- Mozart'ın en iyi bilinen operalarından Don Giovanni, ilk defa 1787 yılında Prag'da "Estates Tiyatrosu"nda sergilenmiş.
- Thomas Edison, 1911 yılında Prag'daki ilk sinema salonunu ziyaret eder ve çok beğenir.
- Astronomik Saat'in hemen önünde yerde 27 tane haç işareti vardır. Bu işaretler o meydana özgürlükçü düşünceleri yüzünden öldürülen insanları temsil ediyor.
- Astronomik Saat'de her saat başı öncelikle ölümü simgeleyen iskelet hareket etmeye başlar. Ardından güzellik, hırs ve ışığı simgeleyen diğer üç heykel ölüm korkusuyla kafalarını sallarlar. Bu muazzam görüntü bir dakika sürüyor.
- Karl Köprüsü'nün üzerinde yer alan heykellerin pek çoğu aslında bir kopya. Orijinalleri müzede sergileniyor.
- İlk olarak 1999 yılında İspanya'da açılan Franz Kafka Müzesi, 2002 yılında New York'ta ziyarete açılır. 2005 yılından günümüze ise Prag'da yer alıyor.

Daha önce Franz Kafka'nın hiçbir kitabını okumamış dahi olsanız, Çek Cumhuriyeti'nin başkenti ve aynı zamanda en büyük şehri olan Prag'ı ziyaret ettiğiniz zaman, her bir sokağında, caddesinde ve abartısız her kafesinde dünyaca ünlü yazardan bir iz görürsünüz... Üzerinde yazarın adının yazıldığı tişörtler, kupalar ve çantalar da her hediyelik eşya satan dükkanda mutlaka vardır. Franz Kafka'nın tüm eserlerini Almanca yazdığı doğrudur fakat aslında kendisi bir Prag sakini idi ve hayatının büyük bir kısmını bu bohem şehirde geçirmişti. 3 Temmuz 1883 tarihinde Prag'da doğmuş ve 3 Haziran 1924 yılında akciğer kanseri yüzünden hayata gözlerini yummuştur. Şehir de ünlü yazara gönül borcunu fazlasıyla ödüyor. Kafka'nın Prag'taki evi müze haline getirildi ve 1963 yılında Prag'daki Liblice Şatosu'nda ünlü yazar üzerine uluslararası bir konferans bile düzenlendi. David Chernu tarafından dizayn edilen Kafka Müzesi'nde çok sayıda ilk basım olan Kafka kitaplarını bulabilirsiniz. Ayrıca Kafka'nın yazdığı orijinal mektuplar, günlükler ve çizimlere de yer verilmiş. Milena'ya Mektuplar ise muazzam güzellikleri ile müzenin en dikkat çekeni. Binanın hemen girişinde yer alan iki heykelin hikâyesi ise bir hayli ilginç. Birinin Doğu'yu, bir diğeri ise Batı'yı temsil ettiği söyleniyor.

Yakıldığı yerde heykeli olan bilge

20. yüzyılın ve modern Alman edebiyatının önde gelen yazarlarından biri olarak ifade edilen Franz Kafka'nın bir yandan aşık olduğu bir yandan da hep kaçıp gitmek istediği şehir, Prag'dayız kısacası. Bohem ve romantik şehir... Eski şehri, kent mey-



danı, şehir içinde ayrı bir şehir olan kalesi, Karl Köprüsü, Astronomik Saat Kulesi, dans eden evi, katedralleri, şehri adeta ikiye bölen Vltava Nehri ve müzeleri ile mutlaka ziyaret etmeniz gereken yerlerin başında geliyor. Sahip olduğu güzellikleri ile 'Altın Şehir' ve 'Avrupa'nın kalbi' tanımlamalarına sahip olan Prag'da gezimize 'Eski şehir Meydanı'ndan başlıyoruz. 12. yüzyılda kurulan meydanda çok sayıda tarihi mekan yer alıyor. Burası Sultanahmet Meydanı gibi ünlü ve

bir buluşma noktası gibi işlev görüyor. Örneğin, Astronomik Saat ve eski belediye sarayı, Franz Kafka'nın yaşadığı ev, Meryem Ana Kilisesi, Kinsky Sarayı sınırları içerisinde. Akşam saatlerinde ise meydana birbirinden eğlenceli etkinlikler düzenleniyor. Festivallerin start noktası da yine Eski Şehir Meydanı oluyor. Bu özellikleri ile Avrupa'nın en ünlü meydanlarından biri olan alanın 1992 yılından bu yana UNESCO Dünya Mirası listesinde olduğunu



