

# TİM REPORT

## HAKAN AKKAYA

MODANIN  
DÂHİ ÇOCUĞU

## ŞAFAK ÇAK

SINIR ÖTESİ TASARIMCI

# 200

MİLYAR DOLAR İLE  
TARİHİ REKOR KIRILDI

İHRACAT AİLESİ  
'DÜNYAYI TÜKETMEDEN,  
DÜNYA İÇİN ÜRETİYOR'

TÜRK DERİ SEKTÖRÜ  
YENİ PAZARLARA  
AÇILIYOR

MARKALAR  
DİJİTALLEŞEREK  
KAZANIYOR

NG KURUCU BAŞKANI

# NAFİ GÜRAL



# Önder Grup



Hidrolik kaldırma ve taşıma sektöründe 44 yıllık birikim  
Deneyimli profesyonel kadro  
Her türlü ihtiyaca yönelik  
Yüksek kaliteli, ekonomik, profesyonel çözümler  
Müşteri memnuniyeti öncelikli çalışma ve üretim politikası

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



444 7 605





Ait

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

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

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

+90 850 755 0 458

galpi.com.tr

Great  
Place  
To  
Work.





# İÇİNDEKİLER



**6** **BAŞKAN'DAN**  
Değer üzerine değer inşa etmek ülkemiz için köklü bir gelenek

**10** **TİM'DEN HABERLER**  
Türkiye ihracatta ilk kez 200 milyar doları geçerek tarih yazdı

**26** **KAPAK**  
NG Kurucu Başkanı Nafi Güral



**30** **DOSYA**  
İhracat ailesi 'Dünyayı Tüketmeden, Dünya İçin Üretiyor'

**36** **İŞ'TE KADIN**  
Gürallar Grup Yönetim Kurulu Başkan Vekili Esin Güral Argat

**40** **SEKTÖR**  
Deri ve deri mamulleri

**46** **STİL**  
Modanın dâhi çocuğu Hakan Akkaya

**52** **TASARIM**  
Sınır ötesi tasarımcı Şafak Çak

**58** **SAĞLIK**  
Dr. Ender Saraç ile ihracat ailesine özel

## TİMREPORT

**SAHİBİ:**  
TİM adına Başkan İsmail GÜLLE

**YAYIN KURULU:**  
Mehmet Fatih BİLİCİ  
Enise Didem ELMAS  
Senem SANAL SEZERER

**YÖNETİM YERİ:**  
Sanayi Caddesi Dış Ticaret  
Kompleksi Yenibosna – İSTANBUL  
T: (212) 454 04 71 F: (212) 454 04 13  
www.tim.org.tr



YAYINA HAZIRLIK

**GENEL YAYIN YÖNETMENİ**

Selda YEŞİLTAŞ

**YAYINLAR KOORDİNATÖRÜ**

Murat ERDOĞAN

**ŞEF EDITÖR**

Peri ERBUL

**EDITÖR**

Simge SOYEL

**GÖRSEL YÖNETMEN**

Serpil YENİHAYAT

**FOTOĞRAF EDITÖRÜ**

Ergün ÇOLAKOĞLU

**REKLAM MÜDÜRÜ**

İlknur ULUSOY

ilknur@viyamedya.com

**REKLAM SORUMLUSU**

Sırma SAMAY YABANCI

**İLETİŞİM**

RUMELİ CADDESİ RUMELİ PASAJI  
YUNUS APT. NO: 45 KAT: 3  
NİŞANTAŞI - ŞİŞLİ / İSTANBUL  
+90 212 236 00 50  
www.viyamedya.com, viya@viyamedya.com



/viyamedya

**BASKI**  
ÖZGÜN OFSET





BU  
NASIL  
Bİ  
HAVA?



# KOMET

## KOMET METAL AKSESUAR



**KOMET METAL** 1996 yılından bugüne, Avrupa standartlarına uygun, 7000 metrekarelik alanda; kaplama tesisi, kalıphane, preshane, boyahane, enjeksiyon, el işi, polisaj ve montaj bölümlerini bünyesinde bulundurmaktadır. Aylık 50 milyon adet üretim kapasitesiyle, yurt içi ve yurt dışında 26 ülkeye direkt ihracat yapan **KOMET METAL**, sürdürülebilirlik çerçevesinde üretimlerine devam etmektedir. Bu çerçevede 2019 itibariyle, **Sürdürülebilir üretimin tescili kabul edilen STeP by OEKO-TEX belgesini, metal aksesuar alanında; dünyada İLK VE TEK alan firma olarak öncü konumunu ispat etmiş olmuştur.**

Komet Metal'in sahip olduğu **STeP by OEKO-TEX belgesinin amacı;** tekstil sektöründe yer alan üretim tesislerinde; çevre dostu üretimin, iş sağlığı güvenliğinin ve sosyal açıdan uygun çalışma koşullarının devamlı suretle uygulanmasını sağlamaktır.

Komet Metal'in temel strateji taşlarından biri de "Kalite"dir. Komet Metal, OEKO-TEX standartlarına uygun üretim yapmaktadır. Üretimdeki ürünler sistematik olarak kontrol edilmekte ve dünyaca onaylanmış yetkili kuruluşlar olan; HOHENSTEiN, SGS, INTERTEK vb. tarafından test edilmektedir.

Komet Metal, sürdürmekte oldukları çalışmalarla, ortaya koydukları kaliteyi geliştirmeye ve bunu sürdürülebilir halde gerçekleştirmeye devam etmektedir..



**Emre KOÇIK**  
GENEL MÜDÜR



ENERGY  
MANAGEMENT SYSTEM



OCCUPATIONAL HEALTH & SAFETY  
MANAGEMENT SYSTEM



ENVIRONMENTAL  
MANAGEMENT SYSTEM



QUALITY MANAGEMENT  
SYSTEM



## Sürdürülebilirlik kapsamında Komet Metal ;

- Ürün portföylerinde ham madde üzerine hiçbir kimyasal işlem uygulanmadan üretilen “Zero Chemical” ürünlere yer vermektedir.
- Ana ham maddelerini sürdürülebilirlik çerçevesinde geri dönüşüme katabilmektedir.
- Firmanın genelinde ve üretim proseslerinin tamamında rüzgar türbinlerinden elde edilen %100 yenilenebilir enerji kullanılmaktadır.
- Paketleme bölümünde doğa ve çevre dostu “doğada kendiliğinden yok olan” %100 biyobozunur ambalaj kullanılmaktadır.
- İyileştirici faaliyetlerle yılda 2500 ton su tasarrufu yapmaktadır.
- Belirledikleri hedefleri etkili bir şekilde takip ederek, karbon ayak izini sıfıra yakın hale getirmektedir.
- Ürün izlenebilirliğini sağlamak için 2021 yılı itibariyle ve ürünlerin 7/24 hangi aşamada olduğunu raporlayan; üretim otomasyonuna geçmiş bulunmaktadır.
- Bu süreçte kağıt kullanımını azaltarak doğanın sürdürülebilirliğine katkıda bulunmaya devam etmektedir.
- Komet Metal, gelecek nesillere daha iyi bir dünya bırakmak için; her yıl düzenli olarak müşterileri adına fidan bağışı yaparak doğanın sürdürülebilirliğine katkıda bulunmaktadır. Gerçekleştirmiş oldukları KOMET METAL KORUSU İzmir Buca’dadır.
- Çalışanların kişisel gelişimi için alanında uzman kişiler tarafından, ihtiyaç duyulan gerekli tüm eğitimleri almalarını sağlamaktadır.
- Bu yapılan sosyal bilinci yüksek faaliyetler ile birlikte, sosyal uygunluk değerlendirme ölçütlerinden biri olan SEDEX SMETA 2021 yılı denetimini de sıfır uygunsuzlukla tamamlamışlardır.



@kometmetal



kmt@kometmetal.com.tr



+90 212 481 22 17

www.kometmetal.com.tr

**Sedex** Member



İsmail GÜLLE  
TİM Başkanı

# Değer üzerine değer inşa etmek ülkemiz için köklü bir gelenek

Art arda gerçekleştirdiğimiz tarihi rekorlar, ihracat ailemize kattığımız yeni neferler ve değişime hızlı uyum sağlama becerimizle ülke ekonomisine umut veriyoruz. Tüm ülkeye yayılmış 100 bini bulan ihracatçımızın, kalkınma mücadelesinde gösterdiği özveriyi, kaybettiğimiz ormanlarımızın yeniden yeşillendirilmesi ve korunmasına yönelik başlatılan seferberliğe de göstereceğine inanıyorum.

Değerli Dostlar,

Pandemi koşullarında dahi, tüm zorluklara göğüs gererek üretmeye ve ihracata devam etmemizin kazanımlarını elde etmeye başladığımız şu günlerde maalesef içimizi yakan üzücü hadiseler de yaşıyoruz. Sizlerin bu satırları okurken yangınların söndürülmüş ve kontrol altına alınmış olmasını ümit ediyorum. Ülke sathına yayılmış 100 bin ihracatçı barındıran Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) olarak yangınlarda kaybedilen ormanlık bölgelerin tekrar ağaçlandırılması için yeşil seferberlik başlattık. Yurdumuzun cennet köşelerinde, ülkemizin ciğerlerinde yaşanan yangınlar bizleri ziyadesiyle üzdü. Ormanlarımıza düşen her ateş yüreğimizi dağlıyor. Orman yangınlarından etkilenen tüm vatandaşlarımıza geçmiş olsun dileklerimi iletiyorum. Bu ülkenin değerlerini

dünyayla buluşturan sahadaki neferleri olarak; bugün de sahadayız. Kimsenin endişesi olmasın, değer üzerine değer inşa etmek; bu ülke için köklü bir gelenek. Gelecek nesillere miras bırakacağımız daha yeşil bir Türkiye'yi hep beraber inşa etmek için ihracatçılarımızı yangınlarda kaybettiğimiz ormanlık bölgelerde fidanları toprakla buluşturmaya davet ediyoruz. Unutmayalım çocuklarımıza, gelecek nesillerimize bırakacağımız en büyük miras; temiz bir dünya, temiz bir atmosferdir. Yeşil vatanımızı yeniden ağaçlandırmak adına başlatmış olduğumuz seferberlikle yeşil bir Türkiye için geleceğe nefes olacağız.

TİM olarak sürdürülebilirlik, yeşil ve çevreci üretim son yıllarda en fazla üzerinde durduğumuz konulardır. Meclisimiz; İklim Değişikliği, Sürdürülebilirlik ve Avrupa Komisyonu tarafından yayımlanan Avrupa Yeşil Mutabakatı hedeflerine uyum politikaları kapsamında, ihracatçılarımıza yol göstermek adına yoğun bir çalışma sürecine girdi. Bu bağlamda konuya ilişkin farkındalığı artırmaya ilişkin muhtelif çalışmalar yürüttük. 21 Haziran'da da "TİM

**"AB, Türkiye için yeni bir kamu ve özel açılım yaptı. Yeşil dönüşüm, entegrasyon için fırsat olarak kabul edilmeli."**



Sürdürülebilirlik Eylem Planı'nı kamuoyu ile paylaştık. Eylem planımızın ulusal ve uluslararası ölçekte yoğun bir ilgi görmesi bizleri oldukça heyecanlandırdı.

### **İKLİM SOHBETLERİ İLE FARKINDALIĞI ARTIRACAĞIZ**

İklim değişikliği, küresel ısınma gibi yangınlar da sadece bizi değil, dünyayı da tehdit ediyor. Hatırlarsanız 2019 yılında Avustralya'da 240 gün devam eden yangın, ülkede büyük bir tahribata neden olmuştu. Bu yıl da dünyanın birçok bölgesinde benzer yangınlar yaşandığını görüyoruz. Dünya artık depremler, seller ve yangınlarla mesaj vermeye başladı.

Bu farkındalığı artırmak hedefiyle geçen ay başlattığımız 'İklim Sohbetleri'nin ne kadar da doğru bir adım olduğunu bir kez daha anladık. İklim farkındalığının artmasına büyük katkı sağlayacağına inandığımız ilk programın konusu da AB Türkiye Delegasyonu Başkanı Büyükelçi Nikolaus Meyer-Landrut oldu.

### **YEŞİL DÖNÜŞÜM FIRSAT OLARAK KABUL EDİLMELİ**

Avrupa Komisyonu'nun Yeşil Mutabakat noktasında 2030 ve 2050 hedefleri oldukça net. Yeni İklim Yasası ile AB'nin 2030 yılında emisyon azaltma hedefini yüzde 55'e yükseltme; 2050'de ise 'karbon nötr kıta olma' hedefini takip ediyoruz. AB, Türkiye için yeni bir kamu ve özel açılım yaptı. Bu da yeşile ve dönüşüme odaklandı. Yeşil dönüşüm süreci entegrasyon süreci için fırsat olarak kabul edilmeli. Yeşil ürünler üretkenler gelecekte piyasa liderleri olacak.

TİM olarak, yenilenebilir enerji kaynakları odağında karbon yoğun kaynaklar yerine hidrojen kullanımına yönelik çalışmalara hız kazandıracaktır. Çalışmalarımızın sonucunda tasarıma, güzelliklere, lezzete dayanıklılık katan, yeşil büyümeye odaklanmış; dünyayı tüketmeden, dünya için üreten bir ülke olarak hem sürdürülebilir kalkınma modeliyle ihracatla yükselecek hem de çevreye değer veren herkesin bir numaralı tercihi hâline geleceğiz.

### **YENİ HEDEFLER BELİRLEME ZAMANI**

İhracat rakamlarımız, ülkemizin yaşadığı bu zor günlerde önemli bir motivasyon kaynağı oldu. İhracat ailemiz, rekorlarla

kapattığı ilk altı aydan sonra geçen ay da tarihi bir performans gösterdi. Son 14 yıldır 100 milyar dolar seviyelerinde olan ihracatımız, tarihte ilk kez 12 ayda 200 milyar doları aştı. Bu rakamla beraber sadece 2021 yılı hedefimiz olan 184 milyar doları değil, 2022 hedefi 198 milyar doları da aşmayı başardık. Artık kendimize daha büyük hedefler koyma zamanı. Çünkü mevcut yükseliş ivmemiz gösteriyor ki, en fazla beş sene içerisinde 300 milyar dolarlık ihracata hep beraber ulaşacağız. Bunu başaracak altyapı ve tecrübeye fazlasıyla sahibiz. Bu anlamda bugün, Türk ihracatı için kritik bir eşiğin aşılmasının göstergesidir. Bugün, pandemi dönemi ve öncesinde başarıyla tamamladığımız projelerin meyvesini toplama günüdür. Gün, en zorlu dönemlerde dahi bu ülke için üreten, dünyada ayak basmadık tek bir ülke, tek bir bölge bırakmayan ihracatçının günüdür. TİM olarak tüm çalışmalarımızın neticesini ihracat rakamlarında görmek bizleri oldukça gururlandırıyor. İhracatımız artıyor, demek ki; doğru yolda ilerliyoruz. İhracatçı sayımız artıyor, demek ki; her kesimde ihracat heyecanını uyandırıyoruz. İhracat birim değerimiz yükseliyor, demek ki; ihracatçılarımız artık markalaşmayla, inovasyonla, tasarımı ürünlerinin katma değerini yükseltiyor.

### **İHRACATTAN POZİTİF BÜYÜMEYE YÜZDE 1,5 PUANLIK KATKI**

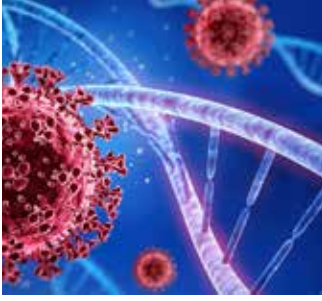
Elde ettiğimiz tüm kazanımlarımızı koruyarak yeni başarılar için daha da kenetleneceğiz. Çünkü ekonomik kalkınmada önemli rol oynuyoruz. Geçen hafta açıklanan Merkez Bankası Enflasyon Raporu'na göre net ihracat dönemlik büyümeye 1,5 puanlık pozitif katkı verdi. Net ihracatın yıllık büyümeye katkısı ise 1,1 puan oldu. İhracatımızdaki güçlü artış, hem ikinci çeyrekte ülkemizi güçlü bir büyüme rakamına ulaştıracak hem de cari açığın daha da azalmasını sağlayacak. Çünkü her geçen gün daha çok güçleniyoruz. Yılbaşından bu yana ilk defa ihracat yapan firma sayısı 10 bin 598'e ulaştı. Pandemi öncesi ve süresince tüm zorluklara rağmen ektiğimiz tohumların meyvelerini almaya başladık ve almaya da devam edeceğiz. Bunu başarırken de dünyayı tüketmeden üretmeyi sürdüreceğiz ve yarınlarımız için tohum ekmeye devam edeceğiz.

**“Kendimize daha büyük hedefler koyma zamanı. Mevcut yükseliş ivmemiz gösteriyor ki, en fazla beş sene içerisinde 300 milyar dolarlık ihracata hep beraber ulaşacağız.”**



**201  
MİLYAR DOLAR**

**Son 12 ayda  
gerçekleştirilen ihracat**



Covid-19 salgınının yayılmasını önlemek için uygulanan kısıtlamaların gevşetilmesi, **Türk imalat sektörünün ikinci çeyrek sonunda büyüme bölgesine geri dönmesinde etkili oldu.** İstanbul Sanayi Odası Türkiye İmalat PMI, haziranda eşik değer 50,0'nin üzerine çıkarak 51,3 olarak gerçekleşti.

**1,3**  
MİLYAR DOLAR

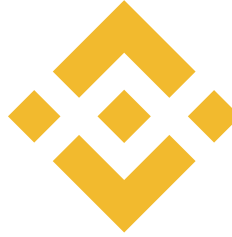
■ Türkiye; girişim ekonomisi yatırımlarında birçok Avrupa ülkesini geride bırakarak, milyar dolarlık yatırım ligine çıktı. Bu yılın ilk yarısında 129 Türk girişimine 1,3 milyar dolarlık yatırım yapıldı.

■ Türk Eximbank'ın **Yurt Dışı Teminat Mektubu Programı gemi inşa sektöründe ilk defa kullanıldı.** Desteğin, özellikle Kuzey Avrupa ülkelerine yapılan ihracatın artmasına katkı sağlaması, sektördeki ihracatı iki katına çıkarması öngörülüyor.



■ AB Komisyonu Başkanı **Ursula von der Leyen**, AB'deki tüm imalatçıların içten **yanmalı motorlu araçların** üretimine son vermeleri gereken kesin bir tarih açıklayacaklarını söyledi.

■ İtalya'nın piyasa gözlemcisi Consob, **Kripto Para Borsası'nın** ülkede faaliyet göstermesini durdurdu.



■ Avrupa Merkez Bankası (ECB) **Yönetim Konseyi, dijital Euro uygulaması ile ilgili araştırmaların başlatılacağını duyurdu.** Dijital merkezi para biriminin, nakit paranın yerine geçmekten ziyade tamamlayıcı özelliğe sahip olması planlanıyor.

Online video konferans uygulaması Zoom, bulut iletişim merkez yazılımı sağlayıcısı **Five9'u 14,7 milyar dolara satın almak için anlaştı.** Söz konusu sözleşme, bu yıl ABD'de ikinci büyük teknoloji anlaşması olarak kayıtlara geçti.

■ Schengen Bölgesi'nde bazı ülkeler, **aşı kartlarının ülke gümrüklerinde beyan edilmesi** hâlinde girişe izin veriyor.

■ ABD merkezli siber güvenlik kuruluşu Cybersecurity Ventures'a göre siber saldırıların **2021 yılında küresel ekonomiye zararı 6 trilyon dolara** ulaşacak.

■ Çin ve Hindistan'da üretimle ilgili yaşanan sorunlar nedeniyle önde gelen küresel markalar **organik pamuk tedarikinde yönünü Türkiye'ye çevirdi.** Bu da pamuk ipliğinde yatırımların artmasına neden oldu. Mayıs ayında 11 şirket 1,1 milyar TL'lik pamuk ipliği yatırımı için düğmeye bastı.



Türkiye'deki mevcut yenilenebilir enerji proje stokuyla **9,2 gigavat ilave kapasite ve 110 bin kişilik yeni istihdam sağlanabileceği** öngörülüyor.



Gemi inşa sektörü otonom gemilerin inşasını değil, siber saldırılara karşı alınması gereken önlemleri, **big data'yı ve bu gemilerle yapılacak ticarete yasal sorumluluğu kimin üstleneceğini tartışıyor.** Sektörde, dijital yatırımlar artarken, yerli yazılıma da yoğun ilgi gösteriliyor.

■ Dünyanın en prestijli savunma sanayii listesi kabul edilen 'Defense News Top 100' listesine Aselsan 48, TUSAŞ 68'inci sıradan girdi.



■ Pandemiye yıldızı parlayan Türk ayakkabı sektörü, yabancı markaların gözde üretim merkezi oldu. **Ayak yapısına göre üretimde Avrupalı müşterinin beğenisini kazanan Türk üreticiler,** bu yıl ihracatta 1 milyar doları aşmayı hedefliyor.

■ Salgının etkisi ile dünya inşaat malzemeleri ihracatının **yüzde 2,8** daralarak **887,9 milyar** dolara indi. 2020 yılında Türkiye, **21,2 milyar dolar** seviyesindeki ihracatıyla iki sıra birden yükselerek dünyanın 9'uncu ihracatçı ülkesi oldu.

■ Kanada trafiğine yeni çıkacak **otomobiller ile hafif ticari araçların 2035 yılından itibaren** elektrikli olacağı açıklandı.



Özbekistan'a ücretsiz geçiş belgesi kotası **yüzde 60 artışla 16 bine yükseltildi.** Bakanlıktan yapılan açıklamaya göre KUKK Toplantısı'nda Özbekistan'a yapılan taşımalarda, uluslararası kara yolu taşımacılığı sektörüne sefer başına **400 dolar**, toplamda ise 2,4 milyon dolarlık tasarruf imkânı sağlanacağı değerlendirildi.

**17,5**  
MİLYAR EURO

■ OYDER Başkanı Turgay Mersin; "Otomotivde yatırım için iç pazar çok önemli. Yeni yatırımcıları çekmek için **iç pazar satışlarını 1,5 milyon adede** taşımanın yollarını aramalıyız." dedi.



■ Toplam ihracatta dünyada sekizinci, cari fazlada ise ikinci sırada yer alan Türk ev ve mutfak eşyaları sektörünü temsil eden **Ev ve Mutfak Eşyaları Sanayicileri ve İhracatçıları Derneği'nin (EVSİD) Yönetim Kurulu Başkan Talha Özger,** tasarım ve markalaşma çalışmaları ile toplam ihracatta dünya üçüncülüğüne yerleşmeyi hedeflediklerini söyledi.

■ Publishme, Hindistan merkezli **oyun ve spor medyası platformu Nazara Technologies** ile bağlayıcı bir ön sözleşme imzaladığını ve yatırım görüşmelerine başladığını duyurdu.

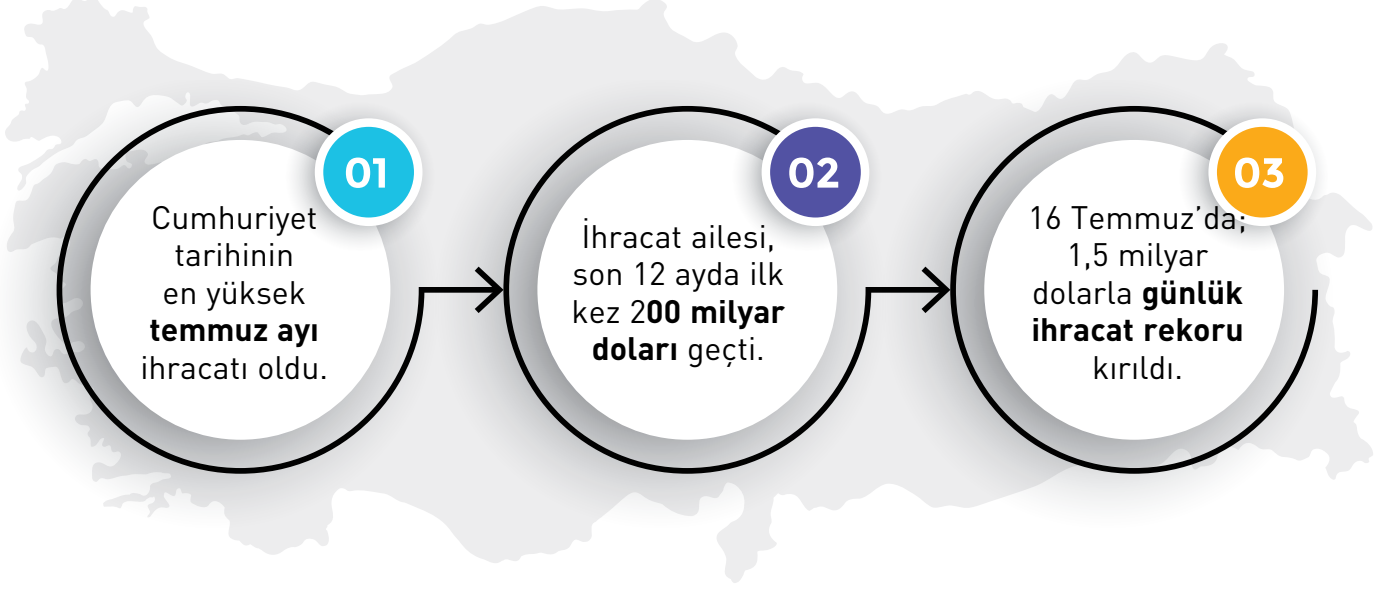


■ Turizm Teşvik Kanunu teklifinin 16 maddesi kabul edildi. Teklife göre **turizm işletme belgesi** almayan tesisler işletmeye açılmayacak.



**Avrupa Birliği Yeşil Mutabakatı** çerçevesinde Avrupa Birliği 2050 yılında sıfır karbon salınımı hedefliyor. İhracatının yaklaşık **yüzde 70'ini AB ülkelerine yapan Türk moda endüstrisi,** sürdürülebilirlik ile ilgili projelerini hızlandırdı.

# Türkiye ihracatta ilk kez 200 milyar doları geçerek tarih yazdı



**T**ürkiye'nin ekonomi ve ticaret diplomasisinin saha neferleri olan Türk ihracatçısı, pandemi sebebiyle küresel ticarete yaşanan talep daralmasına ve dünya ekonomilerindeki küçülmeye rağmen her ay ihracat rekorlarını tazeliyor. Geçen ay 18 sektör ihracatını artırırken, 2 milyar dolarlık ihracatla 'Otomotiv' sektörü ilk sırada yer aldı. En dikkat çekici artışın gerçekleştiği sektör ise geçen yıla göre ihracatını 709 milyon dolar artıran 'Çelik' oldu. Türk bayrağını 213 ülke ve bölgede dalgalandıran ihracatçılar, 128 ülkeye ihracatını artırma başarısı gösterdi. Aralarında Yunanistan ve Portekiz'in de bulunduğu yedi ülkede, aylık ihracat rekoruna imza atıldı. Otomotiv sektörü, İngiltere'ye ihracatını yüzde 63 yükseltti. Çelik sektörü, İtalya'ya ihracatını üçe katladı. İstanbul'un Yunanistan'a 'Kimyevi Maddeler' sektörü ihracatı yedi katına çıkararak 80 milyon dolara ulaştı. 52 il ihracatını artırdı. Türk lirası ile açılan beyannamelere göre 173 ülkeye toplam 4,6 milyar TL'lik ihracat gerçekleştirildi. Yılbaşından bu yana ilk defa ihracat yapan firma sayısı da 10 bin 598 oldu.

**"GÖZÜMÜZÜ 2023 HEDEFİNE DİKTİK"**  
Son 12 ayda 201 milyar 46 milyon dolar

ihracat gerçekleştirerek, yıllık ihracat hedefinin de oldukça üzerinde bir rakama eriştiklerini kaydeden TİM Başkanı İsmail Güllü; "Sadece 2021 yılı hedefimiz olan 184 milyar doları değil, 2022 hedefi 198 milyar doları da aşmayı başardık. Şimdi gözümüzü 2023 hedefine diktik. Ayrıca tarihimizin en yüksek günlük ihracat rakamları da bu ay içerisinde gerçekleşti. Önce 14 Temmuz'da 1,3 milyar dolarla günlük ihracat rekorumuzu kırdık. 16 Temmuz'da bu rekoru da kırarak günlük ihracatta 1,5 milyar doları aştık. TİM olarak tüm çalışmalarımızın neticesini ihracat rakamlarında görmek bizleri oldukça gururlandırıyor. İhracatımız artıyor, demek ki; doğru yolda ilerliyoruz. İhracatçı sayımız artıyor, demek ki; her kesimde ihracat heyecanını uyandırıyoruz. İhracat birim değerimiz yükseliyor, demek ki; ihracatçılarımız artık markalaşmayla, inovasyonla, tasarımla ürünlerinin katma değerini yükseltiyor. Elde ettiğimiz tüm kazanımlarımızı koruyarak yeni başarılar için daha da kenetleneceğiz. İnşallah, göreve geldiğimizden beri aşmayı başardığımız her ihracat hedefi gibi 2021 yıllık ihracat hedefini de hep beraber aşacağız. Bu başarıyı mümkün kılan 100 bin ihracatçımızın her birine,



bizleri her zaman destekleyen Bakanımıza ve ihracatçılarımızı yol arkadaşı addeden Cumhurbaşkanımıza şükranlarımızı sunuyoruz. Açıklanan Merkez Bankası Enflasyon Raporu'na göre net ihracat dönemlik büyümeye 1,5 puanlık pozitif katkı verdi. Net ihracatın yıllık büyümeye katkısı ise 1,1 puan oldu. İhracatımızdaki güçlü artış, hem ikinci çeyrekte ülkemizi güçlü bir büyüme rakamına ulaştıracak hem de cari açığın daha da azalmasını sağlayacak. Bu rakamların neticesinde, her zaman dile getirdiğimiz 'İhracatla Yükselen Türkiye'ye bir adım daha yaklaştık." diye konuştu.

### **"BUGÜN TÜRK İHRACATINDA, ÖNEMLİ BİR DÖNÜM NOKTASIDIR"**

İsmail Güllü; "Son 14 yıldır, 100 milyar dolar seviyelerinde olan ihracatımız, tarihte ilk kez 12 ayda 200 milyar doları aştı. Küresel ticarete 'Güvenilir tedarikçi liman' konumunda bulunan ülkemiz, pandemi sürecinin sonlanması ve tedarik zincirlerinde yaşanan dönüşümle beraber yükseliş ivmesini sürdürmeye devam edecek. Mevcut yükseliş ivmemiz gösteriyor ki, en fazla beş sene içerisinde 300 milyar dolarlık ihracata hep beraber ulaşacağız. Bunu başaracak altyapı ve tecrübeye fazlasıyla sahibiz. Bu anlamda bugün, Türk ihracatı için kritik bir eşik aşılmasıdır. Bugün, pandemi dönemi ve öncesinde başarıyla tamamladığımız projelerin meyvesini toplama günüdür. Gün, en zorlu dönemlerde dahi bu ülke için üreten, dünyada ayak basmadık tek bir ülke, tek bir bölge bırakmayan ihracatçının günüdür. Yılın ilk yedi ayında ihracatımız, yüzde 35 artışla 121 milyar 358 milyon dolara ulaştı." ifadelerini kullandı.

### **YEDİ AYDA İLK DEFA İHRACAT YAPAN FİRMA SAYISI 10 BİNİ AŞTI**

TİM Başkanı Güllü, Anadolu'nun her köşesindeki ihracata duyulan ilginin, temmuz ayında ihracatçı firma sayısına da yansıdığını aktararak şöyle devam etti: "Elbette, bu başarıların daim olması için ihracat ailesini daha da büyütmemiz gerekiyor. Çünkü bize göre ihracat, sadece belirli bir kesimin, belirli bir zümrenin uğraşı olmamalı; topyekûn kalkınma amacıyla küçük-büyük demeden tüm

firmalarımızın vizyonu olmalıdır. Bu vizyon doğrultusunda, TİM KOBİ ihracat seferberliğimizi bu ay Diyarbakır'a taşıyarak Diyarbakırlı ihracatçılarımız ve ihracatçı adaylarımızla buluştuk. Tam bin 273 firmamız, bu ay ilk kez ihracat yaparak ailemize katıldı. Bu firmalarımız, 53,6 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Yılbaşından bu yana ilk defa ihracat yapan firma sayısı ise 10 bin 598'e ulaştı."

### **OTOMOTİV SEKTÖRÜ, İNGİLTERE'YE İHRACATINI YÜZDE 63 YÜKSELTTİ**

Temmuz ayında 18 sektörün ihracatını artırdığına işaret eden Güllü; "Bu ay, 2 milyar dolarlık ihracat gerçekleştiren 'Otomotiv' sektörümüz ilk sırada yer aldı. 1,9 milyar dolara ulaşan 'Kimyevi Maddeler' ikinci ve 1,7 milyar dolara ulaşan 'Çelik' üçüncü oldu. Sektörel anlamda en dikkat çekici artışlar, geçen yıla göre ihracatını 709 milyon dolar artıran 'Çelik', 339 milyon dolar yükselten 'Kimyevi Maddeler', 176 milyon dolar artıran 'Demir ve Demir Dışı Metaller' sektörlerimizde yaşandı. Ayrıca bu ay, otomotiv sektörümüz, İngiltere'ye ihracatını yüzde



"Bugün, Türk ihracatı için kritik bir eşik aşıldı. Sadece 2021 yılı hedefimiz olan 184 milyar doları değil, 2022 hedefi 198 milyar doları da aşmayı başardık. Şimdi gözümüzü 2023 hedefine diktik."

**201,4**  
**MİLYAR DOLAR**

İhracat ailesinin son  
12 aylık ihracatı

**16,4**  
**MİLYAR DOLAR**

Temmuz ayı Türkiye  
ihracatı

**1,5**  
**MİLYAR DOLAR**

Temmuz ayı günlük  
ihracat rekoru



63 yükseltti. Tam 90 milyon dolarlık artışla İngiltere'ye 233,3 milyon dolar ihracat gerçekleşti. Kimyevi maddeler ve mamulleri sektörümüz, Yunanistan'a ihracatını dört katına çıkardı. 89 milyon dolar artışla 113 milyon dolar ihracat yapıldı. Benzer şekilde Çelik sektörümüz de, İtalya'ya ihracatını üçe katladı. 79 milyon dolar artışla, 109 milyon dolar ihracat yaptı." dedi.

#### **AVRUPA'NIN İHRACATTAKİ PAYI YÜZDE 57,1**

Avrupa Birliği'ne (AB-27) ihracatın yüzde 13 artışla 7 milyar dolarlık bir hacme çıktığını belirten Gülle, şunları söyledi: "AB haricindeki diğer Avrupa ülkelerini de topladığımızda, Avrupa kıtasının temmuz ayı ihracatımızdaki payı yüzde 57,1..."

Diğer ülke gruplarında yakın ve Orta Doğu ülkelerine 2,6 milyar dolar, Afrika kıtasının tamamına 1,4 milyar dolar, Uzak Doğu'ya 1,3 milyar dolar ve Kuzey Amerika'ya 1,2 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdik."

#### **52 İL İHRACATINI ARTIRDI**

Temmuzda 52 şehrimiz ihracatını artırdı. En çok ihracat gerçekleştiren ilk üç ilimiz sırasıyla 6,8 milyar dolarla İstanbul, 1,3

milyar dolarla Kocaeli ve 940 milyon dolarla İzmir oldu. En dikkat çekici artışlar İstanbul (786 milyon dolar), Kocaeli (408 milyon dolar), Hatay, (91 milyon dolar) İzmir (69 milyon dolar) ve Çorum'da (62 milyon dolar) yaşandı.

