

TİM REPORT



225,4 MİLYAR DOLAR

CUMHURİYET TARİHİNİN REKOR YILI

REKOR KIRAN İHRACATÇILARA YENİ DESTEKLER GELİYOR

155 YIL

155years.dfds.com ↗

1866'dan beri çevremizle süregelen bir diyalog içinde ve hareket halindeyiz. DFDS'in hikâyesi, daimî bir hareketlilik ve adaptasyon hikâyesi. Adapte olabilme yeteneğimiz bugün her zamankinden çok daha hayati.

DÖ NÜ ŞÜM



AİT

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

MARKALARA DEĞER KATIYORUZ. BİZE ULAŞIN, HEDEFLERİNİZİ PAYLAŞIN. "BİZ HER ZAMAN BİR YOL BULURUZ."

ROTANIZ NERESİ OLURSA OLSUN. İSTER NAIROBİ, İSTER SANTIAGO, İSTERSE ZAGREB

ROTANIZ NERESİ OLURSA OLSUN. İSTER NAIROBİ, İSTER SANTIAGO, İSTERSE ZAGREB

ROTANIZ NERESİ OLURSA OLSUN. İSTER NAIROBİ, İSTER SANTIAGO, İSTERSE ZAGREB

ROTANIZ NERESİ OLURSA OLSUN. İSTER NAIROBİ, İSTER SANTIAGO, İSTERSE ZAGREB

ROTANIZ NERESİ OLURSA OLSUN. İSTER NAIROBİ, İSTER SANTIAGO, İSTERSE ZAGREB

ROTANIZ NERESİ OLURSA OLSUN. İSTER NAIROBİ, İSTER SANTIAGO, İSTERSE ZAGREB

ROTANIZ NERESİ OLURSA OLSUN. İSTER NAIROBİ, İSTER SANTIAGO, İSTERSE ZAGREB

ROTANIZ NERESİ OLURSA OLSUN. İSTER NAIROBİ, İSTER SANTIAGO, İSTERSE ZAGREB

ROTANIZ NERESİ OLURSA OLSUN. İSTER NAIROBİ, İSTER SANTIAGO, İSTERSE ZAGREB

ROTANIZ NERESİ OLURSA OLSUN. İSTER NAIROBİ, İSTER SANTIAGO, İSTERSE ZAGREB

ROTANIZ NERESİ OLURSA OLSUN. İSTER NAIROBİ, İSTER SANTIAGO, İSTERSE ZAGREB

ROTANIZ NERESİ OLURSA OLSUN. İSTER NAIROBİ, İSTER SANTIAGO, İSTERSE ZAGREB

ROTANIZ NERESİ OLURSA OLSUN. İSTER NAIROBİ, İSTER SANTIAGO, İSTERSE ZAGREB

ROTANIZ NERESİ OLURSA OLSUN. İSTER NAIROBİ, İSTER SANTIAGO, İSTERSE ZAGREB

ROTANIZ NERESİ OLURSA OLSUN. İSTER NAIROBİ, İSTER SANTIAGO, İSTERSE ZAGREB

ROTANIZ NERESİ OLURSA OLSUN. İSTER NAIROBİ, İSTER SANTIAGO, İSTERSE ZAGREB

ROTANIZ NERESİ OLURSA OLSUN. İSTER NAIROBİ, İSTER SANTIAGO, İSTERSE ZAGREB

ROTANIZ NERESİ OLURSA OLSUN. İSTER NAIROBİ, İSTER SANTIAGO, İSTERSE ZAGREB

GALATA
TAŞIMACILIK VE TİCARET A.Ş.

+90 850 755 0 458

galpi.com.tr

Great
Place
To
Work®

TİMREPORT İÇİNDEKİLER

Sayı: 203 - OCAK 2022



GENÇ TİM'İN ÜYE SAYISI ARTIYOR

İhracata gençlik aşıl原因an Genç TİM, beş yıl içinde 500 üye hedefini henüz ilk yılında yakalayarak yeni yıla büyük bir enerjile girdi. **Syf 20**



TARİHİ FIRSATI YAKALAYANLAR, ZİRVEDE KALIR

Orka Holding Yönetim Kurulu Başkanı Süleyman Orakçioğlu'ndan markalaşma tavsiyeleri aldık. **Syf 52**



DÜNYACA ÜNLÜ TASARIMCILAR DESIGN WEEK TÜRKİYE'DE BULUŞTU

Haliç Kongre Merkezi'nde düzenlenen Design Week Türkiye 2021, en yüksek katılımcı rekorunu kırdı. **Syf 24**



DERİ İHRACATINDA "METVERSE" ETKİSİ

Deri sektöründeki önemli ihracatçılar arasında yer alan Gündüz Group'un YKB Yardımcısı Ruken Mızraklı ile ihracatın geleceğini konuştuk. **Syf 58**



W. Besteckhaus
SCHAFER

FITFRY

Sıcak Hava Fritözü



İÇİNDEKİLER



SÜRDÜRÜLEBİLİR MODANIN ÖNCÜSÜ

Moda arenasında "ileri dönüşüm" alanındaki çalışmalarıyla bilinen Aslı Filinta Demir, trendlere uymak yerine zamansız tasarımlar yarattıklarını dile getiriyor. **Syf 66**

TİMREPORT

TİMREPORT Adına İmtiyaz Sahibi
TİM Başkanı İsmail GÜLLE

Yayın Kurulu

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

Yönetim Yeri

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

ÖZGÜN, GÜÇLÜ VE İŞİLTİLİ TASARIMLAR

Mücevher endüstrisine yıllardır yön veren Milka Karaağaçlı İnce ile Kismet by Milka özelinde teknik anlamda sınırları zorladığı tasarımları hakkında konuştuk. **Syf 70**



GİZEMLİ, ÇARPICI, UNUTULMAZ PETRA

Petra'nın dar yollarını, gizemini, ihtişamını Türkiye'nin Seyahat, Tarih, Sanat ve Bilim Yazarı Serda Büyükkoyuncu kaleme aldı. **Syf 74**



Genel Yayın Yönetmeni Selda Yeşiltaş

Yayınlar Koordinatörü Murat Erdoğan

Görsel Yönetmen Serpil Yenihayat

Editör Simge Soyel

Fotoğraf Editörü Ergün Çalakoğlu

Muhabir Melis Alpay

Reklam Müdürü İlknur Ulusoy
ilknur@viyamedya.com

Reklam Sorumlusu Sırma Samay Yabancı

Redaksiyon Kurşun Kalem Kurumsal Yayıncılık
ve Tanıtım Hizmetleri

İletişim

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

Nisantaşı - Şişli / İSTANBUL

+90 212 236 00 50

www.viyamedya.com | viya@viyamedya.com



/viyamedya

Baskı Özgün Ofset



Büyümenin lokomotifi olduk

TÜRKİYE’NİN EKONOMİ ve ticaret diplomasisinin saha neferleri Türk ihracatçısı, 2021 yılını geçen yıla göre yüzde 32,9 artışla 225,4 milyar dolar düzeyinde ihracata imza atarak kapattı. Bu rekor seviye, ihracatta yeni bir lige çıktığımızın göstergesidir. Çıktığımız bu yeni ligde, kalıcı olmak için ölçek ekonomisine ulaşmalıyız. Yapılacak yeni yatırımlarla birlikte ihracatımızı daha yukarılara çıkaracağız.

Dünyada finansmana erişim problemleri yaşanırken biz kendi çözümlerimizi ürettik. Dünya devleri, ürünlerini gönderemezken biz alıcıların kapısına kadar ulaştık. AR-GE merkezi sayısı bin 254’e ulaştı. Tasarım merkezi 338’e, teknopark sayısı 73’e, organize sanayi bölgesi sayısı 332’ye çıktı. Küresel tedarik zincirlerinde yaşanan kırılmayı lehimize çevirmeyi bildik. Böylece ihracat hanemize 25 milyar dolar, artı değer kattık. Yılın ilk dokuz ayında, büyümenin yarısı ihracatla geldi. İstihdam artışının 3’te 1’ini ihracat öncülüğündeki sanayi sektörleri sağladı. 2021 yılında ihracatın ithalatı karşılama oranı yüzde 84’e çıktı. Bu başarıyı, dış ticaret fazlasına dönüştürmek için çalışacağız.

Gururluyuz çünkü tüm hedeflerimizi bir bir gerçekleştirdik ve geçtik. 12 ayın 11’inde ihracat rekorları kırdık. Uzun süredir hedeflediğimiz aylık 20 milyar dolar, yıllık 200 milyar dolar ihracatı bu yıl aştık. Miktar bazında ihracatta da Cumhuriyet tarihi rekoru kırdık. 174 milyon ton ihracat gerçekleştirdik.

Birim ihracat değerimizi geçen yıla göre yüzde 17 artırarak, 1,10’dan 1,29’a çıkarmayı başardık. Bu artış gelecek yıllarda katlanarak devam edecek. Hedefimiz, bu değeri 2 dolara çıkarmak.

Türkiye’nin en geniş kapsamlı tasarım etkinliği Design Week Türkiye 2021 ile ülkemizde yaratıcılık, tasarım ve markalaşma rüzgârı estirdik. Türkiye, bu yıl küresel tasarım endeksi sıralamasında genel skor bazında 1917 puan alarak Almanya, Güney Kore, Rusya, Singapur gibi ülkeleri geride bıraktı. Listede 7’nci sıraya yükselen ülkemiz adına bu oldukça değerli bir başarı ve tasarım rüzgârını arkamıza aldığımızın net bir göstergesidir. Hedefimiz, gelecek dönemde bu başarıyı daha güçlü ürünlerle daha güçlü markalarla ileriye taşımak.

Günümüzde, sürdürülebilir ihracat artışının yolu, katma değerli üretimden geçiyor. TİM olarak inanıyoruz ki Türkiye ihracatla ihracat tasarımıyla yükselecek.”

Artık tasarlayan, hayal eden, üreten ve dünyanın dört bir köşesine ihraç eden bir Türkiye var. Hedefimiz çok net; “Dış Ticaret Fazlası Veren Türkiye”. Bu hedef doğrultusunda üretmeye, çözüm bulmaya ve proje geliştirmeye devam edeceğiz.

İsmail Güllü
TİM Başkanı

Panorama



DUBAİ

- T.C. Ticaret Bakanı Mehmed Muş başkanlığında TİM Heyeti, Türkiye-Birleşik Arap Emirlikleri Ortak İş Konseyi 1. Toplantısı'na katıldı.
- Expo 2020 Dubai'de Türkiye pavilyonunun açılışı gerçekleşti.

ZİYARET

- TİM Başkanı İsmail Gülle, Tarım ve Orman Bakanı Bekir Pakdemirli'yi makamında ziyaret etti.



ZİRVE

- İstanbul Ekonomi Zirvesi'nin 40. Yönetim ve İcra Kurulu Ortak Toplantısı, TİM Başkan Vekili Başaran Bayrak'ın katılımıyla gerçekleşti.
- İklim Değişikliği Zirvesi'nde, 26. BM İklim Değişikliği Konferansı'nın sonuçları ve Türkiye'ye yansımaları değerlendirildi.
- TİM Başkanı İsmail Gülle, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nca İstanbul'da düzenlenen Uluslararası Stratejik İletişim Zirvesi'ne katıldı.

kasım

ÖDÜL TÖRENİ

- İhracatın Yıldızları Ödül Töreni'nde başarılı ihracatçılara ödüller takdim edildi.
- 7. Dünya Helal Zirvesi ile 8. Helal Expo Fuarı'nın açılış töreni düzenlendi.
- Seramik, Çimento ve Cam Sektörleri 3. İhracatın Şampiyonları Ödül Töreni gerçekleşti.
- İTHİB 15. İstanbul Uluslararası Kumaş Tasarım Yarışması'nda kazanlar tebrik edildi.
- Üniversite sınavında İTÜ'yü, ilk bine girerek kazanan öğrencilere bilgisayarlar takdim edildi.
- Zeytin'in Geleceği Çalıştayı'nda TİM Başkanı İsmail Gülle, başarılı ihracatçılara ödülleri takdim etti.
- TİM Başkan Vekili Kutlu Karavelioğlu ile TİM Kadın Konseyi Başkan Yardımcısı Nilgün Özdemir 13. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Zirvesi ve Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları Ödül Töreni'ne katıldı.
- Geri Dönüşüm Ödülleri 2021 töreni, TİM Başkan Vekili Başaran Bayrak'ın katılımıyla gerçekleşti.
- 19. Uluslararası Yılın Starları Ödül Töreni'ne, TİM Başkan Vekili Başaran Bayrak iştirak etti.

BELGE

- TİM Kadın Konseyi'nin çalışmaları sonucunda Dış Ticaret Kompleksi, Sıfır Atık Belgesi almaya hak kazandı.

FUAR

- 30. Uluslararası İstanbul Plastik Endüstrisi Fuarı'nın açılışı 1 Aralık'ta düzenlendi.
- 9. Uluslararası Madencilik, Tünel İnşaa, Makine Ekipmanları ve İş Makineleri Fuarı'na TİM ailesi katıldı.





TOPLANTI

- Erasmus Staj Konsorsiyumu 1. Üst Yönetim Toplantısı, TİM'in katılımıyla Altınbaş Üniversitesi'nin ev sahipliğinde gerçekleşti.
- İhracat ailesi, TİM Başkanı İsmail Gülle başkanlığında, T.C. Ticaret Bakanı Mehmed Muş ile Hazır Giyim, Konfeksiyon, Tekstil ve Hammaddeleri Sektörleri Ortak İstişare Toplantısı'nda bir araya geldi.
- Maden Sektör Kurulu, TİM Başkanı İsmail Gülle'nin katılımıyla çevrim içi düzenlendi.
- Ekonomi ve Ticaret Derneği Sezon Açılış Toplantısı'na TİM Başkanı İsmail Gülle katıldı.
- Hazine ve Maliye Bakanı Nureddin Nebati başkanlığında TİM Başkanı İsmail Gülle, iş dünyasından temsilcilerle bir araya geldi.
- TİM Başkanı İsmail Gülle, cam sektörü temsilcileri ile Turkish Glass sektör toplantısında buluştu.