Jan Hus Heykeli



da hatırlatalım. Hemen göbeğinde kilise reformcusu Jan Hus'a ait bir heykel selamlar sizi. Bir dönem Prag Üniversitesi'nde rektörlük de yapmış olan Jan Hus, kiliseyi çok fazla eleştirdiği için Eski Şehir Meydanı'nda yakılan bir bilge. Yakılmasının 500'üncü senesinde 1915 yılında şehrin en merkezi noktasına bu heykel dikiliyor ve böylelikle tarihe "Yakıldığı yerde heykeli olan bilge" olarak geçiyor. Heykelin hemen alt kısmında yazan yazı ise bir hayli düşündürücü "Gerçek er ya da geç ortaya çıkacaktır."

Astronomik saat ve belediye sarayı

Kökeni 14. yüzyıla kadar dayanan ve hemen Eski Şehir Meydanı'nda yer alan Eski Belediye Sarayı ve Astronomik saat de mutlaka görülmeli. Prag tarihinin önemli yapılarından olan Eski Belediye Sarayı'nın içerisinde Romanesk ve Gotik dönemlerden kalan labirent şeklinde odalar, mağaralar ve evler bulunuyor. Saray, 1918 yılında Çekoslovak devletinin



Astronomik saat

bağımsızlığının ilanında, 1989 yılında Kadife devrimin biterek demokrasiye dönüşünde de kullanılmış. Belediye binasında ayrıca şehir armaları sergileniyor. Kulenin en üst kısmına çıkabilirsiniz. Buradan Prag manzarasını izlemek bir hayli güzel. Tepeye kadar çıkmışken, başlı başına şehrin sembolü haline gelen Astronomik Saati görmeden olmaz. 1410 tarihinde yapıldı ve dünya üzerinde çalışmakta olan en eski saat olma unvanına sahip. Saatte bulunan 12 saat diliminin 12 burcu temsil ettiği biliniyor. Her saat başı tekrar eden bir dakikalık animasyonu bile var. Sağ ve sol kısmında ise her biri farklı anlamları içeren dört heykel yer alıyor. Belediye sarayının güney duvarına monte edilen bu saatin hüznü

bir hikayesi olduğunu da özellikle belirtelim. Saat ustası Hanus tarafından yapılan saatin tekrar başka bir yerde yapılmaması için geleneksel kör etme yöntemi uygulanır. Yani Hanus'un gözleri kör edilir. Fakat saat ustası kendisine yapılan bu zulmün intikamını alıyor ve saati bozuyor. Bu yüzden Astronomik Saat'in pek çok kez tamir edildiği biliniyor.

30 heykelli mistik köprü

Şehir Vltava Nehri ikiye bölüyor. Vltava Nehri Prag'da başlıyor ve daha sonra Elbe Nehri'ne kadar akıyor. Nehrin uzunluğu ise 430 kilometre. Kentin en önemli turizm kaynaklarından biri, çünkü her yıl tekne turları ile çeşitli aktiviteler düzenleniyor. Nehir üzerinde çok sayıda köprü



Karl Köprüsü



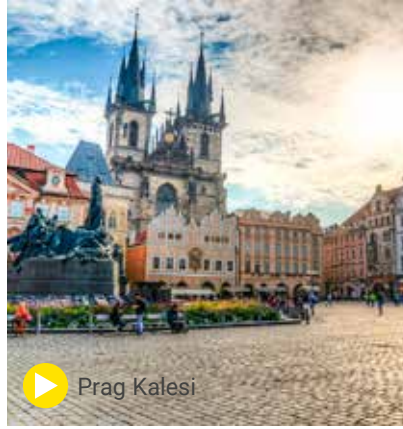
vardır, fakat bunlardan belki de en önemlisi 1357-1400 yıllarında yapılmı tamamlanan Karl Köprüsü'dür. Eski Şehir ile Prag Kalesi'ni birbirine bağlayan köprü, 515.8 metre uzunluğunda ve 9.5 metre genişliğinde. Mimarı ise Peter Parler ve Kral IV. Karl tarafından yaptırıldığı için bu adı almış. Sadece yaya ulaşımına açık olan mistik köprü üzerinde tamına 30 heykel yer alıyor. Barok tarzda yapılan heykellerden en ünlüsü ise Aziz John Nepomuk'un heykeli. Bu heykelin eline dokunursanız 'Prag'a yeniden yolunuz düşer' derler. Yalnız küçük bir hatırlatma da bulalım. Burada yer alan heykellerin çoğu aslında bir kopya. Orijinalleri ise müzede sergileniyor. Günümüzde sokak sanatçıların ve ressamların mekanı olan köprü de, isterseniz resminizi çizdirebiliyorsunuz. Halk bu köprü'nün sivri uçları sebebiyle hayalet çektiğini ve perili olduğunu düşünüyor.