#### **173 ÜLKEYE TL İLE İHRACAT**

Türk lirası ile açılan beyannamelere göre 173 ülkeye toplam 4,6 milyar TL tutarında ihracat gerçekleştirildi. 6 bin 463 firma, ihracat işlemlerinde Türk lirasını tercih etti. TİM, ikili ticarete yerli para birimlerinin kullanılmasını desteklemeye devam edecek.

Yine temmuzda, miktar bazında ihracatımız, geçen yılın aynı ayına göre yüzde 9,7 artarak, 14,2 milyon ton şeklinde gerçekleşti.

İlk yedi ayda ise yüzde 17,4 artışla 99 milyon tonu aşkın ihracat yapıldı. 2020 yılı ikinci yarısından bu yana artış eğiliminde olan Euro/Dolar paritesi, ihracata bu ay da pozitif yansıdı. Temmuz ayında paritedeki artışın pozitif etkisinin 208 milyon dolar; yılın ilk yedi ayında ise 3,9 milyar dolar olarak gerçekleşti. Euro/Dolar paritesindeki pozitif görünümün, önümüzdeki aylarda da sürmesi öngörülüyor.



# Export Leader of *TURKEY*

*Türkiye'nin İhracat Şampiyonu*



'Global büyümeye' ve 'katma değerli ürünlere' odaklanan vizyonumuzla dünyanın en hızlı büyüyen esans ve aroma şirketlerinden birisi olarak 2018 yılından beri koku alanında Türkiye'nin ihracat lideri olmaktan gurur duyuyoruz.

Bu başarıda katkısı bulunan tüm çalışanlarımıza, müşterilerimize ve iş ortaklarımıza sonsuz teşekkürlerimizle...

*As one of the fastest growing fragrance and flavor companies in the world with our vision focusing on 'global growth' and 'value-added products', we are proud to be the export leader of Turkey in the fragrance category since 2018.*

*Endless thanks to all our employees, clients and business partners who contributed to this success...*

*fragrances & flavors*  
**BEYOND THE SENSES**

**seluz.**



# Türk tekstilcisi Avrupa Yeşil Mutabakatı'na odaklandı

*Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) öncülüğünde, Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçı Birlikleri tarafından 'Türk Tekstil Sektörü Sürdürülebilirlik Eylem Planı' açıklandı. Türk tekstil sektörü, eylem planıyla kalıcı bir dönüşüm sağlayarak küresel ihracattaki pazar payını daha da artırmayı ve Avrupa Yeşil Mutabakatı normlarına üst düzey uyumu hedefliyor.*

**T**ekstil sektörü; sürdürülebilirlik konusunda öncü olmak için harekete geçti. Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) öncülüğünde Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçı Birlikleri tarafından 'Sürdürülebilir Tekstil' vizyonunu, tüm sektörde tabana yaymak amacıyla hazırlanan eylem planının detayları açıklandı. 'Tekstil Sektörü Sürdürülebilirlik Eylem Planı' toplantısında konuşma yapan TİM Başkanı İsmail Gülle; "Sürdürülebilirlik Eylem Planı kapsamında 12 ana maddeden oluşan stratejimizi 'Dünyayı tüketmeden, dünya için üretiyoruz' sloganıyla ilan ettik ve oldukça yoğun bir ilgiyle karşılaştık. Tekstil sektöründe, bu adımın ilk karşılığını görmekten büyük mutluluk duyuyor ve sektör temsilcilerini bu vizyoner hamle

adına tebrik ediyorum. TİM Sanayide Sürdürülebilirlik Bilim Kurulumuz, sanayide sürdürülebilir politikaların belirlenmesi ve uygulanması noktasında sektörlerimize rehberlik ederek, yeşil dönüşüm sürecinde kritik bir sorumluluk üstlenecek. Bununla beraber ALO TİM bünyesinde Yeşil Hattı devreye alıyoruz. Firmalarımız sektör bazında yeşil dönüşümle ilgili soruların cevaplarını, TİM ve Birlik çatısı altındaki uzman ekiplerimizden alacak. Sanayicilerimizi, üreticilerimizi, tedarikçilerimizi ve ihracatçılarımızı; doğayı ve çevreyi önceleyen bir üretim anlayışına davet ediyorum. Çocuklarımıza, gelecek nesillerimize bırakacağımız en büyük miras, temiz bir dünya, temiz bir atmosfer. Bu hepimizin boynunun borcudur." dedi.





**AHMET ÖKSÜZ**

İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı

## “SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RİSK DEĞİL, FIRSATTIR”

“TİM öncülüğündeki ‘Tekstil Sektörü Sürdürülebilirlik Eylem Planı’ ile birçok konuda bakanlıklarla iş birliğinde somut projelere imza atacağız. Sürdürülebilirliği bir risk değil; dönüşüm süreci olarak görmeli ve fırsat olarak değerlendirmeliyiz. Hedeflerimiz ancak kamu-özel sektör iş birliği ortak vizyonu ile başarıya ulaşabilir. Tarım ve Orman Bakanlığı ile organik pamuk üretiminin teşvik edilmesi için prim fark desteğinin artırılması ve üretim alanlarının fazlalaştırılması için çalışmalar gerçekleştiriyoruz. Ticaret Bakanlığı ile sektörümüzün sürdürülebilirlik politikaları üzerinde ayrı bir destek mekanizması oluşturması için girişimlerde bulunuyoruz. Ham madde

niteliğine sahip geri dönüştürülmüş tekstil ürünlerinin ithalatındaki zorluk, sektörümüzün yaklaşımıyla uyumuyor. Sektörümüzün sıfır atık yaklaşımı ve sürdürülebilirlik vizyonu çerçevesinde geri dönüştürülmek üzere kullanılmış giyim ürünleri ithalatının, iç piyasa dinamiklerini bozmayacak şekilde Ticaret Bakanlığı’nın denetimi ve kontrolüyle kolaylaştırılması gerekiyor.”

“SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK OLGUSUNU, **BİR RİSK DEĞİL; DÖNÜŞÜM SÜRECİ** OLARAK GÖRMELİ VE FIRSAT GİBİ DEĞERLENDİRMELİYİZ.”



**ZEKİ KIVANÇ**

TİM Sektörler Konseyi Tekstil ve Hammaddeleri Sektör Başkanı

## “ÇEVREYE DUYARLI ÜRETİM TERCİH DEĞİL, ZORUNLULUKTUR”

“SADECE ABD VE AVRUPA BİRLİĞİ DEĞİL, DÜNYANIN NEREDEYSE TAMAMINA YAKINI **İKLİM DEĞİŞİKLİĞİNİN OLUMSUZ ETKİLERİNE KARŞI** TOPYEKÜN BİR MÜCADELENİN HAZIRLIĞI İÇİNDE.”

vam edecek. Döngüsel ekonomi, kaynak verimliliği, dijital dönüşüm, karbon ayak izi gibi meseleler; önümüzdeki dönemde en çok konuşacağımız konuların başında gelecek. Bugün gelinen noktada sadece ABD ve Avrupa Birliği değil, dünyanın neredeyse tamamına yakını iklim değişikliğinin olumsuz etkilerine karşı topyekün bir mücadelenin hazırlığı içinde. Çevreye duyarlı sürdürülebilir üretim Türkiye ve dünya için bir tercih değil, bir zorunluluktur. Türkiye sanayisinin daha temiz üretim yöntemi ve faydaları konusunda teknik kapasitesinin geliştirilmesi ve farkındalık düzeyinin artırılması için Tekstil Sektörü Sürdürülebilirlik Eylem Planı büyük önem taşımaktadır.”

“Tekstil ve hazır giyim sektörü üretim ve iş gücü açısından dünyadaki en büyük ve en önemli endüstrilerin başında yer alıyor. Sürekli gelişen fonksiyonları ve giderek artan farklı kullanım alanlarıyla gelecekte de insan hayatı için önemini korumaya de-



**AHMET FİKRET KİLECI**

Güneydoğu Anadolu Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Başkanı

## “BU DÖNÜŞÜM BİR FIRSATTIR”

“Tekstil gibi ihracatçı sektörlerin, AB ihracatında karbon engeline takılma riski bulunuyor. Bu sektörlerin karbonsuzlaşması, rekabet düzeyini korumamız açısından yüksek önemdedir. Türkiye’nin karbon yoğunluğu düşük bir üretim modeline geçmesi ve ekonomisini şekillendirmesi gerekir. Dönüşüm bir zorunluluk değil, sürdürülebilir kalkınma için bir fırsattır. ‘Avrupa Yeşil Mutabakatı’ çerçevesinde verilecek fon fırsattandır yararlanılarak, bu alandaki Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerine ivme kazandırılabilir. Bizler üreticiler ve ihracatçılar olarak sürdürülebilir düzenin hayata geçirilmesi noktasında baş aktörler konumundayız. Bu anlamda, konuyu oldukça önemsiyor ve reel sektö-

“BİZLER **ÜRETİCİLER VE İHRACATÇILAR OLARAK** SÜRDÜRÜLEBİLİR DÜZENİN HAYATA GEÇİRİLMESİ NOKTASINDA BAŞ AKTÖRLER KONUMUNDAYIZ.”

rün temsilcileri olarak üzerimize düşenleri yapacağımızı özellikle belirtmek istiyorum. Eylem planı çerçevesinde oluşturulacak yol haritası, ihracatçımızla hayat bulacaktır. TİM başta olmak üzere, tekstil sektörü özelinde başlatılan sürdürülebilirlik eylem planında emeği geçenlere teşekkür ediyorum.”



SULTAN TEPE

TİM Kadın Konseyi Başkan Yardımcısı ve Tekstil Sektörü Sürdürülebilirlik Komite Başkanı

## “PLANLARIMIZI ADIM ADIM DEVREYE ALACAĞIZ”

“Tekstil Sektörü Sürdürülebilirlik Eylem Planı'nı hayata geçirmek üzere Sürdürülebilirlik Platformu oluşturulacak. Platformda, alt komiteler kurulacak. Sürdürülebilir ham madde girişimlerinin teşvik edilmesi ve Ar-Ge çalışmalarının gerçekleştirilmesi sağlanacak ve üretimde sertifikalı materyallerin kullanımı ve bu kaynakların gelişimine yönelik teşvik çalışmaları yürütülecek. Organik pamuk üretiminin daha fazla teşvik edilmesi için çalışmalar gerçekleştirilecek. Sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi başlığında ise tekstil tedarik zincirinde izlenebilirliği desteklemek ve şeffaflığı kolaylaştırmak amacıyla uluslararası paydaşlarla projeler geliştirilecek. Tekstil atıklarının toplanması, ayrıştırılması, geri kazanımı ve dönüştürülmesi

“ORGANİK PAMUK ÜRETİMİNİN DAHA FAZLA TEŞVİK EDİLMESİ İÇİN ÇALIŞMALAR GERÇEKLEŞTİRİLECEK.”

sağlanacak; yerel yönetimler ve markalar ile iş birliği çalışmaları planlanacak. Tekstil Geri Dönüşüm Merkezi Projesi'nin hayata geçirilecek. Karbon emisyonunu azaltmaya yönelik yol haritası hazırlanacak. Boyahane ve diğer işletmelerde su ve enerji tüketiminin asgariye indirilmesi için finansal kaynak yaratmak üzere girişimlerde bulunulacak. İş sağlığı ve güvenliği risklerinin en aza indirilmesi, kadın çalışan istihdam oranının artırılması için projeler geliştirilecek.”



FATİH BİLİCİ

İTHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı

## “TÜRKİYE MARKASINA, İHRACATINA VE KATMA DEĞERİNE KATKI SAĞLANACAK”

“ULUSAL VE GLOBAL FON KAYNAKLI PROJELER GERÇEKLEŞTİRMEK EN ÖNEMLİ ÖNCELİKLERİMİZ ARASINDA YER ALIYOR. BÖYLELİKLE SEKTÖRÜMÜZÜN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VİZYONUNU ARTIRMAYI, KÜRESEL İHRACATTA DAHA ÜST BASAMAKLARA ULAŞMAYI HEDEFLİYORUZ.”

“Eylem planı kapsamında sektörümüzün sürdürülebilirlik alanındaki örnek çalışmalarını tabana yaymak; sektörümüzü sıfır atık, enerji tüketimi ve döngüsel ekonomi alanında bilinçlendirmek; sürdürülebilir bir gelecek inşa eden Türk tekstil sektörünün marka algısını dünya çapında yükseltmek; ulusal ve global fon kaynaklı projeler gerçekleştirmek en önemli önceliklerimiz arasında yer alıyor. Böylelikle sektörümüzün sürdürülebilirlik vizyonunu artırmayı, küresel ihracatta daha üst basamaklara ulaşmayı hedefliyoruz.”



TURAN GÖKSAN

Ege Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçı Birliği Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı

## “SEKTÖRÜMÜZ REKABETÇİ AVANTAJINI ARTIRACAK”

“Türk tekstil sektörü, ekonomide önemli katma değer sağlayan sektörlerden biridir. İhracatımızı artırmak için yıllardır pek çok çalışmaya imza attık. Türk tekstil sektörünün küresel sistemde yerini koruması ve daha üst sıralara çıkması için dünyadaki gelişmelere kolay uyum gösteren, şeffaf ve dünyamızın geleceğine karşı sorumluluk hisseden üretim ve satış süreçlerine sahip olmaları ve bu dönüşüme uygun hareket etmeleri büyük önem taşıyor. Eylem planıyla birlikte sektörümüz sürdürülebilirlik konusunda projeler geliştirerek rekabetçi avantajını artıracak ve üretimi gelecek kuşaklara taşıyabilme fırsatı bulacak.”

“EYLEM PLANIYLA BİRLİKTE SEKTÖRÜMÜZ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KONUSUNDA PROJELER GELİŞTİREREK REKABETÇİ AVANTAJINI ARTIRACAK VE ÜRETİMİ GELECEK KUŞAKLARA TAŞIYABİLME FIRSATI BULACAK.”

BORSA İSTANBUL'DAN

# 3 ALTIN

Borsa İstanbul Spot Altın Endeksi, Altın Tahvil Endeksi ve Altına Dayalı Kira Sertifikası Endeksi ile yeni yatırım ürünleri sunarak piyasalara derinlik katıyor.

## BIST SPOT ALTIN ENDEKSİ

ULUSLARARASI PİYASALARDA OLUŞAN USD/ONS CİNSİ SPOT ALTIN FİYATLARININ TL/GRAM FİYATINA ÇEVİRİLMESİYLE HESAPLANACAK.

## BIST ALTINA DAYALI KİRA SERTİFİKASI ENDEKSİ

BORSA İSTANBUL BORÇLANMA ARAÇLARI PİYASASI'NDA (BAP) İŞLEM GÖREN, GRAM ALTIN CİNSİNDEN İHRAÇ EDİLMİŞ ALTINA DAYALI KİRA SERTİFİKALARININ AYNI GÜN VALÖRLÜ FİYATLARINDAN HESAPLANACAK.

## BIST ALTIN TAHVİLİ ENDEKSİ

BORSA İSTANBUL BORÇLANMA ARAÇLARI PİYASASI'NDA (BAP) İŞLEM GÖREN, GRAM ALTIN CİNSİNDEN İHRAÇ EDİLMİŞ ALTIN TAHVİLLERİNİN AYNI GÜN VALÖRLÜ FİYATLARINDAN HESAPLANACAK.

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

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



BORSA  
İSTANBUL



# TİM İklim Sohbetleri ile farkındalığı artıracak

*Türkiye'yi geleceğe güvenle taşıyacak projeler üreten Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), 'İklim Sohbetleri' serisine başladı. İklim farkındalığının artmasının amaçlandığı programın ilkinde, AB Türkiye Delegasyonu Başkanı Büyükelçi Nikolaus Meyer-Landrut katıldı.*

**T**ürkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), Sürdürülebilirlik Eylem Planı çerçevesinde 'İklim Sohbetleri' serisinin ilkinde TİM Başkanı İsmail Gülle; AB Türkiye Delegasyonu Başkanı Büyükelçi Nikolaus Meyer-Landrut ve İstanbul Bilgi Üniversitesi DTÖ Kürsüsü Profesörü Dr. Pinar Artıran'ı ağırladı.

## AVRUPA İKLİM AĞI'NA ÜYELİK ÇALIŞMALAR TAMAMLANDI

Avrupa İklim Ağı'na üyelik için gerekli çalışmaların tamamlandığını ve olumlu sonuçların beklendiğini konuşmasında dile getiren İsmail Gülle; "İPA 3 Sürdürülebilir Endüstri Dönüşümü Kilit Sektörlerin Desteklenmesi Projesi'ni Avrupa Komisyonumuza ilettik. Bu projemiz, Türkiye'den seçilen dört ulusal projeden biri oldu. COSME Programı 'Avrupa Hafif Sanayisinde İnovasyon ve Teknoloji' çağrısı çerçevesinde ihracatçılarımızın dijital, teknolojik ve yeşil dönüşüm adımlarını hızlandıracak. TİM Sürdürülebilirlik Eylem Planı'ndaki ana hedeflerin en önemli çıktısı olarak, 'Sektörel Dijital Ürün Pasaportu Uygulamaları'nın IoT ve Blockchain teknolojisi ile yaygınlaştırılmasını sağlayacağız. Tüm bu çalışmalarımızla birlikte, Ufuk Avrupa programlarına ihracatçılarımızın farkındalığını artırmak için yoğun bir çaba gösteriyoruz. AB Başkanlığı ile TÜBİTAK iş birliğinde, TİM ve 13 İhracatçı Birliğimizden seçilen 35'in üzerinde proje uzmanımız, üç gün süren Ufuk Programı'nda proje hazırlık eğitimlerini tamamladı. Böylece AB'nin 95,5 milyar dolar ayırdığı en yüksek bütçeli Ar-Ge ve



yenilik programı olan Ufuk Avrupa programına daha fazla ihracatçımızın katılımını teşvik edeceğiz. Yeni İklim Yasası ile AB'nin 2030 yılında emisyon azaltma hedefini yüzde 55'e yükseltme; 2050'de ise 'karbon nötr kıta olma' hedefini takip ediyoruz. Diğer taraftan AB'nin Sanayi, Tarladan Sofraya, Biyoçeşitlilik, Hidrojen ve Enerji Sistemi Entegrasyonu, Yenileme Dalgası, Tekstil, Kimyasallar stratejileri de radarımızda." dedi.

## "TİM, GÜÇLÜ BİR DÖNÜŞÜM AJANDASI OLUŞTURMUŞ"

AB Türkiye Delegasyonu Başkanı Büyükelçi Nikolaus Meyer-Landrut ise karbon sektörüne vurgu yaptı: "Bizler 2050 yılında ilk karbondan arındırılmış kıta olmak istiyoruz. 2030 yılına kadar karbon gazı emisyonunu en az yüzde 55 oranında azaltmayı hedefliyoruz. İklim politikasına uyum gerekiyor, bu süreçten kaçınmayız. Türkiye hükümetinin de şu an yaptığı bazı tedbirler var. Sanayideki yeşil dönüşümü destekliyorlar. Avrupa Birliği Konseyi Başkanı Charles

Michel'in geçen nisan ayındaki Ankara ziyaretinde AB, Türkiye için yeni bir kamu ve özel açılım yaptı. Bu da yeşile ve dönüşüme odaklandı. Gümrük Birliği modernizasyonuna ek olarak burada iklim değişikliğiyle savaşmak için yüksek seviyede diyalog önerildi ve bu diyalogun üzerinde Türk ortaklarımızla birlikte çalışmaya başladık. Bu konular ekonomik ilişkilerimizin bir parçası olacak ve ekonomimizin daha iyi entegrasyona da katkı sağlayacak. Yeşil Dönüşüm süreci entegrasyon için fırsat olarak kabul edilmeli. Yeşil ürünler üretenler gelecekte piyasa liderleri olacak. Türk iş insanlarına bu konuda güveniyoruz, tıpkı TİM gibi burada güçlü bir dönüşüm ajandası oluşturmuşlar." şeklinde konuştu.

*TİM İklim Sohbetleri'ne AB Türkiye Delegasyonu Başkanı Büyükelçi Nikolaus Meyer-Landrut katıldı. Toplantıda karbon sektörüne vurgu yaptı*

# İhracatçının yeni yol arkadaşı Maximiles TİM İhracatçı Kart

Türkiye İhracatçılar Meclisi ile işbirliği kapsamında ihracatçılara sunulan ilk ve tek kredi kartı olan Maximiles TİM İhracatçı Kart, hem alışverişlerde hem de Türkiye İş Bankası aracılığı ile gerçekleşen ihracatlar üzerinden mil kazandırıyor. Üstelik rezervasyon ve yurtdışı çıkış harcı gibi konularda da birçok avantaj sağlıyor.



Kredi kartı talepleri için son karar Banka tarafından verilecektir. Banka, kart talebini reddetme veya kefil ve teminat talep etme hakkına sahiptir.  
Ayrıntılı bilgi: [isbank.com.tr](http://isbank.com.tr) | Şubelerimiz





# İş dünyasında kadınların gücünü artıracak iş birliği

*Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Kadın Konseyi ile Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği (MÜSİAD) Kadın Komitesi arasında, ikili ilişkileri geliştirmek amacıyla iş birliği protokolü (MoU) imzalandı.*



İş dünyasında temsil edilen kadın sayısının artması, kadın girişimcilerin iş hayatına entegrasyonunun sağlanması amacıyla TİM bünyesinde oluşturulan TİM Kadın Konseyi, MÜSİAD Kadın Komitesi ile ikili ilişkileri geliştirmek için iş birliğine gitti. Düzenlenen protokol törenine TİM Başkanı İsmail Gülle ve MÜSİAD Genel Başkanı Abdurrahman Kaan ile tarafların üyeleri katıldı. Ortak çalışma alanlarında ve çalışanlar arasında ilişkilerin geliştirilmesini amaçlayan iş birliği protokolü, TİM Kadın Konseyi Başkan Yardımcısı Melisa Tokgöz Mutlu ile MÜSİAD Kadın Komitesi Başkanı Müge Öz tarafından imzalandı.

## “KADIN DAYANIŞMASI, MİLLİ DAYANIŞMA RUHUMUZLA ÖRTÜŞÜYOR”

TİM Kadın Konseyi Başkan Yardımcısı Melisa Tokgöz Mutlu konuşmasında; “TİM Kadın Konseyi, 2018 yılında TİM Başkanı İsmail Gülle'nin önderliğinde; toplumun her kesiminin ihracatta etkin rol alması vizyonu ile kuruldu. Konsey olarak bu süreçte giderek

büyüdü; her geçen gün farklı alanlarda projelerle ‘İhracatta biz de varız’ dedik. TİM Women Export Talks’ları, fiziki ve sanal ticaret heyetleri düzenledik. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın eşi Emine Erdoğan’ın öncülüğünde İhracatta Sıfır Atık Projesi’ni hayata geçirdik. TİM Kadın Sürdürülebilirlik Raporu’nu kamuoyuyla paylaşarak, yarınlara sorumlucağımızı yerine getirdik. Farklı sivil toplum kuruluşlarıyla güçlerimizi birleştirmenin, beraber değerli projelere imza atmanın, ihracatımızın ve iş dünyamızın geleceği adına büyük önem arz ettiğini biliyoruz. Çünkü bizler, sivil toplum bazında kadın dayanışmasının, milli dayanışma ruhumuzla ve milli hedeflerimizle örtüştüğüne inanıyoruz. Bugün imzaladığımız protokolle beraber, inşallah bundan sonra daha da güçlü olacağız.” şeklinde konuştu.

## “KURUMLARIMIZ ARASINDAKİ İŞ BİRLİĞİ DAHA DA GÜÇLENECEK”

İmzalanan anlaşmanın kurumlar arasında var olan iş birliğini daha da güçlendirerek, kadınların iş

dünyası ve dış ticaretteki etkinliğinin artması yönünde önemli bir adım olacağını aktaran MÜSİAD Kadın Komitesi Başkanı Müge Öz ise bu uğurda çalışmaların ve projelerin olgunlaştırıldığını söyledi.

## PROTOKOL NELERİ KAPSİYOR?

Protokolle birlikte, iş birliği projeleri kapsamında gerçekleştirilecek yurt içi ve yurt dışı faaliyetlerinde iki kuruluşun birbirine destek sağlayacağını dile getiren TİM Başkanı İsmail Gülle; “İki kuruluş, yurt dışında gerçekleşen etkinlikler çerçevesinde pazar araştırmaları, ticari fuar ve sergilerle ticari heyet organizasyonlarında üyelerine duyurular yapacak; katılımlarını teşvik edecek. Bununla birlikte eğitimler, seminerler, Ortak Avrupa Birliği projeleri, ticari heyet ziyaretleri ve ikili görüşmeler konularında TİM Kadın Konseyimiz ve MÜSİAD Kadın Komitesi, anlamlı bir iş birliği kültürü geliştirecek.” ifadelerini kullandı.

# Türkiye ile Hong Kong arasında ticari ilişkiler artıyor

*Türkiye ile Hong Kong arasındaki ticari ilişkilerin geliştiğine dikkat çeken Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle; "Hong Kong'a ihracatımız 2011 yılında 426 milyon dolarken son 10 yılda yüzde 92 arttı. Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı 47'nci pazar olan Hong Kong'a geçen yıl 818 milyon dolar ihracat yaptık." dedi.*

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), Hong Kong'a yönelik katılımcı firmalara yeni iş birlikleri ve satışlar için fırsatlar doğuracak; ihracat rakamlarını artıracak Sanal Ticaret Heyeti programı düzenledi. Ticaret Bakanlığı koordinasyonunda TİM organizasyonu ile gerçekleştirilen programın açılışı; Türkiye'nin Hong Kong Başkonsolosu Ahmet Peyami Kalyoncu ve TİM Başkanı İsmail Gülle tarafından yapıldı. Hong Kong'un, modern küresel ticaretin doğduğu coğrafyalardan biri olarak öne çıktığını dile getiren TİM Başkanı İsmail Gülle; "Hong Kong, 7,5 milyon nüfusa sahip olmasına rağmen dış ticaret hacmi sıralamasında pek çok ülkeye kıyasla üst sıralarda yer almaktadır. 2020 yılında, 573 milyar 61 milyon dolar ithalat ile dünyanın en büyük altıncı ithalatçısı olan Hong Kong, 551 milyar 515 milyon ihracat ile ihracatta da altıncı sıradadır. Bu noktada, toplam 1,1 trilyon dolarlık bir dış ticaret hacminin altını çizmek istiyorum." dedi.



## Türk savunma sanayii, bayrağımızı 169 ülkede dalgalandırdı

*Türk savunma ve havacılık sektörü son yıllarda ürettiği yüksek teknoloji ürünleriyle ve sistemleriyle dünyanın gözdesi oldu. İnsansız hava araçları da dâhil milli imkânlarla üretilen ürünlerin ihracatında bu yıl önemli artışlar yaşanırken, yılın ilk yarısında sektör yüzde 45 artışla 1 milyar 341 milyon dolarlık ihracata imza attı.*

Türkiye'nin savunma ve havacılık sanayii sektöründeki ihracat performansını değerlendiren TİM Başkanı İsmail Gülle, yüksek teknolojlili ürünlerin ihraç edilmesi ve Türkiye'ye kattığı prestij ile ülkenin yüz akı sektörlerinden biri olduğunu dile getirdi.

Sektör, ilk altı ayda Türk bayrağını aralarında ABD, Çin, Fransa ve Rusya'nın da olduğu 169 ülkede dalgalandırma başarısı gösterdi. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle; "Ülkemiz



ihracatta büyük atılımlar yapan, savunma ve havacılıktaki başarıları başta olmak üzere teknolojiyi artık sadece kullanan değil; onu üretebilen, modernize edebilen ve ihraç edebilen bir ülke konumundadır. Son 10 yılda sektörün ihracatı yüzde 224 arttı. Artışta İHA ve SİHA'ların payı büyük. Rakamlar

bize sektörün 2035 yılında ihracatını yüzde 425 artırarak 11 milyar dolar seviyesine rahatlıkla getirebileceğini söylüyor." dedi.



DR. CAN FUAT GÜRLESEL

## Dördüncü dalga ihracatı nasıl etkiler?

**B**üyük açılma beklentileri ve K tipi toparlanmadan V tipi toparlanmaya geçiş ile 2021 yılının ilk yarısında dünya ticaretinde önemli bir genişleme yaşandı. İlk ve ikinci çeyreklerde mal ticareti 5 trilyon dolar üzerine çıktı. Yılın ikinci yarısına ilişkin iyimser beklentiler ile ihracat siparişleri devam ederken yılın üçüncü ve dördüncü çeyreklerinde 5,0 trilyon doların da üzerinde dünya mal ihracatı tahminleri yapıldı. Temmuz ayında da yüksek ticaretin sürdüğü görülüyor. Ancak dünya genelinde ortaya çıkan salgında dördüncü dalga beklentileri ile ekonomiler ve ihracat için de endişeler oluşmaya başladı.

Öncelikle dünya genelinde olası dördüncü dalganın iktisadi ve sosyal faaliyetler üzerindeki sınırlayıcı etkisi ilk dalgalar kadar olmayacaktır. Nitekim dünya genelinde ve özellikle gelişmiş ülkelerde önemli bir aşılama oranına ulaşıldı. Salgında yeni dalganın daha çok aşı olmayanlar arasında yaygın olacağı ön görülüyor. Bu nedenle ilk üç dalgada olduğu gibi tam kapatma önlemlerine gerek kalmayabilir. Önlemler daha çok aşı olmayanlara yönelik uygulanacak gibi... İktisadi ve sosyal faaliyetler devam edecek ancak aşı olmayanlara kısıtlamalar getirilebilir. Muhtemelen sonbaharda bu yönde uygulamalar başlayabilir.

Dördüncü dalganın arttığı ve aşı olmayanlara yönelik kısıtlamalar uygulandığı varsayımı altında dünya mal ticaretinde etkiler de muhtemelen daha sınırlı olacak. Dünya mal ticaretinde şu anda üçüncü çeyreğe yönelik siparişler alındı, üretimler ve yüklemeler devam ediyor. Bu itibarla üçüncü çeyrekte dünya mal ticareti olası dördüncü dalgaya rağmen yüksek gerçekleşebilir. Ancak dördüncü dalga kuvvetlenerek yaşanırsa muhtemelen yılın son çeyreğinde ihracatta büyüme yavaşlayacak ancak bir daralma

olmayacak.

Yılın ikinci yarısında sürececek olan aşılama zorunlu uygulamaların genişlemesi ve aşı olmayanlara yönelik olarak uygulanacak kısıtlamalar, olası dördüncü dalganın etkisini ve süresini de azaltabilir. Bu nedenle önümüzdeki aylarda kamu otoritelerinin aşı karşıtlığı ile yoğun bir mücadelesi de olacaktır. Gelişen ülkelerde aşılama olanaklarının artırılması da en azından 2022'ye girişte rahatlatıcı olması bekleniyor.

Son aylarda küresel ölçekte yaşanan hızlı fiyat artışları ve yüksek enflasyon ise dördüncü dalga endişelerinin bir ölçüde gölgesinde kalmış gibi duruyor. Ancak küresel ölçekte fiyat artışları yılın ikinci yarısında da sürecektir. Salgında kuvvetli bir dördüncü dalga yaşanması hâlinde dahi yüksek maliyetler önümüzdeki aylarda fiyatlara yansımaya devam edecek. Bu nedenle enflasyon riski sürecektir ve buna karşı özellikle ABD Merkez Bankası FED'in ağustos veya eylül ayında parasal genişlemenin sona erdirilmesine yönelik bir takvim açıklaması olasılığı da artıyor.

Türkiye'nin ihracatı da olası bir kuvvetli dördüncü dalgadan sınırlı ölçüde etkilenecek. Sonbahar aylarına yönelik siparişler zaten alındı. Etki ihracat artışının son bir, iki ay içinde yavaşlaması şeklinde olacak. Bu beklentilerimizin altındaki temel varsayım ise ihracat pazarlarımızda kuvvetli bir dördüncü dalga yaşansa dahi tam kapatmalara gidilmeyeceği ve aşı olanlar için iktisadi ve sosyal faaliyetleri sürdürme olanağı sağlanacağıdır. Diğer yandan dördüncü dalganın Asya gibi rakip ülkelerde çok daha sıkıntılı yaşanması, Türkiye için ihracatta avantaj sağlayacak. Bu avantajı kullanmanın yegâne yolu ise içeride salgının kontrol altına alınması olacaktır.

**Yılın ikinci yarısında sürececek olan aşılama zorunlu uygulamaların genişlemesi ve aşı olmayanlara yönelik olarak uygulanacak kısıtlamalar, olası dördüncü dalganın etkisini ve süresini de azaltabilir.**





**MERIT ENERGY**  
solar systems

Yarınlarımız için bizim de adım atmamız gerekiyor.  
Kurduğumuz tesisler artık elektriğe para ödemiyor.

Türkiye'nin her yerindeyiz!

**ELEKTRİĞİNİZ GÜNEŞ'TEN**

**KALİTE İÇİN BİZİ SEÇİN**

0 (232) 504 86 35



meritenerji



meritenerji

www.meritenerji.com



**PROF. DR. EMRE ALK N**

## “Big Mac yerken aklınıza bunlar gelir mi?”

**B**ig Mac ile ilk tanışmam 1986 yılında oldu. Sonra Double Cheese favorim oldu. Ancak Big Mac sadece hızlı yemek yemenin değil, farklı hesaplamaların da konusu hâline geldi. The Economist dergisi ülke para birimlerinin değerlerini belirlemek amacıyla 1986 yılından beri Big Mac Endeksi'ni yayınlıyor. 'Satın alma gücü paritesi' olarak bilinen teoriye dayanan bu yaklaşım benzer ürünlerin fiyatlarını kıyaslayan bir yöntem. Elbette McDonalds restoranlarının bulunduğu ülkeler için geçerli. Aslında olmayan ülkeleri söylemek daha kolay:

- İzlanda'da 2009'dan beri McDonald's bulunmuyor. Zimbabve, Bermuda, Makedonya, Gana, Bolivya ve Kuzey Kore'de bulunmuyor. Dolayısıyla bu ölümü 'niş' olarak kabul etmek imk nsiz. Ancak bazı iktisat lar; “Yoksul ülkelerde işçilik daha düşük, Big Mac'in ucuz olmasının paranın değeriyle ilgisi yok.” diyorlar. Haklı olabilirler.
- Endekse geri dönersek: McDonalds'ın bütün dünyadaki restoranlarında satılan ürünü Big Mac'in farklı ülkelerdeki fiyatlarından yola çıkararak hazırlanan listesine göre Türk Lirası yüzde 58,7 değersiz olduğu tespit edilmiş. Aslında bu sonuç, Merkez Bankası'nın reel efektif kur verisiyle uyumlu. Merkez Bankası tarafından satın alma gücüne göre hazırlanan reel efektif kur endeksi de, haziran ayında yüzde 59,7'ye inmişti. Demek ki, bir haklılık payı var.

The Economist dergisinin endeksine 2021 yılı verisine göre Big Mac'in en ucuz olduğu ülke ise bu yıl Lübnan olmuş. Ciddi ekonomik sıkıntılar içindeki Lübnan'ın para birimi Big Mac Endeksi'ne göre dolara göre yüzde 70,2 değersiz durumda.

İhracatta rekabet için paralarının değerini bilerek düşük tutan Asya  lkelerinin de ise durum şu: Big Mac

Çin'de Amerika'daki fiyatının yüzde 38,8'i, Hong Kong'da yüzde 52,2'si, Hindistan'da yüzde 54,9, Endonezya'da yüzde 58,5'in altında. Türkiye'deki Big Mac değeri bu ülkelerin de altında.

Norveçte Big Mac, Amerika'dan yüzde 11,5 daha pahalı. İsviçre'de ise bu oran yüzde 24,7 civarında. Bir dolar 0,92 İsviçre Frangı değerinde olduğuna göre Big Mac'in İsviçre'deki fiyatı iki ülke parasının değer farkından çok daha yukarıda diyebiliriz. Bu da bazı ekonomistlerin 'ucuz-pahalı işçilik' kuramını doğrular nitelikte.