AÇILIŞ PROGRAMI

KAZAKİSTAN

SANAL GENEL TİCARET HEYETİ



İsmail GÜLLE
Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı



Yılmaz YILDIZ
Moderatör



Ufuk EKİCİ
T.C. Nur-Sultan Büyükelçisi

29 KASIM 2021 PAZARTESİ
SAAT 10.00

Canlı Yayını www.tim.org.tr 'den izleyebilirsiniz.

TİCARİ HEYET

- Kazakistan Sanal Ticaret Heyeti açılış programı TİM Başkanı İsmail Gülle ve Nur-Sultan Büyükelçisi Ufuk Ekici'nin katılımıyla gerçekleşti.

aralık

ANTALYA

- Dış İşleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu'nun teşrifleriyle Savunma ve Havacılık Sanayiinde Küresel Stratejiler Konferansı'nda sektör konuşuldu.

İZMİR

- Genç TİM'in ikinci bölge toplantısı, TİM Başkanı İsmail Gülle'nin katılımıyla İzmir'de yapıldı.

BURSA

- Hazırgiyim, Konfeksiyon ile Tekstil ve Hammaddeleri Ortak Sektör Kurulu Toplantısı düzenlendi.
- Tekstil Start-up Challenge kapsamında ödülleri sahiplerini buldu.

TİM WOMAN EXPORT TALKS

- Serinin altıncısı TİM Kadın Konseyi Başkan Yardımcısı Aysun Aras ve Kütahya Porselen Sanayi AŞ Yönetim Kurulu Başkanı Sema Güral Sürmeli'nin katılımıyla gerçekleşti.

TİM TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ

WOMEN EXPORT TALKS

İHRACATA NASIL BAŞLADIK? BAŞARDIK?



Aysun ARAS
TİM Kadın Konseyi Başkanı Yardımcısı



Özlem DOĞANER
Moderatör Lüğünde



Sema GÜRAL SÜRMELE
Kütahya Porselen Sanayi A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı

22 KASIM PAZARTESİ
SAAT 11.00

Canlı Yayını www.tim.org.tr 'den izleyebilirsiniz.



KISA KISA

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

Türkiye'nin yenilenebilir enerji kapasitesinin, 2026 yılının sonuna kadar 26 gigavat artışla yüzde 53 büyümesi bekleniyor. Bu tahminin yüzde 48'inin güneş, yüzde 30'unun ise rüzgâr enerjisinden sağlanacağı öngörülüyor.



Türkiye, ABD'nin dijital hizmetler vergisi uygulayan beş ülkeyle vardığı uzlaşmaya dâhil edildi. ABD ve Türkiye 2023'ten itibaren dünya genelinde uygulanacak yeni kurumlar vergisi anlaşmasına geçiş sürecine girecek.

Avrupa Birliği (AB), Çin'in "Kuşak ve Yol" projesine alternatif olarak 2027 yılına kadar 300 milyar euro değerinde altyapı yatırım programı hazırladı. Avrupa Birliği Komisyonu Başkanı Ursula von der Leyen planın AB'nin dünyadaki stratejik çıkarlarına katkı sağlayacağını söyledi.



Dünya Bankası'nın 174 ekonomide ulusal istatistik sistemlerinin performansını ölçmek için başlattığı gösterge seti olan İstatistiksel Performans Endeksi'ne (SPI) göre Türkiye'nin en yüksek performanslar arasında yüzde 20'lik dilimde olduğu görüldü.



Avrupa Merkez Bankası (ECB) Başkanı Christine Lagarde, 2022 yılında faiz artırımının çok mümkün olmadığı belirterek koşullar oluşursa faiz artırımını konusunda tereddüt etmeyeceklerini açıkladı.

ABD'nin menkul kıymetlerden sorumlu düzenleyici kuruluşu Securities and Exchange Commission'ın (SEC) Başkanı Gary Gensler, kripto para işlem platformlarının daha fazla denetlenmesine ilişkin çağrısını yineledi.



Uluslararası kredi derecelendirme kuruluşu Fitch Ratings, 2022'de küresel banka düzenlemelerinin kademeli olarak sıkılaştırılmasının muhtemel olduğunu bildirdi.

TİCARETTE OYUNUN KURALLARI DEĞİŞİYOR

Garantili Fon Transferi ile ticarete yepyeni bir dönem başlıyor.

**İşletmelerimiz çekin, senedin çok ötesi GFT ile tanışıyor;
alacaklarını güvenceye alıp, parça parça farklı ödemelerde kullanabiliyor.**

Siz de Vakıf Katılım'a gelin, oyunun kurallarını
hemen değiştirin. GFT sadece Vakıf Katılım'da.





2021 yılı ihracatı, 225,4 milyar dolar oldu

Türkiye'nin Aralık ayı ihracatı 22,3 milyar dolar olurken 2021 yılı ihracatı ise geçen yıla göre yüzde 32,9 artışla 225,4 milyar dolara yükseldi.

TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ (TİM), 2021 yılı Aralık ayı ihracat rakamlarını ve 2021 yılı verilerini, T.C. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ve T.C. Ticaret Bakanı Mehmet Muş'un katılımıyla İstanbul'da düzenlenen toplantıda açıkladı. Türkiye'nin ekonomi ve ticaret diplomasisinin saha neferleri Türk ihracatçısı, "rekorlar yılı"nı yeni bir aylık ihracat rekoruyla kapattı. Aralık ayında ihracat, geçen yılın aynı ayına göre yüzde 24,9 artışla 22,3 milyar dolar

oldu. 2021 yılı ihracatı ise geçen yıla kıyasla yüzde 32,9 artışla 225,4 milyar dolara yükseldi. 2021 yılında ilk kez ihracat yapan 18 bin 887 firma, 3,7 milyar dolarlık katkı sağladı. 2020 yılında 1,10 olan ortalama ihraç birim değeri, 2021 yılında yüzde 17'lik artışla 1,29'a ulaştı.

"BÜYÜMENİN LOKOMOTİFİ OLDUK" TİM Başkanı İsmail Gülle, konuşmasında küresel tedarik zincirine değindi. Türkiye'nin tedariki ayakta tuttuğuna

vurgu yapan İsmail Gülle: "Lojistik sorunlar yaşanırken coğrafyalar arasında bağlar kurduk. Dünyada finansmana erişim problemleri yaşanırken biz kendi çözümlerimizi ürettik. Dünya devleri, ürünlerini gönderemezken biz alıcıların kapısına kadar ulaştık. AR-GE merkezi sayısı bin 254'e ulaştı. Tasarım merkezi 338'e, teknopark sayısı 73'e, organize sanayi bölgesi sayısı 332'ye çıktı. Küresel tedarik zincirlerinde yaşanan kırılmayı lehimize çevirmeyi



“İHRACATÇILAR, TÜRK EKONOMİSİNİN ALPERENLERİ”

T.C. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ise konuşmasında ihracat ailesini tebrik etti. İhracatçıların, Türk ekonomisinin alperenleri olduğunu söyleyen Erdoğan: “Türk ekonomisi yatırım, istihdam, üretim, ihracat ve cari fazla yoluyla gelişimini sürdürüyor. İhracatın büyümemizde payı oldukça yüksek. İhracatçılar Türk ekonomisinin alperenleridir. Türkiye yaşanan tüm sıkıntılara rağmen 2021’i büyümeyle kapatan iki ülkeden biri olmayı başardı.

Türkiye ilk defa krizlerin altında ezilen değil, krizleri yöneten hatta krizleri fırsata çeviren bir ülke konumuna geldi. Salgın nedeniyle patlak veren alternatif tedarikçi arama eğilimleri, ülkemizin küresel tedarik zincirlerindeki coğrafi avantajını öne çıkarttı. İhracatımızın önünü daha da açtı. Geçen yılın üçüncü çeyreği itibarıyla ülkemizin küresel ihracattan aldığı pay, ilk kez yüzde 1’in üzerine çıktı.

İhracatımız tarihimizde ilk defa 200 milyar doları aşarak orta vadeli hedefleri de geçti. Burada büyük bir gurur ve memnuniyetle ifade etmek isterim ki geçen yılın göre yüzde 32,9 oranında artışla ihracat, 225 milyar 368 milyon dolar olarak gerçekleşti. Hamdolsun bu bir rekordur. Dünden bugüne ulaştığımız bir rekordur.”

verdiği finansman desteğinin devam etmesi ve artması çok daha önemli olacak. Ayrıca bir kez daha altını çizmek istiyorum ki ihracat ailemiz her zaman istikrarlı kurdan yana olmuş, hiçbir zaman kurdaki spekülasyonların içinde yer almamıştır. Bu nedenle ihracatçılar için pariteyi öngörülebilir hâle getiren ‘İleri Vadeli Kur Rakamı Sistemi’ için 61 ihracatçı birliği, 27 sektör ile 100 bin ihracatçının tek çatı kuruluşu olan TİM adına T.C. Cumhurbaşkanımıza şükranlarımızı sunuyoruz. Bu mekanizma sayesinde, ihracatçılarımız vadeli fiyatlandırmalarını güvenle yapabileceği bir imkâna kavuştu. T.C. Cumhurbaşkanımızın bir diğer müjdesi olan ve ihracatımızın geldiği noktada ciddi bir ihtiyacı karşılayacak yeni fuar alanı konusunda da çalışmalarımız süratle devam ediyor.” İfadelerini kullandı.

DAKİKADA 1,6 MİLYON DOLAR İHRACAT

Pandemi döneminin dijitalleşmeyi ve e-ihracatı daha da hızlandırdığını kaydeden Gülle, buna bağlı olarak e-ihracatın kayıt altına alınmasının ve ölçülebilir hâle gelmesinin büyük önem taşıdığını altını çizdi. İhracat değeriyle beraber ihracat yükünün de arttığını ifade eden Gülle: “Her yıl ortalama yüzde 15 seviyelerinde artan bu yükü karşılayacak şekilde, ülkemizin lojistik altyapısında limanların, demir yolu bağlantılarının ve hava kargo kapasitelerinin

GEMİ ALIM & SATIM

GEMİ FİNANSMANI

Bridge Denizcilik; yeni veya ikinci el gemilerin alım satımı konusunda uzmanlaşmış bir gemi alım satım şirkettir. Şirketin bir diğer faaliyeti ise gemi sahiplerine veya yeni gemi alacak şirketlere, gemi piyasası hakkında isabetli bir şekilde rehberlik etmek, finansman sağlamak ve armatörlerin ya da gemi alacak yeni yatırımcıların gemi alım satım süreçlerini yetkin bir biçimde yönetmektir. Şirket, bu sektörde gösterdiği başarılı faaliyetler sayesinde, yerli markette tanınmasının yanı sıra, Avrupa, Uzak Doğu ve Akdeniz çanağında da gemi sahipleri ve bankacılar tarafından oldukça tanınan ve marka haline gelmiş bir organizasyondur.

BRIDGE DENİZCİLİK SANAYİ VE TİCARET LTD. ŞTİ.

Malte Business Center

Atatürk Cd. Sakarya Sk. No: 35 Kat: 5/501, 34844 Maltepe/Istanbul, Turkey

T: +90 216 222 29 21 | F: +90 216 222 29 30

www.bridgeship.net | snp@bridgeship.net



Member of Ship
Brokers' Association



artırılması son derece hayati. Ayrıca istatistikler gösteriyor ki ihracatımızın yüzde 94'lük kısmı haftanın beş gününe sıkışmış durumda. Oysa pek çok sektörde üretim 7 gün aralıksız devam ediyor. Üretimdeki sürekliliği ihracatta da sağlamak için gümrüklerimizin artık 7/24 esası ile çalışıp ihracatımızdaki bu yükselişi desteklemesi gerektiğine inanıyoruz. Bugün dakikada yaklaşık 1,6 milyon dolar ihracat gerçekleştiren bir Türkiye var. Görüyoruz ki 'İhracatla Yükselen Türkiye' için kaybedecek bir dakikamız bile yok. Hedefimiz dakikada 2 milyon dolar ihracat. Bu tarihin günde, yıl boyunca verdiğimiz emeklerin, alın terinin karşılığını gördük. Bu başarının altına imzasını atan 100 bin ihracatçımızın her biriyle iftihar ediyorum." dedi.

TOPLAM İHRACATTA OTOMOTİV LİDER

2021 yılında sektörlerin performansı incelendiğinde 26 sektör ihracatını artırdı.

29,3 milyar dolarlık ihracat gerçekleştiren otomotiv endüstrisi ilk sırada yer aldı. 25,3 milyar dolara ulaşan kimyevi maddeler ve mamulleri sektörü ikinci ve 22,4 milyar dolara ulaşan çelik sektörü üçüncü oldu. Sektörel anlamda en dikkat çekici artışlar ise geçen yılın aynı ayına göre ihracatını 9,7 milyar dolar artıran çelik, 7,1 milyar dolar artıran kimyevi maddeler ve mamulleri ve 4,1 milyar dolar artıran demir ile demir dışı metaller sektörlerinde yaşandı.