Kale içinde ayrı şehir

Guinness Rekorlar Kitabı'na dünyanın en büyük antik kalesi olarak geçen Prag Kalesi de şehrin eşsiz yapılarından. İnşasının 9. yüzyıla dayandığı biliniyor ve şu anda Çek Cumhuriyeti'nin devlet konutu olarak kullanılıyor. Aynı zamanda UNESCO Kültür Mirası içerisinde yer alan kale, başlı başına bir şehir gibi, sınırları içinde kiliseler, görkemli katedraller ve tarihi kuleler var. Örneğin Bohemya ve Kutsal Roma İmparatorluğu'na da ev sahipliği yapan Prag Kalesi'nde gotik mimarisinin en iyi örneklerinden biri olan ST. Vitus Katedrali yer alıyor. Kalenin ilk iki avlusunu geçtiğinizde karşınıza çıkan bu katedralinin özellikle sivri kuleleri dikkat çekici. Yapımına 1344'te başlanmış ve tamamlanması yaklaşık 600 yıl sürmüştür.



Franz Kafka Müzesi



Prag Kalesi

Kalenin içerisindeki en popüler bölümlerden bir diğeri ise 'Altın Yol'. Adını 17.yüzyılda burada yaşayan kuyumculardan aldığı bilinen bu yolda rengarenk evler karşılarınızı. Bu evlerin bir kısmı günümüzde mağaza, galeri gibi çeşitli amaçlarla kullanılıyor. Şehir içinde ayrı bir şehir olan kaleye kadar gelmişken Aziz George Bazilikası'nı gezmeyi de ihmal etmeyin. Bohemya dükü 1. Vratislaus'un 920 yılında bu bazilikayı yaptırdığı tahmin ediliyor. Tarihi eser, 1142 yılında büyük bir yangın geçirse de, onarımdan geçerek günümüze kadar gelmeyi başarmış. Ve sırada krallara layık bir bahçe var: Kraliyet Bahçeleri. 1530 yılında

I. Ferdinand tarafından kurulan Kraliyet Bahçeleri de Prag Kalesi'nin içerisinde yer alıyor. İngiliz tarzında tasarlanıp, buna göre düzenlenen bahçelerin içinde en popüler olanlarsa yüzlerce yıl yaşındaki devasa boyutlardaki ağaçlar. Bahçenin içerisinde aynı zamanda Rönesans top sahası bulunuyor. 1950'de eklenen çekiç figürü de mutlaka görülmeli.

Prag'ın dans eden evi

Ve Prag'ın dans eden evinde sıra. Tam bir mimari başyapıt. Evin dıştan görünümü partnerinin kollarında



Dans Eden Ev



John Lennon Duvarı

sallanan bayan bir dansçıyı andırıyor. Bu yüzden 'Dans Eden Ev' ismini almış dahi olsa, görünümü nedeniyle 'Sarhoş ev' diyen de var. Ayrıca binanın Yin-Yang felsefesini temsil ettiği de söyleniyor. Ünlü dans çifti Fred ve Ginger'ın adıyla da anılıyor. 1945 yılında Amerikan ordusu tarafından gerçekleştirilen hava saldırısı sırasında yıkılan eski bir yapının yerine 1992-1996 yılları arasında inşa edilmiş. Evin dış yüzeyinin cam ağırlıklı kısmı kadını, diğer tarafı ise erkeği temsil ediyor. Binanın üst katında yer alan restoran ise halka açık.

Bu duvarı görmeden olmaz

1980 yılında John Lennon'un ölümünün ardından oluşturulan renkli ve capcanlı bir duvar vardır Prag'da... Mala Strana bölgesinde yer alan, insanların grafiti ve Beatles şarkılarının şarkı sözleri ile doldurduğu nostaljik bir anıt duvar John Lennon Duvarı. Çok uzun yıllardır ise turistlerin göz bebeği ve yerli, yabancı pek çok turiste duvara kendisinden bir anı mutlaka bırakıyor. Garip olan şeyse John Lennon'un hiç Prag'a gitmemiş olmasına rağmen orada onun adına bir duvar olması. Fakat aslında vermek istediği mesajı ile barışın ve sevginin sembolü olduğunu net bir şekilde söyleyebilmek mümkün.