### EN PAHALI BIG MAC NEREDE?

şimdi şaşırtıcı olan tarafa gelelim: Big Mac'in Norveç ve İsviçre'den de pahalı olduğu  lke Venezuela. Venezuela'da Big Mac, Amerika'ya göre yüzde 47,7 daha pahalı. Peki Venezuela parası ABD dolarından g c l  m ? Tabii ki değil. Sebebini anlatayım. Venezuela'da resmi ve karaborsa olmak üzere iki ayrı piyasa var. Resmi kura bakarsak Venezuela parası, ABD dolarından pahalı ancak karaborsa da durum aynı değil.

Yine de Big Mac Endeksi'nin ge eklerden çok uzak bir yaklaşım olmadığını söyleyebilirim. Sanıyorum 12 yıldır McDonald's gibi restoranlarda yemek yemediğim için Türkiye'deki ve farklı ülkelerdeki Big Mac fiyat farklarını takip edemiyorum.

Ancak rahmetli Erdoğan Hoca ile 1980'lerin sonu ve 1990'larda değişik ülkelerde bulunurken eğlenerek yaptığımız bir karşılaştırmaydık. Her seferinde yurt dışında Big Mac yemek için ne kadar fazla TL harcadığımızı keşfederek, fakirleşmemizi ya da zenginleşmemizi bu şekilde takip edebiliyorduk.

Big Mac fiyatlarından bir t me varım yapmak çok sağlıklı olmasa da, ülkelerin para birimleri ve hayat şartları konusunda bize bir fikir verdiğini kabul etmemiz gerekiyor.

**“Venezuela'da Big Mac, Amerika'ya göre yüzde 47,7 daha pahalı. Peki Venezuela parası ABD dolarından g c l  m ?”**

Connecting Global Competence



Messe München

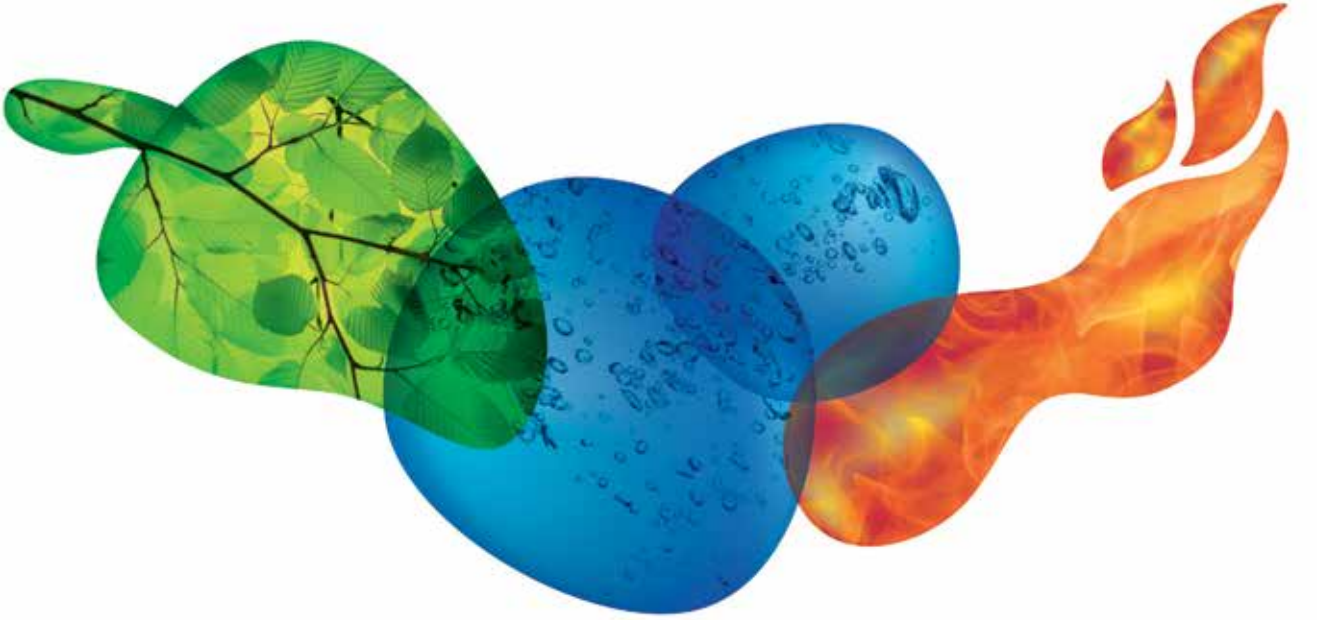
# IFAT Eurasia

Avrasya'nın Lider Çevre Teknolojileri Fuarı

Eurasia's Leading Trade Fair for Environmental Technologies

21-23 Ekim 2021

İstanbul Fuar Merkezi, Hol 5-6



Organizasyon

**MMI Eurasia Fuarcılık**

[www.ifat-eurasia.com](http://www.ifat-eurasia.com)

**IFAT**  
Eurasia

**BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TOBB  
(TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ) DENETİMİNDE DÜZENLENMEKTEDİR.**



NG KURUCU BAŞKANI

# NAFİ GÜRAL

İŞ DÜNYASININ MARKA İSMİ

**KÜTAHYA'DA** iş hayatının ilk basamaklarını ağaç sanayi ile şekillendirdikten sonra bugün porselen denildiğinde akla gelen ilk isimdir Nafi Güral... Hem Türkiye hem de dünyada aranan marka hâline gelen NG şirketlerinin kurucusu; bugün porselen sofraya eşyası üretiminden, seramik yer ve duvar karolarına; endüstriyel mineral üretime ve turizme kadar farklı alanlarda yaklaşık 4 bin 500'ü aşkın kişiyi istihdam ediyor.

**Türkiye'nin ilk kez dünyaya açılmaya başladığı dönemde NG Kütahya markasına hayat verdiniz. Üstelik Kütahya Porselen'in yüzde 95 civarındaki hissesi bankalara aitken... Bugün için de azim ve çok çalışmak sizce yeterli mi?**

Hayatımız boyunca başarıya ulaşmak için azimli olmak, inanmak ve çalışmak tabii ki çok önemli oldu. Bunların yanı sıra her ortamda ihtiyaçları erken fark etmek, kendine güvenerek başarmayı istemek, fırsatlar yaratmak, uygun çözümler sunmak, kaldırılabilecek kadar risk almak, planlı olmak, ayaklarını yere basarak zirvelere odaklanmak işin en önemli sırlarındandır. Aile içindeki eğitim, sevgi, saygı, bağlılık, çalışkanlık, sosyal ve ticari ortamlardaki itibarın maksimum seviyede olmasının da çok önemli olduğunu düşünüyorum.

**NG Kütahya markasının ilk yıllarında, bu noktaya kadar gelip büyüyeceğini düşünüyor muydunuz?**

Bir şeyi yapmayı arzu etmek ve onun için gayret sarf etmek çok önemli. Bu sadece iş değil, eğitim, spor, aile hayatı için de geçerli. Biz Kütahya'da doğup, dünyayı takip ederek; kendimizi sürekli geliştirerek ve sadece Türkiye'ye değil, dünyaya açılan bir markanın yaratıcıları olmayı başardık. Çünkü bunu

hayal ettik ve halen de hep yeni projeler geliştirerek geleceğe bakıyoruz.

## **"İLK İHRACATIMIZ HÜSRANDI"**

Bugün dünyanın birçok ülkesine ihracat yapan NG Kurucu Başkanı Nafi Güral, ilk ihracatını 1970'li yıllarda gerçekleştirmiş. O günkü tecrübesini şu cümlelerle anlattı: "İlk ihracatımızı kerestecilik yaptığımız 1970'li yıllarda Libya'ya, orada inşaat işleri yapan Türk firmasına yaptık. İhracat nedir, nasıl yapılır bilmediğimiz için çok bocaladık, neyse ki malımızı alan Türk firması diğer



BİR MARKAYI OLUŞTURMAK, ONU YILLARCA EMEK VEREREK BÜYÜTMEK, DÜNYAYA AÇMAK VE SONRASINDA ONU DÜNYADA ARANAN MARKA HÂLINE GETİREBİLMEK TAKDİR EDERSİNİZ Kİ BAŞKA BİR TECRÜBE GEREKTİRİYOR... BU ANLAMDA İŞ DÜNYASININ EN SAYGIN İSİMLERİNDEN NG KURUCU BAŞKANI NAFİ GÜRAL'A KONUK OLDUK.



ihtiyaçlarının tedarikçisi firmalara olduğu gibi bize de yol gösterdi ve ihracat gerçekleşti. Ancak ne yazık ki, gemi çok çeşitli malların dengesiz yüklenmesi nedeniyle alabora oldu, kerestelerimiz denize döküldü. Yani ilk ihracat tecrübemiz hüsrarla sonuçlandı. 1983 yılında ihracatçı sermaye şirketleri devreye girdi ve bana göre çok önemli hizmetleri oldu. Firmalar ihracat yapmayı öğrendi, günümüzde her firma kendi ekibini kurdu, bugün için herhangi bir firma rahatlıkla malını ihraç edebiliyor.”

**Bugün Türkiye'nin lider, dünyanın sayılı üreticilerinden oldunuz. Geriye dönüp baktığınızda bu başarı çok yorucu olmadı mı?**

İlk günkü şevkimle çalışmaya devam ediyorum. 1961'de çalışma hayatıma başladığımda 16 yaşındaydım. O gün bugündür çalışma hayatının içindeyim. Durmadan çalışmak, üretmek, fayda sağlamak bana enerji veriyor ve aslında ben çalışırken dinleniyorum. O yüzden de hiç yorulmadım.

**‘Tarih tekrardan ibarettir’ denir, sizce öyle mi? Bugünkü yöneticiler ve o dönemler arasında herhangi bir fark yok mu?**

Geçmişte yaşananlardan dersler almak elbette çok önemli. Ama iş hayatında kurallar ve yollar zaman içinde değişiyor. O yüzden tekrar ediyor, diyemem. Çalışma modelleri,

müşteri talepleri ve gençlerin iş hayatından beklentileri her gün değişiyor. Bu çok doğal, önemli olan ise yöneticilerin bu değişimleri iyi gözlemleyebilmeleri, adapte olabilmeleri ve geçmişin tecrübeleri ile bugünün şartlarını birleştirerek yeni yol haritaları çizebilmeleri... İyi yönetilmeyen pek çok marka zaman içinde yok oldu, kendini sürekli geliştirebilenler ise var olmaya devam ediyor.

**Ticaret hayatında büyük değişim ve dönüşümler yaşıyor. Müşterinin memnuniyeti, daima yenilikçi bir vizyona sahip olmak, markalaşmak, sürdürülebilirlik... Adeta kuşak değıştikçe ticari işletmeler de kendini yeniliyor. Bu değışimi nasıl yorumluyorsunuz?**

Son olarak dünyayı etkisi altına alan Covid salgını ile kurumlar bu dönüşümün ve sürdürülebilirliğin kapsayıcı bir perspektifle ele alınması gerektiğini bir kez daha gördü. Biz NG ailesi olarak tüm üretim ve yatırımlarımızda monoton bir modelle değil, yenilenmeye adapte olarak süreçlerimizi yönetiyoruz. Değişime uyum sağlamak kadar yeri geldiğinde değişime öncü olmak için de elimizden geleni yapıyoruz.

**Peki, sizce yeni liderlerin olumsuz ya da yanlış yaptığı hamleler olmuyor mu?**

Her insan hata yapabilir. Önemli olan bunları fark etmek, eleştirilere kulak tıkamamak, artıların ve eksilerin farkında olmak ve gelişmek için sürekli emek vermek. Bu soruya ters köşesinden yanıt vermek isterim aslında. Bence eşitlik ve adalet kavramından uzaklaşmayan liderler, her zaman başarıya daha yakınlar. Bence bu vizyonla çalışan ve gençlere örnek olmayı başaran yöneticiler en doğru hamleleri yapıyorlar.

**Pandemi süreci sizin için bir mola oldu mu?**

Çalışmayı çok seviyorum. Evde olduğumda da hiç boş durmam, sabahları 5 buçuk, 6 gibi kalkarım. Gün içinde okur, araştırmalar yaparım, düşüncelerimi yazarım. Biz pandemide de çalışmalarımızı, yatırımlarımızı sürdürdük.

**İş hayatınızda geriye dönüp baktığınızda iyikileriniz mutlaka vardır ama hiç keşke dediğiniz oldu mu?**

İş hayatından ziyade hayatımdaki tek



keşke olarak üniversite eğitimi alamayışımı görüyorum. Erkek Sanat Enstitüsü'nü 1961 yılında bitirdiğimde, o günlerin şartlarında babam bana "Oğlum, beraber çalışmak zorundayız, seni üniversiteye göndermeyeceğim." dedi. Kararını kabul etmekten başka seçeneğim yoktu. Bu eksiğimi kendimi yetiştirerek kapatmaya çalıştım, sanırım başarılı da oldum. İçimde ukde kalan üniversite hayalimi, üniversiteli gençlere Nafi Güral Eğitim Vakfı aracılığı ile burs temin ederek günümüzde yaşatmaya çalışıyorum.

## "UMUDA VE İNANMAYA İHTİYACIMIZ VAR"

Nafi Güral'ın iş hayatında yasaklı kelimeleri var. Örneğin kriz' kelimesi yerine 'ekonomik türbülans'ı tercih ediyor. Nedeni ise şu şekilde anlatıyor: "Sorunlar yerine isteklere ve yapılabileceklerle odaklanmak, kötümser bir bakış açısı yerine gerçekleri göz ardı etmeden pozitif tarafları görmek hem sizin hem de çalışanlarımızın motivasyonunu artırıyor. Günlük hayatımızda da iş hayatımızda da umuda ve inanmaya ihtiyacımız var."

**Meslek örgütleri noktasında sektörünüzü temsil ederek bugüne kadar Türkiye ekonomisine çokça katkı sağladınız. Bunu hiç siyasete girerek sürdürmeyi düşünmediniz mi?**

Bu öneri çevremden sıkça geliyor ama bunu tercih etmedim. Siyaset sahada olmayı gerektiriyor. Ben işimin başında olarak, üreterek, çalışarak, farkındalık yaratacak projeler geliştirerek ülkem için çalışmaktan memnunum.

**Siz rahmetli babanız Ali Bey'den çok şey öğrendiğinizi ifade ediyorsunuz. Fakat bu noktada biz de basında çokça çocuklarımızın da sizden pek çok şeyi öğrendiğini ve sizi rol model aldığına şahit oluyoruz. Bu muazzam bir duygu olsa gerek... Neler söylemek istersiniz?**

Bu gurur verici sözleriniz için teşekkür ederim. Rahmetli babamdan hayata bakış ve iş hayatı anlamında çok şey öğrendim ve zaman içinde gördüm ki paylaşılmayan bilginin değeri olmuyor. Ben de tecrübelerimi çocuklarıma, profesyonellere ve çevremdekilere aktarmak için elimden gelen her şeyi yapıyorum. Paylaşarak,



anlatarak, dinleyerek, geri bildirimlerde bulunarak onlara katkı sağlayabiliyorsam ne mutlu bana... Ben de onlardan birçok şey öğreniyorum.

**"YARINI DÜŞÜNEN MARKA KAZANIR"**

"Marka yaratmak bir açıdan çok kolay gibi görünse de çok ciddi planlamalar gerektiriyor." diyerek markalaşma hakkında ip uçları veren NG Kurucu Başkanı Nafi Güral; "Markayı uzun yıllar devam ettirebilmek ve sürdürülebilir kılmak için insana önem vererek üretmenin, ihtiyaçları iyi gözlemlenmenin önemi çok büyük. Kültür kaynaklarını, doğayı, insanı görmezden gelerek sadece kârlı satış için yapılan yatırımlar yerine insanı, doğayı, gelecek nesilleri ve yarını düşünen markalar daha kalıcı olmayı başaracaklardır."

**Sizce kendi sektörünüzdeki ihracat birim değeri nasıl yükseltilebilir?**

Bizim sektörümüz yoğun emek, enerji ve sermaye isteyen bir sektör. Maalesef günümüz şartlarında geçerli olan yükte hafif, pahada ağır sıfatına uygun değil; aksine yükte ağır, pahada ağır sıfatı ile örtüşüyor. Katma değerli ürün üretimi ile Türkiye'nin uluslararası pazarda daha rekabetçi olması sağlanabilir. Biz de Ar-Ge ve inovasyona yaptığımız yatırımlarla katma değerli ürün noktasında önemli bir yerde bulunuyoruz ve bu alandaki çalışmalarımızı her gün büyütüyoruz.

## "İHRACATÇILAR TİM ÇATISI ALTINDA BULUŞTU"

"Bizim yurt dışındaki önemli merkezlerde temsilciliklerimiz olduğu gibi fuarlardan ve e-ticaret sitelerinden yeni yeni müşterilerimiz oluşuyor. İhracatımız her geçen gün artıyor." Diyen NG Kurucu Başkanı Nafi Güral, ihracat yapmanın artık daha kolay olduğunu şu sözlerle aktardı: "Şirketlerimizin bulunduğu sektöre göre üretimimizin yüzde 35, 45 bandında ihracatı yapılıyor. İhracat günümüzde sıradan işler haline geldi. İhracatçılar, TİM çatısı altında organize oldu, bir anlamda çok önemli güç oluştu. Ülke ihracatımızın her geçen yıl artmasında bu gücün desteğinin önemli olduğunu düşünüyorum."

## İHRACAT AİLESİ

‘DÜNYAYI TÜKETMEDEN,  
DÜNYA İÇİN ÜRETİYOR’

Türkiye’yi geleceğe güvenle taşıyacak projelere imza atan Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), ‘Dünyayı tüketmeden, dünya için üretiyoruz’ sloganıyla devreye aldığı sürdürülebilirlik hareketini başlattı. 12 hedef doğrultusunda oluşturulan TİM Sürdürülebilirlik Eylem Planı çerçevesinde sektör temsilcileri harekete geçti.



İhracatı sürdürülebilir bir zemine bağlayan ihracat ailesi, TİM Sürdürülebilirlik Eylem Planı ile sürdürülebilir dış ticaret fazlası vermeye odaklandı. Bu kapsamda geçen aylarda basın lansmanı düzenleyerek sektör paydaşlarına eylem planını duyuran TİM Başkanı İsmail Gülle; “Türkiye’nin en önde gelen sürdürülebilir faaliyeti ihracattır.” diyerek hedeflere vurgu yaptı.

## “HER ALANDA SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜRKİYE”

TİM Sürdürülebilirlik Eylem Planı’nın ana hedefleri ve yol haritası; Türkiye’yi markalaştırarak ihracat ailesini 'Her Alanda Sürdürülebilir Türkiye' hedefine ulaştıracak. Çalışmaların sonucunda dünyayı tüketmeden, dünya için üreten Türkiye; hem sürdürülebilir kalkınma modeliyle ihracatla yükselecek hem de çevreye değer veren herkesin bir numaralı tercihi hâline gelecek.



### **TİM SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK EYLEM PLANI'NDAKİ 12 ANA HEDEF**

TİM Sürdürülebilirlik Eylem Planı'nda 12 ana hedef bulunuyor. Bu hedefler kapsamında TİM, ihracatçıların kalıcı bir başarı sağlamasına destek oluyor. TİM Sanayide Sürdürülebilirlik Bilim Kurulu, İhracatta Sıfır Atık Seferberliği, Dijital Mentorlük ve Eğitim Programları,

Kurumsal Karbon Ayak İzi Çalışmaları, Sanayide Döngüsellik ve İleri Kazanım, İleri Arıtma Teknolojileri, Sürdürülebilir Tedarik Zinciri Yönetimi, Standardizasyon Uygulamaları, Sertifikasyon Uygulamaları, Yenilenebilir Enerji Kaynakları, Sürdürülebilir Ekonomik Büyüme ve İstihdam, Dijital Ürün Pasaportu ve İzlenebilirlik ise belirlenen hedeflerin ana başlıkları arasında yer alıyor.



01

### TİM Sanayide Sürdürülebilirlik Bilim Kurulu

#### CUMHURBAŞKANI RECEP TAYYİP ERDOĞAN'IN LİDERLİĞİNDE HAYATA GEÇİRİLEN EYLEM PLANI DOĞRULTUSUNDA, TİM'İN OLUŞTURACAĞI KURUL İLE SEKTÖRLERİN İLERLEME SÜRECİNİN TAKİPÇİSİ OLUNACAK.



- Sürdürülebilir İhracat Stratejisi, Sektörel Eylem Planı ve Kamu İstişare Mekanizması sağlanacak.
- Her ana sektörden sektör temsilcisi, finansçı, ekonomist, lojistik, pazarlama ve döngüsel ekonomi alanında yetkin kişilerden Bilim Kurulu oluşturulacak.
- TİM Sanayide Sürdürülebilirlik Bilim Kurulu'na bağlı Sektör Kurulları yapılandırılacak. Üç ayda bir 'Değerlendirme Toplantıları' gerçekleştirilecek.
- Performans değerlendirmesi yapılacak ve yıllık 'Sürdürülebilirlik Raporu' yayımlanacak.

02

### İhracatta Sıfır Atık Seferberliği

#### CUMHURBAŞKANI RECEP TAYYİP ERDOĞAN'IN EŞİ EMİNE ERDOĞAN HİMAYESİNDE GERÇEKLEŞTİRİLEN 'SIFIR ATIK PROJESİ', İHRACATTAKİ HER SEKTÖRE TAŞINACAK.



- BM'nin Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları, Türkiye'nin 11. Kalkınma Planı ve Bakanlıkların ilgili Eylem Planları doğrultusunda; işletmelerin atık envanterinin oluşturulması ve ortak bir platformda birleştirilmesi, değerlendirilmesi, oluşturulacak envanter doğrultusunda firmalara teknik envanter sağlanmasına liderlik edilecek.
- Atıkların minimize edilmesi, atıktan enerji elde edilmesi ve ihracatçılar için atık yönetimi iş modeli geliştirilmesine ilişkin mentorluk hizmeti verilecek.
- Sanayi bölgelerinde ortaya çıkan sanayi atıkları değerlendirilecek.

03

### Dijital Mentorluk ve Eğitim Programları

#### 'EKOLOJİK İHRACAT AKADEMİSİ' ÇALIŞMALAR BAŞLATILACAK. SÖZ KONUSU ÇALIŞMALARLA DAİR ALT BAŞLIKLAR ŞU ŞEKİLDE ŞEKİLLENECEK:



- İklim değişikliği ve AYM odaklı TİM Dijital Mentorluk Programı.
- TİM Bölgesel Sürdürülebilir İhracat Seferberliği Eğitim Programı.
- İklim değişikliği, döngüsel ekonomi, karbon ayak izi sorumluluk faaliyetleri.
- İçerikleri sektöre özgü kurgulanan, akademik disipline ve denetim mekanizmasına sahip ülke saatinde yaygın eğitim ve webinar'lar.
- BM'nin sürdürülebilir kalkınma amaçlarından 'İnsana Yakışır İş ve Ekonomik Büyüme' odağında tecrübe, deneyim ve iyi uygulama örnekleri paylaşımı.
- Sektörlerin yurt dışı tanıtım filmleri.

04

### Kurumsal Karbon Ayak İzi Çalışmaları

#### ŞİRKETLERİN KURUMSAL KARBON AYAK İZİNİ BİLİMSEL YÖNTEMLERLE ÖLÇMESİ TEŞVİK EDİLECEK.



- 'İPA 3 Sürdürülebilir Endüstri Dönüşümü Kilit Sektörlerin Desteklenmesi Projesi' verildi. Projenin sürdürülebilir programa dönüşümü sağlanacak.
- Emisyon Ticaret Sistemi'nin (ETS) üst sınırının sektörel büyüme oranları dikkate alınarak belirlenecek. ETS'de, AB örneğinde olduğu gibi sanayi kuruluşlarına emisyon azaltımında esneklik sağlayan denkleştirme 'Karbon Dengeleme (Offset)' kapsamının açık bir şekilde kurulmasına öncülük edilecek.



#### CUMHURBAŞKANI ERDOĞAN'DAN 'YEŞİL MUTABAKAT EYLEM PLANI' GENELGESİ

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, Ticaret Bakanlığı tarafından hazırlanan 'Yeşil Mutabakat Eylem Planı'na ilişkin genelge yayımlayarak, eylem planının uygulanmasını takip etmek ve gerekli koordinasyonu sağlamak üzere Yeşil Mutabakat Çalışma Grubu oluşturulduğunu duyurdu. Resmi Gazete'de yer alan Cumhurbaşkanlığı genelgesinde Erdoğan, Birleşmiş Milletler çatısı altında Türkiye'nin de dâhil olduğu 193 üye ülkenin oy birliği ile yürürlüğe giren '2030 Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi'nin, yoksulluğa son verilerek refahın artırılmasının yanı sıra iklim değişikliği ile küresel mücadeleyi ekonomik ve sosyal açıdan kapsayıcı bir kalkınma modelinin ayrılmaz parçası hâline getirmeyi öngördüğünü belirtti.

# 05

## Sanayide Döngüsellik ve İleri Kazanım

### SIFIR ATIK VE GERİ KAZANIM KONULARINDA SEKTÖREL EĞİTİMLER YAYGINLAŞTIRILACAK VE GEREKLİ İYİLEŞTİRME ÇALIŞMALARI YAPILACAK.

- Döngüsellik ve ileri kazanım ekonomi odağı ile üretim malzemelerini tekrar dönüştürme, atık materyalleri sisteme entegre etme, materyalleri tekrar kullanma, üretim içi atıkları ile kullanım ömrünü tamamlamış tüm malzemenin geri kazanımı ve ileri dönüşümüne yönelik eğitim ve farkındalık çalışmaları hızla devam edecek.
- Üniversitelerle ortak çalışmalar yapılarak, müfredat içerikleri oluşturulup odaklı eğitimler yaygınlaştırılacak.



# 06

## İleri Arıtma Teknolojileri

### SANAYİ VE TEKNOLOJİ BAKANLIĞI'NIN 'ÖNCELİKLİ YATIRIMLAR MEVZUATINA UYUMLAŞTIRILMA' ÇALIŞMALARI YAPILACAK.

- İleri biyolojik arıtma ve membran filtrasyonu gibi güncel teknolojilerle arıtma tesislerinin tasarımına ve mevcut tesislerde yine ileri teknolojiler ile revizyon arıtma kapasitesini ve kalitesini artırmaya yönelik uygulamalar geliştirilecek.
- İlgili sektörlerde kimyasallarla birlikte yoğun su tüketiminin en aza indirilmesi adına tekniklerin geliştirilmesi, teşviklerle desteklenmesi ve mevzuatlar çerçevesinde denetlenmesi yapılacaktır.
- Sanayi tesislerinde atık suların yeniden tesis içinde kullanımı, mevcut su soğutma çevrim sistemlerinin, enerji ve su tasarrufu sağlayan yeni teknolojilerin transferi için arıtım ve ileri arıtım yatırımlarının desteklenmesi için çalışmalar yapılacaktır.



# 07

## Sürdürülebilir Tedarik Zinciri Yönetimi

### ÇEVRE VE ŞEHİRCİLİK BAKANLIĞI TARAFINDAN UYGULANAN ENTEGRE ÇEVRE BİLGİ SİSTEMİ'NİN (EÇBS) YAYGINLAŞTIRILMASININ TAKİPÇİSİ OLUNACAK.

- Bakanlıkların stratejik planları, AB'nin 2030 ve 2050 karbon emisyon hedefleri ile uyumlu insana, çevreye, doğaya duyarlı, sorumlu üretim ve tüketimi hedefleyen tedarik zincirine yönelik koordineli sektörel çalışmalar planlanacaktır.
- Üretim ve tüketimin sinerjik bir şekilde döngüsellığe doğru ilerlemesi sağlanacak şekilde değer zincirindeki tüm aktörlerin davranış kalıplarını, düşünme ve çalışma şekillerini değiştirmeleri amacıyla farkındalık çalışmaları yapılacaktır.



# 08

## Standardizasyon Uygulamaları

### DÜNYA STANDARTLARINDA ÜRETİM YAPILYOR, İHRAÇ EDİYOR. BU NOKTADA SEKTÖREL İHTİYAÇLAR BELİRLENEREK KONUNUN TAKİPÇİSİ OLUNACAK.

- Sektör kurullarında ihracat sektörlerinin güncel uluslararası standartlara uygun çalışma yapmaları ve finansmana erişimleri kolaylaştırılacaktır.
- Uluslararası standardizasyon ve sertifikasyon (tehlikeli kimyasalların sızdırma- ZDHC gibi) uygulamalar takip edilecek ve yaygınlaştırılacaktır.
- Sera gazı emisyonlarının ölçülmesi, doğrulanması ve raporlanması için şirket ve bağımsız denetim kurullarının teşvik edilmesi, desteklenmesi, ödül sistemlerinin geliştirilmesi, dünyadaki benchmark çalışmaları incelenecek. Performansını ortalamanın üzerine çıkaran sektöre ek teşvik verilmesi için öncülük yapılacaktır.



## “İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ VE ÇEVRE KONUSU SÜREKLİ GÜNDEMDE KALMALI”

TİM Kadın Konseyi'nin öncülüğünde 'Dünyayı tüketmeden, dünya için üretiyoruz' sloganıyla hayat bulan TİM Sürdürülebilirlik Eylem Planı'nın önemine değinen TİM Başkanı İsmail Güllü; "Başarıyı sürdürülebilir kılmak ve dış ticaret fazlası verdiğimiz ülke sayısını artırmak elimizde. Ancak iklim değişikliği ve çevre konusunu sürekli gündemde tutmamız gerekiyor. Çünkü iklim değişikliği, artık gelecek nesillerin değil; bugün, doğrudan bizlerin sorunu hâline geldi. 2018 yılında görevi devraldığımızdan bu yana dış ticaret fazlası verdiğimiz Avrupa Birliği'nin ısrarla karbon nötr kıta olma hedefini dile getirmesi, ihracatımız için oldukça önemli bir gelişmedir. TİM ve ihracatçı birliklerimizle sürecin başarıyla tamamlanabilmesi adına var gücümüzle çalışıyoruz. Çalışmalarımıza yol göstermesi amacıyla TİM tarihinde ilk kez İklim Değişikliği Komitesi ve TİM Kadın Konseyi bünyesinde 'Sürdürülebilirlik ve İklim' başlıklarında alt çalışma komiteleri oluşturduk. Enerji Yoğun, Kaynak Yoğun ve Tarım Sektörü ana gruplandırması ile üç farklı tarihte 'TİM Avrupa Yeşil Mutabakatı Farkındalık Toplantıları' düzenledik. İhracatçı birlikleri bünyesinde görev yapan personelimizin iklim değişikliği konusunda yeterliliğini artırmak amacıyla Boğaziçi Üniversitesi İklim Değişikliği ve Politikaları Uygulama ve Araştırma Merkezi iş birliğinde 'İklim Değişikliği ve AB Yeşil Düzen Eğitimi' düzenledik." dedi.



09

## Sertifikasyon Uygulamaları

**PAMUK (ÖZELLİKLE ORGANİK TÜRK PAMUĞU) ÜRETİMİNİ TEŞVİK EDEN EKS 310 ORGANİK TÜRK PAMUĞU SERTİFİKASYON STANDARDI BENZERİ ÖRNEK UYGULAMALAR, DİĞER İLGİLİ SEKTÖRLERDE YAYGINLAŞTIRILACAK.**

- Türk Standartları Enstitüsü başta olmak üzere Ticaret Bakanlığı, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı ve Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın sertifikasyon çalışmaları ihracatçı sektörlerle entegre edilecek.
- Döngüsel Ekonomi Eylem Planı, Sürdürülebilir Ürün Politikası çerçevesinde endüstri öncülüğünde 'Endüstriyel Simbiyoz Raporlama ve Sertifikasyon Sistemi'nin, 'Karbonsuzlaştırmanın Sertifikalanması' konusundaki regülasyonların takipçisi olacaktır.

10

## Yenilenebilir Enerji Kaynakları

**YEK-G GİBİ UYGULAMALARIN TAKİPÇİSİ OLUNACAK.**

- Yenilenebilir Enerji Kaynak Garanti Sistemi (YEK-G) için sertifikasyon süreçleri uluslararası geçerliliği olacak şekilde teşvik edilecek.
- Yenilenebilir Enerji Kaynakları kullanılarak üretilen elektriği kullanan üreticilerinin ek desteklerden yararlanabilmesi ve yağmur suyu toplama sistemini kuran, arıtılan suyu iç tüketimde kullanan-ana şebekeye veren firmaların teşvik edilmesi için ilgili mevzuatın geliştirilmesi sağlanacak. 'Döngüsel Ekonomi Eylem Planı' ve 'Avrupa Yeşil Mutabakatı' odağındaki AB fonlarından ihracatçıların yararlanmasına katkı sağlanacak.
- Çelik sektöründe olduğu gibi karbon yoğun kaynaklar yerine hidrojen kullanımına yönelik çalışmalara hız verilmesine önderlik edilecek.

11

## Sürdürülebilir Ekonomik Büyüme ve İstihdam

**SÜRDÜRÜLEBİLİR EKONOMİK BÜYÜME VE İSTİHDAM**

- İşletmelerde yetkilendirilmiş kurumsal ve tedarik zinciri sürdürülebilirliği birimlerinin oluşturulması teşvik edilecek.
- Üretim faaliyetlerine insana yakışır istihdamın, girişimciliğin, yenilikçiliğin ve sürdürülebilir kalkınma odaklı politikaların desteklediği ekonomik büyüme sağlanacak.

12

## Dijital Ürün Pasaportu ve İzlenebilirlik

**DİJİTAL ÜRÜN PASAPORTU VE İZLENEBİLİRLİK**

- Sektörel Dijital Ürün Pasaportu uygulamalarının IoT ve Blockchain teknolojisi ile yaygınlaştırılması adına teşvik alanları yaratılması için öncülük yapılacak.
- Finansal ihtiyacın giderilmesi için Eximbank ve diğer yurt içi teşvik mekanizmaları ile uluslararası finansman kaynakları güçlendirilecek.
- Yazılım ve donanım desteği sağlayan firmaların da banka ve diğer finansal kurumlar tarafından bakım, kiralama gibi giderlerinin kredilendirilmesinin önü açılacak.
- Sürdürülebilir ve Endüstri 4.0 kombinasyonu ile on hedefin çıktısı olarak, dünyada Türk ürünlerinin öncü nitelikte olmasını sağlayacak.
- Kaliteli, katma değerli ihracat hedefiyle sanayide dijital dönüşüm desteklenecek.

'DÜNYAYI TÜKETMEDEN, DÜNYA İÇİN ÜRETİYORUZ' SLOGANIYLA DEVREYE ALINAN **TİM SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK EYLEM PLANI** 12 MADDEDEN OLUŞUYOR.







MERIT ENERGY  
solar systems



**Siz hala elektriğe para mı ödüyorsunuz?  
Kurduğumuz tesisler artık elektriğe para ödemiyor.**

**ÇATILAR GÜNEŞ'LENİYOR**

**KALİTE İÇİN BİZİ SEÇİN**

0 (232) 504 86 35

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



GÜRALLAR GRUP YÖNETİM KURULU BAŞKAN VEKİLİ ESİN GÜRAL ARGAT

# KÜTAHYA'DAN NEW YORK'A

Dünyanın en büyük beşinci cam üreticisi Güralların, Kütahya fabrikasında üretilen ürünler tam 140 ülkeye ihraç ediliyor. Madison Caddesi'nde mağaza açan grup, Amerikan sofralarındaki yerini büyütüyor.