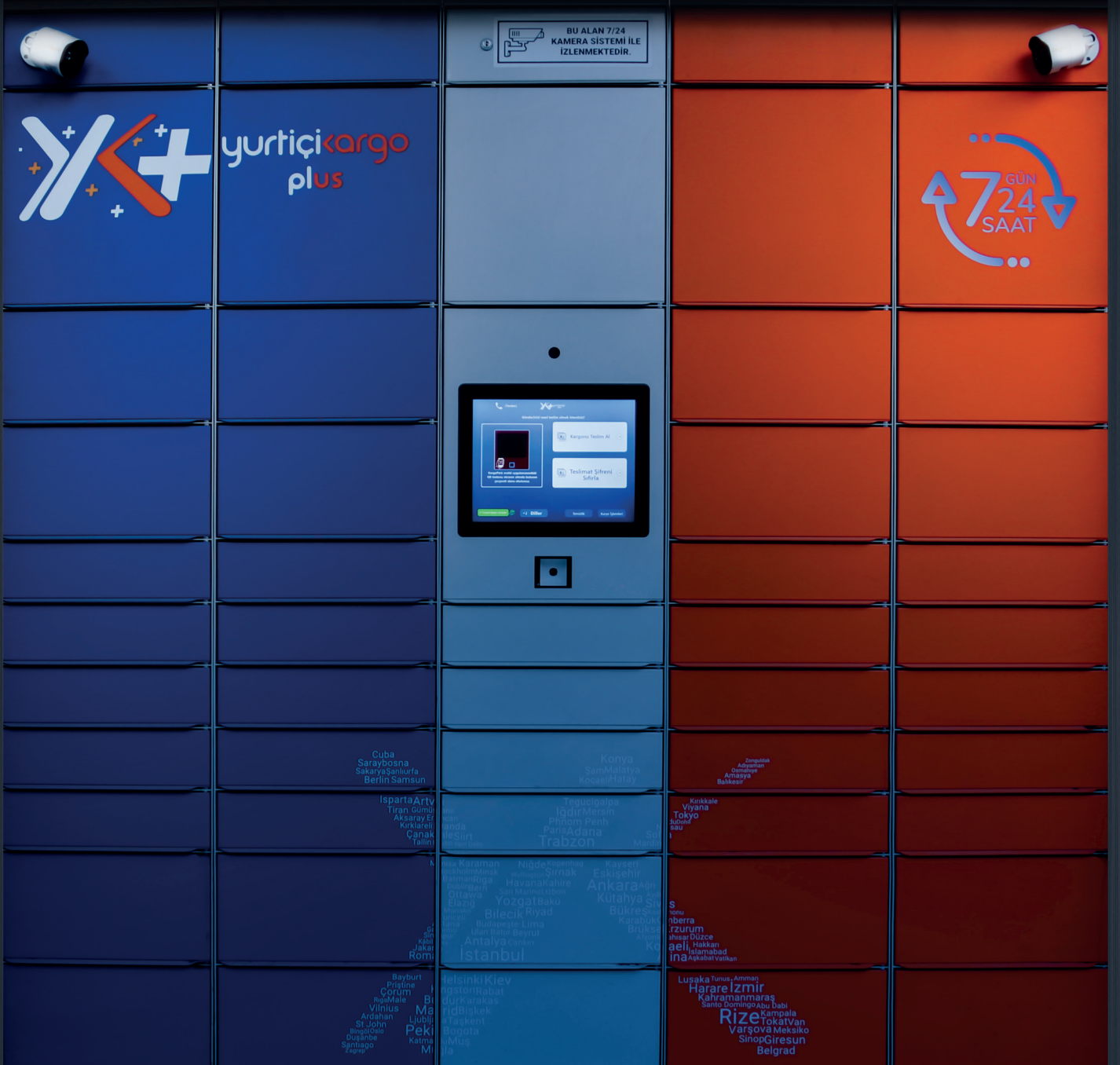
EN FAZLA İHRACAT ALMANYA'YA

2021 yılında ihracatçılar, Türkiye bayrağını 229 ülke ve bölgede dalgalandı. 184 ülkeye yönelik ihracatı artırma başarısı gösterdi. Aralarında Almanya, ABD, Birleşik Krallık, İtalya, İspanya'nın da bulunduğu 112 ülkede ise yıllık ihracat rekoruna imza atıldı. 2021 yılında ihracatçıların en çok ihracat gerçekleştirdiği ilk üç ülke 19,33 milyar dolarla Almanya, 14,73 milyar dolarla ABD, 13,71 milyar dolarla Birleşik Krallık oldu.

2021'DE İHRACATIN EN'LERİ

- 101 bin 38 firma ihracat gerçekleştirdi.
- 32 bini aşkın firma ihracat ailesine katıldı.
- 2021 yılında ihracata başlayan firmalar 3,7 milyar dolar ihracat gerçekleştirdi.
- 229 ülkeye ihracat yapıldı.
- 184 ülkeye ihracat artırıldı.
- 123 ülkeye ihracatta rekor kırıldı.
- 46 ülkeye, 1 milyar dolardan fazla ihracat gerçekleştirildi.
- 78 il ihracatını artırdı.
- 48 il ihracat rekoru kırdı.
- 21 il, ihracatta 1 milyar dolar barajını aştı.
- 27 sektörün 26'sı ihracatını artırdı.
- 20 sektör ihracat rekoru kırdı.
- 23 sektörün ihracatı, 1 milyar doları aştı.
- Türk lirası ile ihracat, yüzde 48 artarak 70,8 milyar TL'ye yükseldi.
- Hizmet ihracatı Ocak-Ekim döneminde yüzde 62 artarak 46 milyar doları aştı.

E-TİCARET GÖNDERİLERİNDE 7/24 İADE DÖNEMİNİ BAŞLATIYORUZ





Prof. Dr. Emre Alkin

Para mı değer mi? Siz karar verin...

Başlığa bakınca parayı değer olarak kabul etmediğimi düşünebilirsiniz.

O zaman şu örnekten yola çıkalım: Geçenlerde Uzak Doğulu uzmanın, bir Fransız ile konuşmasını Instagram'da izledim. Şunu soruyordu karşındakine:

- Neden para biriktiriyorsun?
- Tasarruf için...
- Başkalarının hesapsızca bastığı bir şeyi, biriktirmenin ne âlemi var ki?
-
- Cevap veremezsin tabii çünkü sana böyle öğretildi.

Fransız'ın afallaması hâlâ gözümün önüne geliyor. Gerçekten de merkez bankalarının özellikle pandemi döneminde bastığı ve yaydığı hesapsız likiditeden nasiplenerek kripto para, gayrimenkul, otomobil veya başka aktifleri alanlara bir şey demiyorum. Ancak paranın kendisini stoklayarak büyük bir tehlike altında olduğumuzu görüyorum.

Bir alışveriş merkezinde rastladığım tanıdığım:
“Hocam TL’de kaldım, büyük zararıdayım. Ne

yapayım?” diye sordu. Yıllardır söylüyorum, ona da aklımdakini ifade ettim: “Dolar, uzun bir zamandan beri Amerikalıların parası değil, dünyaca kabul görmüş bir değiş-tokuş aracı. Euro, kısıtlı bir alanda da olsa aynı işleve sahip oldu. Dolayısıyla TL stoklamanın kimseye faydası yok.” Bunu söyledikten sonra faizlerin 2022’de kaçınılmaz olarak yükseleceğini ve sabretmesi gerektiğini anlattım.

Hayatımın hiçbir döneminde basılmış paraları stoklama derdinde olmadım. Parayı ya yeni tecrübelerle ya görmediğim yerlere ya da “nadir ve otantik” ne varsa ona harcadım. Çok pahalı bir otomobilin içi boş versiyonunu alacağıma, güvenli-eğlenceli-teknolojik bir markanın en dolusunu alarak parayı değerlendirdim. Manzarası olmayan bol odalı bir evde oturacağıma, harika bir manzaraya sahip 1+1 bir evde yaşamayı tercih ettim. Otel seçimlerimden kitap seçimlerime, sinemadan konser biletime kadar hep böyle yaklaştım.

“Çocuklara bir şeyler bırakalım.” diye onlara vakit ayırmadan çalışıp

para biriktirmenin anlamsızlığını kavradığım için tasarruflarımı onlarla ve sevdiğimlerle beraber gezerek, görerek ve öğrenerek değerlendiriyorum. Bir ebeveynin miras bırakacağı konut ve para değil, yaşanmış güzel anılar olmalı diye düşünüyorum. Elbette varlıklı olmak kötü şey değil. Ancak sahip olduğun varlığı dertlenecek aşamaya getirmek iyi değil. Güzel bir hikâye ile bu bakış açısını süsleyeyim: Bir zenginin yatına davetli olan milyarder önüne gelene: “Bende 15 milyar dolar para var!” diyormuş. Sonunda davet sahibi dayanmamış, sormuş:

- Sen paranı sayabiliyor musun?
- Evet, sürekli sayıyorum zaten...
- Paranı sayıyorsan bil ki senin çok paran yok.

Büyük ihtimalle davet sahibinin o milyarder kadar parası yok ancak güzel bir hayat dersi verdi. Şimdi işin felsefesine dönelim.

“YEPYENİ BİR DEVRİM GEREKİYOR...”

Türkiye Cumhuriyeti kurulduktan sonra uzunca



“ANLAŞILAN ATATÜRK'ÜN YAPTIĞI DEVRİMİ TEKRARLAMA ZAMANI GELDİ. SÜREKLİ DEĞER KAYBEDEN BİR DEĞİŞ-TOKUŞ ARACI YERİNE CUMHURİYETİN İLK YILLARINDA OLDUĞU GİBİ DEVLETİN VE MİLLETİN ELİNDEKİ KIYMETLERE VE YÜKSEK TEKNOLOJİYE DAYANAN 'YENİ BİR DEĞER' GEREKİYOR.”

bir süre Osmanlı Bankası, Merkez Bankası'nın görevini yapmıştı. Bir bakıma belli esaslara göre basılan paranın değeri üzerinde hak sahibiydi. Atatürk 1930'ların başında buna son verdi ve Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası kuruldu. TCMB'nin bastığı paralar, yeni devletin ve yeni milletin alışveriş değeri olarak kabul edildi. Bankacılık sistemi bu değişimi kabul etti ve büyük bir başarıyla yeni para fonksiyonlarını yerine getirmeye başladı. Yani değer aracı değiş-tokuş aracı olmak, tasarruf etme ve bölünebilirlik özellikleri... Bu başı başına bir devrimdi. Bütçe ve dış ticaret fazlası veren bir ülkenin, parası da itibarlı olurdu. Uzunca bir süre de itibarlı olarak devam etti.

1980'lerde başlayan finansal serbestlik rüzgârıyla beraber sayısız devalüasyon geçirmiş TL, konvertibiliteye geçti. Ancak makus talihi değişmedi. Değeri değil, değer kaybetmesi istikrarlı hâle geldi. Bugün de bu şekilde devam ediyor. Anlaşılan Atatürk'ün yaptığı devrimi tekrarlama zamanı geldi. Sürekli değer kaybeden bir değiş-tokuş aracı yerine Cumhuriyetin ilk yıllarında



olduğu gibi devletin ve milletin elindeki kıymetlere ve yüksek teknolojiye dayanan “yeni bir değer” gerekiyor.

Bu dijital değer sayesinde kâğıt para tamamen ortadan kalkacak, kayıt dışı faaliyetlerin önü alınacak, vergilendirme tabana yayılacak. Böylelikle daha rasyonel bir vergi politikası oluşacak, dış ticaret işlemleri ve finansmanı kolaylaşacak, hırsızlık ve siber saldırıların zararları azaltılacak. Elbette bu “ulusal para yok olacak” anlamına gelmiyor. Ayrıca bankacılık faaliyetleri de durmayacak. Sadece şekil değiştirecek. Tüm faaliyetler önce dijital değerlere ardından da merkezîyetçi

olmayan sistemlerin yarattığı değerlere dönüşecek. Gelecek burada! Herhangi bir otorite aramayan, keyfiyetle üretilmemiş ve sadece varlıkla anlaşılan, otonom ve anonim düzene geçiş bu şekilde olacak. Hepimiz için de hayırlısı bu esasında...

Atılacak en önemli adım, bu yeni değer kaç TL'ye denk geleceğini doğru şekilde hesaplamak, geçiş sürecini en iyi hâliyle planlamak ve uygulamak. Böyle bir teklifte bulunmak sadece eski sistemin menfaat sahiplerinin ve yeniliklere kapalı olanların canını sıkacaktır. Her yenilikte yaşadığımız gibi...



ekonomi köşesi

PARA POLİTİKALARINDA DEĞİŞİM VE DEĞİŞİMİN DÜNYA TİCARETİNE ETKİLERİ

Dr. Can Fuat Gürlelel



Dünya ekonomisi, 2021 yılını beklentiler doğrultusunda yüzde 5,5 büyüme ile kapatıyor. Ekonomik büyüme, gelişmiş ve gelişen hemen tüm ülkelerde gerçekleşiyor. Dünya mal ticareti ise 2021 yılında beklentilerin de üzerinde bir büyüme gösterdi. Yılın son verileri de değerlendirildiğinde, dünya mal ihracatı 2021 yılında yüzde 20 büyüyerek 20,5 trilyon dolara ulaşacak. 2020 yılında pandemi sonrası başlayan kamu destekleri ve merkez bankalarının genişletici politikaları, 2021 yılında etkisini artırarak gösterdi.

2022 yılına girerken pandemi sonrası uygulanan kamu kesimlerinin doğrudan destekleri, büyük ölçüde sona erecek. Daha önemlisi merkez bankalarının genişletici para politikaları da artık sona yaklaştı. Küresel para politikalarındaki değişim ve etkiler, esas olarak 2022 yılında yaşanacak. Küresel para politikalarındaki değişime, ekonomilerin toparlanmasından çok, yaşanan enflasyon yol açtı. Enflasyon giderek ekonomik büyüme önünde, risk oluşturmaya başlayınca para politikaları da kaçınılmaz olarak değişim sürecine girdi.