Svicova yemeği

Ne yemeli?

Bu sorunun ilk cevabı soslu ve baharatlı biftek anlamına gelen Svicova yemeği. Neredeyse bütün yerel restoranların menüsünde bulabileceğiniz bu biftek yemeği, birkaç dilim beyaz ekmekle servis ediliyor ve özellikle sosu kendine hayran bırakıyor.

Prag'da menülerin başrol oyuncularından bir diğeri ise ördek. Yanında patates ve ekmek ile servis ediliyor ve daha öncesinde hiç bu kadar lezzetli bir ördek yemediğimize emin olabilirsiniz.

Tatlı olaraksa Trdelnik adı verilen hamur tatlısını tercih edebilirsiniz. Mangalda dönen çubukların üstünde pişirilen bu tatlı hamurunun üzerine nutella gibi çeşitli şekerlemeler de ekleyebilirsiniz. Şimdiden afiyet olsun.



Trdelnik



AKİB AKDENİZ İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ

LİMONLUK MAH. VALİ HÜSEYİN
AKSOY CAD. NO: 4 YENİŞEHİR/MERSİN
TEL: 0 324 325 37 37 FAKS: 0 324 325 41 42
E-POSTA: akib@akib.org.tr
WEB ADRESİ: www.akib.org.tr
GEN. SEK. V: ÜMİT SARI
GEN. SEK. YRD: CANAN AKTAN ERDOĞMUŞ

BAİB BATI AKDENİZ İHRACATÇILAR BİRLİĞİ GENEL SEKRETERLİĞİ

ASPENDOS BULVARI NO:221 07200/ANTALYA
TEL: 0 242 311 80 00 FAKS: 0 242 311 79 00
E-POSTA: baib@baib.gov.tr
WEB ADRESİ: www.baib.gov.tr
GENEL SEKRETER V.: GÜLİZ AKEL ÇETİNKAYA

denib DENİZLİ İHRACATÇILAR BİRLİĞİ GENEL SEKRETERLİĞİ

ANKARA YOLU 10. KM. 246. SOKAK NO: 8 AKKALE/DENİZLİ
TEL: 0 258 274 66 88 FAKS: 0 258 274 72 22 - 62
E-POSTA: denib@denib.org.tr
WEB ADRESİ: www.denib.org.tr
GENEL SEKRETER: UĞUR DAYIOĞLU

DAİB DOĞU ANADOLU İHRACATÇILAR BİRLİĞİ GENEL SEKRETERLİĞİ

CUMHURİYET CAD. EREN İŞ MERKEZİ 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 ADRESİ: www.daib.org.tr
GENEL SEKRETER: MURAT KARAPINAR
GENEL SEKRETER YRD: Melih LEYLİOĞLU

DKİB DOĞU KARADENİZ İHRACATÇILAR BİRLİĞİ GENEL SEKRETERLİĞİ

PAZARKAPI MAH. SAHİL CAD. NO: 95, TRABZON
TEL: 0 462 326 16 01
FAKS: 0 462 326 94 01 - 02
E-POSTA: dkib@dkib.org.tr
WEB ADRESİ: www.dkib.org.tr
GENEL SEKRETER: İDRİS ÇEVİK

eib EGE İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ

ATATÜRK CAD. NO:382 ALSANCAK/İZMİR
TEL: 0 232 488 60 00
FAKS: 0 232 488 61 00
E-POSTA: eib@egebirlik.org.tr
WEB ADRESİ: www.egebirlik.org.tr
GENEL SEKRETER: İ. CUMHUR İŞBİRAKMAZ
GENEL SEKRETER YRD: KEMAL COŞKUN
GENEL SEKRETER YRD: ÇİĞDEM ÖNSAL
GENEL SEKRETER YRD: SERAP ÜNAL

GAİB GÜNEYDOĞU ANADOLU İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ

GAZİMUHTARPAŞA BULVARI MÜCAHİTLER MAH. 52012
NO'LU SK. NO: 6 27090 ŞEHİTKAMİL GAZİANTEP
TEL: 0 342 211 05 00 FAKS: 0 342 221 05 09-10
E-POSTA: gaibevrak@gaib.org.tr
WEB ADRESİ: www.gaib.org.tr
GENEL SEKRETER VEKİLİ: MİKAIL İRTEGÜN
GENEL SEKRETER YRD: AYDIN KUTLU