RÖPORTAJ:  
SONGÜL HATIRISU

**G**ürallar, Anadolu'nun bozkırı Kütahya'da yaptıkları sofracılık yatırımlarıyla dünyanın en büyük beşinci kapasitesine sahip oyuncu konumuna yükselmiş bir grup. Günde 2 milyon adede ulaşan geniş ürün çeşitliliği ile kadehlerden saklama kaplarına, sürahilerden meşrubat bardaklarına kadar her türlü cam ürününü üretiyorlar. Dünyanın kâse gibi sofracılık üretimi ile Avrupa üreticileri arasında üçüncü sırada yer alıyorlar.

## Maldivler'de Joali

Hem cam ambalaj hem cam mutfak eşyası hem de turizm alanındalar. Cam ambalaj, markette kavanozda ya da şişede satılan ürünlerle evimize giriyor, dolayısıyla hijyen hassasiyeti en üst düzeyde. Sofra camında LAV markası, turizmde yurt içinde Alibey Hotels zinciri, Maldivler'de ise Joali markası ile hizmet veriyorlar.

Yeni ihracat planlarını konuştuğumuz Gürallar Grup Yönetim Kurulu Başkan Vekili Esin Güral Argat; "Çantam elimde Kamboçya'ya bile gittim. Fransa'dan, Uruguay'a kadar uzanan coğrafyada; dünyanın dört bir yanına bardak başta olmak üzere sofracılık ürünleri satıyoruz." diyor. Esin Güral Argat sorularımızı yanıtladı.

## Pandemi Cama İlgiyi Artırdı

**LAV, ekonomileri ve sektörleri sarsan pandemi etkisindeki 2020 yılını nasıl tamamladı?**

Marka olarak pandemi sürecinin başından itibaren planlamalarımızı yaparak tüm önlemlerimizi aldık. Üretime kesintisiz devam ettik. Maske ve sosyal mesafe kuralları için hassasiyetimiz ilk günden bu yana da devam ediyor. Üretim tesislerimizi





**ÇEVRE DOSTU ÜRETİM**

**Tüketiciler açısından cam ürünlere olan talebi değerlendir misiniz? Dünyadaki trendler bu sektör ve LAV için neler vaat ediyor?**

Pandemi dolayısıyla cam, tüketiciler tarafından daha önemli hâle geldi. Artan sağlık ve hijyen bilinciyle cam ürünlerine ilginin arttığı bir dönemdeyiz. Bu yüzden talebin arttığını söylememiz mümkün. Ayrıca kadehlerden saklama kaplarında, sürahilerden meşrubat bardaklarına kadar geniş ürün yelpazemiz, özgün, estetik ve şık koleksiyonlarımızla da her zaman ve her dönem tüketicilerimizden beğenisini kazanmayı başarıyoruz. Dünyanın en büyük cam üreticilerinden biri olarak üretim kalitemizi yükseltmeye devam ederken doğaya etkimizi de hesaplıyor ve gereken önlemleri alıyoruz. Çevreye karşı olan sorumluluğumuzun bilinciyle sektörün en az enerji ve su tüketen fabrikalarında çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Bu konular da özellikle son dönemlerde sektörümüz için çok öncelikli konular. Camın günümüzdeki sürdürülebilir, ekonomik, teknolojik ve bilimsel önemini vurgulamak için 2022'nin "Uluslararası Cam Yılı" ilan edilmesi sürecinde de birçok destekte bulduk.



ortak alanlardan çalışanlarımızın kullandığı servis araçlarına kadar her alanı düzenli olarak dezenfekte ediyoruz. Bu süreçte Türk Standartları Enstitüsü'nün hazırladığı Covid-19 Hijyen, Enfeksiyon Önleme ve Kontrol Kılavuzu çok önemli bir rehber oldu. Gerçekleştirilen denetimleri başarıyla geçerek Türk Standartları Enstitüsü (TSE) tarafından verilen ve uluslararası geçerliliğe sahip Covid-19 Güvenli Üretim Belgesi almaya hak kazandık. Pandemi dönemi satışlarımızı da artırmayı başardık. Pandemiyle birlikte artan sağlık ve hijyen bilinciyle cam ürünlere ilginin arttığı bir dönemdeyiz. Biz de her zaman olduğu gibi bu dönemde de camın sağlığını vurgulayarak farklı ihtiyaç ve zevklere göre geniş ürün yelpazesinde ürün geliştirmeye ve üretmeye devam edeceğiz.

**Markanızın dünya ve ülke pazarındaki payı nedir?**

Her yıl hedeflerimizi büyütürken, çalışmalarımızı genişleterek günde 2 milyon

adede ulaşan geniş ürün çeşitliliğimiz ile meşrubat, kadeh, kâse gibi sofraya camı üretimi ile dünya üreticileri arasında beşinci sırada yer alıyoruz. Türkiye'de de yüzde 30 pazar payımızla dünyadaki penetrasyonu güçlü, dünyadaki en genç cam markası olmamızın yanı sıra cam üreten en büyük iki şirketten biriyiz.

## 140 Ülkeye İhracat

**Yeni hedef pazarları var mı?**

Bugün dünyada 350 iş ortağı ve 200 bin satış noktasında 3 bin 500'den fazla ürün çeşidini raflarda tüketicilerle buluştururken 140'dan fazla ülkeye ihracat gerçekleştiriyoruz. Hem ülkemizde hem de globaldeki faaliyetlerimizi artırmak üzere çalışmalarımızı devam ediyor. T.C. Ticaret Bakanlığı'nın yürüttüğü Turquality programı kapsamında değerlendirilen markamızın hedef ülkesi olan Amerika Birleşik Devletleri'nde, New York'ta

**Gürallar Grup Yönetim Kurulu Başkan Vekili Esin Güral Argat;**  
 "Çantam elimde Kamboçya'ya bile gittim. Fransa'dan, Uruguay'a kadar uzanan coğrafyada; dünyanın dört bir yanına bardak başta olmak üzere sofraya camı ürünleri satıyoruz."

"ABD'nin en büyük online ev& mutfak alışveriş sitesi olan wayfair.com'da da boy göstermeye başladık. Bu durum marka olarak bilinirliğimizi ciddi oranda artırırken aynı zamanda ülkedeki satış kanallarımıza bir yenisini daha eklemiş oldu."



bulunan 41 Madison'da bir showroom ve satış pazarlama ofisi açarak Amerika pazarında da güçlenmeye başladık. Böylece Amerika'daki satış kanallarımızı da çeşitlendirerek Amerika pazarının önemli oyuncularında yerimizi almayı hedefliyoruz.

#### **LAV'ın ihracat pazarındaki rekabette güçlü ve öne çıkan yönleri nelerdir?**

Faaliyet gösterdiğimiz her pazarda pazar ve tüketici araştırmaları ışığında cam ev eşyasına yeni bir bakış açısı getirmeyi hedefliyoruz. Potansiyel iş ortaklarımıza trendleri yansıtan, yenilikçi tasarım ürünlerimizi sunmak bizim için büyük önem taşıyor. Faaliyet gösterdiğimiz her pazarda ihtiyaç ve tercihlere göre ürün geliştirerek tüketicileri LAV'ın yenilikçi dünyasıyla tanıştırmayı arzu ediyoruz. Global pazarda satış kanallarımızı çeşitlendirerek tüketicilerle daha fazla kanalla ulaşma gayretindeyiz. Bu da rekabette bizi öne çıkaran önemli yönlerden biri.

"Avrupa'da  
Güçleniyoruz"

#### **2021 ve önümüzdeki yıllara yönelik yatırım ya da büyüme hedeflerin nelerdir?**

Hedefimiz ABD'de önemli bir oyuncu hâline

gelmek. Tıpkı ABD pazarında yaptığımız yatırımlar gibi yeni yatırımlarla küresel pazardaki payımızı ve ihracat gücümüzü de artırmayı hedefliyoruz. 2021'de de çalışmalarımıza hız verdik. ABD ve Avrupa'da satış kanallarımızı artırıyoruz. Fiziksel bir showroom açmanın yanı sıra ABD'de online satış kanallarıyla da işlem hacmimizi yükseltmeyi başardık. Wayfair.com, Walmart, Amazon gibi uluslararası satış kanallarının yanı sıra lav.us web sitemizi de hayata geçirdik. Mart 2020'de lav-us.com web sitesinin açılışını gerçekleştirerek kendi web sitemiz üzerinden kendi satışlarımızı yapabilecek bir konuma ulaştık.

#### **Cam sanayinde Ar-Ge ve teknoloji yatırımları önemli. Teknopark çalışmaları hakkında bilgi verir misiniz?**

2001 yılında kurulan 'fabrika içinde fabrika' olarak nitelendirdiğimiz teknoparkta araştırma ve geliştirme faaliyetlerimizle kendi teknolojimizi kendi içimizde üreten dünyanın sayılı firmalarından biri hâline gelmeye başladık. İnovasyon odaklı teknopark, alanında kendi üretim teknolojisini oluşturan dünyadaki üç firmadan biri konumunda. Mevcut güncel cam üretim teknolojileri olan pres, pres üfleme, savurma, dekor gibi üretim teknolojilerinin yanı sıra; Teknopark bünyesinde projelendirilen, tasarlanan ve hayata geçirilen bazı makinelerle dünyada hiçbir firmada bulunmayan metotlar ile de üretim yapabiliyoruz.

SEKTÖR

# DERİ VE DERİ MAMULLERİ **İhracatı adım adım yükselişte**

DERİ VE DERİ MAMULLERİ SEKTÖRÜ,  
**PANDEMİNİN ETKİSİNE KARŞI  
VİTES YÜKSELTİ** VE ATAĞA GEÇTİ.  
SEKTÖR TEMSİLCİLERİ ÖNCE UÇUŞ  
KISITLAMALARININ AZALMASIYLA  
DIŞ PAZARDAKİ **İHRACAT  
PASTASINDAKİ PAYINI ARTIRDI**  
SONRA DA E-TİCARETE YÖNELEREK,  
**DİJİTALLEŞME YOLUNDA ADIM ATTI.**



**T**ürkiye ekonomisine 1970'li yıllar itibarıyla ihracatla katkı sağlayan deri ve deri mamulleri sektörü, sergilediği performansı ile bugün dünyanın önemli oyuncularında bulunuyor. Sektör; üretimi, altyapısı, teknolojisi ve ihracata yönelik aldığı aksiyonlarla adım adım büyümesini sürdürüyor. 2021 Haziran ayında 153 milyon dolar ihracata imza atan firmalar; 2020 yılı aynı ayına göre yüzde 51, 2019 yılının aynı ayına göre ise yüzde 75 ihracat artışı sağladı.

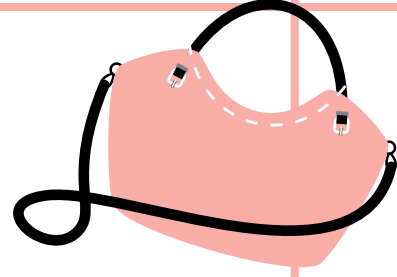
#### PERFORMANSINI ARTIRDI

Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) verilerine göre deri ve deri mamulleri sektörü ilk yarı performansını geçen seneyle karşılaştırıldığında yüzde 25,7 büyümeyle kapattı. 2020 yılının Ocak-Haziran döneminde 631 milyon dolar değerinde ihracata imza atan sektör temsilcileri; 2021'in ilk yarısında bu rakamı 793 milyon dolara yükseltti. Son 12 aylık performans değerlendirmesine bakıldığında ise 2019-2020 yılları içerisinde 1,46 milyar dolar bandındayken 2020-2021 yılları arasında 1,49 milyar dolar düzeyine çıktığı görülüyor.

#### HEDEF PAZARLAR DİKKAT ÇEKİYOR

Deri ve deri mamulleri sektörünün ihracat yaptığı ilk 10 ülke sıralamasında hem geçen sene kıyası hem de ilk yarı incelemesinde İngiltere ve İsrail dikkat çekiyor. Hedef pazar konusunda rotasını söz konusu ülkelere çeviren sektör temsilcileri haziran ayı kapsamında geçen seneyle oranla İngiltere'ye yüzde 136, ilk yarıda ise yüzde 61,2 oranında ihracatını arttırdı. Bununla beraber İsrail'e yönelik gerçekleşen ihracatta da haziran ayı kapsamında geçen seneyle oranla yüzde 108, ilk yarı ihracatında ise yüzde 58,9 artış yaşandı.

Sektörün ilk 10 ülke ihracatı sıralamasında ise birincilik koltuğunda Almanya var. Almanya'ya haziran ayı içerisinde 10,9 milyon dolar değerinde ihracat gerçekleşti. Almanya'yı ikinci sırada 14,5 milyon dolarla Rusya Federasyonu takip etti. Söz konusu sektörün üçüncü en büyük pazarı ise Irak oldu. Irak'a haziran ayı içerisinde 8,6 milyon dolar değerinde ihracata imza atılırken bu rakam ilk yarıda 42,4 milyon doları buldu. Deri ve deri mamulleri sektörünün ilk 10 ülke sıralamasında ise Irak'tan sonra sırasıyla



**MUSTAFA ŞENOCAK**

TİM Deri Sektörü Konsey Başkanı

### “İHRACAT HACMİMİZ ARTIYOR”

Türk deri ve deri mamulleri sektöründe hem TİM Deri Sektörü Konsey Başkanı hem de İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı olan Mustafa Şenocak sektörün büyüme ve atılım sürecinde olduğunu vurguladı: “Toplamda en büyük ihracat pazarımız olan AB ülkelerine yüzde 17 artışla 292 milyon dolar ihracat gerçekleştirdik.” diyor Şenocak; “2020 yılına göre Afrika ülkelerine ihracatımız yüzde 61 arttı. Alım gücü yüksek 38 ülkeden oluşan OECD ülkelerine de yüzde 47 pay ve yüzde 24 artışla 357 milyon dolar ihracat gerçekleştirdik.” dedi. Ürün bazında değerlendirmede bulunan Şenocak ayakkabı ihracatının artış eğiliminde olduğuna dikkat çekerek; “2021 Ocak-Haziran döneminde ayakkabı ihracatımız yüzde 21 artışla 507 milyon dolar ve mamul deri ihracatımız yüzde 45 artışla 118 milyon dolar oldu. Saraciye ihracatımız yüzde 37 artışla 105 milyon dolar, deri ve kürk giyim ihracatımız ise yüzde 18

artışla 62 milyon dolar olarak gerçekleşti. Ülkeler bazında 2021 Ocak-Haziran döneminde ayakkabıda İngiltere'ye ihracatımız yüzde 43 ve mamul deride Güney Kore'ye ihracatımız yüzde 51 arttı. Saraciyede Fransa'ya yüzde 52, deri ve kürk konfeksiyonda ise Rusya'ya ihracatımız ilk altı ayda yüzde 30 arttı.” dedi. İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Mustafa Şenocak, paylaştığı verilerin sonrasında yılın ikinci yarısı için tahminlerde bulundu: “Gündelik hayatın normale dönmesini umut ediyoruz.” diyor Şenocak; “Normalleşme süreci sonrasında, ihracat hedefimize ulaşmak için çalışmalarımızı aralıksız sürdürüyoruz. 25 Ocak'ta yayına aldığımız dijital B2B portalımız www.turkishleather.com'un da katkısıyla ihracat hacmimizi daha arttıracığımızı öngörüyoruz. Yıl sonunda 2019 yılındaki 1,7 milyar dolarlık ihracat rakamını aşacağımıza ve 2 milyar dolarlık hedefimize ulaşacağımıza inanıyoruz.” dedi.

İtalya, İspanya, İngiltere, Fransa, Romanya, İsrail ve ABD yer aldı.

#### EN FAZLA AYAKKABI İHRAÇ EDİLİYOR

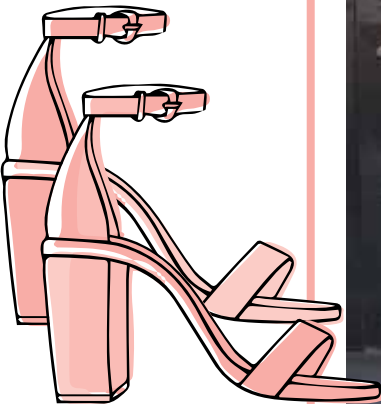
Deri ve deri mamulleri sektörü içerisinde Türkiye, yurt dışı piyasalarına en fazla 64'üncü fasılda yer alan ayakkabı ihraç ediyor. Ayakkabıda haziran ayında 85,3 milyon dolar değerinde ihracat gerçekleşirken yılın ilk yarısında bu rakam 420,4 milyon dolar bandına geldi. Türk deri sektörü içerisinde en fazla ihracatın gerçekleştiği ikinci ürün kalemi ise yarı işlenmiş, bitmiş deri ve işlenmiş kürk oldu. Söz konusu ürün grubunun ihracatı haziran ayında 24,9 milyon dolar değerinde gerçekleşti. Geçen seneye göre yüzde 80,5 büyümenin yaşandığı ürün grubunun ilk yarı performansı ise 117,9 milyon dolara yükseldi. Listenin üçüncü sırasında ise saraciye (bavul, çanta, cüzdan, kemer gibi) var. Saraciye ürün

grubundan haziran ayında 21,4 milyon dolar değerinde ihracat yapılırken, TİM verilerine göre bu rakam yılın ilk yarısında 104,7 milyon dolara yükseldi.

#### SEKTÖR DİJİTALLEŞİYOR

Yeni dünya düzenin dip dalgası dijitalleşmeyi her alanda uygulamaya alan deri ve deri mamulleri sektörü pandemi boyunca webinar, e-ticaret eğitimleri, hibrit fuarlar, dijital ticaret heyetleri, ihracatçıların dünyanın birçok ülkesinden alıcıyla iş bağlantısı kuracağı mobil aplikasyon gibi birçok projeyi ajandasına aldı. Bu konudaki son atak ise B2B portalı ile entegrasyon çalışmalarının tamamlanmasıyla gerçekleşti. B2B portala üye olmak isteyen firmalar <https://www.turkishleather.com/> uzantılı web sitesine kaydolarak pazardaki payını artırma yolunda ilerledi.

**DERİ VE DERİ MAMULLERİ SEKTÖRÜ İÇERİSİNDE TÜRKİYE, YURT DIŞI PİYASALARINA EN FAZLA AYAKKABI İHRAÇ EDİYOR. AYAKKABIDA HAZİRAN AYINDA 85,3 MİLYON DOLAR DEĞERİNDE İHRACAT GERÇEKLEŞİRKEN YILIN İLK YARISINDA BU RAKAM 420,4 MİLYON DOLAR BANDINA GELDİ.**





**ERKAN ZANDAR**

Ege Deri Ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği

## “HEM DİJİTALLEŞME HEM SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ÖN PLANDA”

Ege Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Erkan Zandar ise sektörde dijitalleşmenin önemine vurgu yaptı: “Biz dijitalleşmeyle ihracatımızı artıya taşıdık. Yapılmayarı yaparak, olmayarı başararak çok ciddi bir işe imza attık.” diyen Zandar birlik çatısı altında yapılan faaliyetleri şu şekilde özetledi: “Dijitalleşme faaliyetlerimize 31 Ağustos-4 Eylül 2020 tarihleri arasında Footwear Distributors and Retailers of America tarafından çevrimiçi ortamda düzenlenen Shoe Sustainability Summit-Ayakkabı Sürdürülebilirliği Zirvesi etkinliğine sponsor olarak devam ettik. Dünyada sürdürülebilirlik bilincinin önemini, dünyada ne ölçüde konuşulduğunun ön çalışmasını yaptık. Amerikan Ayakkabı Perakendecileri Birliği’nin yaptığı etkinliğin en büyük başlığı sürdürülebilirlik anlayıştı. Bunu ikinci kez düzenlediğimiz Shoedex’in de konu başlığı yaptık. Bu derneğin Başkan Yardımcılığını yapan kişilerle online seminerler düzenledik. Türkiye’deki deri sektörünün konuya bakış açısını paylaşmış olduk.” dedi. Zandar, sezonun ilk fiziksel fuarının İtalya ile başlayacağını sonraki ülkenin ise Almanya olacağını da paylaştı: “18-20 Temmuz 2021 tarihlerinde gerçekleşecek Expo Riva Schuh&Garda Bags Fuarları’na birliğimizin Milli Katılım Organizasyonu kapsamında 11 firmamız katılım gösterecek. Sezonun ilk fuarı olacak. 4-6 Eylül 2021 tarihlerinde Almanya’da gerçekleşecek ILM Offenbach Fuarı’nda birliğimizin info standı yer alacak. Ege Bölgesi’ndeki saraciye firmalarımızın orada bulunmasını sağlamak için bu girişimi başlattık. Leather&More Fuarı’nın yurt dışında tanıtımıyla ilgili çalışmalar yapacağız. Bir komite kurulacak. Deri konfeksiyon için yurt dışında hedef fuarlar belirleyip info stant ile çoklu olarak katılımlar sağlayacağız. Ayakkabı sektörü için önemi tartışılmayacak Expo Riva Fuar organizasyonunun Türkiye’deki tek partneri Ege İhracatçı Birlikleri’dir.”



**BURAK ÇELET**

Desa Yönetim Kurulu Üyesi

## “YÜZDE 100 KAPASİTEYLE ÇALIŞMAYA BAŞLADIK”

Dikey entegrasyonunu tamamlamış benzersiz bir iş modeline sahip olan Desa, yüksek kalitedeki ürünleriyle mevcut profilini güçlendirerek uluslararası prestijli bir marka olarak yoluna çalışmalarını sürdürüyor. Pandeminin etkilerine karşı öngörülerini Desa Yönetim Kurulu Üyesi Burak Çelet’ten öğrendik: “Dış pazarlar bir nebze daha toparlamaya başlasa da ilk çeyrekte önümüzde pek çok belirsizlikler vardı. Uzun bir kapanma yaşandı, seferler iptal oldu. Ancak ikinci çeyrekle beraber aşılama hızlı gittiği için ikinci yarı yılı çok kuvvetli geçirebileceğimizi düşünüyorum. Haziran ayı başı itibarıyla hafta sonlarının satışa açılması ve insanların ertelediği alışverişleri yapmaya başlaması sektöre hız kazandı. Özellikle valiz, seyahat malzemeleri ve çanta gibi

ürün gruplarında önemli bir zıplama yaşandı. Yılın ikinci yarısını 2019 ile kıyasladığımızda rakamsal bazda çok yukarılara çıkacağımızı görüyoruz. 2020 yılını ihracatta dolar bazında yüzde 45 yukarıda kapatacağımızı öngörüyoruz. Burada bizi en çok sevindiren şey iki ay evvel üretim kapasitemizin ne kadarını kullanacağımızı ve pek çok şeyi öngöremezken bugün üretim tarafında yüzde 100 kapasiteyle çalışmaya başlamamız oldu. Aralık sonuna kadar üretim kapasitemizi yurt dışında birlikte çalıştığımız markaların ve kendi markalarımızın üretimine ayırdık. Dünyada aşılamanın artmasından dolayı hava ve deniz yolu trafiğinin arttığını gözlemliyoruz. Rusya’nın Türkiye’yi tekrar uçulacak ülkeler listesine alması da bizim açımızdan son derece olumlu oldu.”





### MURAT ZAİM

Derimod Başkan  
Yardımcısı

## “MARKALI İHRACAT ÖNEMLİ”

Derimod, ikinci kuşağın 'icraat'ıyla pandemili 2020 yılını 450 milyon liralık ciroyla geride bıraktı. 2021'de ciroyu 650 milyon liraya yükseltmeyi hedefe koydu. Murat ve Ali Zaim, Sedef Orman'ın da desteğiyle Derimod'da çitayı yukarı taşımaya kararlı görünüyor. Firmada işlerin yüzde 65 ayakkabı ve çanta ürünleri üzerinden gerçekleştiğini ifade eden Derimod Başkan Yardımcısı Murat Zaim; "Yurtdışında şu anda 15 mağazamız var. Azerbaycan, Kosova, Ramallah (Filistin), Cezayir, Özbekistan, KKTC'deyiz. Özbekistan'da 4 mağazamız hizmet veriyor.

Mağaza açma tempomuz hızlı olmayacak. Ülkemizde sezonda bir, iki mağaza açacağız. Her yıl bir, iki yeni ülkeye girmeyi hedefleyeceğiz. Yurtdışında kısa vadede 25 mağazaya ulaşmayı düşünüyoruz. 2020'de online satışlarımız toplam cironun yüzde 20'sini buldu. 2023'te online satışın payının yüzde 25'e çıkmasını hedefliyoruz. Hedefimiz ilk aşamada ihracatı yüzde 10'a çıkarmak. E-ihracat ile Avrupa pazarına da uzanacağız. Ayakkabı sektörünün ortalama kilo başına ihracat geliri 6-7 dolar. Bizde markalı ihracatla kilo başına gelir 50 doları buluyor." dedi.



### MEHMET SEPİCİ

Sepici Yönetim Kurulu  
Başkanı

## “SIFIR KARBON HEDEFİMİZİ 2025 YILINDA HAYATA GEÇİRECEĞİZ”

Deri sektöründe 91 yıldır çalışmalarını sürdüren Sepici Deri, yönünü sürdürülebilir üretime çevirdi. 2025 yılında sıfır karbon hedefini hayata geçirmeye çalışan firmanın Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Sepici ile görüştük: "Sepiciler Deri Sanayi olarak bizler, kaynakları en etkin şekilde kullanarak uluslararası kalite standartlarında ürün ve hizmet sunarken, doğaya ve doğal kaynaklara saygılı çevre yönetim organizasyonu sürdürmeyi kurum kültürümüz olarak benimsedik. 91 yıllık birikimimiz ile üretim organizasyonumuzu ve insan kaynakları yönetimimizi Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma hedeflerini merkezimize koyarak şekillendiriyoruz. 2017 yılında yenilenebilir enerji kaynaklarına yatırım yaparak İzmir Göllüce'de 6 MW'lık güneş enerjisi sahamızı kurduk. Pandemi fırsatı olarak değerlendirip, Siemens Türkiye ortaklığında üç fabrikadan oluşan tesisimizin tamamında enerji verimliliği projemizi hayata

geçirerek doğalgaz ve elektrikten toplam yüzde 25 tasarruf ederken yıllık karbon salınımımızı 894 ton azaltmayı başardık. Isı geri kazanım sistemi ile atık ısılarımızı değerlendirirken, tükettiğimiz elektrik buhar ve suyu izlemek için enerji izleme sistemi kurduk. Sepiciler olarak IREC belgesi olarak tükettiğimiz tüm elektriği IREC sertifikalı yenilenebilir enerji santrallerinden satın alarak elektrik tüketimimizden kaynaklanan karbon salınımımızı sıfırladık. İtalyan proje ortaklarımız ile yaklaşık iki yılı aşkın Ar-Ge çalışmaları sonunda Türkiye ve dünyada ilk defa doğada parçalanabilir olmasının yanı sıra tamamen geri dönüşebilen, hidrolize işlemine tabi tutulduktan sonra nitrojen ve karbon bakımından zengin gübreye dönüşebilen Bio-circular deri geliştirdik. Sürdürülebilir üretimi hiç bitmeyen bir proje olarak görüyor, 2025 yılında sıfır karbon hedefimizi hayata geçirmek için çalışmalarımızı sürdürüyoruz."



# SEPICİLER



Mustafa Kemal Atatürk Mah.  
İzmir Aydın Asfaltı No: 110 Torbalı/İZMİR



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



+90 232 850 50 00



[info@sepici.com.tr](mailto:info@sepici.com.tr)



SepiciTanneries

MODANIN DÂHİ ÇOCUĞU

DÜNYA STARLARINI  
GİYDİRİYOR



POPUN KRALİÇESİ MADONNA'DAN GENÇLİĞİN EN ÇILGIN STİL İKONU LADY GAGA'YA KADAR  
BUGÜN DÜNYANIN EN PRESTİJLİ İSİMLERİNİN TERCİH ETTİĞİ, MODAYA YÖN VEREN  
HAKAN AKKAYA'YA KONUK OLDUK.

**M**oda denildiğinde bugün dünya çapında bir üne ve başarıya sahip olan Hakan Akkaya her ne kadar 'Benim Stilim' isimli TV programında popülerlik kazansa da aslında o modanın dâhi çocuğu! Yaptığı muhteşem defilelerle moda dünyasının aranan ismi hâline gelen ve dünya klasmanının A+'larına tasarımı yapan Hakan Akkaya ile samimi bir sohbet gerçekleştirdik. Her ne kadar yakın zamandaki planlamaları için ser verip sır vermese de tasarım dünyasını tüm içtenliği ile anlatan Akkaya'dan aldığımız tüyolar sizleri bekliyor.

**Hakan Bey, ailenizde hiç moda ile bağlantılı birisi var mı? Mimarlık okurken moda sektörüne girmeye nasıl karar verdiniz?**

Ailemde moda ile ilgili kimse yok ama anneannem çok iyi dikiş diker. Annem çok zevklidir, giyinmeyi ve arkadaşlarına giyim konusunda tavsiye vermeyi seven bir kadındır. Ancak profesyonel olarak ailemde bu işi yapan kimse yok.

**Kurumsal firmalarla çalışırken kendi isminizi yaratma fikriniz nasıl gelişti?**

Kurumsal firmalarda çalışırken, ilk günden beri kendi markamı yaratmayı istiyordum. Ama öncelikle sektörün tüm başlıklarını öğrenmek ve mesleğimin bilmem gereken tüm detayları ile ilgili bilgi edinebilmek için kurumsal firmalarda çalıştım.

**Hem kadın hem de erkekler için bugüne kadar yüzlerce tasarıma**

**imza attınız. En çok kimlerle çalışmak sizin için keyifli oldu?**

Tabii ki dünya starları beni çok heyecanlandırıyor. Dünyadaki tüm tasarımcıları onlar için bir şeyler tasarlamak için çabaladığını düşünürsek, tüm bu çabalayanların arasından sıyrılarak tercih edilmek beni heyecanlandıran ve daha iyi hissetmemi sağlayan bir durum. Bu anlamda benim için en önemli isimler Lady Gaga ve Madonna oldu.

**Tasarımlarınızı hazırlarken ilham aldığınız konular nedir?**

Her şeyden ilham alabilirim. Yaşadığım hayat, çevre, güncel olaylar...

**New York Moda Haftası Resmi programına dâhil olan ilk ve tek Türk Tasarımcı olmak... Bu size neler hissettirdi?**

Her şeyde ilk olmak, her zaman keyiflidir. Tabii bundaki en büyük başarı kaynağı, azimle istemek ve istediğiniz şey doğrultusunda özveriyle çalışmak. Bana şu an gurur veren benim kapıyı aralamam ve arkamdan gelen diğer Türk tasarımcıların benim kadar zorlanmadan o kapıdan girebilmelerini sağlamamdır. Özellikle iki sezon "Turkish Designers" başlığı altında yedi Türk tasarımcıyı da New York Moda Haftası resmi takvimine sokmak benim için ayrı bir gurur.

**Türk tasarımcıların dünya klasmanında geldiği noktayı değerlendirir misiniz?**

Biraz daha özgün olunması gerektiğini düşünüyorum. Maalesef Türkiye'deki duruma yurt dışındaki durum bir değil.



**Türkiye'nin tasarım konusunda avantajları nedir?**

"Türkiye çok iyi bir üretici olarak yurt dışında tanınıyor. Evet çok iyi üretim yapıyoruz fakat tasarım anlamında biraz daha kendimizi geliştirmemiz gerekiyor. Bu noktada tasarımcılara ve o tasarımcıları çalıştıran firma yetkililerine iş düşüyor; tasarımcıları biraz daha özgür bırakmaları gerekiyor."



Burada birçok yabancı tasarımcılardan etkilenen ve bu etkiyi fazlaca hissettiğimiz Türk tasarımcı arkadaşlarımız var. Ancak bu etki, yurt dışında çok pozitif karşılanmıyor.

**Pandemiye rağmen bu başarıyı devam ettirdiniz. Buradaki başarınızın altındaki nedeni neye bağlıyorsunuz?**

Hedeflerim için doğru bir ekiple yılmadan çalışıyor olmak, aynı zamanda hayatımdaki önceliklerimi belirlediğimde ilk sırada işim ve iş hayatımdaki başarımın olması, bunlarla beraber tüm maddi kaynaklarımı da işime yatırım olarak kullanmak pandemi döneminde de başarımın devamını sağladı.

**Dünya çapında Türkiye'nin marka imajına da katkı sağlıyorsunuz. Bir ismin, bir kurumun marka olabilmesi için sizce nelere dikkat etmesi gerekiyor?**

Marka olmak, bir logo tasarlayıp tabelaya yaptırıp asmanın çok daha ötesinde. Marka olma yolunda; vizyon, strateji ve hedefler belirlemek, görsel kimlik oluşturmak, hedef pazar ve müşterilerle iletişim gücü yakalamak gibi önemli başlıkları belirli bir seviyede gerçekleştirebiliyor olmak ve tüm bu başlıkları kendi içlerinde bütünlük oluşturacak biçimde yürütmek gerekir.

**Dünya starları arasında 40'a yakın ismi giydirdiniz... Bize biraz bu isimlerle olan çalışmalarınızdan bahseder misiniz?**

En sık çalıştığımız isimler Lady Gaga, Madonna, Bebe Rexha gibi çok isim var. Koleksiyonumuz Lady Gaga'nın çok ilgisini çekti, beş kez giydirdik. Madonna için de özel parçalar tasarladık. Birden fazla giyenler arasında Bebe Rexha da yer alıyor. Amerika'nın en görkemli konserlerinin gerçekleştiği Madison Square Garden konserinde bizim tasarımlarımızı tercih etmesi bizi mutlu etti. Aklıma gelen başka bir star Game of Thrones dizisinin yıldızı Gwendoline Christie, Swarovski ile gerçekleştirilen çekim için bizden tasarım talep etti. Time dergisi kapağında Tessa Thompson'ın bizden giyinmesi de benim için gurur kaynağı oldu.

**İş dünyasında kıyafet seçimi, ilk izlenim için de mutlaka çok önemli... Siz bu alanda Türk iş insanlarının giyimini beğeniyor musunuz? Bu konudaki tavsiyelerinizi alabilir miyiz?**

Türkler dünya geneline baktığımızda bakımlı olmak konusunda üst sıralarda yer alıyor. İş dünyasında özellikle erkeklerin takım elbise seçiminde küçük hatalar görebiliyorum. Takım elbise, giyen kişiyi daha iyi ve daha güçlü göstermek için giyilir. Üzerinizde bir beden büyük duran, kolları uzun ya da paçaları ayakkabı üzerinde biriken bir takım elbise güvensiz gösterecek bir görünüme neden olur. Giyinirken vücuda göre en doğru beden tercih edilmesi en önemli kriterdir.



LADY GAGA

**Gelecek sezon için  
hedefleriniz arasında  
ne var?**

Gelecek sezon hedeflerim  
arasında, hazır giyim  
alanındaki varlığımı  
daha ileriye taşımak var.  
Bunun dışında birtakım  
sürprizlerim olacak.



BİRÇOK  
DÜNYA STARI  
GIYDİRDİK,  
EN SIK  
ÇALIŞTIĞIMIZ  
İSİMLER  
**LADY GAGA,  
MADONNA,  
BEBE REXHA**  
GIBİ ÇOK KİŞİ  
VAR.





## YAŞAM TARZININ YENİ TRENDİ

# TINY HOUSE

Evinizde tablo yerine manzaranın kendisini kullanacağınız, doğanın içinde ve hatta istediğiniz her yerde konumlanabildiğiniz tiny house'lar yeni bir yaşam konsepti vadediyor.

Özgürce seyahat ederek farklı bir yaşam sunan son dönemin trendi hâline gelen tiny house'lar çevre dostu yapısı ve huzur dolu ortamıyla Türkiye'de de yeni bir akımın başlamasına neden oldu. Amerika'da uzun yıllardır tercih edilen bu konseptte, Bill Gates ve Elon Musk gibi isimlerin de dâhil olmasıyla popülerliği arttı.