Küresel ekonomide pandemi sonrası yaşanan en önemli gelişmelerden birisi, enflasyon oldu. Enflasyon, 2021 yılının başlarından itibaren artan emtia ve navlun fiyatları ile birikmeye başladı. Tedarik sıkıntıları ve üretimdeki gecikmeler, mal fiyatlarında artışa yol açtı. Yaz aylarında, üretici ve tüketici fiyatları artışı etkili oldu. Buna rağmen

büyük merkez bankaları, yine yaz aylarında enflasyonu geçici olarak gördü ve arz yanlısı etkilerin sona ermesi ile enflasyonun 2021 sonunda düşüşe geçeceğini öngördü. Ancak sonbahara geldiğimizde, arz yanlısı etkiler azalmak bir yana tam tersine sıkıntıları artırdı. Arz yanlısı sıkıntılara yüksek talep, ücret artışları ve enerji fiyatlarındaki sert yükselişler eklendi. Böylece enflasyon, 2021 sonunda gelişmiş ülkelerde uzun yıllar görülmeyen yüksek seviyelere ulaştı. Geçici görülen enflasyon, kalıcı hâle geldi.

Büyük merkez bankaları da enflasyonu kalıcı görmeye başladı ve para politikaları da değişim sürecine girdi. Para politikalarındaki değişim, pandemi sonrası başlatılan parasal genişlemelerin sona erdirilmesi ve kademeli olarak normalleşme sağlanmasıdır. Normalleşme, çok düşük faiz oranlarının artışı ve genişleyen merkez bankaları bilançolarının küçültülmesi olacak. Para politikalarındaki değişimin, dünya ekonomisi ve ticareti üzerindeki etkisi de bu çerçevede büyük önem kazandı.

Para politikalarındaki değişime, ilk olarak ABD Merkez Bankası FED başladı. FED, parasal genişlemeyi 2022 yılı Mart ayında sona erdirecek. Ardından 2022 yılında üç faiz artışı yapması bekleniyor. Faiz artışları muhtemelen Mayıs, Temmuz ve sonbahar aylarından birinde olacak. Böylece politika faizi, yüzde 1,0'e yükselecek. İngiltere Merkez Bankası, 2021 yılı Aralık ayında ilk faiz artışı gerçekleştirdi. Yeni yılda da faiz artışlarına devam edecek. Avrupa Merkez Bankası ise şimdilik 2022 yılında sadece parasal genişlemeyi azaltmayı planlıyor. Faiz artışı bekle-

miyor. Japonya Merkez Bankası, 2022 yılında da genişlemeye devam edecek. Gelişen ülke merkez bankaları da faiz artışlarına, 2022 yılı boyunca devam edecek.

Büyük merkez bankalarının 2022 yılı için açıkladıkları para politikasındaki değişim, öncelikle büyüme tarafında olumsuz bir etki yaratmayacak. Tam tersine soluksuz artan emtia, enerji ve mal fiyatlarını dizginleyerek öngörülebilirliği artıracak. Nitekim fiyat artışlarının devamı hem üreticilerin üretimden uzaklaşmasına hem de tüketicilerin satın alma güçlerini azaltmasına neden oluyordu. Merkez bankaları para politikalarındaki değişim ile bu riskler de azaltılmış olacak. Dünya ticareti de büyüme eğilimini sürdürecektir. Çok yüksek fiyatlar, dünya mal ticaretinde de kesintilere yol açmaya başladı. Bu nedenle tüm fiyat artışlarının kontrol altına alınması, 2022 yılı için dünya ticaretini destekleyecek. 2022 yılında muhtemelen daha güçlü bir dolar olacak. Emtia fiyatlarında, yılın ikinci yarısında yüzde 10-15 arasında geri çekilmeler yaşanacak.

Türkiye için dünya ekonomisi ve ticaretindeki büyüme, daha çok önem taşıyor hâle geldi. Nitekim yeni ekonomi politikası, ihracat odaklı bir hâl aldı. Bu nedenle 2022 yılında dünya ekonomisi ve ticaretinde büyümenin sürmesi, ihracatımız için olumlu olacak. İhracatımızın önündeki risk ise uyguladığımız para politikasının yarattığı yüksek enflasyon, yüksek üretici maliyetleri, daha yüksek piyasa faizleri ve Türk lirasındaki belirsizlikler ve yüksek değer kaybı olacak.

HAYATIMIZIN MERKEZİNDE! SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

BIST Sürdürülebilirlik Endeksi ile Borsa İstanbul, ekonomik ve insani kalkınma için yeni bir değer yaratarak çevresel, sosyal ve kurumsal dönüşüme katkı sağlıyor.



www.borsaistanbul.com

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



**BORSA
İSTANBUL**



İhracatın yeni nesil neferi Genç TİM, ihracatla yükselen Türkiye'yi oluşturmak için düğmeye bastı.

Genç TİM'in üye sayısı KATLANARAK ARTIYOR



İhracata gençlik aşıl原因an Genç TİM, yeni yıla büyük bir enerjiyle girdi. 5 yıl içerisinde 500 üye hedefini, henüz ilk yılında yakalayan ihracatın yeni nesil neferleri, 2022'nin stratejik yol haritasını hazırladı. Yazı dizimize Atasay Kamer ve Işıl Rey Yorgun'un değerlendirmeleri ile devam ediyoruz.

Genç TİM yönetimi olarak Türkiye'nin gençlik potansiyeli hakkında neler düşünüyorsunuz?

Atasay Kamer: Gençliğin enerjisine ve

heyecanına inanıyoruz. Türkiye'yi güçlü bir geleceğe, gençlerin gücü taşıyacak. Ülke olarak önümüzdeki fırsatları değere dönüştürme yolunda, gençlerin içindeki güç ve potansiyeli açığa çıkaracak adımları atmamız gerekiyor. Bize her şeyden önce gereken biraz daha cesaret. Bunun için de sahip olduğumuz know-how'ı birbirimize aktarmamız şart. Bu deneyim aktarımının geliştirilmesi noktasında hepimize sorumluluk düşüyor. Aile şirketimizin yönetimini üstlendiğimde, ekibimle birlikte gençlik enerjisi ve heyecanını markaya yansıtan pek çok stratejiye ve uygulamalara imza attık. Meyvelerini topladık, hâlâ da topluyoruz. Bu nedenle

genç bakış açısını anlamak ve onlara hitap edebilmek büyük önem taşıyor. Gelmekte olan yeni nesil tüketiciye hazır olabilmek çok önemli.

İşlay Reis Yorgun: TİM Başkanımız İsmail Gülle liderliğinde oluşturulan Genç TİM, 27 sektörden 18 başkan yardımcısı ile geleceği temsil eden vizyoner bir ekip ile kuruldu. Ağustos ayında 131 üyemiz ile çıktığımız yola, 557 üyemizle devam ediyoruz. Ülkemiz, Avrupa'ya kıyasla en çok genç oranına sahip ülke konumunda. 18-40 yaş arasında 30 milyonu bulan bir nüfusumuz var. Gençliğin enerjisi ve dinamizmi, ülkemiz için önemli bir fırsat oluşturuyor. Genç TİM olarak iş dünyasında genç girişimciliğin gelişimi ve sürdürülebilir yarımlar için Z kuşağı ile araştırmalar yaparak genç nüfusu ihracata özendirme hedefimize odaklanacağız. Bizler Y kuşağı olarak, X kuşağı ile birlikte çalışma fırsatı bularak önemli deneyimler kazandık. Ancak X ve Z kuşağına baktığımız zaman arada oldukça fark olduğunu görüyoruz. Bu sebeple bizler her iki kuşak arasında köprü görevi görerek şirketlerin sürdürülebilir olmasını ve global anlamda büyümesini sağlayabiliriz.

Genç TİM kapsamında ne gibi çalışmalara imza atacaksınız?

Atasay Kamer: Stratejik yol haritamızda pek çok önemli proje başlığımız var. Cumhurbaşkanımızın himayelerinde her yıl Genç TİM İhracat Zirvesi düzenlenmesinden gençlere sürdürülebilir eğitimler verilmesine, iş forumlarından uluslararası iş birliklerine fark yaratacağımız çalışmaların içinde olacağız. Nitekim, genç ihracatçıların farklı pazarlara açılmasına yönelik hedeflerimiz doğrultusunda Kasım ayında Ticaret Bakanlığı koordinasyonu ve TİM organizasyonu ile gerçekleştirilen ticaret heyetine katılarak Latin Amerika'da ikili iş görüşmelerinde bulunduk. Bizim için potansiyel bir pazar olan Latin Amerika ülkeleriyle ticari ilişkilerimizi daha da geliştirmeye kararlıyız.

Dijital dönüşümün hızlandığı piyasalara yönelik Genç TİM kapsamında ne gibi çalışmalara imza atacaksınız?

İşlay Reis Yorgun: Pandemi ile birlikte

Atasay Kamer: "Ticari diplomasiden uluslararası iş birliklerine, e-ihracattan ihracat elçiliğine kadar pek çok önemli başlıkta adımlar atacağız."



Genç TİM Başkan
Yardımcısı **Atasay Kamer**

dünya, yeni bir düzene geçti. Yeni düzende, dijital dönüşüm ile birlikte e-ticaret, e-ihracat hızlı bir ivme kazandı. Genç TİM olarak bu alanda önemli çalışmalar yapacağız. Yakın gelecekte yapay zekâya sahip teknolojiler, ekonomik ve sosyal hayatın vazgeçilmezi hâline gelecek. Bu sebeple dijitalleşme, bizler için de büyük önem taşıyor. Türkiye 24 Ağustos'ta yapay zekâ stratejisini açıkladı. 2025'te yapay zekâ teknolojilerinin millî hasılamıza katkısının yüzde 5'e çıkması hedefleniyor. Ülkemizin uluslararası yapay zekâ endekslerinde de ilk 20'de yer alması amaçlanıyor. Bu sebeple genç ihracatçılarımızın yapay zekâ uyumlu tesis ve teknoloji oluşumlarının altyapılarını da şimdiden oluşturmaları gerekiyor. Bu öncelikler gözetilerek, dijitalleşme komitemiz de kuruldu. Bu noktada projeler, 72 ilde ve 150 farklı üniversitede, 3 bini aşkın üniversite öğrencisinin oluşturduğu Türkiye'nin en büyük inovasyon ekosistemi olan İnovaTim ile birlikte gerçekleştirilecek. AR-GE ve

İşlay Reis Yorgun: "Ülke vizyonumuzdan hareketle kısa değil, uzun dönem hedefleri ile sürdürülebilir gelecek için çalışacağız."

Genç TİM Başkan
Yardımcısı ve Genç TİM
İstanbul Bölge Başkanı
İşlay Reis Yorgun



inovasyon, ihracatı artırmamız için en önemli olgular arasında yer alıyor.

Genç TİM'in 2022 hedefleri arasında neler var?

Atasay Kamer: Genç TİM olarak ulaşmak istediğimiz dört ana hedefimiz var: İhracatın sürdürülebilirliğinin sağlanması, geleceğin ihracat ehli genç neslinin yetiştirilmesi, genç ihracatçı sayısının artması ve iş dünyasında genç girişimciliğinin geliştirilmesi. Bu hedeflere ulaşmak için gerekli tüm projeleri değerli iş birlikleriyle hayata geçireceğiz. Genç TİM olarak, pek çok projede gençlerin önünü açan TİM'in yarattığı ekosistemin gücünü de arkamıza alarak, bu önemli bilgi birikimi ve deneyimi toplumumuz için değere dönüştürmeye odaklanacağız. Know-how aktarımının yaratacağı sinerji ve cesaretin başarımızın anahtarı olacağını düşünüyoruz. Ticari diplomasiden uluslararası iş birliklerine, e-ihracattan ihracat elçiliğine kadar pek çok önemli

başlıkta adımlar atacağız. Türkiye'nin her alanda ürün ve hizmetlerinin kalitesi tüm dünya tarafından artık daha iyi algılanıyor. Ürün ve hizmetlerimizin kalitesi, çeşitliliği, hızımız, esnekliğimiz, rekabetçi fiyatlarımız ve belki hepsinden daha önemlisi eşsiz tarihsel mirasımızla ürün ve hizmetlerimize talebin daha da artmaması için hiçbir neden yok. Gençliğin gücü, enerjisi ve heyecanı hep birlikte daha iyisini başarmak için var gücümüzle çalışacağız.

İşlay Reis Yorgun: Genç TİM, yeni pazarlar için fiziki ve sanal ticaret heyetleri oluşturmaya başladı. 2021 yılında Kolombiya ve Panama'ya fiziki ticaret heyeti ile ziyaretler yapıldı. 16-19 Şubat günleri arasında Barcelona (İspanya) ile fiziki ticaret heyeti gerçekleştirilecek. Bizler yola dış ticaret fazlası veren ülke hedefi ile yeni anlaşmalar yapmak için çıkıyoruz. Katma değerli ürünlerle ihracatımızı yükselterek ülkemizin ekonomisine katkı sağlayacağız. Bir diğer hedef ise sürdürülebilirlik. Oldukça geniş kapsamlı bir plan. TİM Sürdürülebilirlik Eylem Planı'nı açıkladı ve bu doğrultuda çalışmalar da hız kazandı. Bizler de genç ihracatçılar olarak sürdürülebilirlik için neler yapabileceğimize odaklandık. Elbette ülke vizyonumuzdan hareketle kısa değil, uzun dönem hedefleri ile sürdürülebilir gelecek için çalışacağız. Yeşil Mutabakat ve Paris İklim Anlaşması'nın gerekliliklerinin de üzerine çıkma hedefimiz bulunuyor. Bu vizyon bağlamında, şirketlerin neler yapabileceği yönünde çalışmalar gerçekleştireceğiz. Elbette öncelikle her sektörün koşullarını belirlememiz gerekiyor.



Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) devreye aldığı Genç TİM, ihracatla yükselen Türkiye'yi oluşturmak için 2022 hedeflerini belirledi. Kuruluş aşamasında 131 üye ile yola çıkan organizasyon; ihracata gençlik aşilayarak büyüyor.