İİB İSTANBUL İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ

DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ C-BLOK ÇOBAN ÇEŞME MEVKİİ
SANAYİ CAD. YENİBOSNA-BAHÇELİEVLER/ İSTANBUL
TEL: 0 212 454 05 00 FAKS: 0 212 454 05 01 - 02
E-POSTA: iib@iib.org.tr
WEB ADRESİ: www.iib.org.tr
GENEL SEKRETER YRD: DOĞUŞ TOZANLI

İMMİB İSTANBUL MADEN VE METAL İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ

DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ A-BLOK ÇOBAN ÇEŞME MEVKİİ
SANAYİ CADESİ
YENİBOSNA-BAHÇELİEVLER/ İSTANBUL
TEL: 0 212 454 00 00 FAKS: 0 212 454 00 01
E-POSTA: immib@immib.org.tr
WEB ADRESİ: www.immib.org.tr
GENEL SEKRETER: ARMAĞAN VURDU
GENEL SEKRETER YRD: COŞKUN KIRLIOĞLU
GENEL SEKRETER YRD: FATİH ÖZER
GENEL SEKRETER YRD: MUHARREM KAYILI

İTKİB İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ

DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ B-BLOK
ÇOBAN ÇEŞME MEVKİİ SANAYİ CAD.
YENİBOSNA-BAHÇELİEVLER/ İSTANBUL
TEL: 0 212 454 02 00 FAKS: 0 212 454 02 01
E-POSTA: info@itkib.org.tr
WEB ADRESİ: www.itkib.org.tr
GENEL SEKRETER V.: MUSTAFA BEKTAŞ
GENEL SEKRETER YARD. V.: ÖZLEM GÜNEŞ

KİB KARADENİZ İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ

ATATÜRK BULVARI NO:19/E 28200 GİRESUN
TEL: 0 454 216 24 26 FAKS: 0 454 216 48 42
E-POSTA: kib@kib.org.tr
WEB ADRESİ: www.kib.org
GENEL SEKRETER T.: BÜLENT CEBECİ

OAİB ORTA ANADOLU İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ

CEYHUN 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 ADRESİ: www.oaib.org.tr
GENEL SEKRETER: ÖZKAN AYDIN
GENEL SEKRETER YRD: ESRA ARPINAR
GENEL SEKRETER YRD: FATİH YUMUŞ

UIB ULUDAĞ İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ

ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ 2. GELİŞİM SAHAŞI
KAHVERENGİ CAD. NO: 11
16140 NİLÜFER/BURSA
TEL: 0 224 219 10 00
FAKS: 0 224 219 10 90
E-POSTA: uludag@uib.org.tr
WEB ADRESİ: www.uib.org.tr
GENEL SEKRETER: MÜMİN KARACAKAYALILAR
GENEL SEKRETER YRD. V. BİRGÜL POLAT

GENEL SEKRETER:
PROF. DR. KEREM ALKİN

GENEL SEKRETER YRD.:
ERKAN KAPLAN

GENEL SEKRETER YRD.:
SENEM SANAL SEZERER

DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ ÇOBAN
ÇEŞME MEVKİİ SANAYİ CAD. B-BLOK
K:9 YENİBOSNA / İSTANBUL
TEL: 0 212 454 04 90 - 91
FAKS: 0 212 454 04 13 / 454 04 83
tim@tim.org.tr
www.tim.org.tr



TİM APP ile İHRACAT CEBİNİZDE

- Duyurular ve Güncel Haberler
- Anlık Döviz Kurları
- Araştırma ve Raporlar
- Heyetler ve Etkinlikler
- İnoSuit, İnovaLİG, İnovaTİM
- TİM-TEB Girişim Evleri
- Devlet Yardımları Rehberi
- Basitleştirilmiş Gümrük Hattı
- İhracatçı Birlikleri
- Dergilerimiz
- İhracat Pusulası



TİM Aplikasyonunu
App Store ve Google
Play üzerinden
"Türkiye İhracatçılar
Meclisi" yazarak
indirebilirsiniz.
<http://tim.org.tr/getapp>



www.tim.org.tr

trihracatmeclisi

turkihracat

turkiyeihracatcilarmeclisi

Turkish Exporters Assembly

TURKISH CARGO'DAN YENİ BİR EVE DÖNÜŞ HİKÂYESİ



Nesli tükenme tehlikesi altında olan kızıl akbaba Dobrila'yı, canlı hayvan taşımacılığındaki uzmanlığımız ve tecrübemizle Sırbistan'a taşıdık.



**TURKISH
CARGO**

turkishcargo.com

FİLMİ İZLEMELİK İÇİN
QR KODU OKUTUN.



#MISSIONRESCUE