### ASLINDA BİR FELSEFE

Tiny house hareketi, yaşadıkları alanları ve mekânları küçültmeyi tercih eden insanların oluşturduğu bir yaşam biçimidir. 'Tiny' yani 'küçük' kelimesinden gelen minimalist yaklaşımla insanlar yaşadığı yerin

alanından kullandığı eşyalara kadar her şeyi minimal tercih ediyor. Biraz nefes almak istenilmesiyle ve doğaya dönüş özlemiyle böyle bir akım başladı. Amerika'da başlayıp gelişmiş ülkelerdeki insanların tercih ettiği ve deneyimlediği tiny house konseptli yaşam biçimi, Türkiye'de de yaygınlaşıyor.

### SÜRDÜRÜLEBİLİR BİR YAŞAM

Pandemi sürecinde insanlar uzun süre evlerine kapandı. Tatil ve doğaya da özlem duyan kişilerin çözüm formülü olarak tiny house'lara olan talep de arttı. Ortalama 10-30 metrekare arasında, tekerlekli veya sabit olarak inşa edilen bu yapılar istenilen şekil, boyut ve formda kullanılıyor. Küçük fakat



daha verimli kullanılan mekânlarda sade ve ekonomik bir yaşamın kapıları aralanıyor. Mobil olanları sıradan bir karavan gibi gözükseler dahi tiny house'lar çevre dostu ve sürdürülebilir yaşamı teşvik etmesiyle dikkat çekiyor.

#### KONSEPT OLARAK ÇEVRE DOSTU

Tiny house'lar yapısı gereği doğa dostu ve ergonomik üretiliyor. İnşa mantığında ise daha az kaynak kullanımı var. Bu da beraberinde daha az enerji kullanımı, daha az atık ve daha az karbon ayak izini getiriyor. Ayrıca güneş paneli sistemi, lityum pil enerji depolama, kompost tuvalet, oluşan gri suyun sulama için yeniden kullanılması gibi özellikleri sayesinde de şebekeden bağımsız, kendi kendine yetebilen yenilikçi, akıllı ve yeşil evler oluşuyor.

Tiny house ile sürdürülebilir yaşam sadece enerji kullanımının düşmesi ile olmuyor aynı zamanda bu faturalarında düşmesi anlamına da geliyor. Bu şekilde



yaşamayı tercih eden bireylere göre tiny house yaşamının anlamı daha küçük, daha basit ve daha sürdürülebilir bir hayat tarzı.

#### MİMARİ HARİKASI

Tiny house'lar farklı model ve şekillerde inşa edilebiliyor. Yapımı tamamen kullanıcının zevkini göre şekillenen bu yapılar, tercih edilen malzemeye göre de form kazanıyor. Karavanlara göre çok daha konforlu bir yapıya sahip olan tiny house'lar korunaklı, sağlam ve güçlü izolasyonlu ile her mevsim kullanıma uygun.

#### TÜRKİYE'DE İLK ADANA'DA ÜRETİLDİ

Tiny house rüzgârı Amerika'da uzun yıllardır tercih ediliyor olsa da Türkiye'de bu evlerin yapımına çok yakın bir tarihte başlandı. Pandemi öncesinde bu işe yatırım yapan ilk firma ise Adana'da faaliyet gösteriyor. Adana'daki firmanın ardından başka firmalar da bu işe girmiş olsa da yapılan evler Türkiye'nin dört bir yanına gönderiliyor.

#### İLK TINY HOUSE KÖYÜ

Tiny house'un en güzel yanı arsanıza ya da istediğiniz yere konumlandırabilmenizdir. Şayet arsanız yok ise arsa kiralama yöntemi ile de tiny house'lar hayat bulabiliyor. Bu küçük ve sevimli yapıdaki yaşam alanlarından oluşturulan ilk köy ise İstanbul Polenezköy'de bulunuyor.

Bill Gates ve Elon Musk'la ünlenen minimalist yaşam, kalıcı bir trende dönüşüyor.







Sınır ötesi tasarımcı ŞAFAK ÇAK

# DUBAİ'DEN HOLLYWOOD'A...

Paris Hilton, Jennifer Lopez, Sting, Falcao gibi dünyaca ünlü yıldızlara yaptığı özel tasarımların ardından adını dünyanın dört köşesine duyuran Şafak Çak New York'taki ofisini bu senenin sonuna kadar Los Angeles'e taşıyor. Önümüzdeki ay itibarıyla da Jennifer Lopez'in yeni evinin tasarımına başlayacak olan, çalışmalarıyla dünyanın dikkatini üzerine çeken Şafak Çak'a konuk olduk.

#### Kendinizi nasıl tanımlıyorsunuz?

Ben bir tasarımcıyım. Bizim bir mottomuz var: İnsanların hayallerini gerçekleştirmeyi seviyoruz. Kadınlar büyürken pembe panjurlu evle büyüyor. Erkekler de Ferrari'si olsun istiyor. Yaşayacağı mekânda ise herkesin bir hayali var. Ben onu gerçekleştiren insanım.

#### Bir tarzınız var mı?

Hayır, bir tarzım yok. Çünkü kimisi varaklı bir evde oturmayı istiyorken kimisi tam tersine yaşam alanı olarak dümdüz bir yeri tercih ediyor. O yüzden benim projelerimi uzaktan bakınca tanımak imkânsız. Benim amacım insanları kendi bütçesi dâhilinde iyi dinleyip, hayallerini gerçekleştirmek.





### **Peki, müşterilerinizi dinlerken kişisel durumunuz nasıl?**

Ben iyi bir dinleyiciyim ancak karşımdaki müşterinin açık ve net olmasını istiyorum. Mesela benim ilk sorum kişinin siyahla beyaz mı yoksa kremle kahveyi mi sevdiğidir... Siyah ve beyaz derse ondan sonra gelecek üçüncü rengin kırmızı olacağını biliyorum. Ya da krem ve kahverengi diyenin de bordo rengini düşüneceğini... Aslında soru cevapla müşterimin aklındaki almaya çalışıyorum. İstekler prototiplenince uyum oranı bizde yüzde 95'i buluyor. Özetle müşteriyi iyi tanığımı düşünüyorum.

### **Bu da tecrübe demek...**

Evet, ben müşteriyi iyi anladığımı düşünüyorum, iyi bir lego yapıcısıym. Farklı şekillerdeki kaplama ve dokuları, üniteleri bir araya getirerek tasarım oluşturuyorum. İnsanlar buna vakti olmadığı, şekilleri bir araya getiremediği, beceremediği ya da renk tonlarını karmalayamadığı için yapamıyor. Halbuki ben bir mekâna gittiğimde ilk görüşmede dahi kafamda o projeyi bitiririm. Nasıl olabiliyor, bilmiyorum ama yetenek diyebiliriz.

### **Sizin kırılma noktanız ne zaman oldu?**

2000 yılında işe başladık. Yurt dışına açılmamız 2011 yılında Paris Hilton ile oldu. Ondan sonra Jennifer Lopez, Sting, Falcao diye devam etti.

### **Yurt dışında ofisiniz nerede?**

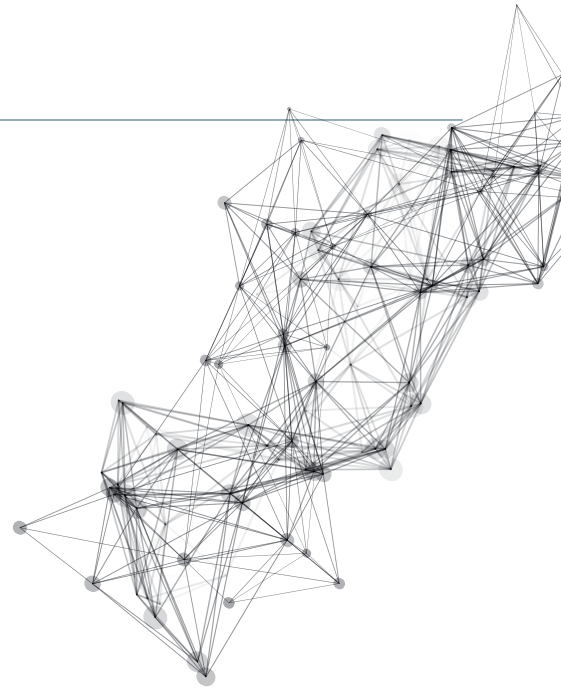
New York'ta ofisimiz var. New Jersey'deydik. Bu sene taşındık. Fakat yine bu sene sonuna kadar o ofisimizi de Los Angeles'e taşıyacağız. Çünkü biz batı tarafında biraz daha hareketliyiz.

### **Dubai için öyle bir fikriniz var mı?**

Palm Adası başta olmak üzere Dubai'de çok fazla iş yaptım. 2008-2009 yıllarında başladık. Amerika'yı keşfedince aslında yavaş yavaş Orta Doğu'dan ayrılmaya başladık diyebilirim. Rusya, Azerbaycan gibi ülkelerden de çok müşterimiz var. Ancak şimdilik ofis olarak Türkiye ve Amerika'da var olmak yeterli oluyor.

### **Orta Doğu ve Amerika ile çalışma koşullarında fark var mı?**

Amerika çok kurallı, çok disiplinli ki bu



benim yaşam şeklimle de örtüşüyor. Oysa Orta Doğu biraz daha rahat.

### **Normalde insanlar iş yaparken eski işlerin referanslarını gösterir. Fakat siz konuya Paris Hilton ile giriş yaptınız...**

Evet... Aslında Paris Hilton bir ayakkabı tanıtımı için Türkiye'ye geldi. Ona özel düzenlenen yemek için iki, üç gün içerisinde tüm olasılıksızlığı yok ederek bir yemek masası ürettim. Kendisi bunu çok beğendi ve sosyal medyada paylaştı. Onun öncesinde New York Times'ta bir röportajım yayımlanmıştı. Üst üste gelince yurt dışında çok ses getirdim.

### **Sosyal medyanın gücü, bir yandan da markalaşma diyebilir miyiz?**

Kesinlikle diyebiliriz. Normalde bunu yapmaz ama beğenince yaptı. Üzerine Alman Stern dergisi de benimle görüştü: "Bu bir paradoks ve iyi bir haber. Sen muhafazakâr kesimin tasarımcısı mısın yoksa Paris Hilton'un tasarımcısı mısın?" dedi. Ve evet, arada çok büyük bir mesafe var. Sonrasında Jennifer Lopez derken bugün olduğum noktadayım.

### **Jennifer Lopez'e neler yaptınız?**

Jennifer Lopez'in iki evini yaptım. Ben 2012 yılında, ilk tanıştığım zaman dünya turnesine çıkıyordu. Ona bir Osmanlı tahtı yaptım. Las Vegas'ta 2 buçuk sene süren şovuna beş metrelik hilal formunda bir dekor yaptım. Geçen ay Los Angeles'te bir ev aldı. Hatta ben de oradaydım. Şimdi o eve bir şeyler yapacağız.



**JENNİFER LOPEZ'İN İKİ EVİNİ YAPTIM. BEN 2012 YILINDA, İLK TANIŞTIĞIM ZAMAN DÜNYA TURNESİNE ÇIKIYORDU. ONA BİR OSMANLI TAHTI YAPTIM. LAS VEGAS'TA 2 BUÇUK SENE SÜREN ŞOVUNA BEŞ METRELİK HİLAL FORMUNDA BİR DEKOR YAPTIM. GEÇEN AY LOS ANGELES'TE BİR EV ALDI. HATTA BEN DE ORADAYDIM. ŞİMDİ O EVE BİR ŞEYLER YAPACAĞIZ.**

### Yaptığınız işler için uyguladığınız beş senelik gizlilik sözleşmesi hâlâ devam ediyor mu?

Eskiden vardı ama artık sosyal medya yoğun kullanıldığı için bunu uygulamıyoruz. Zira insanlar şak diye fotoğrafını çekip sosyal medyadan paylaşabiliyor.

### Markalaşma ve bilinirlik açısından bunun olmaması daha iyi değil mi?

Artık kartvizit vermektense Instagram ya da Google daha fazla işe yarıyor. Birine dair istihbarat almak istediğinizde bilgiler, en fazla bir dakikada ekranınıza yansıyor. Zaten artık benim derdim daha ziyade üniversitedeki genç neslin topluma nasıl faydalı hâle gelmesi için çalışmalar yapmak.

### Neler yapıyorsunuz bu konuyla ilgili?

Önümüzde bir Kore örneği var: Kore 20 sene evvel bütçesinin yüzde 30'unu eğitime ayırmaya karar veriyor. Bu çok ciddi bir karar zira diğer ülkeler onların batacağını düşünüyordu. Ama bugün dönüp baktığınızda Kore Samsung, LG gibi çok büyük markalar yarattı. Yani eğitime yapılan yatırımın karşılığını alıyorlar. Eğitimde biz biraz zayıfız bu doğru ama çok parlak çocuklar var. Pandemiden evvel Anadolu'daki bütün üniversitelerde senede 35, 40 tane konferansa katılıyordum. Resmen gözle anlayıp seçip, yetiştirdiğimiz çocuklar vardı. Ve onlar gerçekten yetenekliydi. Biz bunu yapmazsak yurt dışı zaten bir şekilde keşfedip alıp götürüyor.

### Tasarımın Türkiye'deki yeri ne?

Buradaki atlanan en önemli unsur tasarım. Tasarımı maalesef es geçiyoruz. O kadar tasarım konusunda ucu açığız ki kanunda bile yeri yok. Fikir eserleri diye bir madde geçiyor ama yeterli değil. Bugün cep telefonlarının üretim maliyetleri belli ama bazılarının rakamları çok yüksek. Çünkü logosundan dolayı ona, o bedel ödeniyor. Markalaşma maalesef Türkiye'de henüz yok. Şu an en meşhur markamız Nusret. Eskiden Mavi Jeans idi, o da tam anlamıyla sürdürülebilir olmadı. Bize yurt dışından ürün geliyor, biz onu işliyoruz ve satıyoruz. Ancak aslında o ham madde Türkiye'de var. Onu burada tasarımı, markası, reklamıyla katma değerli hâle getirdiğimiz gün her şey değişecek. Ve bu tamamen eğitim ile olabilecek bir şey.

Ama çocuklar da yurt dışına gitmek istiyor. Yurt dışında asgari ücret olan 2 bin Euro'yu çok para olarak görüyorlar ama orada hayatta pahalı. Yurt dışı evet çok disiplinli, çok güzel ama şöyle bir cennet ülke bırakılmamalı. Bu noktada çocukları anlamaya çalışıyorum ama anlayamıyorum, Z kuşağı çok farklı.

#### **Kuşak farkı sizce çok var mı?**

Z kuşağını anlamak için çok kitap okuyorum çünkü anlamıyorum. Yardımcı olmak istiyorum ama çok da çözemiyorum. Z kuşağı apayrı bir dünya, bambaşka bir nesil. Düşünsenize ben neredeyse 50 yaşına geleceğim, bizim dönemimizde siyah beyaz televizyon vardı. Ama onlar doğduğu anda televizyon ve internetle doğdu. Onları anlamak lazım.

#### **Peki, sizin teknoloji ile aranız nasıl?**

Teknoloji ile aram çok iyi. Hatta Türkiye'deki çalışmalarında ilk olan pek çok şeyi ben kullandım. En yeni ne çıkarsa mutlaka projemde yer veririm. Biz Jetgiller'i izlediğimiz zamanda gördüğümüz ne varsa artık çok hızlı bir şekilde karşımıza çıkıyor. Kaçırduğumuz çağı çok çalışarak yakalamamız lazım. 20 yıl sonrasını görüp göremeyeceğimi bilmiyorum ama var gücümüzle çalışmamız gerekiyor.

#### **Gelecek için ne düşünüyorsunuz, Türkiye hangi noktaya gelir?**

Birkaç sac ayağı var. Bunların en önemlisi eğitim. Eğitim konusunu çözersek iyi olur. Ben gençlikten çok umutluyum. Zehir gibiler, çok pratik zekâlılar. Orta Doğu, Avrupa ya da Amerika'daki topluluklarla Türkiye'yi kıyasladığımda Türklerin en önemli özelliği pratik zekâsının olması.

#### **Siz bir de Amerika'da eğitim aldınız. Bu çizgiyi çok daha iyi görüyor olmalısınız...**

Evet, gerçekten de bu konuda farkı iyi gözlemleyebildiğimi düşünüyorum. Gençler o pratik zekâsını iyi kullanabilirse çok iyi yerlere ülkemiz de gelecektir. Biz kod olarak öyle yetişiyoruz. Duygusal bir tarafımızda var ama eğitim ve bütçe işini çözebilirsek sorun kalmaz.

#### **Pandemide müşterileriniz nasıl etkilendi?**

Biz etkilenmedik. Zaten bizim projelerimiz

altı aydan evvel bitmiyor. Ancak ben bu süreçte insanların tam olarak evine bağlandığını gördüm. Daha doğrusu evlerini fark ettiler. Ev değiştirme periyodu bizde 10 sene civarındaydı, şimdi beş seneye kadar düştü. Teknolojiye ayak uydurulması gerekiyor. 10 sene evvelki ev içi Wi-Fi ile bugünkü aynı değil. Televizyon, kamera, telefon, tablet derken evler aslında artık ciddi anlamda alt yapıya ihtiyaç duyuyor. Bu gibi etkenler de pandemide insanların evinin farkında olmasına neden oldu.

#### **Tasarım tercihleri değişti mi?**

Evet değişiyor çünkü yaşam alanı tasarlarken de bir moda söz konusu...

#### **Nedir son trendler?**

İki sene evvel sorsaydınız daha avangard tasarımların her zaman iş yaptığını söylerdim. Zamansız bir şey yaratırsın ama şimdi pandemiyle birlikte fonksiyonellik ortaya çıktı. İnsanlar fonksiyonlu mobilyalar istiyor ve bu da sadelik getiriyor. Bence de olması gereken bu. Eskiden oturma odasına çarşaf seriliyordu, misafir geldiğinde açılıyordu; işte o zaman siz eve hizmet ediyordunuz. Bugün ise evin size hizmet ettiği tasarımlar güncel, pratik ve tercih edilir pozisyonda.

Eskiden çamaşır makinesi banyoya konulabiliyordu ama şimdi küçük alanlar yaratıyoruz. Çamaşır makinesi, ütü, kurutma makinesi bir araya getiriliyor. Ya da mutfaklarda bir metrekaşe bile olsa kiler yapıyoruz. Büyük evlerde soğuk oda isteniyor. Pandemiyle beraber sadelik ön plana çıktı, yaşamla beraber tasarım da hızlıca değişiyor,

TÜRKİYE'DE  
**MARKALAŞMA**  
MAALESEF HENÜZ  
OTURMADI. ŞU  
AN **EN MEŞHUR**  
**MARKAMIZ**  
**NUSRET.** ESKİDEN  
MAVİ JEANS  
İDİ, O DA TAM  
ANLAMıyla  
**SÜRDÜRÜLEBİLİR**  
**OLMADI** DİYE  
DÜŞÜNÜYORUM.







**OP. DR. DİLEK AVŞAR**

## Birinci adım bakımlı bir cilt

**Ç**ok değerli okuyucularım, geçen ayki ilk yazımda sizlere genel bir giriş yapıp, bundan sonraki aylarda plastik cerrahi, cilt bakımı ve uzmanlık alanımda kliniğimde hastalarımada danışanlarıma sunduğum medikal-estetik çözümler ve uygulamalarla ilgili sizlere yazılar yazacağımı belirtmiştim. Bu ayki yazımda 'Neden cilt bakımı yaptırmalıyız?' sorusunun cevaplarını sizlere yazmak istedim. Bununla birlikte etkin sonuç aldığımız uygulamalara da kısa kısa değindim. Keyifli okumalar dilerim...

### **NEDEN CİLT BAKIMI YAPTIRMALİYİZ?**

**İyi bir cilt bakımı rutini, cildinizin iyi durumda kalmasına yardımcı olur.**

Cildimiz 28 günde bir kendini yeniler. Ancak yenilenirken ölü hücreler ciltte birikir. Dolayısıyla cildi ölü hücrelerden arındırmak, cildin yenilenmesi için çok önemli bir adım. Yeni nesil medikal cilt bakımları ile cilt PH'ına uygun solüsyonlarla dışarıdan sıvılar püskürtülerek cilt üzerindeki ölü tabaka atılır. Bu ilk adım cildin kendini yenilemesine yardımcı olur. Cilt yüzeyi ölü hücrelerden arındırıldığında, cilt nefes alır, canlanır; cildin donukluğu giderilir. Bunun yanı sıra ölü hücreler ciltte gözenekleri tıkar, siyah nokta ve sivilce oluşumuna sebebiyet verebilir.

**İyi bir cilt bakımı, daha genç görünmenize yardımcı olur.**

Yaş alma ve cildinize yapılan bakımlar arasında paralellik vardır. Cildin yaş alması, görünümü yüzde 30 genlere bağlı olsa da yüzde 70; cildinize nasıl baktığımız, alışkanlıklarınız, yaşam tarzınızla doğrudan ilgilidir. Alkol, sigara, düzensiz uyku saatleri cildi yorar. Cilt bakımı rutinleri ile yaş alma belirtilerinin derinleşmesinin önüne geçebilir, göz çevresinde oluşan ince çizgilerin derinleşmesinin, yüz ovalinde görülebilecek sarkmaların önüne geçebiliriz.

**Önlem almak, düzeltmekten daha kolaydır.**

Cilt sorunlarını önlemek, gelecekte düzeltmeye çalışmaktan daha kolay ve daha az maliyetlidir. Cilt bakımının yaşı yoktur. Dolayısıyla cilt bakımı yaptırmayı ertelemeyin, ergenlik çağı itibarıyla çocuklarınıza bakım yaptırabilirsiniz. Kendiniz için de illa ciddi bir sorunla karşılaşmayı beklemeyin. Yaşınıza ve cilt özelliklerinize uygun bir bakımı, mevsimsel doğabilecek ihtiyaçlara göre kişiselleştirilerek cildiniz için maksimum fayda sağlayabilirsiniz.

**Kendinize olan güveniniz artacak.**

Cildiniz daha iyi görüldüğünde, kendinizi daha iyi hissedecek ve daha fazla özgüvene sahip olacaksınız. Lift olmuş, siyah noktalarından arınmış, homojen bir görünümü olan cilt, size iyi gelecek. Aynaya baktığınızda sizi mutlu edecek... Cilt bakımı rutinleri cildi iyileştirdiği gibi hayattan keyif alınacak, hayattan kendinize çaldığınız anlardır.

### **HANGİ CİLT BAKIMI TERCİH ETMELİYİM?**

Medikal tıp teknolojileri her gün gelişiyor, bu gelişimle birlikte bizlerin de danışanlarımıza sunduğumuz cilt bakım ve tedavi protokolleri de çeşitleniyor. Özellikle cilt bakımında son birkaç yıldır uygulanan ve oldukça da popüler olan yeni nesil cilt bakımları olarak nitelendirilen, cildi yormadan neme ve vitamene doyuran bakımları her yaş grubu kadın ve erkek için öneririm.

Klasik cilt bakımlarının aksine yeni nesil cilt bakımları her mevsim, yaz mevsimi de dahil olmak üzere rahatça uygulanabilir. Hydrafacial, bu anlamda cildinizin ihtiyaçlarını karşılayacak en etkin uygulamalardandır. Hydrafacial ile yeni nesil cilt bakımlarının temelinde bazı özellikler geliştirildi. Bu bakımlarda amaç, yıpranmış cildi onarmak ve yaşlanmasını durdurmak.

**Klasik cilt bakımlarının aksine yeni nesil cilt bakımları her mevsim, yaz mevsimi de dâhil olmak üzere rahatça uygulanabilir. Hydrafacial, bu anlamda cildinizin ihtiyaçlarını karşılayacak en etkin uygulamalardandır.**



**Mineral, amino asit, Somon DNA ve peptitlerin cilde tatbik ettiğimiz uygulamaları özellikle bahar aylarında yaptığımızda hem kış hasarını onarmış oluyoruz hem de cildi yaz hazırlamış oluyoruz. Çünkü cildimizin yaz sıcaklarında kaybedeceği suyu içten takviye ederek güçlendirmiş oluyoruz.**

Günümüzde cilt PH'ına uygun solüsyonlarla dışarıdan sıvılar püskürtülerek cilt üzerindeki ölü tabakadan arındırılıyor. Cilt, kendini yenilemek için aldığı uyarılarla kan dolaşımını hızlandırır. Dolaşımın artması ile cildin oksijenlenmesi daha iyi hâle gelir ve tazelenme başlar. Sonrasında vakumlama başlığı çalıştırılarak yüz-dekolte ve boyundaki lenfatik akım hızlandırılır. Böylece cilt altında biriken toksinler lenfatik dolaşıma atılarak vücuttan uzaklaştırılır. Artan lenfatik dolaşım ile birlikte, ciltteki asıl problemi gidermek için tedavi başlar. Cilde daha fazla nem sağlayacak vitamin mineralleri ve aminoasitlerden oluşan solüsyonlar cilt altına taşınır. Son olarak, cildi dinlendirmek ve nemini içine hapsedmek için özel nem maskeleri ile işlem bitirilir.

Bunun yanı sıra kimi ciltleri içerden de desteklemek gerekebilir. Bu noktada da özellikle mevsim geçişlerinde ortaya

çıkan hasarı silmek ve cildin nem tutma kabiliyetini arttırmak için Hyaluronik asit ve vitamin uygulamaları ile cildi takviye etmeyi çok önemsiyorum. Mineral, amino asit, Somon DNA ve peptitlerin cilde tatbik ettiğimiz uygulamaları özellikle bahar aylarında yaptığımızda hem kış hasarını onarmış oluyoruz hem de cildi yaz hazırlamış oluyoruz. Çünkü cildimizin yaz sıcaklarında kaybedeceği suyu içten takviye ederek güçlendirmiş oluyoruz. Kış mevsiminden bahara geçerken de uygulandığında kışın soğuktan, kuru havadan cilde oluşan kuruluğu gidermek için nem aşılarını danışanlarıma öneriyorum. Klinikte kalma süresinin kısa olduğu bu uygulamaları kür olarak uygulattığımızda cildin nem tutma kapasitesi artacak, cildiniz sağlıklı parlayacaktır. Bu uygulamadan maksimum fayda sağlamak için su tüketim miktarınıza oldukça yüksek tutmalısınız.

Sevgi ve sağlıklı kalmanız dileği ile...





Dr. Ender Saraç ile

# İHRACAT AİLESİNE ÖZEL...

Bugüne kadar yalnızca Türkiye’de 200 binden fazla kişiyi zayıflatan, yurt dışında ise sağlık alanında birbirinden başarılı işlere imza atan Dr. Ender Saraç’a konuk olduk. İhracat ailesine özel verdiği formüllerin yanı sıra pandemi döneminde sağlıklı kalmanın ipuçlarını paylaştığı keyifli röportajımız sizleri bekliyor.

**İ**nsanlar için salt sağlık değil, pozitif bir yaşamın kapılarını aralıyor Dr. Ender Saraç. Kariyerine 30 yılı aşkın süredir devam ediyor. Yurt dışında katıldığı konferanslardan ya da temasta bulunduğu kişilerden tutun katıldığı televizyon programlarıyla da artık milyonların tanıdığı Dr. Ender Saraç, Türkiye vizyonunun da adeta sağlık elçisi...

**Ender Bey, sizi artık dünya tanıyor...**

Evet, doğru; yurt dışında da tanınıyorum. İran, Azerbaycan, Orta Doğu ülkeleri ve Avrupa’nın bazı yerlerine gittim. Herhalde bunda yaptığım televizyon programlarının, kaleme aldığım kitaplarının ya da yurt dışında verdiğim konferanslarının etkisi olabilir.

Nike, yeni çıkarttığı bir ürünün dünya



lansmanını benimle yapmıştı. HABİTAT'ta devlet başkanlarına konuşma vermiştim, EXPO Milano'nun Türkiye adına kapanış konuşmasını ben yapmıştım. 'Yılın En Tanınan Doktoru', 'Yılın En Güvenilir Doktoru', 'Yılın En Başarılı Doktoru' gibi çeşitli alanlarda aldığım ödüllerim var. 'Yılın En İyi Televizyon Programı' ödülünü de birkaç kere çeşitli kuruluşlardan aldım.

### **Bunlar sizi çok heyecanlandırıyor mu?**

Hayır. Çünkü ben para veya şöhrat için bu işi yapmıyorum. Gerçekten sevdiğim ve insanlara faydalı olduğumu gördüğüm için yapıyorum. Galiba işin püf noktası buradaki doğallık ve beklenti azlığı. Beklenti sizi yüzey alana çıkartıyor, derin alandaki teması kaybediyorsunuz. Ama şimdi eğer kısmet olursa ciddi anlamda yurt dışına açılıyorum.

### **Hedefinizde neresi var?**

Türkiye orijinli Hay Sağlık Merkezi devam edecek. Ama dünyadaki en önemli ve en kapsamlı anti-aging, zayıflama, detoks merkezlerinden birini yurt dışında açıyorum. Odak noktası olan, popüler bir ülkede bunu gerçekleştireceğim. Bunun haricinde bir ya da iki Türk firmasının yurt dışındaki yüzü olacağım. Kuzey ve Güney Amerika'da bunun bütün tanıtım çalışmaları yapılacak. Kendi adıma doğal takviyeler, eğitimler, klinikler konusunda atılımlar yapacağım. 2022 yılında Ender Saraç iyi yönde konuşulacak.

### **Siz yurt dışına sıkça çıkıyorsunuz.**

#### **Sizce Türkiye sağlık konusunda dünya sıralamasında nerede bulunuyor?**

Ben iki kere kısa süreliğine de olsa Amerika'da yaşadım. Yurt dışına çok seyahat gerçekleştirdim. Meslektaşlarımla çok temasta bulundum. Gördüm ki yurt dışında muazzam bir PR ile birtakım insanlar şişiriliyor. Özellikle Amerika'da buna çokça şahit oldum. Oranın en tanınmış, en popüler doktorlarıyla bir araya geldiğimde alt yapılarının o kadar da dolu olmadığını gördüm. Katıldığım bir konferansta bile pek çok şeyi ilk kez benden duyduklarını söylediler. Dünya çapında fitoterapi, ayurveda, tamamlayıcı tıp alanında çok popüler, çok meşhurlar, kitapları milyonlarca satıyor ama derine inince

sanıldığı kadar dolu olmadıkların gördüm. Amerika'da katıldığım önemli bir kursta ikinci günde kuru benden almaya başladılar. Halbuki kursa katılımcı olarak girmiştim. Türkiye Özal dönemiyle üzerindeki kompleksi atmaya başladı. Ben inanıyorum ki özellikle 2023 yılından sonra astrolojik olarak da bu böyle, Türkiye çok önemli bir döneme girecek. 2023 ortasına kadar ayakta kalmayı başararsak Türkiye ciddi bir şekilde kozmik bir rüzgârı da arkasına alarak yükselecek.

### **Eksiğimiz marka değeri oluşturmakta mı?**

Markalaşma noktasında evet, eksiğimiz var. Bizler yani Türk insanının genel olarak edepli duralım, mütevazı olalım, aman göze batmayalım, nazar değer tarzında bir yaklaşımı var. Halbuki diğer inanç türlerine sahip ülkelerde bunun tam tersi özellikle show-off vurgulama, biri beş göstermeye yönelik bir üslup hâkim. Altı dolu olduğu takdirde bizden de birçok yetersiz ya da güvenilir olmayan firma, birçok ülkede değişik işler yaptı ve hüsranla sonuçlandı. Çünkü altı dolu değildi. Ben artık yapılan işlerin altının dolu olacağından eminim. Büyük atılımlar yapacağız.

### **İhracatçıların da özellikle son dönemde üzerinde durduğu bir konu var:**

**'Sürdürülebilirlik'. Siz sürdürülebilirliğe nasıl bakıyorsunuz?**

Türkiye'de şöhrat olabilirsiniz; zengin olabilir, kariyer yapabilirsiniz. Ama burada

"YURT DIŞI VE İŞ ZİYARETLERİNİZDE İYİ UYUMAK VE ERTESİ GÜN SERSEM OLMAMAK İÇİN GECE YATARKEN MELATONİN HAPLARI KULLANIN. SABAHLARI BİR TANE C VİTAMİNİ VE BİR TANEDE B KOMPLEKS VİTAMİNİ ALARAK TOPLANTILARA BOMBA GİBİ GİRİN. AYNI ZAMANDA OMEGA 3 VE KOENZİM Q10 HAPLARI ALIN."



sürdürülebilir olmanız mühim! Türkiye'de önemli eksikliklerimizden bir tanesi kuşaklarca işine başarılı bir şekilde devam edebilen firma sayısının azlığıdır. Maalesef ülkemizde üç veya beş kuşak olabilecek süreye sahip holding; çok iyi performans gösterip üzerine katma değer katan firma sayısı yok denebilecek kadar az. Bugün Londra'ya gittiğinizde 200 yıllık bir çay dükkânı veya markasını görebiliyorsunuz.300 yıllık bir terziyi görebiliyorsunuz. Sabun, erkek traş köpüğü yahut bir spor kulübü gibi yüzlerce yıldır varlığını sürdüren markaları görebiliyorsunuz. Fakat maalesef Türkiye'de bu yok. Biz de en fazla bir, iki tane Antepli baklavacı çıkıyor ve markalaşiyor. Bu artmalı! Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, markalaşma yönünde coğrafi ürünlerin ön plana çıkarılmasına vurgu yaptı. Bu projeyi çok akıllıca buluyorum. Kayışımızın güzelliği, üzümümüzün güzelliği, dut pekmezi, şalgam derken markalaşma başladı. Sürdürülebilirlikte uzun süre var olmak önemli!

### Halbuki ülkemizde pek çok alanda başarılı işlere imza atmış kişi de var...

Sizlerle geçenlerde yayımlanan bir araştırmayı paylaşayım. Türkiye'de 30 küsur yıldır şöhret olan ve hâlâ hayatta olan kaç kişi var diye bir araştırma yapılmış. Sonuçlar yalnızca bir avuç insanı işaret ediyor. Mesela



BUGÜN LONDRA'YA  
GİTTİĞİNİZDE  
**200 YILLIK BİR  
ÇAY DÜKKÂNI**  
VEYA MARKASINI  
GÖREBİLİYORSUNUZ.  
**300 YILLIK BİR TERZİYİ**  
GÖREBİLİYORSUNUZ.  
SABUN, ERKEK TRAŞ  
KÖPÜĞÜ YAHUT BİR  
SPOR KULÜBÜ GİBİ  
**YÜZLERCE YILDIR**  
**VARLIĞINI SÜRDÜREN**  
**MARKALARI**  
**GÖREBİLİYORSUNUZ.**  
FAKAT MAALESEF  
TÜRKİYE'DE BU YOK.



Aleyna Tilki de bir şöhret, bir sürü gencimiz var; Survivor ya da O Ses Türkiye, Pop Star gibi yarışmalardan çıkan... Fakat bugün çoğunun ismini bile hatırlamıyoruz. Biraz hızlı tüketiyoruz, fast food gibi... Şöhret, evlilik, ilişkiler her şey böyle oldu. O an parlıyor ve sonra yok oluyor. Türkiye'de son 30 yıldır şöhret olan kişiler arasında sağlık alanındaki tek kişi olarak benim de ismim vardı. Biz bir Ajda Pekkan'ı, Sezen Aksu'yu biliriz, bir iki politikacı biliriz ama maalesef o eşiği geçmek çok zor.