100★
.yıl

Antep'in önünde hiçbir şey duramaz
“Gazi” unvanından başka.

**GAZİANTEP'İN KURTULUŞUNUN
100. YILI KUTLU OLSUN.**





DÜNYACA ÜNLÜ TASARIMCILAR DESIGN WEEK TÜRKİYE'DE BULUŞTU

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından, Ticaret Bakanlığı koordinasyonu ile 17-18 Aralık 2021 tarihlerinde Haliç Kongre Merkezi'nde düzenlenen Design Week Türkiye 2021, en yüksek katılımcı rekorunu kırdı.



Türkiye'deki tasarımcıları dünyaya tanıtmak ve tasarım kültürünü oluşturmak için düzenlenen Design Week Türkiye 2021'de (Türkiye

Tasarım Haftası) yaratıcılık, markalaşma ve ihracat rüzgârı est. Pandemi nedeniyle iki yıl aradan sonra ilk kez 17-18 Aralık 2021 tarihlerinde fiziki katılımı İstanbul Haliç Kongre Merkezi'nde organize edilen etkinlik, birbirinden duayen isimleri ağırladı.

Bu yıl 5'incisi düzenlenen Design Week Türkiye 2021'de, 85 bin kişiyi aşkın ziyaretçi sayısı ile tüm zamanların en kalabalık etkinliğine imza atıldı.

Dünyaca ünlü tasarımcıları İstanbul'da konuşmacı olarak ağırlayan Design Week Türkiye 2021'de 12 panel ve konferans, 60'tan fazla konuşmacı, 20'yi aşkın sergi, enstalasyon ve atölye çalışmaları düzenlendi. AR-GE ve endüstriyel teknolojiden mücevhere, gastronomiden çevre ve sürdürülebilirliğe, oyun sektörüne kadar tasarım şekilleri tüm yönleriyle ele alındı. Design Türkiye Endüstriyel Tasarım Ödül Töreni, İstanbul Maden ve Metaller İhracatçı Birlikleri 2020 ve 2021 Endüstriyel Tasarım Yarışması ile İstanbul Maden İhracatçıları Birliği'nin 10. Endüstriyel Mimari Doğaltaş Tasarım Yarışması törenleri de etkinlik boyunca renkli görüntülere sahne oldu.



Tasarımlarıyla markalaşan ülkeler, küresel rekabette bir adım öne çıkıyor. Küresel tasarım sıralamasında Türkiye'nin hedefi ilk 5'e girmek!





TİM Başkanı İsmail Gülle

“TÜRKİYE’NİN EN GENİŞ KAPSAMLI TASARIM ETKİNLİĞİ”

Türkiye İhracatçılar Meclisi’nin (TİM) gelenekselleştirdiği Türkiye’nin en geniş kapsamlı tasarım etkinliği Design Week Türkiye 2021, TİM Başkanı İsmail Gülle’nin açılış konuşmasıyla başladı. Tasarımlarıyla markalaşan ülkelerin küresel rekabette bir adım önde olduğunu vurgulayan TİM Başkanı İsmail Gülle, küresel tasarım sıralamasında Almanya, Birleşik Krallık, Hollanda, Kanada gibi ülkeleri geride bırakarak skor bazında 7’nci sıraya yerleşen Türkiye’nin hedefinin ilk 5’e girmek olduğunu açıkladı.

“Tasarım rüzgârını arkamıza aldık”

“Türkiye, bu yıl küresel tasarım endeksi sıralamasında genel skor bazında bin 917 puan alarak Almanya, Güney Kore, Rusya, Singapur gibi ülkeleri geride bıraktı. Listede 7’nci sıraya yükselen ülkemiz adına bu oldukça değerli bir başarı ve tasarım rüzgârını arkamıza aldığımız net bir göstergesidir. Hedefimiz, gelecek dönemde bu başarıyı daha güçlü ürünlerle daha güçlü markalarla ileriye taşımak. Bu başarıların yansımalarını katma değerli ihracatımızda da göreceğiz.”

“Tasarım merkezi ile daha fazla katma değer”

“İlk 1000 ihracatçı araştırmasına göre tasarım merkezi olan



Türkiye, küresel tasarım endeksi sıralamasında skor bazında rekor kırdı. Almanya, Rusya ve Güney Kore gibi ülkeleri geride bırakarak 5’inci sıraya yükseldi.



firmalarımızın birim ihracat değeri, olmayanlara oranla üç kat daha değerli. Türkiye’de toplam 342 adet tasarım merkezi bulunuyor. Bu sayıyı, daha da yukarıya taşıyarak ihracat birim değerimizi 2030 yılına kadar 2 dolara yükselteceğiz.”

“İstanbul, dünyanın tasarım merkezi olacak”

“Design Week Türkiye’den edindiğimiz tüm kazanımları, doğrudan yansıttığımız bir proje hazırladık. Design İstanbul projesi kapsamında dizayn yarışmalarından dizayn sokaklarının kurulmasına, Design İstanbul müzesinden yenilikçi çalışma alanlarının oluşturulmasına kadar geniş bir perspektifte çalışmalarımızı ele aldık. İstanbul’u dünyada önemli bir tasarım destinasyonu hâline getirip, yaratıcı endüstrilerin ihracatını geliştirmeyi amaçlıyoruz.”

“Tasarım, katma değere dönüşecek”

“Artık tasarlayan, hayal eden, üreten ve dünyanın dört bir köşesine ihraç eden bir Türkiye var. Design Week Türkiye ile tasarım ekosistemine katkı sunmayı, ülke sathında bu kültürü daha da geliştirmeyi hedefliyoruz. Var olanla yetinmeyen, daha da fazlasına cesaret eden tüm tasarımcıların arkasındayız. Günümüzde, sürdürülebilir ihracat artışının yolu, katma değerli üretimden geçiyor. TİM olarak inanıyoruz ki Türkiye ihracatla, ihracat tasarımıyla yükselecek.”





T.C. Ticaret Bakanı Dr. Mehmet Muş

“TASARIMLA MARKA KİMLİĞİ OLUŞUYOR”

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından Ticaret Bakanlığı koordinasyonuyla düzenlenen Design Week Türkiye 2021’de TİM Başkanı İsmail Gülle’nin daveti ile T.C. Ticaret Bakanı Dr. Mehmet Muş konuşma yaptı. Tasarımın küresel rekabette öneminin her geçen gün arttığına dikkat çeken Bakan Muş, marka olgusunun güveni simgelediğine vurgu yaptı. Markaların milli servet olduğunu dile getiren Dr. Muş, “Bunun için Türk markalarına sahip çıkacağız, onları koruyacağız ve destekleyeceğiz.” dedi:

“Markalarımız milli servetimizdir”

“İhracatımız 2021 yılında Cumhuriyet tarihinin rekorlarını kırdı. Bu rekorları kalıcı hâle getirmek, sürdürülebilir ihracat artışını sağlamak ve artırmak için odağımıza marka olgusunu almak zorundayız. Bunun yolu da tasarımdan geçiyor. İhracat ürünlerimizin, birim kıymetini artırmak için çalışmalara devam ediyoruz.”

“İhracatta ufkun ötesini konuşuyoruz”

“İhracatta ufkun ötesini konuştuğumuz dönemdeyiz. Bunun gerçekleşmesi ve sürdürülebilmesi için nicelik ve fiyattan ziyade tasarım ve markalaşmaya odaklanmak zorundayız. Bu gibi organizasyonlar sayesinde birçok konuda ülkemizin tasarım



İhracatımız 2021 yılında Cumhuriyet tarihinin rekorlarını kırdı. Sürdürülebilir ihracat artışı için odağımıza marka olgusunu almak zorundayız.



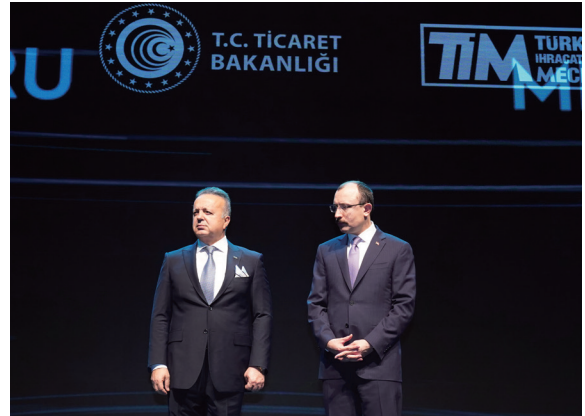
faaliyetlerine katkı sağladıklarını çok önemsiyorum. T.C. Ticaret Bakanlığı olarak sektörlerin değişen ihtiyaçlarını göz önünde bulundurarak yıldan yıla geliştiriyoruz. İhracatçılarımızda tasarım algısını geliştirmek için bu organizasyonları desteklemeye gayret ediyoruz.”

“Tasarımcılara destek veriyoruz”

“Bakanlık olarak tasarım ekosistemine en büyük katkıları sağlayan nesillerin yetişmesi için gayret sarf ettik. T.C. Ticaret Bakanlığı olarak Türk tasarımlarının dünyada daha etkin pazarlanabilmesini sağlamak adına tasarımcı şirketleri ve tasarım ofislerini destekliyoruz. Uluslararası düzeyde nitelikli eğitim alma imkânı bulan tasarımcılarımızın sayısı 228’e ulaştı. Hâlihazırda 738 firmamız tasarım ve ürün geliştirme projelerine ilişkin bu desteklerden faydalanıyor. Çalışmalarımızın meyvelerini de alıyoruz.”

“Firmalarımız, ihracatta itici güç oluşturacak”

“Tasarım ve ürün geliştirme projesi desteğimizden yararlanan şirketlerin, 2020 yılı birim ihracat fiyatı ortalaması 9,2 dolar seviyesine ulaştı. Bu tablo hiç şüphesiz tasarım ve inovasyonun katma değerli ihracatımızın kilit noktası olduğunu gözler önüne seriyor. Bakanlık olarak ihracatımızı pahada ve yükte yukarılara taşımak için pek çok farklı projeyi hayata geçireceğiz.”





kapak konusu

Ödüller



DESIGN TURKEY ENDÜSTRİYEL TASARIM ÖDÜLLERİ 45 firma tasarım ödülü kazandı



Türkiye'nin tasarımla markalaşmasına katkı sağlamak amacıyla düzenlenen Design Week Türkiye

2021 kapsamında, Design Turkey Endüstriyel Tasarım Ödülleri sahiplerini buldu. Yerli ve yabancı tasarımcılardan oluşan seçici kurulun

değerlendirmesi ile belirlenen 45 firma ödüle layık görüldü. Design Week Türkiye 2021 etkinliğinin ilk gününde düzenlenen ödül töreninde Türkiye'nin en iyi firmaları ödül kazandı. Törende; 8 firma "Üstün Tasarım", 37 firma ise "İyi Tasarım" ödülünün sahibi oldu. Arçelik 8 ödülle en fazla ödül kazanan firma oldu.



ÜSTÜN TASARIM ÖDÜLÜ KAZANANLARI

- ATRA Plastik Koltuk-Savaş Plastik
- MONO Çağdaş Banyo Mobilhaları-Çelik Tarım
- Wave Ahşap Servis Seti-Ara Dekorasyon
- Catena Havlupan-Radim Radyatör
- Challenger Serisi Mısır Silaj Makinesi-Çivril Mobilhı
- TMC CNC Dikeç İşleme Merkezi-Dener Grup



8

firma

ÜSTÜN TASARIM ÖDÜLÜ ALDI



37

firma

İYİ TASARIM ÖDÜLÜ ALDI



KUZEY REN-VESTFALYA. BİZE KATILIN.

EUROPE'S | i | HEARTBEAT

► **Almanya ekonomisinin güç merkezi Kuzey Ren-Vestfalya'yı (NRW) keşfedin!**
Endüstri 4.0, akıllı şehirler, biyoteknoloji ve yeni mobilite gibi gelişen teknolojilerde
çığır açanları kucaklıyoruz. NRW'ye hoş geldiniz! www.nrwglobalbusiness.com



İYİ TASARIM ÖDÜLÜ KAZANANLARI

- Geri Dönüştürülebilir Heinzelmann Radio Ambalajı-Arçelik
- Pürsu Doğal Kaynak Suyu Cam Su Ambalajı-Pürsu
- Sparkle Akustik Aydınlatma Koleksiyonu-Feltouch
- Çok Fonksiyonlu Anahtar-Panasonic
- Üst Segment TV Kumandası-Vestel
- Binoküler Lazer Mesafe Ölçer-Element Product Design
- Evasmart Akıllı LPG Tüp-Evas Ev Aletleri
- Beko Gardırop Tipi Buzdolabı-Arçelik
- Gurme Otomatik Çay Makinesi-Arçelik
- Arçelik Ultra Hijyen Serisi Buzdolabı-Arçelik
- Vestel Çamaşır Makinesi-Vestel
- Arçelik UV Temizleme Cihazı-Arçelik
- Artemis Saç Şekillendirme Serisi-Arçelik
- SHELL Plastik Koltuk Ailesi-Savaş Plastik
- SILVA Bahçe Kanepeler Takımı-Savaş Plastik
- IVY Masa Ayağı-Savaş Plastik
- İkonik Zamansız Berjer Tasarım-Sancaklı Mobilya
- Hypnose Porselen Sofra Eşyası-Kütahya Porselen
- Moon Sıkacaklı Detoks Matarası-Mercanlar Mutfak Eşyaları
- Manuel Rondo-Solmazer
- Plato Masaüstü Düzenleyici Ürün-Uniqqa
- Softline Porselen Mug Taşınabilir Porselen Kupa-Karporselen
- Ghost Zero Belli Dayanıklılık Kaplamasına Sahip Hafif Gövdeli Şarap Kadehi-Türk Şişe ve Cam
- Aqua Çaydanlık Takımı-Korkmaz Mutfak Eşyaları
- Broto Yenilikçi Kent Mobilyaları Serisi-Cemer
- Üç Boğutlu Ahşap Konstrüksiyonlu İp Tırmanma-Cemer
- Park Kuru ve Kent Ormanı Tanımlayıcı Birimi İsim ve Bilgilendirme Levhası-İstanbul Büyükşehir Belediyesi
- LEAD Yönetici Masası-Tosunoğulları Mobilya
- BELUGA Ortak Alan Mobilyası-Tosunoğulları Mobilya
- LPG ile Çalışan Pratik Barbekü-Aygaz
- Bio2Flow Yüksek Akışlı Oksijen Terapi Cihazı-Arçelik
- KENDO 13M CNG Kısa Mesafe Şehirler Arası Servis ve Turizm Aracı-Anadolu Isuzu
- Yüksek Hızlı Deniz Polisi Devriye Botu-Gözüylmaz Mühendislik
- Alüminyum Alaşımli Aerodinamik Jant-CMS Jant
- Boqu Scooter-Formeta Design
- Vertigo Akustik Duvar Tavan ve Aydınlatma Çözümleri-Feltouch
- Üç Boğutlu Yazıcı-Zaxe
- Beko Mini Hava Temizleyici-Arçelik
- Vestel SousVide Ankastre Fırın-Vestel
- ATRA Plastik Koltuk-Savaş Plastik
- MONO Çağdaş Banyo Mobilyaları-Çelik Tarım
- Wave Ahşap Servis Seti-Ara Dekorasyon
- Catena Havlupan-Radim Radyatör
- Challenger Serisi Mısır Silaj Makinesi-Çivril Mobilya
- TMC CNC Dikey İşleme Merkezi-Dener Grup

TİM İŞBİRLİĞİYLE İHRACATÇILARA SUNULAN
İLK VE TEK KREDİ KARTI:

MAXİMİLES TİM İHRACATÇI KART

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

Üstelik 31 Mart 2022'ye kadar ilk kez Maximiles TİM İhracatçı Kart'a sahip olan ve kartıyla toplam 5.000 TL harcama yapan müşterilere **200 MaxiMil** hediye!