### Bunu nasıl sağladınız?

Hayatımda hiç reklam vermedim. Hiç PR çalışması yapmadım. Yalnızca yaptığım işi doğru yaparak hep gündemde oldum. Hiç de irtifa kaybetmeden bunu yukarı doğru götürmeye çalıştım. Sanıyorum dürüst olmak, sürekli kendimi geliştirmek ve sevgi bunu başarmamda yardımcı oldu. Sevginin olmadığı yerde başarı olmaz. Ben gerçekten insanları ve ülkemi çok seviyorum.

### Türkiye'de ihracat yapan firmalar özelinde ne düşünüyorsunuz?

İhracatta bence hâlâ olmamız gereken yerde değiliz. Çok daha yüksek ihracat potansiyelimiz var. Pandemi ve bazı nedenler kaynaklı Türkiye biraz irtifa kaybetmiş olsa da 2023'ten sonra uçağın take-off yapacağına inanıyorum.



### **Pandemi kendi alanınızda sizi nasıl etkiledi?**

Covid-19 bizlere paranın, şöhretin ya da zenginliğin bir yere kadar önemli olduğunu öğretti. Dolayısıyla pandemi bizi olumsuz etkilemedi. İnsanlar artık sağlığın en önemli konu olduğunu anladılar. Gucci çantalar, Armani T-shirt'ler, Rolex saatlerin yerini ozonlar, glutatyonlar, hacamat ile C

vitaminleri, doğal cilt bakımları, zayıflama kürleri, anti-aging kürleri, bağışıklık sistemini güçlendirici takviyeler aldı. Biz bu dönemde küçük bir hastane gibi daha büyük bir yere geçtik. Kadromuzu genişlettik, yeni aletler aldık; tam tersine büyük bir atılım yaptık. Şu anda herkes kilosuna ve bağışıklığına dikkat ediyor. Çok sayıda iyi performansta, güzel işler yaptık.

### **İHRACAT AİLESİNE 10 ÖNERİ**

- Erken kalkın. Günde iki litre su için.
- Kilolu olmayın ve her daim prezantabil görünün. Ne satarsanız satın, fit ve sağlıklı bir görüntü verin. Mutlaka günde 10 bin adım atın.
- Şekerli ve asitli içeceklerden uzak durun. Göbek ve bel civarınızı ölçün. Erkeklerin 94 cm'yi, kadınların ise 88 cm'yi geçmemesi mühim.
- Yurt dışı ve iş ziyaretlerinizde iyi uyuyun. Seyahatlerinizde yanınızda mutlaka papatya, rezene veya melisa çayı götürün.
- İş toplantıları ve yemeklerde mutlaka bitki çayı için. Herkes şişerken ya da kafası bulanırken siz gazı söken ve performansınızı artıran içeceklere yönelin. Erkeklerin mate, kadınların ada çayı içmesini öneriyorum.
- Mutlaka beyin ve unutkanlık sağlığı için B12 ve D3 vitamini destekleri kullanın.
- Stresi azaltmak için sarı kantaron hapları veya 5-Ht gibi doğal antidepresanlar kullanarak serotonin düzeyinizi yükseltin.
- Yılda iki kere hacamat yaptırarak toksinlerden arının. Daha genç ve formda kalmak için ozon, serum, glutatyon gibi doğal tedavilerden destek alın.
- Sosyal mecraı iş için gençlerle iş birliği hâlinde, doğal olarak, gösterişten uzak kullanın.
- Her güne dua ve şükür duası yaparak başlayın. Akşamları da uyumadan evvel bir Z raporu çıkarın. Ne kadar para kazanırsanız kazanın eğer hayatınızda aşk, muhabbet yaşayacağınız bir partneriniz veya sağlıklı bir bedeniniz yoksa ya da iyi uyu alamıyorsanız kazandığınız para bir hiçtir.

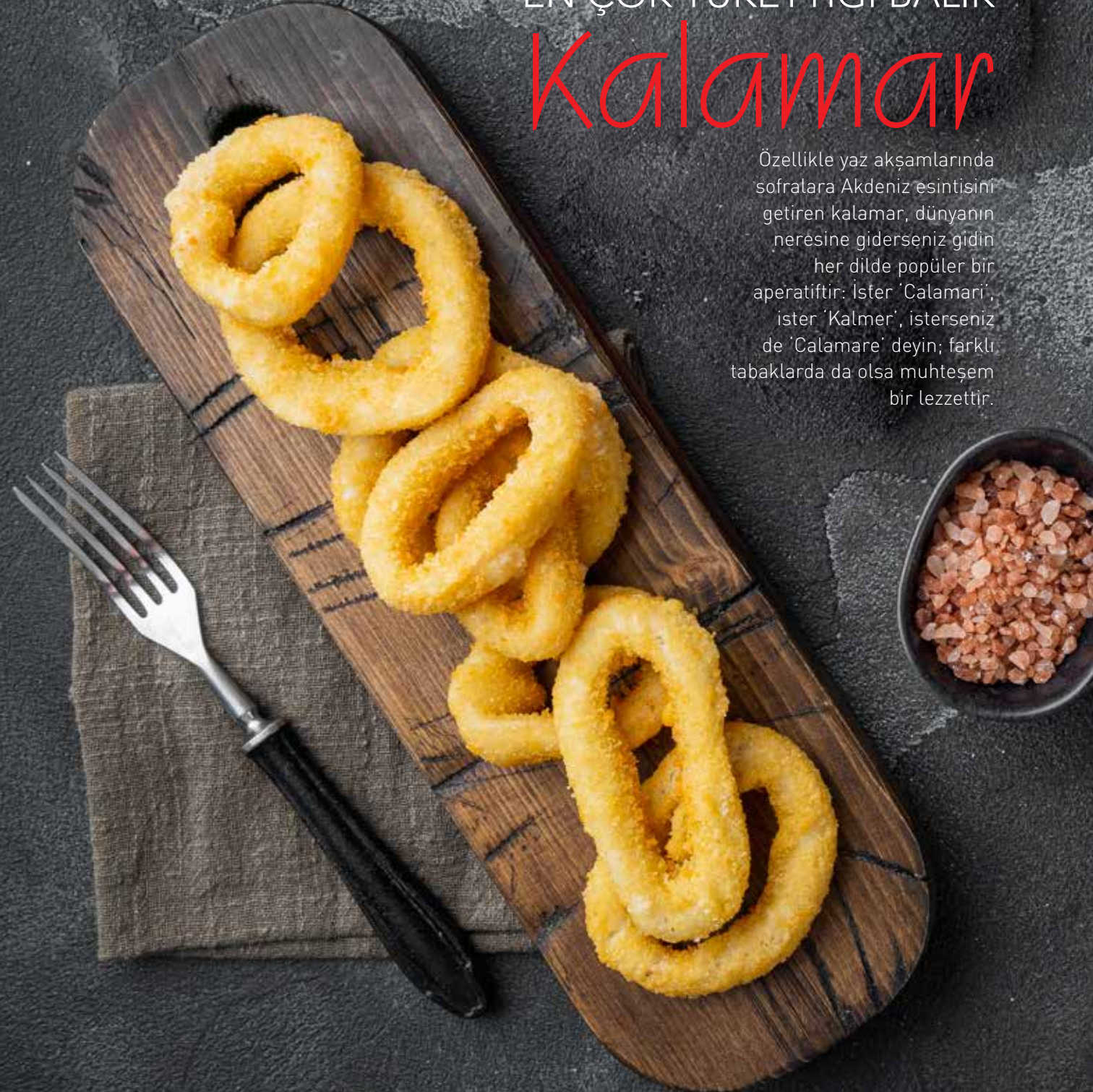
HAYATIMDA  
HIÇ REKLAM  
VERMEDİM. HIÇ  
PR ÇALIŞMASI  
YAPMADIM.  
YALNIZCA  
**YAPTIĞIM İŞİ**  
**DOĞRU YAPARAK**  
HEP GÜNDEMDE  
OLDUM. HIÇ  
DE İRTİFA  
KAYBETMEDEN  
BUNU YUKARI  
DOĞRU  
GÖTÜRMEYE  
ÇALIŞTIM.  
SANIYORUM  
**DÜRÜST OLMAK,**  
**SÜREKLİ KENDİMİ**  
**GELİŞTİRMEK**  
**VE SEVGİ BUNU**  
**BAŞARMAMDA**  
**YARDIMCI OLDU.**





# DÜNYA MUTFAĞININ EN ÇOK TÜKETTİĞİ BALIK Kalamar

Özellikle yaz akşamlarında sofralara Akdeniz esintisini getiren kalamar, dünyanın neresine giderseniz gidin her dilde popüler bir aperatiftir: İster 'Calamari', ister 'Kalmer', isterseniz de 'Calamare' deyin; farklı tabaklarda da olsa muhteşem bir lezzettir.





### KUZEY AMERİKA

"Deniz ürünleri restoranlarının vazgeçilmezi Kuzey Amerika'da kalamardır." desek, yanılmış olmayız. Zira kalamar Kuzey Amerika'da başlangıç yemekleri arasında yer alır. Üzerinde parmesan ve maydanozla süslenerek servis edilir.

### MEKSİKA

Acıların ana vatanı Meksika'da kalamarın tabii ki sade bir soslarla servis edilmesi beklenemez. 'Tabasco' isimli acı biber sosuyla veya 'Habanero' isimli soslarla Meksika halkı kalamarı tüketiyor.

HER ÜLKENİN KENDİNE HAS MUTFAK KÜLTÜRÜNDEN BİR PAY ALAN **KALAMAR, DENİZDEN TUTULUP SOFRALARA GELENE KADAR FARKLI PİŞİRİLME TEKNİKLERİYLE HAZIRLANIYOR.**

### İSPANYA

İspanya'da 'Rabas' veya Roma usulü kalamar anlamına gelen 'Calamares a la Romana' ismiyle yapılan kalamar un, yumurta, yağ ile hazırlanan karışıma ince bir katman ile karıştırılıp sonra fritöz veya derin bir kapta kızgın yağda kısa süreli kızartıldıktan sonra limon ve mayonez veya sarımsaklı mayonezle servis ediliyor.



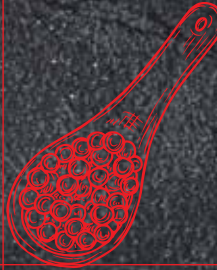
### FİLİPİNLER

Filipinler'de 'Adobo' isimli sos, kendi mürekkebi ve taze kırmızı biber içerisinde ekşi bir tatta pişer. Kızarmış kalamar ise sarımsak, zeytinyağı, limon suyu, yumurta sarısı ve taze baharatlardan oluşan 'Alioli' adı verilen bir sos ile servis edilir.

### ÇİN, TAYLAND VE TAYVAN

Kalamar, bir bütün olarak ızgarada pişiriliyor. Bunun yanı sıra bir başka çeşit olarak kalamarlar kurutulduktan sonra rahat çiğnenebilmesi için ince ince parçalanarak paketlenerek de satışa sunuluyor.

JAPONYA Portekizliler 'Sparkling Enope Squid' veya 'Firefly Squid' olarak bilinen kalamar türleri Japonya'ya özgü 'Shiokara' olarak isimlendirilen deniz ürünlerinin bol tuz ve kahverengi hamur ile pişirilerek elde edilen ve tat olarak Avrupa'daki ançüezi andıran bir çeşit yemekte kullanılıyor.

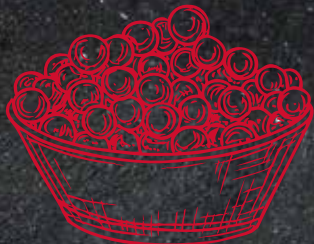


### TÜRKİYE, İTALYA, YUNANİSTAN, HIRVATİSTAN, MISIR, KIBRIS VE ARNAVUTLUK

Bu ülkelerde kalamar bazen halka şeklinde dilimleniyor, bazen de temizlenir ve bütün halde bırakılıyor. Akdeniz mutfak kültürüne has bir pişirme yöntemi olarak unlanıp derin bir kapta, bol yağda pişirildikten sonra sade bir şekilde tuz ve limon eşliğinde servis ediliyor. Ancak her ne olursa olsun yanında 'Tarator' sosla servis ediliyor.

### KORE

Kore'de ise 'Jeotgal' olarak adlandırılan; kalamar, karides, kabuklu deniz ürünleri, balık, balık yumurtası veya balık iç organlarının tuzlanarak fermante edilmesinde kullanılır. Yoğun bir şekilde tuzlandıktan sonra bazen aylarca bekletilerek fermante edilen bu ürün kavanozlara doldurularak servis ediliyor.



### PORTEKİZ

Portekizliler kalamara farklı bir bakış açısıyla yaklaşıyor. Her ne kadar Seville kenti ile ünlü olan yağda kızartılmış hâline 'Lulas a Sevilhana' adı verip tüketseler de genellikle dolmalık biber ve soğan ile kebab şeklinde ızgarada tercih ediyorlar.

### RUSYA

Rusya'da jülyen şeklinde kesilmiş kalamarlar haşlandıktan sonra soğan halkası ve mayonezle süslenerek salatalarda kullanılıyor. Ayrıca içerisi pirinç ve sebzelerle doldurulduktan sonra pişiriliyor.



PANDEMİNİN VE GELECEĞİN  
EN STRATEJİK SEKTÖRÜ

# Tarımda Dijitalizasyonun Etkileri



'Otomotivde dijitalizasyon' ile başladığımız sektörlerdeki dijitalleşme merkezli yazı dizimize tarım ile devam ediyoruz. İnsanoğlunun yerleşik tarım hayatına geçişi ile başlayan süreçle beraber IoT, yapay zekâ, drone ve hatta topraksız tarıma giden yolda geleceğin perspektifini inceliyoruz.

**E**konominin vazgeçilmez sektörü tarımda geline nokta her gün gündem olmaya devam ediyor... Ülkeler arası tartışma konusu yaratan ileri teknoloji ile yapılan tarım gerek etik değerler gerekse stratejik önemi nedeniyle ön planda. Dikey tarımdan, 2020 yılında Nobel Kimya Ödülü'nü alan DNA zincirlerini kesmeye ve yeniden birleştirmeye olanak sağlayan CRISPR-Cas9 siteminin tarımda uygulanmasına kadar yeni dünya formatında üretim teknikleri her geçen gün akıl almaz bir biçimde hızla ilerliyor.



## TÜRKİYE DİJİTALLEŞİYOR

Türkiye tarımda, sektör bazında dijitalleşirken piyasada giderek daha büyük bir oyuncu olma hâline geliyor. Özellikle pandemiyle birlikte tarımda 'sürdürülebilir gıda' ve 'verimlilik' konularının öne çıkması, ulusal güvenlik meselesi olarak görülmesi ve bu doğrultuda stratejik politikaların üretilmesi; Türkiye'nin sahip olduğu karşılaştırmalı üstünlüğü gözler önüne seriyor.

Tarihsel olarak incelendiğinde tam bir 'tarım ülkesi' olan Türkiye'deki faaliyetler; 1990'lerdeki küreselleşme dalgasıyla ciddi bir değişim yaşadı. Teknolojik tarımın öneminin arttığı, tarımsal ekimde kimyasal ilaç ve türevlerinin daha etkin kullanıldığı 1990'lı yılların akabinde hızlı bir teknoloji devrimi yaşandı. Makineleşme arttı, verim yükseldi. Ancak milenyum çağının etkilerinin yaşandığı son dönemde ise bu hız inanılmaz bit boyuta taşındı. Tarımda üretim de akıllı hâle getirildi ve üreticiler Endüstri 4.0'ın tarıma özel hâli olan 'Agri-Food 4.0' veya 'Tarımda Dijitalleşme' konularını konuşmaya başladı.

## TARIMDA DİJİTALLEŞME

Tarım, basit bir mantıkla işliyor gibi olsa da aslında inanılmaz karışık bir yapıya sahip. Tek bir merkezden kontrole izin vermeyen yapısı var. Bitki, toprak veya suda barınan çok farklı çeşitlerde milyarlarca mikroorganizma eşzamanlı olarak birlikte veya kendi başlarına çalışabiliyor. Yepyeni teknolojiler ile muazzam miktarlarda büyük veri toplanıyor. Örneğin; tarlanın içinden, gökteki drone veya uçaktan ya da uydudan istenilen sıklıkta görüntü alınabiliyor. Ya da toprağa batırılan bir sensörle nem, tuz, sıcaklık değerlerini ölçüp kaydedilebiliyor. Mini meteoroloji istasyonu ile hava sıcaklığı, nem, basınç gibi önemli değerler ölçüp kaydedilebiliyor. Hatta bunların hepsi tarlaya gidilmeden, üretici milyonlarca kilometre üretim alanından uzaktan dahi yapılabilir. Otomasyonla şekillenen dijitalleşme, üreticiye kısa sürede verim olarak geri dönüyor.

## DİKEY TARIM

Teknolojinin tarımda kullanımı, elbette bununla sınırlı kalmıyor. Son dönemin popüler konusu hâline gelen 'topraksız



tarım' ise insanlara çok farklı kapıları aralıyor. Zira şehrin dışındaki ekilebilir alanlarda yapılan üretim; dikey tarım sayesinde toprağa dahi ihtiyaç duyulmadan binaların çatılarında bile gerçekleştirilebiliyor. Alternatif bir tarım yöntemi olarak öne çıkan dikey tarım; yeni kaynakların daha dikkatli ve efektif bir şekilde ve sürdürülebilir olarak kullanılmasına olanak tanıyor.

Temelde dikey tarımda üç çeşit yöntem kullanılıyor: Aeroponik, Akuaponik ve Hidroponik... Bu yöntemlerle birçok ürünü yetiştirmek mümkün. Söz konusu yöntemler suyun verimli kullanması, daha fazla ürün alma imkânı sunması, kentlerde veya kentlere yakın yapılabilirdiği için ürünlerin daha kolay transfer edilerek karbon ayak izini azaltabilmesi, gübre tasarrufu sağlanması, yapay zekâ ile kontrol edildiğinde fire oranını düşürmesi, topraksız olduğu için topraktan gelecek zararlıları ortadan kaldırması gibi birçok yönden çözüm sunabiliyor.



Dikey tarım sayesinde uzay çalışmalarına katkıda bulunuluyor. Nitekim uzayda kolonileşme başladığında, koloninin gıda ihtiyacını karşılamak için topraksız, havasız, gün ışığı gereksinimi duymayan modüler sistemlere ihtiyaç duyulabilir!

**%20**

Hayvansal üretim maliyetlerinde en az yüzde 22 ve sulamada en az yüzde 20 tasarruf hedefleniyor.

**700  
MİLYON TON**

Üzerinde tarımsal atık çıkıyor

**CRISPR-CAS9**

Gelelim bir diğer teknoloji CRISPR Cas9'a... Crispr teknolojisi ile gen düzenleme, şüphesiz bu yüzyılın en büyük biyoteknoloji atılımı oldu. Bu gelişme, geçen yüzyılın en önemli bilimsel buluşlarından biri sayılan DNA'nın keşfi kadar önemli. Bu nedenle öncelikle sizlere CRISPR-Cas9'un, 2020 yılı Nobel Ödülü'nün sahibi olduğunu öncelikle belirtelim.

Bilim dünyasında heyecan yaratan bir genom düzenleme aracı olan söz konusu sistem sayesinde ürünler henüz tohum hâlindeyken değiştiriliyor. Ancak bu GDO'dan oldukça farklı. Burada bilim insanları üretilen meyvenin tüm genlerini başka bir ürününkiyle değiştirebiliyor. Hasarlı ya da istenmeyen genom, daha kaliteli bir başkasıyla transfer edilebiliyor. Bu yöntemle ortaya çıkan kusursuz ürün de çok daha farklı bir piyasanın kapısını aralıyor. Çünkü dünya çapında CRISPR-Cas9 ile üretilen ilk ticari ürün kararmayan yemeklik mantar oldu. ABD Tarım Bakanlığı, hiçbir düzenlemeye gerek duymadan ürünün piyasaya sürülmesine izin verdi. Bu, CRISPR Cas9'a yeşil ışık yakmak demekken aynı zamanda tarımda rekabetin artması, teknolojinin tam gaz kullanılması gerektiği anlamına da geliyor.

**AKILLI TARIM UYGULAMALARI**

Tarım 4.0 alanında dünyada yaşanan gelişmeler ile Türkiye de bu alanda çalışmalarını hızlandırdı. Tarımsal üretim potansiyeli oldukça yüksek olan Türkiye'de son yıllarda tarımsal teknoloji alanındaki

araştırma geliştirme faaliyetleri hem devlet politikaları hem üniversite ve araştırma merkezleri hem de özel sektör tarafından desteklenerek geliştirildi. Başta Ege Üniversitesi, Boğaziçi Üniversitesi, Ankara Üniversitesi ve Konya Gıda Tarım Üniversitesi olmak üzere bu alandaki çalışmalar ulusal ve uluslararası iş birlikleri ile artmaya başladı. Ayrıca GSM şirketleri olmak üzere; tarımsal ekipman, Ar-Ge ve yazılım üreten firmaların sayısı ve patent





başvuruları her geçen gün artıyor. Bu alanda özel sektör firmaları arasında da iş birliği örnekleri de var.

Vodafone Türkiye ve TABİT ortaklığında kırsal kalkınmaya destek olma hedefiyle Aydın'da kurulan Vodafone Akıllı Köy, dünyanın ve Türkiye'nin uçtan uca dijital teknolojilerle donatılmış ilk akıllı köyü olma yolunda hızla ilerliyor. Geleneksel tarım yöntemlerinin ileri teknoloji ile birleştirildiği Vodafone Akıllı Köy'ün başlıca amaçları arasında tarımsal üretimdeki verimliliği bilgi ve teknolojiler ile artırmak, tarımda genç istihdamını artırmak, teknolojinin diğer köylere de yayılmasını sağlamak bulunuyor. Bitkisel üretim maliyetlerinde en az yüzde 20, hayvansal üretim maliyetlerinde en az yüzde 22 ve sulamada en az yüzde 20 tasarruf hedefleniyor.

Avrupa'da her yıl 700 milyon tonun üzerinde tarımsal atık çıkıyor. Akıllı tarım uygulamaları sayesinde 2026 yılına kadar tarım giderlerinde yüzde 4-6 civarında tasarruf, ürün değerlerinde yüzde 3 civarında artış öngörülüyor. Milyonlarca ton tarım ürününün en iyi kalitede üretilebilmesi, doğru koşullarda



saklanabilmesi, gitmesi gereken yere zamanında ulaşabilmesi için güvenilir veri toplamak ve bu verileri anlamlı bir şekilde işleyebilmek gerekiyor.

#### **SEKTÖR İHRACATI, BÜYÜMEYE VURGU YAPIYOR**

Tarım sektörü ihracatı gün geçtikçe büyümesini sürdürüyor. Pandemi sürecinde stratejik önemi pek çok sektörden daha fazla dikkat çeken tarım alanında ihracatını da artırıyor. Zira pandemide yasaklardan muaf olan sektör temsilcileri yılın ilk yarı periyodunda yüzde 20,9 oranında pozitif yönlü değişim gösterdi. 2021 yılının Ocak-Haziran arasındaki dönemde 13,61 milyon dolar değerinde ihracata imza atıldı. Bu rakam, geçen senenin aynı döneminde 11,26 milyon dolar bandında gerçekleşmişti.

Türkiye'deki bu gelişim, Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) rakamlarına da yansıyor. TİM verilerine göre ihracatta ana üretim grupları içerisinde haziran ayında tarımın aldığı pay yüzde 13 oldu. Alt sektörler ise üç ana ürün grubu özelinde bölünüyor. Haziran ayında ihracattan en fazla payı 'Bitkisel Ürünler' aldı. Söz konusu grubun ihracattan aldığı pay yüzde 8,3 iken 1,63 milyon dolar değerinde ürün ihraç edildi. Listenin ikinci sırasında ise 'Ağaç ve Orman Ürünleri' yer aldı. İhracattan yüzde 3,1 pay alan gruba ait ihracat 614 milyon dolar düzeyindeydi. Üçüncü sıradaki 'Hayvansal Ürünler' isimli ürün grubu ise ihracatta yüzde 1,6 pay alırken ihracatta 314 milyon dolar bandına yükseldi.





Schneider Electric Türkiye, Orta Asya ve Pakistan Bölge Başkanı **Bora Tuncer**

## “Müşterilerimizin de sürdürülebilir olmasına yardımcı oluyoruz”



Schneider Electric, global firma kimliği ve 180 yılı aşkın tecrübesiyle endüstriyelleşme, şehirleşme ve dijitalleşme trendlerine paralel dünyada artan enerji ihtiyacına cevap verebilmek amacıyla teknolojik çözümler geliştiriyor.

Schneider Electric Türkiye, Orta Asya ve Pakistan Bölge Başkanı Bora Tuncer ile bir araya geldik.

**T**ürkiye’de 1988 yılından bu yana Manisa ve Gebze’de bulunan yeşil bina sertifikalı iki üretim tesisi, bin 500’ün üzerinde çalışanı, 14 satış ofisi ve 200’e yakın yerel iş ortağı ile faaliyet gösteren Schneider Electric; pazara sunduğu akıllı şehirler, IoT ve Endüstri 4.0 odaklı enerji verimliliği çözümleri ile enerji kaynaklarının etkin ve verimli kullanımına katkıda bulunuyor. Türkiye ekonomisinin gelişimi için yatırım yapmayı ve katma değer üretmeyi kesintisiz sürdüren Schneider Electric, Türkiye’de ürettiği yenilikçi ürünlerin yüzde 70’ini 80’i aşkın ülkeye ihraç ediyor.

**Pandemi sürecinde verimliliğin önemi çok daha ön plana çıktı. Bu kapsamda sağladığınız çözümlerle beraber dijitalleşmede geline nokta sizce hangi boyutta?**

Schneider Electric olarak pandemi sürecinde fabrika ve ofislerde önemi daha da artan verimlilik konusunda, katma değer sağladığımız sistemler bulunuyor. Bu doğrultuda sistemin tasarımını birinci öncelik olarak değerlendirebiliriz. Tasarımın doğru yapılmasının sistemlerin verimliliğine etkisi yaklaşık yüzde 10-20 seviyelerine

kadar çıkabiliyor. Trafoların yanlış seçilmesi sonucu kapasitif cezaya girebilirken, boşa ve yükteki kayıplar da gereksiz maliyetler yaratabiliyor. Ayrıca verimlilikleri yüksek UPS’ler seçilerek gereksiz enerji kayıpları önenebilir. Örneğin bir veri merkezinde bir yılda yüzde 25 enerji tasarrufu sağlanabiliyor.

Verimlilik sağlamak üzere sunduğumuz sistemlerden bir diğeri ise ‘Enerji izleme sistemleri’. Enerji izleme sistemleri sayesinde kompanyasyon çözümleri ile enerji verimliliği ve güvenlik sağlanabiliyor. Özellikle pandemi sürecinde yoğunluk yaşayan sağlık kuruluşlarıyla ilgili olarak yaptığımız araştırmalar gösteriyor ki iş sürekliliğinin sağlanamaması durumunda; hastanelerde hasta kayıpları yaşanabiliyor. Bu üzücü kayıpların yanı sıra hastane yönetimleri itibar zedelenmesine, maliyetlerde artışa ve iş güvenliği risklerine açık hâle geliyor. Hastanelerde bir saat işin durması, 125 bin dolar finansal kayba neden oluyor. Ayrıca son bir yılda küresel çapta sağlık hizmetleri sunan kurumların yüzde 40’i öngörülmeyen operasyon aksaklığı yaşadı. Fabrikalarda bu tip duraksamalar; üretim kaybı, iş güvenliği riskleri ve itibarın zedelenmesi gibi sonuçlara yol açabiliyor ve bir saatte 25 bin dolar zarar yaratıyor. Endüstriyel alanlarda çıkan yangınların yüzde 22’si elektrik donanımlarındaki arızalardan kaynaklanıyor. Bu yangınların yüzde 56’sı önleyici bakım çalışmaları ile aslında engellenebilir. Rafinerilerdeki iş aksaklıklarının yüzde 19’u elektrik ve güç sistemlerindeki arızalardan kaynaklanıyor ve işin tamamen durmasına ve üretim kaybına neden oluyor. Öte yandan, veri merkezlerinde ise veri kaybı kabul edilemez bir durum. İtibar ve para kaybına neden olan böyle bir sürecin şirketlere maliyeti bir saatte 400 bin dolar oluyor. Bu ihtiyaçların önemini farkında olarak geliştirdiğimiz

dijital hizmetlerimizi kullanan müşterilerimiz beklenmeyen kesintilerin, iş kaybının ve artan maliyetlerin önüne geçiyor, emniyetli ve güvenilir bir iş ortamı yaratıyorlar. İşe özel mühendislik çözümleri sunmaları kolaylaşıyor. Makinelerde yüksek performans ve verimlilik elde ediyorlar.

### **Türkiye'nin Endüstri 4.0 ve yapay zekâya geçiş sürecini nasıl değerlendiriyorsunuz?**

Enerji verimliliğinde ülkelerin ve kurumların dijital dönüşümüne önayak olmak amacıyla kurduğumuz İnovasyon Merkezleri'nden Orta Doğu ve Afrika coğrafyasındaki (MEA) 'İlk'ini İstanbul'da açtık. Hatta açılış töreni için düzenlenen çevrimiçi lansman açılış toplantısına, Schneider Electric Global İnovasyon Başkanı Emmanuel Lagarrigue ile Ekim 2014-Mart 2021 tarihleri arasında Dünya Ekonomik Forumu İcra Kurulu üyesi olarak görev yapan Murat Sönmez de katıldı ve 4. Endüstri Devrimi penceresinde dijital dönüşüm ve enerji verimliliği hedeflerine ilişkin güncel küresel trendleri aktardı. Ataşehir'deki Genel Merkezi'mizde kurulan İnovasyon Merkezi'nde hastaneler, oteller, endüstri tesisleri, veri merkezleri, üst yapı yatırımları gibi tüm uygulama alanlarında gerçek zamanlı teknoloji çözümlerinin deneyimlenebileceği bir alan olarak hizmet veriyoruz. Yapay zekâ, dijital ikiz teknolojilerini de temel alan 50'nin üzerinde yazılım ile donattığımız İnovasyon Merkezi'nde gerçek zamanlı verilerle tüm dünyadan tesisleri birbirine bağlayarak ve karşılaştırma yaparak her müşteriye özel çözüm üretmeyi amaçlıyoruz. Merkezimiz aynı zamanda meslek örgütleri, enerji sektörü profesyonelleri ve mühendislik fakültelerinden üniversite öğrencileri için bir deneyim, eğitim ve gelişim alanı olarak hizmet veriyor.

2012-2023 Enerji Verimliliği Strateji Belgesi'nde yer alan enerji verimliliğine ilişkin Enerji Politikası doğrultusunda 2023 yılı itibarıyla Türkiye'nin GSYİH'si başına harcanan enerji miktarının en az yüzde 20 oranında azaltılması hedefleniyor. Schneider Electric olarak Türkiye'de kamu ve özel sektörlerde bu alandaki artan bilinç doğrultusunda ihtiyaçlara cevap vermek ve Türkiye'nin enerji kaynaklarını daha verimli kullanmasına destek olmak amacıyla yatırımlarımıza devam ediyoruz.

### **IoT ve bulut tabanlı veri analiz sistemlerinin gelişmesi ile özellikle bina yönetim sistemlerinde köklü bir değişimin başladığını söylemişsiniz. Bu değişimin ne gibi avantajları oluyor?**

Pandemi, binaların verimlilik ve sürdürülebilirlik bağlamında yeterliliklerinin sorgulanmasına neden oldu. Bu kapsamda binalarda, yeni nesil IoT sistemlerinin mimarisini oluşturan 'Haberleşen Cihazlar', 'İzleme ve Uzaktan Kontrol Sistemleri' ve 'Analitik Çözümler' kullanılarak enerji verimliliği oluşturulacaktır. Bu verimlilik sayesinde çevresel ve ekonomik sürdürülebilirlik konularında büyük faydalar elde edilebilir.



IoT ve bulut tabanlı veri analiz sistemlerinin gelişmesi ile özellikle bina yönetim sistemlerinde köklü bir değişim başladı. En temelde akıllı binalar sensörlerle donatılırken, bu sensörler binadaki ısıtma-soğutma (HVAC) sistemlerini, mekanik sistemleri, elektrik ağındaki kesici, UPS, trafo gibi kritik varlıkları izlemek için kullanılıyor. Bu sensörler topladıkları bilgileri bulut tabanlı ortama aktarıyor ve bina operatörleri kontrol ve izleme yazılımlarıyla bu bilgileri izleyip kontrol ederek sistemlerini yönetiyorlar. Aynı zamanda bu veriler yapay zekâ algoritmalarıyla analiz edilebiliyor. Pandemi sürecinde uzaktan sistemlere geçilmesi ile birlikte özellikle ofisler için önem kazanan bir diğer konu ise aydınlatma otomasyonu oldu. Aydınlatma otomasyonu oluştururken, varlık sensörü kullanılarak gereksiz aydınlatmalar otomatik kapatılması sağlanabiliyor. Öte yandan pandemi süreci ile birlikte hem fabrika hem de ofisler için

**"Enerji verimliliği alanındaki projelerimize odaklanıp eko sistemimize maksimum fayda sağlamak üzere çalışmalarımıza devam edeceğiz."**



ısıtma soğutma sistemlerinin otomasyonu olarak da adlandırabileceğimiz mekanik otomasyonun da öne çıktığını söyleyebiliriz. Mekanik otomasyon sayesinde ısıtma soğutma sistemlerinde enerji kayıpları azaltılabilirken, izleme sistemi olsa dahi görülemeyen bazı kayıp ve kaçaklar yapay zekâ algoritmaları ile tespit edilebilir. Ayrıca sistem tasarımı ile mahallere taze hava verilir. Karışım havalı sistemler bu dönemde devre dışı bırakılarak iç mahallerdeki pis hava tamamen dışarı atılır ve havanın sağlıklı olması sağlanabilir.

#### 2021 risk haritası analizlerine göre planlamalarınızda ve yatırım hedeflerinizde neler var?

Schneider Electric olarak 2030 yılına kadar net sıfır karbon emisyonuna sahip olma taahhüdümüz bulunuyor. Bunu yapmanın yollarından biri de o tarihe kadar operasyonlarımız için yüzde 100 yenilenebilir enerji kaynaklarına sahip olmak. Sürdürülebilirlik taahhütlerimiz sadece operasyonlarımızda sürdürülebilir olmamızı sağlamakla sınırlı değil, aynı zamanda müşterilerimizin de daha sürdürülebilir olmasına yardımcı oluyor. Bu olumlu katkı, Schneider Electric'in 2020'deki toplam gelirlerinin yüzde 72'sini temsil eden Yeşil Gelirler olarak ölçülüyor. 2020 senesi Schneider Electric için önemli bir dayanıklılık testi oldu ve bu zorlu dönemi tarihi başarılarla kapattık. Pandemi henüz dünya gündemine girmemişken

belirlediğimiz büyüme ve kârlılık hedeflerimizi fazlasıyla gerçekleştirdik. Bu yıl da özellikle enerji verimliliği alanındaki projelerimize odaklanıp eko sistemimize maksimum fayda sağlamak üzere çalışmalarımıza devam edeceğiz. Hastane, OSB ve özellikle son dönemde önemi artan tarım sektörlerine sunduğumuz dijital çözümlerimizle ülkemizde sanayimizin gelişmesine destek olacağız.

#### Schneider Electric'in başarısının sırrı sizce nedir?

En önemli gücümüzün 180 yılı aşkın tecrübemiz, 100'den fazla ülkede görev yapan 137 bin çalışanımız olduğunu düşünüyorum. Ayrıca Schneider Electric globalde her yıl gelirinin yüzde 5'ini Ar-Ge'ye ayırıyor. Bu kapsamda 2015 ve 2025 yılları arasında inovasyon ve Ar-Ge'ye 10 milyar Euro yatırım yapacağımızı açıkladık. Uzaktan erişim ve izleme teknolojileri ile müşterilerimize daha çevik olabilmek imkânı veriyoruz. Dijital çözümlerimizle operasyonlardaki problemleri önceden tespit ederek müdahale edilebilmesini sağlıyoruz. Bu da bizi daha dayanıklı yapıyor. Değişen koşullara göre kapasitemizi artırarak maliyetleri düşürüyor ve verimliliği artırıyoruz. Son olarak, sürdürülebilir bir dünya istiyoruz ve bu konuda önemli adımlar atıyoruz. Küresel ısınma, iklim değişikimi, karbon ayak izi gibi gezegenimizi ve insan yaşamını tehdit eden konularla ilgili çalışmalar yapıyor, stratejiler geliştiriyoruz. Gelecekte de sektörde çeviklik, dayanıklılık, verimlilik ve sürdürülebilirlik konularının çok daha fazla konuşulacağını düşünüyoruz. Geçen yıl başlayan pandemi sürecinin bizlere dijitalleşmenin ne kadar önemli olduğunu gösterdiği kanaatindeyiz.

“Küresel ısınma, iklim değişikimi, karbon ayak izi gibi gezegenimizi ve insan yaşamını tehdit eden konularla ilgili çalışmalar yapıyor, stratejiler geliştiriyoruz. Gelecekte de sektörde çeviklik, dayanıklılık, verimlilik ve sürdürülebilirlik konularının çok daha fazla konuşulacağını düşünüyoruz.”

# 137 BİN

Schneider Electric çalışan sayısı



Türkiye'nin en büyük debriyaj üreticisi olan **Dönmez Debriyaj** yeni yatırımları ve her yıl artan üretim kapasitesi ile yurtiçinde sahip olduğu geniş bayi ağının yanı sıra, ürünlerini 5 kıtada 80 ülkeye Hammer Kupplungen markası ile ihraç etmektedir.



**#İlerlemeninYolu**

# YEŞİL TAHVİL İHRAÇLARI HIZLI BÜYÜYÖR

Türkiye başta olmak üzere Avrupa genelinde artan orman yangınları, iklim değişikliği ile mücadelenin önemini bir kez daha gösterdi. Çevreci projeleri finanse eden yeşil tahvil ihracı küresel ölçekte yılın ilk çeyreğinde dört kat artarken, Türkiye'deki büyüme dikkat çekiyor.

**Y**eşil üretime dayalı ekonomi, artık bir tercihten çıkıp zorunluluk hâline gelmeye başladı. Bunun en önemli adımı da Avrupa Yeşil Mutabakatı ile atıldı. Türkiye, iklim değişikliğinin azaltılmasını hedefleyen Paris Anlaşması'nı henüz imzalamasa da, temmuz ayında Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın imzasıyla Yeşil Mutabakat Eylem Planı Genelgesi yayımlandı ve Avrupa Yeşil Mutabakatı ile öngörülen değişikliklere uyum için Yeşil Mutabakat Çalışma Grubu kuruldu. Aynı dönemde Avrupa Birliği de "Fit for 55" isimli yeşil paketi ile 2050'de karbon nötr hâle gelme hedefine yönelik bir dizi iklim değişikliği yasası çıkarılacağını açıkladı. Bunlar arasında uçak yakıtlarının vergilendirilmesi, petrol ve dizel arabaların satışının 20 yıl içinde yasaklanması gibi tedbirler var. Ayrıca otomotiv ve havacılık sektörünün yanı sıra denizcilik sektörünün de Emisyon Ticaret Sistemi'ne (ETS) dâhil edilmesi de öneriler arasında yer alıyor. Böylelikle üç yıllık bir süre içinde denizciliğin de sisteme dahil edilmesi öngörülüyor. Bu açıdan ihracatının yarısını Avrupa Birliği ülkelerine yapan Türkiye için çıkarılacak yasalar oldukça önem taşıyor.

## AB'DE, 225 MİLYAR EURO'LUK YEŞİL TAHVİL

AB Komisyonu, 2030'a kadar karbon emisyonunu yüzde 55 azaltma hedefine yönelik 2019 yılının eylül ayında 1,8 trilyon

Euro tutarındaki uzun vadeli bütçesinin en az yüzde 30'unun iklimle ilgili önlemlere harcanacağını açıklamıştı. Sonrasında Avrupa Komisyonu'nun, 225 milyar Euro tutarında yeşil tahvil ihraç edeceğini açıklamasının ardından, sürdürülebilir finansman ve yeşil tahviller piyasası da hareketlenmeye başladı.

Sürdürülebilir finansmanın büyümesinde; hükümetlerin iklim değişikliğiyle mücadele politikalarının, yatırım bankalarının sürdürülebilir geleceğe katkı sunma çabalarının ve politika değişiklikleri etkili oluyor. Sürdürülebilir finansman ihracılarındaki artış genellikle gelişmiş ülke piyasalarında daha fazla. Avrupa lider konumda olsa da Japonya sürdürülebilir finansman ihracında ilk sırada yer alıyor.

## İLK ÇEYREKTE İKİ KAT ARTTI

Londra Menkul Kıymetler Borsası Grubu (LSEG) iştiraki Refinitiv verilerine göre bu yılın ilk çeyreğinde sürdürülebilir finansman ihracıları geçen yılın aynı dönemine göre iki kat arttı. Sürdürülebilir finansman ihracıları yılın ilk çeyreğinde, 460 ihraç ile 287 milyar dolar değerine ulaştı. Böylelikle tüm zamanların en yüksek sürdürülebilir finansman ihracı gerçekleştirilerek, küresel borç sermaye piyasaları içindeki payı da yüzde 11,5 oldu. Türkiye'de de yılın ilk çeyreğinde gerçekleştirilen sürdürülebilir finansman ihracılarının 900 milyon doları bulunduğu belirtiliyor.

Aynı dönemde yeşil tahviller piyasası da yüzde 400 artarak 131,3 milyar dolara ulaştı. Yeşil Tahviller (Green Bonds), Yeşil Tahvil İlkeleri ile uyumlu, projeleri finanse etmek için ihraç edilen bir tahvil aracı. Küresel tahvil piyasası 100 trilyon dolar civarındayken, yeşil tahvillerin kümülatif ihracılarının 1 trilyon doların altında olduğu vurgulanıyor. Küresel tahvil ihracılarında yüzde 1'den daha az paya sahip olan yeşil tahvillere son beş yıldaki ilgi, bu finans



# 700

## MİLYAR EURO

2020 yılı itibarıyla küresel 'Yeşil Tahvil' finans piyasasının ulaştığı değer



piyasasının hızlı bir büyüme yakalayacağına işaret ediyor.

### İKİ YIL İÇİNDE 100 MİLYAR DOLARI AŞACAK

2012 yılında sadece 4 milyon dolar olan dünyada yeşil tahvil ihracı, 2019 yılında 274 milyar dolara ulaştı. 2020 yılı sonu itibarıyla bugüne kadar ihraç edilen küresel yeşil tahvil tutarının 700 milyar Euro olduğu belirtiliyor. Yeşil tahvil ihracında gelişmekte olan ülkeler arasında Çin, 2020 yılında 18 milyar dolar yeşil tahvil ihracı ile ilk sırada yer alıyor. Gelişmekte olan ülkelerde yeşil tahvil ihracının gelecek üç yıl içinde iki katına çıkması ve piyasanın 2023 yılına kadar 100 milyar dolarlık yıllık ihraç sınırını aşması bekleniyor.

### TÜRKİYE'DE 2021'DE YEŞİL TAHVİL İHRACI ARTTI

3,1 milyar dolar olan Türkiye toplam tahvil ve borçlanma piyasasında, yeşil tahviller 836 milyon dolarlık paya sahip. Bu yıl bankaların öncülüğü ile atılan adımlar piyasanın büyüyeceğine işaret ediyor.

Türkiye'nin ilk sürdürülebilir kira sertifikası ihracını gerçekleştiren TSKB, Zorlu Enerji adına oluşturduğu toplam 450 milyon TL tutarında sürdürülebilirlik temasına sahip Sukuk İhraç Programı

çerçevesinde 50 milyon TL tutarında ilk ihracı gerçekleştirdi. Türkiye Sınai Kalkınma Bankası ayrıca 350 milyon dolarlık beş yıl vadeli sürdürülebilir tahvil ihracını yatırımcılardan gelen altı kat taleple gerçekleştirmişti. Garanti BBVA tarafından uygulanan 'Cinsiyet Eşitliği Kredisi', kamu bankası Vakıfbank tarafından gerçekleştirilen 'Sürdürülebilir Eurobond' ihracı, Türkiye Kalkınma ve Yatırım Bankası (TKYB) tarafından gerçekleştirilen 'Düşük Karbonlu Ekonomiye Geçiş Tahvil' ihracı, Türkiye'de sürdürülebilirliğin finansmanın potansiyeli için önemli ipuçları veriyor.

Uluslararası piyasalarda 350 milyon Euro tutarında, beş yıl vadeli yeşil tahvil ihracı gerçekleştiren Arçelik de Türkiye'den uluslararası piyasalara, yeşil tahvil ihracı gerçekleştiren ilk reel sektör şirketi oldu. Tahvil ihracına uluslararası piyasalarda 33 ülkeden 175'ten fazla kurumsal yatırımcı, yaklaşık 1,6 milyar Euro tutarında talep ilettiği ve yatırımcılardan, planlanan tutarın 4,5 katından fazla talep alındığı açıklandı.

## BANKALAR, ÇEVRESEL VE SOSYAL RİSK PRİMLERİNDE LİMİTLERİ DÜŞÜRDÜ

Global Compact, Sürdürülebilir Kalkınma Amaçlarına (SKA'lara) erişilebilmesi ve 2030 gündeminin yakalanabilmesi için yıllık 2,5-3 milyar dolar civarında bir yatırım ihtiyacı bulunuyor. Bunun için de dünya genelinde yıllık 5 ila 7 trilyon dolar arasında yatırım gerekiyor. Bu da Türkiye başta olmak üzere gelişmekte olan ülkeler için her yıl en az 2,5 trilyon dolar finans açığı anlamına geliyor. Global Compact Türkiye Sürdürülebilir Finansman Bildirgesi'ne imza atan bankalar, 2017 yılında 50 milyon dolar ve üzerindeki yatırımlardaki kredi süreçlerinde çevresel ve sosyal riskleri değerlendirme süreçlerine alacaklarını beyan etti ve 2019 yılında yatırım tutarı limitini 10 milyon dolara indirdiler.



# Petkim Genel Müdürü Anar Mammadov “Modernizasyon ve verim yatırımlarımızın omurgasıdır”



Petkim Genel Müdürü Anar Mammadov ile bir araya geldik.

Dijitalleşme konusunda önemli adımlar attıklarını ifade eden ve aynı zamanda SOCAR Türkiye Rafineri ve Petrokimya İş Birimi Başkanı olan Mammadov ile yatırımları, 2021 hedefleri ve ihracat stratejilerini konuştuk.

**T**ürkiye'nin en büyük endüstriyel holdingi SOCAR Türkiye'nin iştiraki Petkim, Türkiye'nin ilk ve tek entegre petrokimya tesisi olarak faaliyet gösteriyor. Yıllık 3,6 milyon ton üretim kapasitesine sahip Petkim'de, 15 ana üretim tesisi ve altı yardımcı tesisle 60'a yakın farklı türde ürün üretiliyor. Söz konusu ürünlerin çoğunluğu KOBİ olmak üzere bin 500 üretici tarafından ham madde olarak kullanılıyor. ABD'den Avrupa'ya, Orta Doğu'dan Kuzey Afrika'ya kadar 78 ülkeye ihracat gerçekleştiren Petkim, bugün yaklaşık 2 bin 500 kişiye doğrudan istihdam sağlarken yüklenici firma çalışanlarıyla birlikte bu rakam 5 binin üzerine çıkıyor. Türkiye'nin petrokimya ürünleri ihtiyacının yaklaşık yüzde 16'sını karşıladıklarını ifade eden SOCAR Türkiye Rafineri ve Petrokimya İş Birimi Başkanı ve Petkim Genel Müdürü Anar Mammadov ile görüştük.

**Covid-19 salgını döneminde küresel ekonomide yaşanan durağan süreçte Petkim'in aldığı pozisyon ve yatırım hedefleri neler oldu?**

Dünya genelinde çok sayıda rafineri ve petrokimya şirketinin de faaliyetlerini tamamen ya da kısmen durdurmak zorunda kaldığı pandemide, Petkim olarak üretimimizi kesintisiz olarak sürdürdük. Pandemi döneminde Türkiye'nin ihtiyaçlarına odaklandık. Yaşanan bu olağanüstü şartlar nedeniyle her zamankinden daha önemli hale gelen tıbbi malzemelerin ham maddelerinin üretimine ağırlık verdik ve sağlık sektörüne önemli katkılar sağladık.

Öte yandan pandemi nedeniyle dünyada uçuşlara getirilen kısıtlamaların da etkisi ile jet yakıt talebi bir anda önemli ölçüde düştü. Ancak en son teknoloji ile donatılan STAR Rafineri'de, sahip olduğu teknik

altyapı ve operasyonel esneklik sayesinde, üretim planlarımızı pandemi dönemindeki değişikliklere süratle adapte ederek 1,6 milyon tonluk jet yakıtı üretim kapasitesini hızla motorine çevirebildik. Bu hızlı ve isabetli aksiyonumuz, içinde bulunduğumuz pazarda bize önemli bir rekabet avantajı sağladı. 4,8 milyon ton dizel kapasitemiz, bu başarılı dönüşüm ile kısa sürede arttı ve 2020 yılı sonu itibarıyla motorin üretimimiz 6,5 milyon tona ulaştı.

Her ne kadar Covid-19 salgını yaşantımızı derinden etkilemiş, ekonomi dünyası için pek çok zorluğu beraberinde getirmiş olsa da iş birliğimizin ana şirketleri Petkim ve STAR Rafineri’de tıpkı üretim faaliyetlerimiz gibi yatırımlarımızı da her zamanki yüksek tempomuzla sürdürüyoruz. Yatırımlarımızın ana odağını, tesislerimizin verimli ve güvenli şekilde çalışmayı sürdürmelerini sağlayacak projeler oluşturuyor. Aynı zamanda Petkim’de 2017 yılında başladığımız büyük dönüşüm programı sayesinde şirketin maliyetlerini azaltıcı ve gelirlerini artırıcı projeler üzerinde sürekli olarak çalışıyoruz. Bununla birlikte, 2018 yılında başlattığımız dijital dönüşüm programını ‘Değer Benim’ adını verdiğimiz çatı altında birleştirdik. Bugün de çatı altında çalışmalarımıza hız kesmeden devam ediyoruz.

**Bu süreçte ihracat devam ederken iç piyasaya daha fazla önem verdiğinizi biliyoruz. Normalleşme süreciyle beraber ihracat yapılanmanızda Covid-19 salgını öncesi programınıza dönüş olacak mı?**

Maske, medikal malzeme ve tıbbi destek ürünleri ihtiyacının yoğunlaştığı pandemi sürecinde sizin de belirttiğiniz gibi iç talebin ihtiyacına odaklandık. 2020 yılı sonu ve 2021 ilk üç ayı finansal sonuçlarımıza da yansdığı üzere, toplam ciromuz içinde yurt içi satışlarımızın payı yüzde 66-67 seviyelerinde gerçekleşti. Normalleşme süreciyle birlikte, pandemi döneminde başarıyla uyguladığımız gibi aynı şekilde üretim proseslerimizi de hızla pandemi öncesi pozisyonlarına döndüreceğiz. Yurt içi talebin yanında yine ağırlıklı olarak ihracat odaklı üretimimize devam edeceğiz. Dünya genelinde normalleşme adımlarının atılmaya başlamasıyla birlikte endüstriyel üretim global anlamda ve çok kısa sürede hızlı bir ivmeyle artacaktır. Bu hızlı artışa da



aynı süratle yanıt verebilecek aksiyonlar için hazırız.

Petkim olarak temel ihracat politikamızı; yurt içinde tüketimi olmayan ürünler ile pazar payımızın yüksek ve yurt içi talebin yetersiz olduğu ürünleri ihraç etmek olarak özetlemek mümkün. 2019 yılında 824 milyon dolar olan ihracat rakamımız, pandemi etkisi altında geçen 2020’de 574 milyon dolar seviyesinde gerçekleşti. Tüm dünyayı başta sağlık olmak üzere ekonomik ve sosyal açıdan her anlamda zorlayan bu sürecin bitmesiyle birlikte rekabetçi ihracat politikamızla küresel pazarda güçlü konumumuzu alacağız.

**Türkiye’nin ilk ve tek entegre petrokimya tesisi olan Petkim’in dijitalleşmeye bakış açısı nedir?**

SOCAR Türkiye olarak Petkim’de ve entegre üretim yaptığımız STAR Rafineri’de, dijital teknolojileri iş süreçlerimizin tümünde etkin olarak kullandığımız bir dijital dönüşüm başlattık. Dijital dönüşümü, şirketimizin tüm birimleri ve çalışanlarımız için geçerli bir dijital düşünce biçimi olarak algılıyoruz. Dijitalleşme, kurumsal kültürümüz içinde yerleşik, kalıcı bir değer hâline getirmeye odaklandığımız dinamik bir süreç. Kurumsal yapımız içerisinde dijitalleşmeye verdiğimiz önemin bir göstergesi olarak 2017 yılında ilgili süreçleri yöneten ‘Dijitalleşme’ departmanını kurduk. Hemen ardından çalışma arkadaşlarımızın dijitalleşme alanında eğitim ve teknik gelişimini hedefleyen Dijital Akademi’yi hayata geçirdik. İş süreçlerimize hız katan, yüksek verimlilik, esnek üretim

**%16**

**Petkim’in karşıladığı,  
Türkiye petrokimya  
ürünleri ihtiyacı oranı**

**78**

**Petkim’in ihracat yaptığı  
ülke sayısı**



# 3,6

## MİLYON TON

Yıllık üretim kapasitesi

# 824

## MİLYON DOLAR

Petkim'in pandemi öncesi 2019 yılı ihracatı

# 574

## MİLYON DOLAR

Petkim'in pandemi etkisinde 2020 yılı ihracatı

ve daha iyi kalitede ürünlerle sonuçlanan dijital dönüşüm uygulamalarımızın başarılı sonuçlarını alıyoruz.

Dijital dönüşüme, bir iş yapış biçimi olarak üst düzey yöneticilerimizden sahada çalışan personelimize kadar herkesin benimsemesi gereken bir değişim olarak bakıyoruz. Dijitalleşmeyi, dinamik bir süreç olarak algılıyor ve bu yöndeki yatırım, proje ve yenilikçi uygulamalarımıza devam ediyoruz.

### Gelecek vizyonunuz hakkında düşüncelerinizi alabilir miyiz?

SOCAR Türkiye olarak tedarikten ürün satışına faaliyet zincirimizin her aşamasında verimli ve sürdürülebilir bir üretim hedefiyle çalışıyoruz. Bu çerçevede doğal kaynakların verimli kullanımı, emisyonların sürekli izlenmesi, atıkların etkin yönetimi, çevreye uyumlu yeni ürün ve teknoloji hedefli Ar-Ge projeleri geliştirilmesi yönünde çalışmalar yürütüyoruz. Hayata geçirilen projelerimizin çevresel sürdürülebilirliğe (karbon ayak izi, su ayak izi gibi) olan etkilerini hesaplıyoruz. Bu kapsamda faaliyetlerimizin genelini kapsayacak şekilde başlattığımız 'Değer Benim' projeleri, şirketimizin sürdürülebilirlik stratejisine büyük katkılar sağlıyor.

Bugün güvenli enerji arzının tüm dünyada odaklandığı başlık sürdürülebilirlik. Global anlamda enerji talebinin her geçen yıl arttığı bir ortamda, enerji arzı ve doğal kaynak kullanımı açısından çevre lehine bir denge kurmak zorundayız. Her yıl bütçemizin önemli bir kısmını sürdürülebilir enerji üretimi projelerimize, bu konuda katma değer sağlayacak uygulamalara, Ar-Ge

çalışmalarına ayırıyoruz. Sürdürülebilir enerji üretiminde daha fazla sorumluluk almaya, bu alanda yeni proje ve yatırımlar yapmaya devam edeceğiz. Güvenli ve sürdürülebilir üretimden vazgeçmeden sürekli gelişimi hedefleyen gelecek vizyonuyla Petkim; kurumsal olgunluğunu üretimdeki esneklik ve çevikliğiyle birleştirerek yeni başarılarına imza atacaktır.

### Türkiye pazarı hakkında neler düşünüyorsunuz?

Türkiye, petrokimyasal ürünlerde Çin ve Hindistan'dan sonra dünyanın en cazip pazarlarından birisidir. Petrokimyasal ürünlerin tüketim hızı, GSYİH'nin üzerinde büyümektedir. Türkiye plastik sektörü dünyada 7'nci, Avrupa'da 2'nci sırada yer almaktadır. Sektörün dışı açık rekabetçi yapısı, dinamizm sağlıyor. Plastik sektöründe günümüzde ve gelecekte piyasa yapısını ve gelişimini etkileyecek en önemli faktör, sürdürülebilirlik perspektifinde karbon salınımı azaltılmasına yönelik politikalar. Fosil kaynaklara dayalı üretimin ve ürünlerin sınırlandırılması ve geri dönüşümün artırılmasına yönelik çabalar giderek artmaktadır. Bu süreç petrokimya sektörü için önemli fırsatları da beraberinde getirmektedir. Fosil yakıtlara olan talebin azalması petrolün daha çok petrokimya sektöründe kullanılmasının önünü açacaktır.

### Petkim'in uzun vadeli yatırım hedefleri hakkında kısaca bilgi alabilir miyiz?

1965'ten bu yana Türkiye'de kimya sektörünün lokomotifini olan Petkim'in daha uzun yıllar bu görevi üstlenmesini sağlayacak yatırımları gerçekleştirmek en büyük hedefimiz. Kendi üretim tesislerinin yanı sıra yarımadada yer alan diğer paydaşlar için de önemli bir sağlayıcı olması sebebiyle Petkim'in altyapı ve tesis yatırımları, önümüzdeki yıllarda da modernizasyon ve verim artırıcı projeler ile birlikte yatırım bütçelerimizin omurgasını oluşturmaya devam edecektir.

**"Petkim'in altyapı ve tesis yatırımları, modernizasyon ve verim artırıcı projeler odağında devam edecek."**



# MARKAYI

başarıya götüren yol...

adres  patent

"Katma Değerli Hizmet Merkezi"

Marka

Patent

Tasarım

Coğrafi  
İşaretler

Telif Hakları

MARKA  
PATENT

adres patent

Adres Patent

Levent Cd. Krizantem Sk. No: 33 Levent / Beşiktaş / İSTANBUL - info@adrespatent.com www.adrespatent.com.tr

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

İSTANBUL - BEŞİKTAŞ  
0(212) 272 60 48  
beşik@adrespatent.com

MERKEZ  
0(212) 890 95 50  
merke@adrespatent.com

İKTİSALİ  
0(212) 549 43 70  
iktisali@adrespatent.com

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

69372  
0(530) 176 85 72  
gelen@adrespatent.com

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

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

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

LONDRA  
+44(0)1753 272 59 99  
londra@adrespatent.com

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

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

adres  patent

"Katma Değerli Hizmet Merkezi"

www.adrespatent.com.tr

# MOBİLİTE, LOJİSTİK VE OTOMOTİVDE YATIRIMA DEVAM EDECEK

Trafik yönetim ve denetim alanında hizmet sunan ISSD®, akıllı ulaşım sistemleri için inovatif çözümler üretiyor. Firmanın Kurucusu/CEO Recep Çağrı Yüzbaşıoğlu ile bir araya geldik.



“TIM TEB Girişim Evi’nin deneyimli ve alanında uzman ekibiyle şirketimizi değerlendirdik. Marka değerimizi ve bilinirliğimizi arttırmak için ulusal ve uluslararası alandaki pazarlama stratejilerimizi gözden geçirdik. İletilen raporda şirketimizi objektif olarak görme şansına sahip olduk.”

**I**SSD® Kurucusu/CEO Recep Çağrı Yüzbaşıoğlu, 2002 yılında Orta Doğu Teknik Üniversitesi Elektrik-Elektronik Mühendisliği bölümünden mezun oldu. 2004 yılında Bilkent Üniversitesi Elektrik-Elektronik Mühendisliği bölümünde yüksek lisansını tamamladı. IBM gibi yurt içi ve yurt dışında çeşitli şirketlerde çalıştıktan sonra Türkiye'ye döndü ve 2009 yılında ISSD®'i kurdu.

#### ISSD®'i ne zaman hayata geçirdiniz?

Türkiye’de meydana gelen trafik kazalarında yılda ortalama 7 bin 500 kişi hayatını kaybediyor ve bu sayı 2030 yılına kadar Dünya Sağlık Örgütü’nün tahminlerine göre yüzde 83 artış gösterecek. Trafik kazalarının sadece ölümlere/yaralanmalara sebep olmadığı, ülkemize 2020 yılı itibarıyla 55 milyar TL maliyet getirdiği de biliniyor.

Bu verilerden de anlaşılacağı üzere trafik yönetimi ve denetimine çözüm getirilmesi zorunluluk hâline geldi.

ISSD® ise trafik sektörüne yenilikçi, teknoloji odaklı, çevre dostu, akıllı ürünler ve çözümler üretmek amacıyla 2009 yılında TÜBİTAK tarafından sunulan Teknogirişim Sermayesi Desteği’ni alarak kuruldu. Şirket olarak özgün çözümlerimizle uluslararası alanda trafik sektörüne yön veren lider kuruluş olma vizyonu ile yola çıktık. Ekibimizle birlikte ülkemizde uygulanmaya başlanan akıllı ulaşım sistemleri için inovatif çözümler üretiyoruz.

#### ISSD® bünyesinde yazılım alanında ne tür çalışmalar yapıyor?

ISSD® yazılım alanındaki farklı konularda, güncel teknolojileri kullanarak çözümler geliştiriyor. Kamera tabanlı sistemler, bilgisayar görüşü ve derin öğrenme yöntemlerini kullanarak, yol üzerinde bulunan verileri çıkarıyor. Burada edge solutions çözümler ürettiği gibi büyük sunucular içerisinde de yüzlerce kamera görüntüsü işleniyor. Elde edilen bu veriler depolanarak büyük veri analiz yöntemleri ile anlamlandırılıyor. Bu sayede bütün şehrin trafik ağı yönetiliyor. Bütün verinin görselleştirilmesi ve depolanması için merkezi yazılımları bünyemizde geliştiriyoruz.

#### Trafik yönetimi ve trafik denetimi konularında çözümleriniz hakkında bilgi alabilir miyiz?

Trafik yönetim sistemlerimiz içerisinde yer alan Dinamik Kavşak Kontrol Sistemi (CHAOS), trafikte geçirilen süreyi en

aza indirerek yakıt tüketimini ve çevre kirliliğini yüzde 30 oranında azaltıyor. CHAOS, sinyalizasyon kavşaklarında kavşak kontrol cihazlarına entegre edilerek yeşil ışık sürelerini araç yoğunluğuna göre anlık optimize ediyor. Sistemimiz, Araç Sayım Kamerası (VIERO) ve Dinamik Kavşak Kontrol Ünitesi (CENTRIS) olmak üzere iki alt sistemden oluşuyor. VIERO, kavşak kollarındaki araçların görüntü işleme teknikleri ile gerçek zamanlı sayımını yaparak araç yoğunluk verisi elde ediyor. Araç yoğunluk verisi, kavşak kontrol cihazı içerisine harici olarak yerleştirilen ve bu cihazı komuta ederek kavşak yönetimini sağlayan CENTRIS'e aktarılıyor.

Plaka Tanıma Sistemimiz (POINTR) ise araç plakalarını 7/24 her türlü hava koşulunda tespit ediyor. Sistem sayesinde elde edilen veriler kablolu ya da kablosuz olarak istenilen uzak bir merkeze aktarılabilir. POINTR ile birlikte Park İhlal Tespiti, Kırmızı Işık İhlal Tespiti, Koridor Hızı İhlal Tespiti de sunduğumuz diğer çözümler arasında yer alıyor.

Bluetooth Tabanlı Trafik Analiz Sistemi (BLUESIS), sürücülerini anlık trafik durumundan haberdar eden, trafik denetimi, yönetimi ve ulaşım planlamasında kullanılmak üzere trafik verilerini toplayıp yayınlayan ve arşivleyen, geniş çaplı trafik analiz kabiliyetine sahip bir sistemdir. BLUESIS ile ortalama seyahat süresi tespit edilmekte, alternatif güzergâh önerisi sunuluyor, ortalama araç hızı ve araç yoğunluk ölçümü yapılıyor.

Firmamız, Alman menşeli trafik simülasyon yazılımı geliştiren PTV Group'un Türkiye'deki tek distribütörüdür. Trafik simülasyon ve ulaşım planlama yazılımları ile (VISSIM, VISUM, VISTRO, VISWALK) trafik etki analizi, ulaşım



planlaması, geometrik düzenleme, sinyal süre optimizasyonu, yaya simülasyonu gibi çözümler sunuyoruz.

#### **Peki, CHAOS'u hangi ülkelere ihraç ettiniz? Türkiye'de hangi noktalarda bu sistem kullanılıyor?**

Dinamik Kavşak Yönetim Sistemi (CHAOS) Gürcistan, Kazakistan, BAE, Hindistan, KKTC, Nigeria ve Ukrayna'ya ihraç edildi. Ülkemizde ise Konya, Diyarbakır, Şanlıurfa, Malatya, Ankara başta olmak üzere 23 şehirde, 750 sistem aktif olarak kullanılıyor.

#### **Söz konusu sistemin sunduğu avantajlar nelerdir?**

Akıllı trafik sistemlerimizden CHAOS ile kavşaklarda ve kavşaklar arasındaki yol kesimlerinde trafiği daha akıcı hâle getiriyoruz. Araçların trafikte geçirdikleri zamanı en aza indiriyoruz. Ayrıca sistemimizin ürettiği güvenli süreler ile kırmızı ışık ihlallerinde ve trafik kazalarında azalma sağlıyoruz. Bu çözümler dolaylı olarak zehirli gaz salınımı ve gürültü kirliliğini azaltarak, çevre kirliliğinin önlenmesine yardımcı oluyor; aynı zamanda yakıt tüketimini azaltarak ülke ekonomisine de katkı sağlıyoruz.

#### **ISSD®, HEDEF BÜYÜTTÜ**

Trafik yönetimi ve denetiminde uzmanlaşan ISSD® Kurucusu/CEO Recep Çağrı Yüzbaşıoğlu; "Şirketimiz bugüne ana kadar geliştirdiği çözümleri hem ulusal hem de uluslararası arenada yaygınlaştırmayı hedeflemektedir. Bu amaçla global firmalar ile iş birlikleri kuruyoruz. Bu iş birlikleri kapsamında uluslararası alanda ihtiyaç duyulan çözümlere göre sistemlerimizde özelleştirmeler yapılıyor. 2021 yılında da mobilite, lojistik, otomotiv sektörüne de yatırım yapmaya devam edeceğiz." dedi.



# Güney Kore'ye ihracatı yüzde 102 arttı

Ege İhracatçı Birlikleri tarafından Güney Kore'ye yapılan ihracatın bu yılın ilk altı ayında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 102 artışla 44,8 milyon dolara yükseldiği bildirildi.



Ege İhracatçı Birlikleri'nden yapılan açıklamada, birliğin Güney Kore'nin tek ithalat fuarı olan Kore İthal Ürünler Fuarı'na katıldığı belirtildi. Fuarda kurulan standta zeytin ve zeytinyağı, kuru incir, çekirdeksiz kuru üzüm, kuru kayısı, hububat, bakliyat, yağlı tohumlar, şekerleme, meyve sebze mamulleri, dondurulmuş gıda ürünleri, konserveler, baharatlar, odun dışı orman ürünleri, hazır giyim ve konfeksiyon, deri ve deri mamullerinin sergilendiği bildirildi. Ege İhracatçı Birliklerinin

Güney Kore'ye yaptığı ihracatın bu yılın ocak-haziran döneminde yüzde 102 artışla 22,2 milyon dolardan 44,8 milyon dolara yükseldiğini bildiren Eskinazi şunları kaydetti: "Ege Bölgesi'nin ihracatta güçlü olduğu gıda ürünlerinin Güney Kore'de tanınırlığını artırmak ve ihracatını geliştirmek için Ticaret Bakanlığının desteğiyle Turquality Projesi yürütüyoruz. Projeye Ege Bölgesi'nin ihracatında güçlü olduğumuz ürünlerde ihracatımızı geliştirmek istiyoruz."

## E-İHRACAT LİDERLER BULUŞMASI, ONLINE DÜZENLENDİ

Denizli İhracatçıları Birliği (DENİB) Başkan Yardımcısı Sedat Erikoğlu; "Dijital platform üzerinden düzenlediğimiz bu etkinliğimizde bilgi ve tecrübe paylaşımlarının katılımcılarımıza katkı sağlayacağına inanıyoruz." dedi. Türkiye İş Bankası Ödeme Sistemleri Ekosistem Bölümü Müdür Yardımcısı Bora Gülşeni'nin konuşmasından sonra n11.com Tedarik Zinciri Genel Müdür Yardımcısı Ramazan Altınay, English Home E-Ticaret Direktörü Üzeyir Karakaş, The Digital 360 Kurucu Ortağı Özge Karadaş, Chakra E-Ticaret Direktörü Aykut Kaymaz, Hoagard Kurucu Ortağı Çağrı Ayten ve Arzum E-Global Proje Yöneticisi Melih Doyuran e-ihracat konusunda bilgi ve deneyimlerini aktardı.

## İhracatçılar, seferber oldu

Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB), narenciye ve sert çekirdekli meyvelere zarar veren Akdeniz Meyve Sineği ile etkin ve eş zamanlı mücadele edilmesi amacıyla Tarım ve Orman Bakanlığı'nca oluşturulan 'Akdeniz Meyve Sineği Mücadelesi Ulusal Eylem Planı'nın doğru şekilde uygulanması için seferber oldu.

AKİB'in Mersin'deki merkezinde düzenlenen istişare toplantısında sektör paydaşlarını bir araya getiren Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) Koordinatör Başkanı ve Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Nejdät Sin; "En tehlikeli ve zararlı türler sınıfında yer alan Akdeniz Meyve Sineği; portakal, mandalina, limon, muz, nar, kaysı, elma, erik, kiraz gibi meyvelere, domates, patlıcan ve biber gibi sebzelere, ayrıca 100'ün üzerinde farklı bitki türüne zarar veriyor. Bu nedenle zararlı sinek ile mücadeleyi Tarım Bakanlığı'nın öncülüğünde tüm kurumlarımızla birlikte en etkin şekilde yürütmemiz gerekiyor." dedi.



# Doğu Karadeniz, ihracatla yükseliyor

Doğu Karadeniz Bölgesi, yılın ilk yarısında geçen yılın aynı döneminde göre ihracatını yüzde 13 artırdı. 742 milyon dolar tutarında ihracata imza attıklarını açıklayan Doğu Karadeniz İhracatçılar Birliği (DKİB) Yönetim Kurulu Başkanı Saffet Kalyoncu en fazla ihracatın Trabzon'dan yapıldığını açıkladı.

DKİB Yönetim Kurulu Başkanı Saffet Kalyoncu şu şekilde açıklama yaptı: "Trabzon, Rize, Artvin ve Gümüşhane'den 2021 yılı Ocak-Haziran döneminde 742,62 milyon dolar tutarında ihracat gerçekleşti. Bu

tutar bir önceki yılın aynı dönemine yüzde 13 artışı işaret ediyor. Trabzon, Rize, Artvin ve Gümüşhane'den 2021 yılı Ocak-Haziran döneminde en fazla ihracat gerçekleştirilen sektörler arasında 'Fındık ve Mamulleri' birinci,

'Yaş Meyve Sebze' ikinci ve 'Maden ve Metal' üçüncü sırada yer aldı. 2021 yılı ilk altı ayında 122 farklı ülkeye ihracat yapıldı. En fazla ihracat İtalya, Rusya Federasyonu, Çin Halk Cumhuriyeti, Almanya ve Gürcistan'a yapıldı."