31 Mart 2022'ye kadar ilk kez Maximiles TİM İhracatçı Kart'a sahip olan ve Maximiles TİM İhracatçı Kart'ıyla 30 Nisan 2022 tarihine kadar toplam 5.000 TL harcama yapan müşterilere, 200 MaxiMil hediye edilecektir. Hediye MaxiMiler, 30 Mayıs 2022 tarihine kadar kullanıma açık Maximiles TİM İhracatçı Kart'a yüklenecektir. Kampanya, kart bazında değil müşteri bazındadır. Bir müşteri, kampanyadan bir kere yararlanabilir ve en fazla 200 MaxiMil kazanabilir. Kampanya dönemi içerisinde gerçekleştirilen alışverişlerin iptal edilmesi veya satın alınan ürünlerin iade edilmesi durumunda yüklenen MaxiMiler geri alınacaktır. Maximiles TİM İhracatçı Kart ve Maximiles TİM İhracatçı Kart Premium haricindeki İş Bankası Ticari Kredi Kartları, İş Bankası Maximum Business Aidatsız Kart, İş Bankası Vergi Kart, Bayi Kartlar, İmece Kartlar, İş Bankası Maximum özellikli Bireysel Kredi Kartları, İş'te Üniversiteli Aidatsız Kredi Kartı, İş Bankası Bireysel Bankamatik Kartları, İş Bankası Ticari Bankamatik Kartları, ürün iptal ve iade işlemleri kampanyaya dahil değildir. İş Bankası dilediği zaman kampanya şartlarını değiştirme ve kampanyayı sona erdirmeye haklarına sahiptir. Kredi kartı talepleri için son karar Banka tarafından verilecektir. Banka, kart talebini reddetme veya kefil ve teminat talep etme hakkına sahiptir. Ayrıntılı bilgi maximiles.com.tr ve şubelerimizde.



kapak konusu

Paneller



Design Week Türkiye
2021'in ilk panelleri
yoğun bir katılımcı
ile gerçekleşti.

“Tasarımın Dünyadaki Gücü ve Etkileri” paneli

Sunucu ve TV Programcısı Oylum Talu ile Gazeteci Hakan Çelik'in moderatörlüğünü üstlendiği “Tasarımın Dünyadaki Gücü ve Etkileri” panelinin ses getiren konuşmacıları Silikon Vadisi merkezli, ödüllü tasarım şirketi Lumium Design Inc'in Yönetim Kurulu Başkanı ve CEO'su Srini Srinivasan ve Endüstriyel Tasarımcılar Derneği Başkanı Sertaç Ersayın oldu. Etkinliğin ilk gününün ilk panelinde, gelecekte tasarımın evrileceği yönü merak edenler, doyurucu yanıtlar buldu. WDO'nun misyonu, gelecekteki projeleri açıklandı. Aynı zamanda İstanbul'un “Dünya Tasarım Başkenti” olması da gündeme geldi.



“Türkiye'den Dünyaya Moda Tasarımı” paneli

Televizyonun tanınmış yüzü, A&D Art and Design Tasarım Atölyesi ve Mobilya Showroom Kurucusu Ahu Orakçioğlu'nun moderatörlüğünde düzenlenen “Türkiye'den Dünyaya Moda Tasarımı” panelinde Türkiye'nin önde gelen tasarımcıları yer aldı. Genç Tasarımcı ödüllü ve New York merkezli markasından tüm dünyaya satış yapan Aslı Filinta, deri ile harikalar yaratan Simay Bülbül, Who's Next Paris ve Bread&Butter fuarlarına erkek koleksiyonu ile katılan ilk Türk tasarımcı Hakan Akkaya, Türk moda tasarımının dünü, bugünü ve geleceğini masaya yatırdı. Dünyaya açılan temsilcilerimiz, ulusal ve uluslararası vizyonun ayrıntılarını anlattı.





kapak konusu

“Gastronomi ve Tasarım” paneli

Gazeteci Songül Hatisaru, panelin moderatörlüğünü üstlenirken kendi imzasını taşıyan mutfak ve yemek gereçleri tasarımlarını yine kendi adını taşıyan markasıyla sunan Özlem Tuna, TV programcısı, yemek yazarı ve şef Refika Birgül, başarılı işletmeci Emre Ergani, gastronomi dersleri veren ve Türk mutfağını başarılı çalışmalarıyla dünyaya tanıtan Aylin Yazıcıoğlu, FoodinLife Gastronomi Yayınları Genel Yayın Yönetmeni ve yemek fotoğrafçısı Gökmen Sözen ile ünlü şef Mehmet Yalçınkaya birikimlerini aktardı. Yoğun katılımıyla takip edilen gastronomide tasarımın şifrelerinin ele alındığı panelde, başarının olmazsa olmazları paylaşıldı.



“Mücevherde Tasarım” paneli

"Mücevherde Tasarım" panelinde, değerli taşların mücevhere dönüşme serüveni paylaşıldı. Trend yaratan tasarımlardan kişiye özel tasarımlara varan bir alanda tasarımcının konumlandığı noktaların da konuşulduğu panel, bu alanda merak edilen soruların yanıtlarına sahne oldu. TV sunucusu Berfu Güven'in moderatörlüğünde düzenlenen panelde, Maden Çağdaş Mücevher Atölyesi Kurucu Ortağı Burcu Büyükün, ECNP Mücevher Kurucu Ortağı, Tasarımcı Ela Cindoruk ve Mücevher Tasarımcısı Nazan Pak işin inceliklerini anlattı. Panel esnasında İnovaTİM'li gençlerin soruları karşısında panelistler ve izleyiciler keyifli dakikalar yaşadı.



Panellerde İnovaTİM'li gençler sorularıyla panelistlere heyecanlı dakikalar yaşattı.



kapak konusu

Paneller



Panellerin ilk günü
“Tasarımda Çevre
ve Sürdürülebilirlik”
paneliyle
tamamlandı.

“AR-GE ve Teknolojide Endüstriyel Tasarım” paneli

Moderatörlüğünü Gazeteci-Yazar Şeref Oğuz’un yürüttüğü AR-GE ve Teknolojide Endüstriyel Tasarım panelinin konuşmacıları Philips Experience Design Kıdemli Tasarımcı Özgür Taşar, Vestel, UX/UI Tasarım Grubu Yöneticisi Sultan Kaygın Sel ve Arçelik Kullanıcı Deneyimi ve Arayüz Tasarımı Yöneticisi Özgür Mutlu Öz oldu. Katılımcıları etkileyen panelde, “Yapay zekânın tasarıma entegrasyonu nasıl gerçekleşmektedir?”, “Teknolojide endüstriyel tasarımda geri dönüşümün ağırlık kazanması için ne gibi adımlar atılmaktadır?” gibi soruların yanıtları yoğun izleyici kitleleriyle beraber arandı.



“Tasarımda Çevre ve Sürdürülebilirlik” paneli

Ayvansaray Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Emre Alkin’in yönettiği panelin konuşmacıları arasında Aslı Filinta markasının kurucusu ve tasarımcı Aslı Filinta, başarılı tasarımcı Ottan Studio Kurucusu Ayşe Yılmaz, sağlıklı yaşam denince ilk aklı gelen isimlerden beslenme uzmanı, sürdürülebilir yaşam aktivisti Dilara Koçak, Gama Recycle CEO’su Zafer Kaplan ve Ressam Mehmet Sinan Kuran yer aldı. Tasarımda Çevre ve Sürdürülebilirlik panelinde, daha az tüketim ve daha güvenli ortamlar yaratmak için tasarımın üstlenebileceği roller, insanın doğayla uyumunda tasarımın etkisi gibi konular masaya yatırıldı. Seçkin isimler, tüketim ve tasarım ilişkisini de ele aldı.





“Oyun Kurucular” paneli

Etkinliğin en eğlenceli panellerinden biri olan “Oyun Kurucular”, dijital oyun denildiğinde akla ilk gelen isimleri buluşturdu. Teknoloji yazarı ve TV sunucusu Ahmet Can’ın moderatörlüğünde düzenlenen “Oyun Kurucular” panelinde Noho Games Kurucusu Burak Kürkçü, Zinky Games Kurucu Ortağı Evren Emre, SetiMedia Kurucu Ortağı Tuğbek Ölek ile VLMedia İş Geliştirme Direktörü ve aynı zamanda Türkiye Oyun Geliştiricileri Derneği Başkan Yardımcısı Özgür Karayalçın bir araya geldi. Dijital oyunların etkileyici tasarımlarının sırları, oyun severleri kendi dünyasına çeken yapılar kurmanın püf noktaları panelde gündeme geldi.



“Markalaşmada Tasarımın İzleri” paneli

İş dünyasının liderlerini buluşturan “Markalaşmada Tasarımın İzleri” panelinin moderatörlüğünü gazeteci, yazar ve yorumcu Şebnem Bursalı üstlendi. Koç Holding Dayanıklı Tüketim Grubu Başkanı Fatih Kemal Ebiçlioğlu, Nurus Yönetim Kurulu Başkanı Güran Gökyay, İpekyol Yönetim Kurulu Üyesi Nejdet Ayaydın, Kütahya Porselen Yönetim Kurulu Başkanı Sema Güral Sürmeli, B&G Store Yönetim Kurulu Başkanı Seyid Nebati, Orka Holding Yönetim Kurulu Başkanı Süleyman Orakçioğlu ile Helvacızade Şirketler Grubu Yönetim Kurulu Üyesi Taha Büyükhelvacıgil’in konuşmacı olduğu panelde markalaşma serüveninde tasarımın oynadığı rol konuşuldu.



Panellerin ikinci günü “Oyun Kurucular” paneliyle başladı.



kapak konusu

Paneller



Panelin 2'nci günündeki etkinlikleri, katılımcılar ilgiyle takip etti.

“Resim ve Tasarım” paneli

Tasarımı bir sanat alanında görebilmek için farklı açılımlar sunan “Resim ve Tasarım” paneli, temel yaklaşımları yeniden hatırlattı. Denge, alan kullanımı, ışık, oran ve uyum, estetik yaklaşımlar ile tasarımda başarıya ulaşmanın incelikleri vurgulandı. Oylum Talu ve Hakan Çelik’in moderatörlüğünde yürütülen panelde Ressam İsmail Acar ve Artkolik Sanat ve Eğitim Platformu Kurucusu Nazlı Keçili bulundu. Tasarımda yaratıcılık ve resim sanatındaki inceliklerin muazzam uyumunun aktarıldığı panele gençler büyük ilgi gösterdi. Soru ve cevapların ardından panelistlere plaketleri takdim edildi.



“Stratejik Tasarımın Kurumsal Dünyadaki Yeri” paneli

Tasarım alanında farklı sektörler ve hedeflere uygun stratejik yaklaşımların ele alındığı “Stratejik Tasarımın Kurumsal Dünyadaki Yeri” paneli, profesyonel bir anlayışın nasıl olması gerektiğini ortaya koydu. Hakan Güladağ’ın moderasyonundaki panelde Talip Murat Kolbaşı, Koray Malhan, Sema Güral Sürmeli, Burak Celet, Volkan Atık ve Ruken Mızraklı gibi seçkin isimler, kurumsal dünyanın bir iletişim aracı olarak tasarımı kullanma yollarını çarpıcı örneklerle ele aldı. Özellikle girişimciler için iş dünyasındaki tüyoların aktarıldığı panel, büyük bir izleyici kitlesiyle takip edildi. Söz konusu panelde iş dünyasının liderleri mesleki sırlarını paylaştı.





kapak konusu

“Kentlerde Mimari Tasarımın İzleri” paneli

TGRT Haber Ekonomi Müdürü Celal Toprak'ın moderatörlüğünde, Melike Altınışık Architects Kurucusu Yüksek Mimar Melike Altınışık, Yüksek Mimar Mehpare Evrenol, Tabanlıoğlu Mimarlık Kurucu Ortağı Murat Tabanlıoğlu ile seyahat, tarih, sanat ve bilim alanında yazılar yazan Serda Büyükkoyuncu bu panelde bir araya geldi. Kentlere damgasını vuran tasarımlar, bir kent tasarımında olmazsa olmazlar, şehir yaşamını kolaylaştıracak ve o şehrin sakinlerine artı değer katacak tasarımlar, panelin ana konularını oluşturdu. Kentlerde mimari tasarım alanında uzman isimler, herkesin hayatına dokunan bu alana mercek tuttu.



“Dijitalde Kullanıcı Deneyimi Tasarımı” paneli



Gelişen e-ticaret ile birlikte, dijital dünyada kullanıcı deneyimi oluşturmanın yolları ve tasarımın bu alandaki etkisi, oldukça ilgi çekecek konu başlıkları ile dinleyicilerle buluştu. Dünya Gazetesi Genel Koordinatörü Vahap Munyar'ın moderatörlüğünde bir araya gelen n11 Servis Tasarım Direktörü Devrim Bektaş, Trendyol Group CMO'su Erdem İnan, Next Akademi Kurucusu Levent Erden, Yemeksepeti CEO'su Mert Baki ve Akinon CEO'su Tolga Tatari yükselen trendleri paylaştı, başarının püf noktalarını aktardı. Yükselen tasarımlar, yeni dünyanın yeni ihtiyaçları ve kullanıcı deneyimleri gibi pek çok kritik soru, panelde yanıt buldu.



Panelin son saatlerinde tasarıma dair tüm merak edilenler konuşuldu.



kapak konusu

İnovaTİM



İnovaTİM, tam not aldı



Türkiye'nin en büyük inovasyon ekosistemi olarak tanınan ve Türkiye'de 150 farklı üniversitede 3 bini aşkın üniversite öğrencisinin oluşturduğu İnovaTİM, Design Week Türkiye 2021'e damgasını vurdu. İnovaTİM'li gençler

ilgileri, katılımları, bakış açıları ve bilgi birikimleriyle büyüklerinden tam not aldı. Sergi alanlarındaki stantları gezen, panelistlere sordukları sorularla yeni neslin parlak zekâsını ortaya koyan İnovaTİM'li gençler, etkinlik süresinde heyecanlı ve bir o kadar da keyifli dakikalar geçirdi.

Sergiler

Onlarca sergi ve atölye



Türkiye'nin en başarılı sanatçısı ödülüne layık görülen Ressam İsmail Acar'ın "Beş Duyu, Beş Olgu" isimli sergisi katılımcılar tarafından büyük ilgi gördü. Ünlü Besteci Can Atilla'nın Design Week Türkiye 2021 için özel olarak bestelediği "Kayıp Partisyon" ile katılımcılar benzersiz şekilde eğitilmiş notaların tasarımına şahit oldu. Malzemede yalnızca hurdayı kullanarak eşsiz tasarımlara imza atan Heykeltıraş Cem Özkan'ın eseri de büyük beğeni topladı. Bunların yanı sıra sıfır atık konusunda sektörel farkındalığa katkıda bulunan Ayşe Yılmaz'dan sürdürülebilir ve doğal



malzemelerle doğayı ve yaşamı yeniden yorumlayan Ceren Gürkan'a, GMK 40. Grafik Tasarım Sergisi'nden ebru atölyesine kadar pek çok alan ziyaretçilerle doldu taşı.

A-101
HARCA
HARCA
BİTMEZ

BÜYÜK OLDUĞU İÇİN
UCUZ
UCUZ OLDUĞU İÇİN
BÜYÜK

A-101
HARCA
HARCA
BİTMEZ

BÜYÜK OLDUĞU İÇİN
UCUZ
UCUZ OLDUĞU İÇİN
BÜYÜK

A-101
HARCA
HARCA
BİTMEZ

BÜYÜK OLDUĞU İÇİN
UCUZ
UCUZ OLDUĞU İÇİN
BÜYÜK

BÜYÜK OLDUĞU İÇİN UCUZ UCUZ OLDUĞU İÇİN BÜYÜK

BÜYÜK OLDUĞU İÇİN
UCUZ
UCUZ OLDUĞU İÇİN
BÜYÜK

A-101
HARCA
HARCA
BİTMEZ

A-101
HARCA
HARCA
BİTMEZ

BÜYÜK OLDUĞU İÇİN
UCUZ
UCUZ OLDUĞU İÇİN
BÜYÜK

BÜYÜK OLDUĞU İÇİN
UCUZ
UCUZ OLDUĞU İÇİN
BÜYÜK

A-101
HARCA
HARCA
BİTMEZ

BÜYÜK OLDUĞU İÇİN
UCUZ
UCUZ OLDUĞU İÇİN
BÜYÜK

A-101
HARCA
HARCA
BİTMEZ

BÜYÜK OLDUĞU İÇİN
UCUZ
UCUZ OLDUĞU İÇİN
BÜYÜK

A-101
HARCA
HARCA
BİTMEZ

BÜYÜK OLDUĞU İÇİN
UCUZ
UCUZ OLDUĞU İÇİN
BÜYÜK

A-101
HARCA
HARCA
BİTMEZ

BÜYÜK OLDUĞU İÇİN
UCUZ
UCUZ OLDUĞU İÇİN
BÜYÜK

A-101
HARCA
HARCA
BİTMEZ

BÜYÜK OLDUĞU İÇİN
UCUZ
UCUZ OLDUĞU İÇİN
BÜYÜK

A-101
HARCA
HARCA
BİTMEZ

BÜYÜK OLDUĞU İÇİN
UCUZ
UCUZ OLDUĞU İÇİN
BÜYÜK

A-101
HARCA
HARCA
BİTMEZ

BÜYÜK OLDUĞU İÇİN
UCUZ
UCUZ OLDUĞU İÇİN
BÜYÜK

A-101
HARCA
HARCA
BİTMEZ

BÜYÜK OLDUĞU İÇİN
UCUZ
UCUZ OLDUĞU İÇİN
BÜYÜK

A-101
HARCA
HARCA
BİTMEZ

BÜYÜK OLDUĞU İÇİN
UCUZ
UCUZ OLDUĞU İÇİN
BÜYÜK





kapak konusu

Ödüller



İhracatçı Birlikleri ÖDÜL TÖRENİ YAPILDI



Design Week Türkiye 2021'de etkinliğin son gününde İhracatçı Birlikleri Tasarım Yarışmaları Ödül Töreni

düzenlendi. Genç yetenekleri sektöre kazandırmak ve gençlerin gelişimine katkı sağlamak amacıyla organize edilen birlik tasarım yarışmalarının ödül programı geniş bir katılımı ile gerçekleşti. Sırasıyla İMMİB 2020 ve 2021 Endüstriyel Tasarım Yarışmaları ve İstanbul Maden İhracatçıları Birliği'nin 10. Endüstriyel ve Mimari Doğaltaş Tasarım Yarışması törenlerinde, kazananlar ödüllendirildi. Birlik başkanları konuşmaları çerçevesinde İstanbul Maden İhracatçıları Birliği Başkanı Aydın Dinçer, Elektrik ve Elektronik İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Üyesi Talip Murat Kolbaşı, İstanbul Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği Başkanı Tahsin Öztiryaki, İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Adil Pelister sahnede ihracatçılara seslendi.



Birlik tasarım yarışmalarının ödül programı, geniş bir katılımı ile gerçekleşti.



Yemeksepeti

Aklındaysa kapında!

Yenilenen Yemeksepeti'nde çeşit çeşit yemek, binlerce market ürünü ve mahallendeki esnaflar bir arada, tüm ihtiyaçların dakikalar içinde kapında.

Hemen
Yemeksepeti'ni indir,
siparişini ver!





Aslı Filinta Markası Kurucusu ve
Tasarımcı Aslı Filinta

“ETKİLEŞİM SAĞLADI”

Yurt dışından gelen katılımcıların, sürdürülebilirlik ve tasarımla ilgili önemli bilgilerinden faydalanmak çok önemli. Design Week Türkiye 2021 kapsamında katıldığım panellerde hem diğer konuşmacılar hem de katılımcılar arasında bir etkileşim doğdu. Bu sinerji, birlikte bir proje yaratmaya kadar ilerleyebilir. Hâlihazırda organizasyon öneminden bahsetmeye gerek bile yok... Bu kıymetli oluşum içinde bizler de gerek konuşmacı gerek katılımcı olurken yeni şeyler keşfettik. Design Week Türkiye 2021’de yer almaktan muazzam bir keyif duydum. Panelistler, güzel hikâyelerini paylaştı. İki gün süren bu etkinliğin ilham dolu olduğunu düşünüyorum.



Atasay Mücevherat CEO
Atasay Kamer

“BÜYÜK BİR UMUT IŞIĞI”

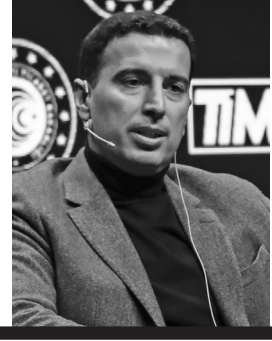
Design Week Türkiye 2021’e bayıldım, iki sene verilen aranın ardından gerçekten çok büyük bir katılım gerçekleşti. Dikkatimi çeken bir başka husus ise katılımcı profilinin kalitesiydi. "Yeni nesli anlamak lazım" diyoruz ama Design Week Türkiye 2021’de bunu daha iyi gözlemledim. Gençlerin hayalleri artık çok daha farklı. Gerçekten hayallerinin peşinden gidiyorlar ve bunun için uğraş hâlinde. Stantlarda çok iyi projeler vardı. Organizasyon içinde gezen gençlerin müthiş sorularının olduğuna şahit oldum. Sohbetler hep etkinliğe dair. Gerek kısa dönemli projeler gerekse uzun dönemli gelecek hedefleri kapsamında fikir alışverişlerinde bulunuyorlardı. Yaşadığımız zorlu dönemde, büyük bir umut ışığı oldular. Gençlerin bu duruşu, Türkiye’nin de marka imajına katkı sağlayacaklarının en önemli göstergesidir.



Desay Yönetim Kurulu Başkanı
Yardımcısı Burak Çelet

“VİZYON AÇICI BİR ORGANİZASYON”

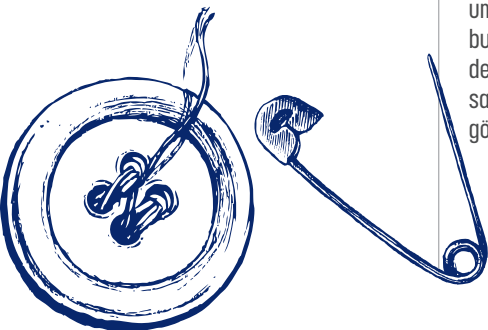
Açılıştan bu yana aktif olarak etkinlikteydim. İnanılmaz genç, heyecanlı bir katılımcı kitlesi vardı. Yaş ortalamasının bu kadar iyi olacağını ve gençlerden böyle yoğun bir ilgi geleceğini açıkcası tahmin etmiyordum. Bu durum, beni çok mutlu etti. Hem endüstriyel hem teknolojik hem de moda tasarımı konusunda müthiş bir vizyonları var. Fuarı gezerken de gençlerin, katılımcı firmalara kendi fikirlerini geliştirebilecekleri sorular sorduklarını gördüm. Özgür fikirleri var ve bunları nasıl gerçekleştireceklerini hayal ediyorlar. TİM Başkanı İsmail Güllü’nün bu konudaki vizyonunu, takdir ederek izledim. Markalı ihracat yapabilmek için tasarım ve tasarımcının markalı ihracata uygunluğunu sağlamak önemli. Yarıtılan bu ekosistem, ister istemez tasarımcılarımızın da sürece uygun şekilde bakmasını sağlıyor.



Zinky Games Kurucu Ortağı
Evren Emre

“DAHA GÜÇLÜ OLACAĞIZ”

TİM ailesine hem kendim hem ülkem hem de sektörüm adına çok teşekkür ediyorum. Design Week Türkiye 2021 sayesinde hem bir farkındalık yaratıyoruz hem de gençlere neyin, nasıl yapılabileceği ile ilgili yol çiziyoruz. Bundan 15 sene önce bu tarz etkinlikler, bu kadar büyük bir farkındalık ve hedefe yönelik yapılamıyordu. TİM Başkanı İsmail Güllü’nün bu farkındalık, özveri ve çabası için ayrıca teşekkür ediyorum. Türkiye’nin oyun piyasasında bir gücü var ama çok daha güçlü olabiliriz. Neden birinci olmalıyım? Ama en önemli şey gençlerin bu sektöre yönelmesi. Çünkü bizim iyi düşünen, iyi hisseden, hissettiğini iyi anlamlandıran ve bunu konumlayan gençlere ihtiyacımız var. Bu yetenekler aslında şu anda tam olarak Design Week’teler.





KOÇ Holding Dayanıklı Tüketim Grubu Başkanı **Fatih K. Ebiçlioğlu**

“FARKINDALIK OLUŞTURULDU”

Hakikaten yoğun bir ilgiyle karşılaştık. Bütün koltuklar dolu; üstelik bu ilgi, protokol gereği de değil. Genç arkadaşlarımız Design Week Türkiye 2021'e ciddi anlamda ilgi gösterdi. Ben panellerdeki konuşmacıları da takip edebilme fırsatını yakaladım. Çok ilginç konu başlıkları vardı. Oyun sektörü tasarımı başka bir açıdan ele alırken, gastronomi bambaşka şekilde değerlendiriyor. İlginç, öğrenmeye değer aynı zamanda salonun da fevkalade olduğunu söyleyebilirim. Tasarımın önemine Türkiye'de ciddi bir farkındalık oluşturuldu. Design Week Türkiye, bunun derinleşmesine katkı sağlıyor. Türkiye'de farklı alanlarda genç, yaratıcı beyinleri görmeye başlayacağız. Design Week'in yarattığı en büyük katma değer bu oldu.