## OCAK-HAZİRAN 2021 İHRACAT RAKAMLARI

| İl           | Ocak-Haziran 2020 (Bin \$) | Ocak-Haziran 2021 (Bin \$) | Değişim |
|--------------|----------------------------|----------------------------|---------|
| TRABZON      | 545.259                    | 585.184                    | 7       |
| RİZE         | 60.451                     | 101.894                    | 69      |
| GÜMÜŞHANE    | 23.064                     | 28.582                     | 24      |
| ARTVİN       | 28.944                     | 26.962                     | -7      |
| GENEL TOPLAM | 657.720                    | 742.623                    | 13      |

## DOĞAL TAŞ SEKTÖRÜ PROFESYONELLERİ BİR ARAYA GELDİ

ABD'nin Florida eyaletinin Orlando şehrinde bu yıl 31'inci düzenlenen Coverings 2021 The Global Tile&Stone Experience Fuarı, doğal taş sektörü profesyonellerini bir araya getirdi. Geçen yıl pandemi nedeniyle iptal edilen fuarın milli katılım organizasyonu bu yıl 19'uncu kez İstanbul Maden İhracatçıları Birliği (İMİB) tarafından gerçekleştirildi. 17 Türk doğal taş milli katılım firması ve 9 Türk bireysel katılımcı firmanın yer aldığı fuarda doğal taş ihracatımızda lider pazarlardan olan ABD'de önemli iş birliklerine imza atıldı.



## Toplantı, Gaziantep ile devam etti

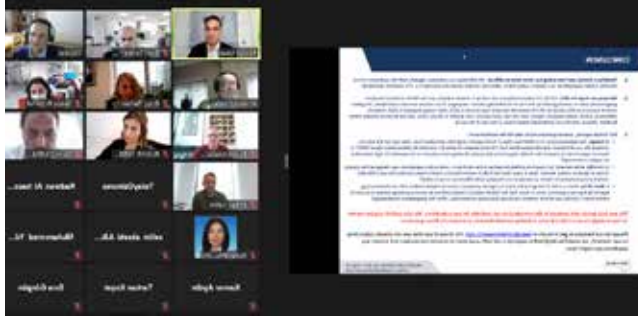
Makine İhracatçıları Birliği (MAİB), Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri (GAİB) ve Gaziantep Sanayi Odası (GSO) iş birliğiyle 6 Temmuz 2021 tarihinde, 'Türkiye'nin Makinesini Büyüten Şehirler'; Gaziantep

toplantısı online olarak düzenledi. Toplantıda, Gaziantep makine sanayisinin Türkiye ekonomisine katkıları ele alındı. Türk makine sanayinin mevcut durumu ve geleceğine yönelik projeksiyonlar paylaşılarak katılımcı firmaların görüşleri dinlendi.

Moderatörlüğünü Dünya Gazetesi Genel Koordinatörü Vahap Munyar'ın yaptığı toplantıda; Sanayi ve Teknoloji Bakan Yardımcısı Hasan Büyükdede, Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay, TİM Başkan Vekili ve MAİB Başkanı Kutlu Karavelioğlu, GAİB Koordinatör Başkanı Fikret Kileci, MST Makine Grup Başkanı Sami Konukoğlu değerlendirmelerde bulunurken; MAİB Ekonomi Danışmanı Can Fuat Gürlesel 'Dünya ve Türkiye Ekonomi ve Makine Sektörü 2021 Yılı Beklentileri' sunumunu yaptı.



# Çimento Sektörüne Küresel Bakış Webinarı düzenlendi



Çimento, Cam, Seramik ve Toprak Ürünleri İhracatçıları Birliği organizatörlüğünde 15 Haziran 2021 tarihinde 'Çimento Sektörüne Küresel Bakış Webinarı' düzenlendi. Yönetim Kurulu

Başkan Yardımcısı Feyyaz Ünal'ın açılış konuşmasını takiben webinarı konuşmacı olarak katılan OnField Investment Research Araştırma Şirketi Kurucu Ortakları Yassine Touahri ve Arnaud Pinatel yaptıkları sunumda çimento sektöründeki gelişmeleri ve değerlendirmelerini aktardılar. Toplantıya çimento sektörü üye firmalarımızdan yaklaşık 50 temsilci katıldı. Webinarında ana başlıklar olarak 2021'e dair toparlanma beklentileri, Türk ihracatçılar için fırsatlar ve zorluklar, sınırda karbon vergileri ve 2022 yılına dair beklentiler değerlendirildi. Sunumu takiben gerçekleşen soru/cevap bölümünde üyelerimizin soruları yanıtlandı.

## DÜNYAYA AÇILDI

Savunma ve Havacılık Sanayi İhracatçıları Birliği veri tabanı ile alanında başarılı ve çözüm üreten ürün, sistem ve markaların dünyaya erişebilirliği artıyor. Savunma ve havacılık sektöründe ihracat yapan firmaların, mal gruplarına göre düzenlenmesi ve bu mal gruplarında ihracat yapan firmaların yurt dışındaki alıcılar tarafından kolay bir şekilde bulunabilmesi ve iletişime geçilebilmesi amacıyla İngilizce olarak 'Savunma ve Havacılık Sanayi İhracatçı Firma Arama Sitesi'nin (<http://search.ssi.gov.tr>) yapımı tamamlanarak kullanıma açıldı.



## BAİB BAŞKANI'NA ZİYARET

Süs Bitkileri ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Yılmaz, Yönetim Kurulu Üyesi Harun Yeter ve Denetim Kurulu Üyesi Ahmet Dumancı; Batı Akdeniz İhracatçıları Birliği (BAİB) Yönetim Kurulu Başkanlığı'na seçilen Ümit Mirza Çavuşoğlu'na hayırlı olsun ziyaretinde bulundu. Yönetim Kurulu Başkanı Yılmaz, ziyaret esnasında Çavuşoğlu'na 'Hayırlı Olsun' temennisini iletip, görevinde başarılar diledi. BAİB Başkanı Çavuşoğlu, başarı ve iyi dileklerinden dolayı İsmail Yılmaz'a ve Süs Bitkileri ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu'na teşekkür etti ve Antalya ile Türkiye'ye katkı sağlayacak tüm çalışmalarda iş birliğine hazır olduklarını ifade etti.

## "Tekstil mühendisliği fırsatlar sunuyor"

Tekstil Mühendisliği bölümü ve Tekstil Mühendisliği mesleğinin tanıtıldığı 'Tercihini Geleceğinden Yana Kullan' online seminerine konuk olan UHKİB Başkanı Nüvit Gündemir, üniversite tercihi yapacak öğrencilere tekstil mühendisliği bölümünü tercih etme çağrısında bulundu.

Üniversite tercihi yapacak öğrencilere rehber olmak ve bölümler hakkında bilgi vererek öğrencilerin tercih aşamasında onlara yardımcı olma amacıyla "Tercihini Geleceğinden Yana Kullan" online semineri düzenlendi. Yazar ve sunucu Sadık Gültekin moderatörlüğünde Youtube üzerinden yayımlanan programa, Uludağ Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (UHKİB) Yönetim Kurulu Başkanı Nüvit Gündemir, Bursa Uludağ Üniversitesi Tekstil Mühendisliği Bölüm Başkanı Prof. Dr. Dilek Kut, Sanko Tekstil ISKO Ar-Ge Merkezi Müdürü Mahmut Özdemir ve Bursa Uludağ Üniversitesi Tekstil Mühendisliği Bölümü 4'üncü sınıf öğrencisi Ege Fidan katıldı. Programda konuşan UHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Nüvit Gündemir, tekstil sektörünün geldiği nokta ve tekstil mühendisliği bölümünün avantajları ile ilgili düşüncelerini paylaştı.



GELECEĞİ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİKLE  
ŞEKİLLENDİRELİM



## Sürdürülebilirlik vizyonumuz küresel olarak tescillendi

**Türkiye’de ASI Sürdürülebilirlik Performans Standardı Sertifikası alan ilk alüminyum markası olduk.**

Alüminyum sektörünün küresel sürdürülebilirlik çerçevesini belirleyen Aluminium Stewardship Initiative’den (ASI) provizyonel Performans Standardı Sertifikası almaya hak kazandık. Sürdürülebilirliğe verdiğimiz önemin global ölçekte tescillenmesinden dolayı gururluyuz. Sürdürülebilirlik hedeflerimizi daha da ileri taşımak için değer yaratmaya devam ediyoruz.



# ABCO, çalışmalarını hızlandırdı

Plastik dokumadan, tarımsal ve endüstriyel ambalajlamaya, teknik tarımdan teknik tekstile uzanan yelpazede birden fazla sektöre girdi sağlayan Abdioğulları Plastik ve Ambalaj San A.Ş. (ABCO), yenilenebilir kaynaklar için çalışma yapıyor.

Değer zincirinin her aşamasında yer alan entegre bir yapıyla faaliyet gösteren ABCO, sürekli yapılan teknolojik yatırımlarla firma genelinde güncel teknolojilere adaptasyon sağlayarak, tüm segmentlerde pazar payını büyütüyor. Kârlılığını artırmayı ve liderliğini sürdürmeyi hedefleyen firma; sürdürülebilir bir gelecek hedefi doğrultusunda yenilenebilir kaynaklar için çalışmalar başlattı.

Global pazarlarda rekabet eden ABCO, son beş yılda 15 MW üzeri enerji gücü ile kendi güneş enerji santrallerini kurdu.



Konuyla ilgili olarak Abdioğulları Yönetim Kurulu Üyesi Salih Sütçü, her geçen yıl da GES gücünü artırmayı hedeflediklerini açıkladı.

## TARIMA YATIRIM

Adana Hacı Sabancı Organize Sanayi Bölgesi'ndeki dokuz tesiste bin 600 kişiye istihdam sağlayan Abdioğulları, 2020 yılında abcoFARM

markası ile Çukurova'da bin dönüm alandaki narenciye bahçesi yatırımının ardından 870 dönümlük zeytin bahçesi ve Ereğli'de yer alan bin 50 dönüm elma bahçesi projesiyle de toplamda 2 bin 920 dönüm alan ile tarım sektörüne giriş yaptı.

## TURKISH CARGO'DAN İHRACATÇIYA DESTEK

Dünyanın en güçlü kargo uçuş ağına sahip olan ve kıtalararası ticaret köprüleri kuran Turkish Cargo, Türkiye'nin ihracatına büyük katkı sağlıyor.

Parfüm ve esans endüstrisinin vazgeçilmez ham maddesi olarak değerlendirilen endüstriyel gül ürünlerinin Türkiye'de 10 milyon Euro'luk ihracat kapasitesi bulunuyor. Bu kapasitenin 3'te 1'ini karşılayan

GÜLBİRLİK, gül yağı ihracatının yüzde 75'ini hava kargo ile gerçekleştiriyor. Turkish Cargo, gül ürünlerini, 60 yılı aşkın bir süredir dünyadaki parfüm ve esans endüstrisinde önde gelen ülkeleri Almanya, Fransa, Çin ve ABD

başta olmak üzere onlarca noktaya ulaştırıyor. Ülke ekonomisine katkı sağlayan firma ihracatçılar için kampanya ve indirimlerini artırıyor.

## FIRSATLARA DİKKAT ÇEKİYOR

Dünyanın herhangi bir ülkesinden gelen ithalat ve ihracat talebine rahatlıkla karşılık verebilen Turkish Cargo; "Ülkemizin Emeğini #GururlaTaşıyoruz" projesi kapsamında yayımladığı tanıtım filmleri ile ihracatçılarla olan iş birliğini anlatıyor. Milli marka, geçen yıl başlattığı tanıtım filmi projesi ile ülke ihracatçısına sağladığı benzersiz pazar erişimi imkânlarının azami ölçüde değerlendirilmesi, hava kargonun efektif, yerinde ve makul fiyatlamalarla kullanılacağına daha yakından anlatılmasını amaçlıyor.



## TURİZM SEKTÖRÜNÜN EN SAYGIN MARKASI

Antalya Side bölgesinde 1971 yılında kurulan ve tüm süreçte, sadece turizm yatırımlarıyla gelişen Barut grubu, bu özelliğiyle sektörün ilk örneklerinden biri. Side, Antalya, Kemer ve Fethiye destinasyonlarında 13 otelden oluşan grup, 10 bin yatak kapasitesi ve 3 bin 500 turizm profesyoneliyle hizmet veriyor.

Marka kodlarını özümseyen Barut Hotels; 50'nci yıl kutlamalarını da bir yıla yayılan organizasyonlar ve marka saygınlığını yaratan tüm temalara dokunarak gerçekleştirecek. Barut Hotels gurubunun, Side tarihini ve doğasını tüm dünyaya tanıtmaya misyonu; bir dünya kenti



olan Antalya'nın uluslararası etkinliklerini öncelikle yaratmak, sürdürmek ve destek olmak vizyonuyla gelişerek devam ediyor. Uluslararası klasik müzik festivalleri, gastronomi festivalleri, uluslararası spor organizasyonları, tarihi kent kazıları, kent hafızasını tazeleyen müzelerle sunulan destekler, düzenli sanat çalıştayları, sosyal yaşamın, edebiyat, sanat ve bilimin değerli isimlerinin kentle buluşturulduğu organizasyonlar, endemik varlıklara dikkat çeken bilimsel yayınlar, sürdürülebilir çevre etkinlikleri ve eğitime verilen destekler, yarım asırdır parlayan markanın kimliğini

oluşturuyor. 50 yılı tutkulu bir ev sahipliği, kalite bağımlılığı, benzersiz bir misafir sadakati ve sahiplendiği sade-lüks yaklaşımıyla özetleyen Barut Hotels; 50'nci yılın coşku ve mutluluğunu tüm çalışanları, iş ortakları ve konuklarıyla birlikte kutluyor.



## İhracatçılar 1 patentle 2 kuşu vuruyor

Patent, faydalı model ve tasarım tescili konularında ihracatçı firmalara belirlenen dilimlerde yüzde 80'e kadar geri ödemesiz teşvik verilmesi yurt dışı tescil başvurularını cazip kılarken ihracatçı şirketlere ciddi oranlarda maliyet avantajı sağlıyor.

Adres Patent Genel Müdürü Cumhur Akbulut, T.C. Ticaret Bakanlığı tarafından verilen desteklerin KOBİ'lerin geliştirdikleri ürünleri uluslararası arenada fikri ve sınai mülkiyet haklarının korunması noktasında önemli avantajlar sağladığının altını çizdi.

Yaptığı açıklamalarda mevcut desteklerden bahseden Akbulut; "Patent, faydalı model ve tasarım tesciline ilişkin harcamaları ile markalarının yurt dışında tescili ve korunmasına ilişkin giderleri tasarımcı şirketler ve tasarım ofisleri için en fazla 50 bin dolar. İstihdam edilen tasarımcılar ve modelistlerin brüt ücret giderleri tasarımcı şirketler için en fazla 150 bin dolara kadar çeşitli bölgelerde yüzde 80 ila 50 arasında destekler var. Fakat söz konusu destekler hakkında çok fazla

doğru bilgiye erişilemiyor." dedi.

TURQUALITY® Marka Programı, bu noktada ihracatçılara büyük ölçüde fayda sağlıyor. TURQUALITY® Marka Programı'nın, öneminden de bahseden Akbulut; "Bu kapsamda yer alan şirketlerin patent, faydalı model, tasarım tescili, pazara giriş belgesi, ruhsatlandırma, kurumsal altyapıya yönelik danışmanlık giderleri ile destek kapsamına alınan markalı ürünlerine ilişkin yurt dışı marka tescil/yenileme/koruma, pazar araştırması çalışması ve raporları, test/klinik test işlemleri, danışmanlık, gelişim yol haritası çalışmaları, istihdam, tanıtım, fuar, depolama hizmeti ve birim kira/temel kurulum/konsept mimari çalışmaları ile franchise faaliyetlerine yönelik giderleri desteklenir." açıklamasında bulundu.







“GEÇEN ZAMANA NİSPETLE DAHA ÇOK ÇALIŞACAĞIZ.  
DAHA AZ ZAMANDA, DAHA BÜYÜK İŞLER BAŞARACAĞIZ.  
BUNDA DA MUVAFFAK OLACAĞIMIZA ŞÜPHE YOKTUR.  
ÇÜNKÜ TÜRK MİLLETİNİN KARAKTERİ YÜKSEKTİR.  
TÜRK MİLLETİ ÇALIŞKANDIR.  
TÜRK MİLLETİ ZEKİDİR.  
ÇÜNKÜ TÜRK MİLLETİ, MİLLİ BİRLİK VE BERABERLİKLE  
GÜÇLÜKLERİ YENMESİNİ BİLMİŞTİR.”

*Gazi Mustafa Kemal Atatürk*

TÜRK MİLLETİNİN ŞANLI TARİHİNİN  
DÖNÜM NOKTASI:

# 30 AĞUSTOS ZAFER BAYRAMI

**B**üyük Önder Mustafa Kemal Atatürk komutasındaki Türk ordusunun muharebeden muazzam bir zaferle çıkmasıyla dünya tarihinin gördüğü en büyük kahramanlık destanlarından biri olarak tarihe geçen gün 0 Ağustos 1922'dir.

Büyük Taarruz ve Başkomutanlık Meydan Muharebesi'nden zaferle çıkan Türkiye; 27 Ağustos'ta Afyonkarahisar, 30 Ağustos'ta Kütahya'nın kurtuluşunu; 1 Eylül'de Gediz, 3 Eylül'de Emet ve Tavşanlı'nın kurtuluşlarını yaşadı. 9 Eylül'de İzmir'de Yunan ordusunu denize döken Türk ordusu, Mustafa Kemal Paşa'nın emrini büyük bir başarıyla yerine getirdi.

İstiklal Savaşı'nda düşman kuvvetlerin ülkeden tamamen çıkarılması yolunda kazanılan bu büyük zaferin 99'uncu yıl dönümünde; ulusumuzun milli mücadele sürecindeki en büyük adımı için Gazi Mustafa Kemal Atatürk'e ve silah arkadaşlarına bir kez daha minnet duyuyor, ordumuzun elde ettiği zaferi bir kez daha gururla kutluyoruz.

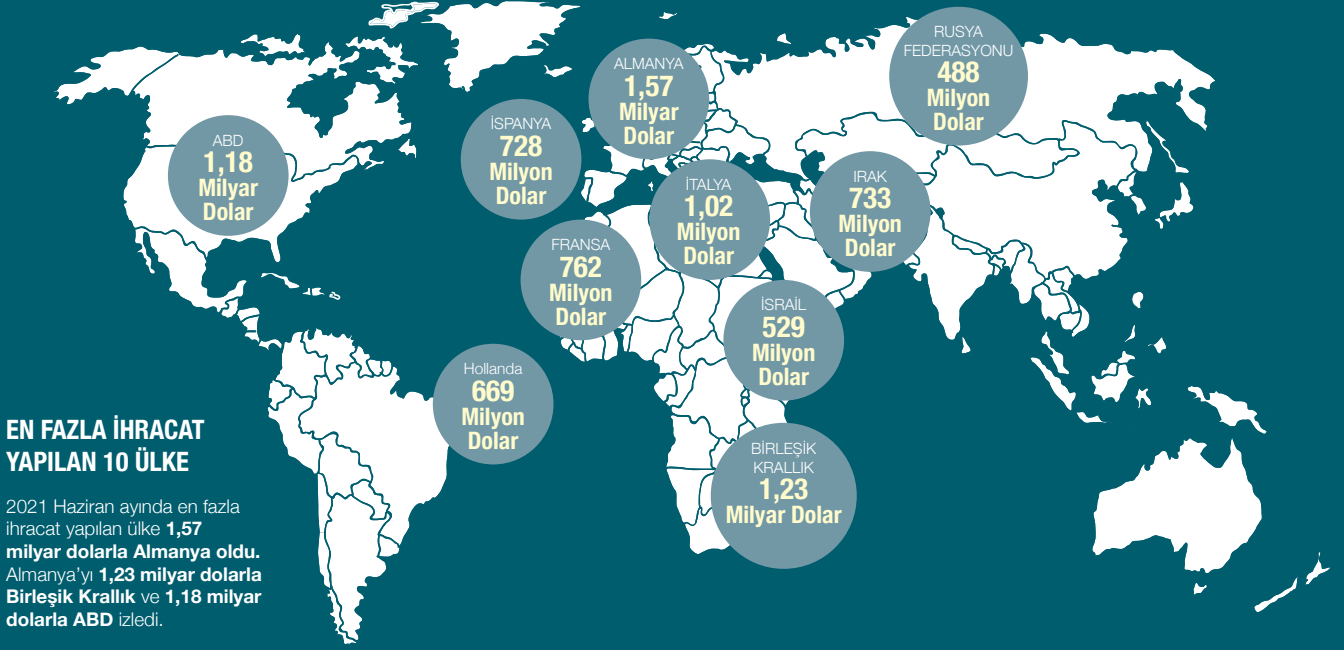


2021 YILI HAZİRAN AYI İHRACATI, **19,7 MİLYAR DOLARI** GEÇTİ.

2021 YILI HAZİRAN AYI İHRACATI 2020'NİN AYNI AYINA GÖRE YÜZDE **46,9** ARTTI.

HAZİRAN'DA **9 SEKTÖR** TARİHİNİN **EN YÜKSEK AYLIK İHRACATINA** İMZA ATTI.

YÜZDE **66,6** ARTIŞLA EN GÜÇLÜ PERFORMANS, '**KİMYEVİ MADDELER**'DE OLDU.

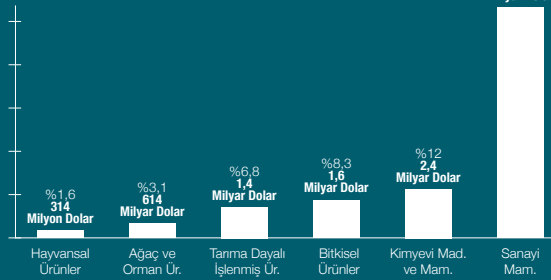


### ANA ÜRETİM GRUPLARININ 2021 HAZİRAN AYINDA İHRACATTA ALDIĞI PAY

Sanayi %77,3  
Tarım %13  
Maden %2,5



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

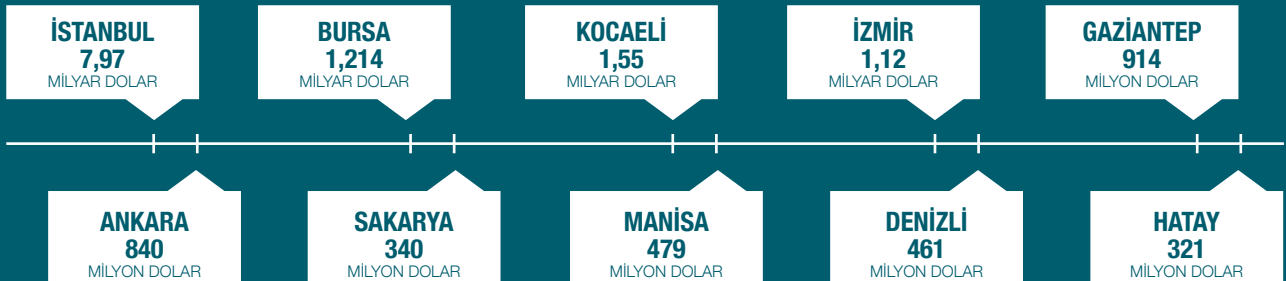


### 2021 HAZİRAN AYINDA İHRACATI EN FAZLA ARTIRAN İL



İSTANBUL  
%49

### İLLERE GÖRE 2021 HAZİRAN AYINDAKİ İHRACAT DAĞILIMI





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

| SEKTÖRLER   | 1-30 HAZİRAN |            |                   |              | 1 OCAK-30 HAZİRAN |             |                   |              |
|---|--------------|------------|-------------------|--------------|-------------------|-------------|-------------------|--------------|
|   | 2020         | 2021       | Değişim ('21/'20) | Pay (21) (%) | 2020              | 2021        | Değişim ('21/'20) | Pay (21) (%) |
| <b>I. TARIM</b>   | 1.909.992    | 2.564.723  | 34,3              | 13,0         | 11.262.482        | 13.616.542  | 20,9              | 13,0         |
| <b>A. BİTKİSEL ÜRÜNLER</b>  | 1.267.762    | 1.636.249  | 29,1              | 8,3          | 7.644.716         | 8.868.420   | 16,0              | 8,4          |
| Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri                                    | 571.551      | 766.532    | 34,1              | 3,9          | 3.471.729         | 4.155.643   | 19,7              | 4,0          |
| Yaş Meyve ve Sebze  | 264.194      | 295.745    | 11,9              | 1,5          | 1.178.079         | 1.472.210   | 25,0              | 1,4          |
| Meyve Sebze Mamulleri   | 112.607      | 193.875    | 72,2              | 1,0          | 777.191           | 936.046     | 20,4              | 0,9          |
| Kuru Meyve ve Mamulleri   | 89.460       | 111.112    | 24,2              | 0,6          | 604.037           | 685.070     | 13,4              | 0,7          |
| Fındık ve Mamulleri   | 120.394      | 149.062    | 23,8              | 0,8          | 990.684           | 1.038.649   | 4,8               | 1,0          |
| Zeytin ve Zeytinyağı  | 18.969       | 23.407     | 23,4              | 0,1          | 140.786           | 136.520     | -3,0              | 0,1          |
| Tütün   | 84.527       | 85.524     | 1,2               | 0,4          | 426.204           | 357.627     | -16,1             | 0,3          |
| Süs Bitkileri ve Mamulleri  | 6.061        | 10.992     | 81,4              | 0,1          | 56.006            | 86.655      | 54,7              | 0,1          |
| <b>B. HAYVANSAL ÜRÜNLER</b>   | 183.353      | 314.098    | 71,3              | 1,6          | 1.127.677         | 1.533.968   | 36,0              | 1,5          |
| Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller   | 183.353      | 314.098    | 71,3              | 1,6          | 1.127.677         | 1.533.968   | 36,0              | 1,5          |
| <b>C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ</b>  | 458.876      | 614.376    | 33,9              | 3,1          | 2.490.090         | 3.214.154   | 29,1              | 3,1          |
| Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri  | 458.876      | 614.376    | 33,9              | 3,1          | 2.490.090         | 3.214.154   | 29,1              | 3,1          |
| <b>II. SANAYİ</b>   | 10.209.223   | 15.276.639 | 49,6              | 77,3         | 55.734.641        | 79.183.953  | 42,1              | 75,4         |
| <b>A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER</b>  | 849.572      | 1.351.723  | 59,1              | 6,8          | 4.808.659         | 7.277.123   | 51,3              | 6,9          |
| Tekstil ve Ham Maddeleri  | 553.303      | 900.613    | 62,8              | 4,6          | 3.131.544         | 4.866.419   | 55,4              | 4,6          |
| Deri ve Deri Mamulleri  | 101.138      | 153.108    | 51,4              | 0,8          | 631.120           | 793.287     | 25,7              | 0,8          |
| Halı  | 195.131      | 298.001    | 52,7              | 1,5          | 1.045.995         | 1.617.417   | 54,6              | 1,5          |
| <b>B. KİMYEVİ MADDELER VE MAMULLERİ</b>   | 1.422.582    | 2.370.391  | 66,6              | 12,0         | 8.537.322         | 11.963.626  | 40,1              | 11,4         |
| Kimyevi Maddeler ve Mamulleri   | 1.422.582    | 2.370.391  | 66,6              | 12,0         | 8.537.322         | 11.963.626  | 40,1              | 11,4         |
| <b>C. SANAYİ MAMULLERİ</b>  | 7.937.070    | 11.554.525 | 45,6              | 58,4         | 42.388.659        | 59.943.204  | 41,4              | 57,1         |
| Hazırgiyim ve Konfeksiyon   | 1.348.588    | 1.808.054  | 34,1              | 9,1          | 6.974.845         | 9.437.202   | 35,3              | 9,0          |
| Otomotiv Endüstrisi   | 2.014.181    | 2.352.248  | 16,8              | 11,9         | 10.789.542        | 14.382.802  | 33,3              | 13,7         |
| Gemi ve Yat   | 88.349       | 277.380    | 214,0             | 1,4          | 500.575           | 734.473     | 46,7              | 0,7          |
| Elektrik Elektronik   | 901.078      | 1.307.456  | 45,1              | 6,6          | 4.703.334         | 6.880.116   | 46,3              | 6,6          |
| Makine ve Aksamları   | 585.131      | 828.685    | 41,6              | 4,2          | 3.353.910         | 4.505.770   | 34,3              | 4,3          |
| Demir ve Demir Dışı Metaller  | 676.126      | 1.127.261  | 66,7              | 5,7          | 3.754.225         | 5.685.241   | 51,4              | 5,4          |
| Çelik   | 1.119.137    | 2.025.837  | 81,0              | 10,2         | 5.943.588         | 9.208.552   | 54,9              | 8,8          |
| Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri  | 322.827      | 426.994    | 32,3              | 2,2          | 1.717.695         | 2.224.997   | 29,5              | 2,1          |
| Mücevher  | 346.434      | 591.734    | 70,8              | 3,0          | 1.616.430         | 2.460.777   | 52,2              | 2,3          |
| Savunma ve Havacılık Sanayii  | 167.256      | 221.791    | 32,6              | 1,1          | 922.528           | 1.341.848   | 45,5              | 1,3          |
| İklimlendirme Sanayii   | 359.617      | 574.861    | 59,9              | 2,9          | 2.068.940         | 3.014.644   | 45,7              | 2,9          |
| Diğer Sanayi Ürünleri   | 8.346        | 12.223     | 46,5              | 0,1          | 43.048            | 66.784      | 55,1              | 0,1          |
| <b>III. MADENCİLİK</b>  | 312.612      | 497.555    | 59,2              | 2,5          | 1.849.690         | 2.817.236   | 52,3              | 2,7          |
| Madencilik Ürünleri   | 312.612      | 497.555    | 59,2              | 2,5          | 1.849.690         | 2.817.236   | 52,3              | 2,7          |
| <b>TOPLAM (TİM*)</b>  | 12.431.827   | 18.338.917 | 47,5              | 92,7         | 68.846.813        | 95.617.731  | 38,9              | 91,1         |
| İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat ile Antrepo ve Serbest Bölgeler Farkı | 1.028.536    | 1.434.326  | 39,5              | 7,3          | 6.212.458         | 9.364.338   | 50,7              | 8,9          |
| <b>GENEL İHRACAT TOPLAMI</b>  | 13.460.363   | 19.773.242 | 46,9              | 100,0        | 75.059.271        | 104.982.069 | 39,9              | 100,0        |

## BİRLİK ADRESLERİ



### Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

Limonluk Mah. Vali Hüseyin  
Aksoy Cad. No: 4 Yenişehir/Mersin  
Tel: 0 324 325 37 37 Faks: 0 324 325 41 42  
E-Posta: akib@akib.org.tr  
Web Adresi: www.akib.org.tr  
Gen. Sek.: Mehmet Ali Erkan  
Gen. Sek. Yrd: Canan Aktan Sarı

### Batı Akdeniz İhracatçılar

#### Birliği Genel Sekreterliği

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

### Denizli İhracatçılar Birliği

#### Genel Sekreterliği

Akhan Mah. 246 Sok. No:8  
Pamukkale/Denizli  
Tel: 0 258 274 66 88 Faks: 0 258 274 72 22 - 62  
E-Posta: denib@denib.org.tr  
Web Adresi: www.denib.org.tr  
Genel Sekreter: Uğur Dayıoğlu

### Doğu Anadolu İhracatçılar Birliği Genel Sekreterliği

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

### Doğu Karadeniz İhracatçılar Birliği Genel Sekreterliği

Pazarkapı Mah. Sahil Cad. No: 95, Trabzon  
Tel: 0 462 326 16 01 - Faks: 0 462 326 94 01 - 02  
E-Posta: dkib@dkib.org.tr  
Web Adresi: www.dkib.org.tr  
Genel Sekreter: İdris Çevik

### Ege İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

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

### Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

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

### İstanbul İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

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

### İstanbul Maden Ve Metal İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

Dış Ticaret Kompleksi A-Blok Çoban Çeşme Mevkii  
Sanayi Caddesi  
Yenibosna-Bahçelievler/İstanbul  
Tel: 0 212 454 00 00 Faks: 0 212 454 00 01  
E-Posta: immib@immib.org.tr  
Web Adresi: www.immib.org.tr  
Genel Sekreter: Armağan Vurdu  
Genel Sekreter Yrd: Coşkun Kırloğlu  
Genel Sekreter Yrd: Fatih Özer  
Genel Sekreter Yrd: Muharrem Kayılı

### İstanbul Tekstil Ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

Dış Ticaret Kompleksi B-Blok  
Çoban Çeşme Mevkii Sanayi Cad.  
Yenibosna-Bahçelievler/İstanbul  
Tel: 0 212 454 02 00 Faks: 0 212 454 02 01  
E-Posta: info@itkib.org.tr  
Web Adresi: www.itkib.org.tr  
Genel Sekreter V.: Mustafa Bektaş  
Genel Sekreter Yard.: Özlem Güneş  
Genel Sekreter Yard.: Fatih Zengin

### Karadeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

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

### Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

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

### Uludağ İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

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

**Genel Sekreter V.**  
Senem Sanal Sezerer

**Genel Sekreter Yrd.**  
Yiğit Tufan Eser

**Genel Sekreter Yrd.**  
Mustafa Seçilmiş

**Genel Sekreter Yrd.**  
Dr. Kübra Ulutaş

**Genel Sekreter Yrd.**  
Mehmet Genç

Dış Ticaret Kompleksi  
Çoban Çeşme Mevkii Sanayi Cad.  
B-Blok K: 9 Yenibosna / İstanbul  
Tel: 0 212 454 04 90 - 91  
Faks: 0 212 454 04 13 / 454 04 83  
tim@tim.org.tr  
www.tim.org.tr



Römorkörcülük ve kılavuzluk hizmetlerinde  
45 yıllık Sanmar deneyimi



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



# KMT

## KOMET METAL AKSESUAR

Sedex Member

ISO 50001  
ENERJİ YÖNETİM  
SİSTEMİ

ISO 14001  
ÇEVRE  
YÖNETİM  
SİSTEMİ

STANDART 100  
BY OEKO-TEX

Sedex Member

ISO 45001  
İŞ SAĞLIĞI VE  
GÜVENLİĞİ  
YÖNETİM  
SİSTEMİ

ISO 9001  
KALİTE  
YÖNETİM  
SİSTEMİ

LEATHER  
STANDARD  
BY OEKO-TEX



STeP BY OEKO-TEX

I-REC  
YENİLENEBİLİR  
ENERJİ  
SERTİFİKASI



Sıfır Atık  
Projesi



Ege Orman Vakfı ile Birlikte  
Ağaçlandırma Projesi



%100 Yenilenebilir  
Enerji



2019 Yılında 1750 Ton  
2020 Yılında 2500 Ton Su Tasarrufu



\*%100 BioBezundur  
Ambalaj Kullanımı  
\*%100 Geri Dönüştürülebilir  
Ürünler



\*Zero Chemical Ürünler  
\*Daha Az Kimyasal Kullanımı  
\*Kimyasal Reach Uygunluğu



ENERGY  
MANAGEMENT SYSTEM



OCCUPATIONAL HEALTH & SAFETY  
MANAGEMENT SYSTEM



ENVIRONMENTAL  
MANAGEMENT SYSTEM



QUALITY MANAGEMENT  
SYSTEM