Nurus Yönetim Kurulu Başkanı **Güran Gökay**

“ÇİFT YÖNLÜ İLETİŞİM”

Design Week Türkiye konsepti, şimdi yerine oturuyor. Biz 1998 yılından bu yana tasarımın öneminin desteklenmesine katkı sağlıyoruz. Ama TIM'in bu işi yönettiği noktada, sanayi ile endüstri işin içine girdi. Salt tasarımdan ziyade çift taraflı bir iletişime imkân doğdu. Design Week Türkiye 2021 vesilesiyle farklılaştırılmış kıymetli ürünleri, dünyaya satabilmemiz konusunda nasıl pozisyon alacağımız ortaya çıkıyor. Türkiye'de oyun, moda, endüstriyel ürün tasarımı daha değerli hâle geldi. Bugün dağıtım kanallarıyla akıllı tasarlanmış bir firma, işini farklılaştırdığı modellerle dünya çapında ilerliyor. Türkiye belli bir eşiği aştı. Gençler de zaten farklı bir şeyler yapmak istiyor ve bu konuda giderek cesaretleniyor.



Hakan Akkaya Markası Kurucusu ve Tasarımcı **Hakan Akkaya**

“BOYUT DEĞİŞTİRDİ”

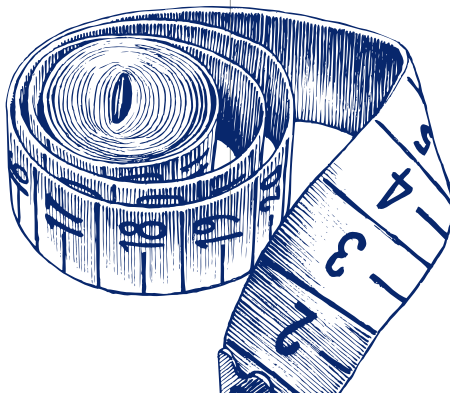
Tasarımcı olmak ya da kendini tanıtırken “tasarımcı” diyebilmek çok popüler bir şey. Ancak insanlar tasarımcı kimliğinin içeriği konusunda zayıf kalabiliyor. Özellikle genç tasarımcılar, Design Week Türkiye 2021 gibi etkinlikler sayesinde tasarım konusunda çok daha doğru bir biçimde bilinçlenme imkânına kavuşuyor. Bu bakımdan çok düzgün, çok doğru bir yapı. Bununla birlikte İstanbul ve Türkiye markasının yurt dışındaki bilinirliğinin altını doldurmak anlamında büyük bir oluşum gerçekleşti. Son yıllarda Design Week Türkiye'nin boyut değiştirdiği malumunuz... Yurt dışından da takip edilir oldu. Etkinlik süresince birçok katılımcı organizasyonu ziyaret etti. O isimlerin Türkiye'ye geliyor olması dahi Türkiye için çok önemli bir durum.



Sanatçı **İsmail Acar**

“IŞIK SAÇIYOR”

Design Week Türkiye 2021, amacına çok uygun bir şekilde, geniş bir katılımı sağladı. TIM, çok güzel bir iş başardı. Biz etkinlik süresince sosyal yönü olan bir proje gerçekleştirdik. Görme engelliler, resim sergisi gezer mi? İşte burada gezdiler. Bugüne kadar yapılan anketlerden yola çıkarak “5 Duyu, 5 Olgu” isminde bir resim sergisi hazırladık. Gerek sergime gerekse katıldığım panellerle yoğun bir ilgi gözlemedim. Yeni nesil tasarımcılar ışık saçıyor, inanılmaz sorguluyor. Bir tasarımın ticari ya da ekonomik olmasını önemsemiyorlar. Artık bir tasarımın çevreci olması onlar için mühim. Design Week Türkiye 2021 bünyesinde dönüşümden elde edilen tasarımlar da yer aldı. Hem mimari hem tekstil hem de endüstriyel tasarım adına çokça şey Design Week Türkiye 2021'de yer buldu.





Koleksiyon Mobilya Marka ve Tasarım Direktörü **Koray Malhan**

“ÇAPRAZ İŞ BİRLİKLERİ”

Design Week Türkiye rüzgârı, giderek çok daha fazla heyecanlı hâle gelmeye başladı. Ben bu organizasyonu ilk yıllarından bu yana takip etme fırsatını yakaladım. Aradan uzun bir zaman geçti ancak organizasyon heyecanını hiç kaybetmiyor, artarak çoğalıyor. İçerik derinleşiyor ve güzelleşiyor. Farklı sektörlerden çapraz iş birliklerine kapı aralıyor. Uluslararası standartlarda düzenleniyor. Bu ortam soru-cevap kısımlarında aktif katılıma olanak tanıyor. Yalnızca izleyici olarak değil, öncü olarak geldikleri çok belli. Gençler iletişim ve bağlantı kurma noktasında çok şanslılar, böyle bir şeyde yer alıyor olmaları gurur verici.



MYK Gastro Arena Kurucusu, Şef **Mehmet Yalçınkaya**

“KOŞA KOŞA GELDİM”

TİM'in yaptığı bu organizasyonun tüm sektörlerle faydası var. Burada yapılan çalışmalar hem sizin ufkunuzu açıyor hem de içinde bulunduğunuz durumu değerlendirmenize fayda sağlıyor. Ziyaretçilerin sorduğu sorular yeni vizyonlar oluşturulmasına ve beyin fırtınası yaratılmasına vesile oluyor. Design Week Türkiye 2021'e gerçekten koşu koşu geldim. Burada bizim vereceğimiz bilgiler dışında, dışarıdan ya da birlikte katıldığımız insanlardan gelecek bilgilerin çok değerli olduğunu düşünüyorum. TİM zaten yurt dışındaki ticari şeklimizi ve talepleri en iyi bilen kurumlardan biri. Bu meclisin içindeki iş insanları dünyayı geziyor; talepleri, ihtiyaçları, rotanın nereye gittiğini biliyor. Bunları da bizim duyma ve dinleme fırsatımız oluyor.



Magma Hotels Yönetim Kurulu Başkanı **Mehmet Yayla**

“HER YAŞANTIYI TASARLIYORUZ”

Yaşam alanlarını mimarlarımız tasarlıyor, mühendislerimiz uyguluyor. Kayak otelciliği konusunda takdir edersiniz ki hava muhalefeti üzerinden ticaret yapıyoruz. Yüksek beklentili profile sahip insanlara hizmet veriyoruz. Bu nedenle her anı ve her yaşantıyı tasarlıyoruz. Misafir ettiğimiz kişilerin oradan dolu dolu anılarla ayrılmalarını temin etmeye çalışıyoruz. Bu gibi nedenlerden ötürü tasarım, hizmet sektöründe her an kendinizi yenileme ve renöve etmeniz gereken bir olgu. Bizler hizmet sektörünün içinde yer aldığımız için oyun sektöründen gastronomiye, modadan mimariye kadar tasarımın var olduğu her sektörle çalışıyoruz. Tasarlanan bir tabak misafirin önüne gittiğinde nasıl memnuniyet uyandırıyor buradan faydalanıyoruz. Özellikle hizmet sektöründe anne karnından başlayan bir yolculuğumuz var. Design Week Türkiye 2021, bu noktada güçlenmemize olanak tanıyor.



Yüksek Mimar **Mehpare Evrenol**

“İLK KOŞUL TASARIM”

Türkiye'de tasarımın yıllarca göz ardı edilmesinin ardından, bu coşku benim için çok önemliydi. Gelecekteki tasarımın gücü için çok ümit duyuyorum. Çünkü gerçekten tasarım ve yaratıcılık ileriye doğru adım atmanın belki de ilk koşulu. Gelecekteki kuşaklarımızın, bunun içinde doğacağını görüyorum. O yüzden desteklenmesi gerekiyor. Design Week Türkiye 2021, bu kapsamda çok yoğun ve pırlıl gençlerin katılımıyla gerçekleşti. Tasarımın anlam, ifade ve önemine dair çok değerli iki gün geçirdik. Bu değerler ışığında iki yönlü bir iletişim kurulduğunu düşünüyorum. Design Week Türkiye 2021 ile tasarımın anlamı boyut atıyor.

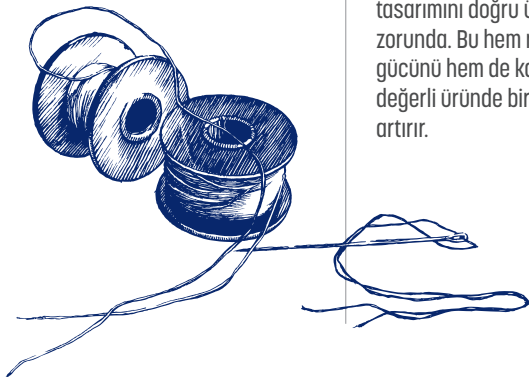




Arzum Yönetim Kurulu Başkanı
Murat Kolbaşı

“ETKİLİ VE İLGİLİ”

Design Week Türkiye 2021, gayet başarılı geçti. Öyle yoğun bir katılım oldu ki biz Arzum standımızda, etkinliğin yalnızca ilk gününde 155 bin kahve ikram ettik. Makinelerimiz saydığı için bunu net bir şekilde söyleyebiliyorum. Gayet etkili, ilgili ve güzel bir organizasyon oldu. Her şey çok mükemmel, gençler çok meraklı. Biz Arzum olarak 2007 yılında birinci gelen ekmeğe kızartma makinesini hayata geçirmiştik. Bu makine, o dönemlerde burada ödül aldığı gibi 2013'te de IF Tasarım Ödülü'ne layık görüldü. Arkadan toplam altı tane daha uluslararası ödül kazandı. Dolayısıyla ortada yapılmış bir örnek var. Gençlerden bu çalışmalarını bekliyoruz.



İpekyol Yönetim Kurulu Üyesi
Nejet Ayaydın

“HER ŞEYİ DENEYİMLEDİM”

T.C. Ticaret Bakanı Mehmet Muş'un açılış konuşmasının ardından başlayan Design Week Türkiye 2021, çok güzel panelleri ziyaretçilerle buluşturdu. Panelleri bizzat dinledim, katılım çok heyecanlıydı. Özellikle öğrenciler panelistlere çok güzel ve özel sorular sordu. Etkinlik süresi boyunca buradaki her şeyi deneyimleme fırsatım oldu. Aynı zamanda burada sevdiğimiz pek çok değerli dostumuzu da görme imkânını yakaladık. Artık tasarımın da hayatımızın bir parçası. Bütün markalar, tasarımcılarla mutlaka iş birliği yapmak zorunda. Eğer Avrupa'ya, dünyaya rakip olmak istiyorsak firma ya da sektör fark etmez herkes tasarımını doğru üretmek zorunda. Bu hem rekabet gücünü hem de katma değerli üründe birim fiyatını artırır.



Refika'nın Mutfağı Yemek Yazarı,
Youtuber Refika Birgül

“ALTYAPIYI KURGULAMAK GEREK”

Gastronomide dünyayı domine eden mutfak Fransızlar'a aittir. Onlar dünyanın en lezzetli mutfağına sahip oldukları için bu unvana sahip değiller, belirli teknik ve sistemleri henüz kimse yapmazken yapıp, o altyapıyı ve tasarımı oturttular. Türkiye'nin de en büyük ihtiyacı bu altyapıyı kurgulamak. Bizim var olan çinilerimiz, desenlerimiz, öğelerimiz; bunun porselene, cama yansımaları önem kazanıyor. Mesela Cam Müzesi'nde Selçuklular dönemine ait inanılmaz bardaklar var. Bunların günlük hayatımızı ve bizleri temsil eden önemli yemeklerde, sofralarda hayat bulması bütün bu yolcuğu tamamlayacak. Türk mutfağında lezzet ve ürünlerin görüntü ve tasarımlarında bunlar var. Ama sunumun koreografisinde henüz gidecek yolumuz var.



Gündüz Group Yönetim Kurulu
Başkan Yardımcısı Ruken Mızraklı

“TİM EKİBİNİ KUTLARIM”

Design Week Türkiye 2021'den çok etkilendim. Gençlerin merakla izlediğini görmek beni çok mutlu etti. Girişte çok enteresan çalışmalar gördüm. Stantlar çok keyifliydi. Bu organizasyonun her yıl yapılması çok önemli, ufuk açıcı bir organizasyon. Gençlerin endüstriden ve sanayiden iş insanlarıyla bir araya gelmeleri çok mühim. Yurt dışından gelen çok kıymetli katılımcılar da oldu. Pandemi sonrasında bu hızlı ivmelenme eminim çok çeşitli başarılarla sahne olacak. Design Week Türkiye'nin çok iyi bir yolda olduğunu düşünüyorum. Bu anlamda TİM Başkanı İsmail Gülle ve tüm ekibini kutluyorum.

Markanızı, buluşunuzu, tasarınızı
tüm dünyada koruyoruz.



39 yıldır olduğu gibi...

destekphone: 444 43 44

www.destekpatent.com

Büyükdere Cad. Spine Tower No:243 Kat:13 Sarıyer 34485 İstanbul
T. 0212 329 00 00 F. 0212 346 02 64





Kütahya Porselen Yönetim Kurulu Başkanı **Sema Güral Sürmeli**

“İŞ BİRLİKLERİ ARTTI”

Üretimin olmazsa olmazı tasarımdır. Bugüne kadar tasarım göz ardı edilen, maalesef kıymeti pek anlaşılmayan bir kavramdı. Oysaki her daim tasarım, üretim aşamasında vardı; yalnızca adı konulamamıştı. Artık tasarım, ürünü diğerlerinden farklılaştıran bir yapıya sahip. Design Week Türkiye sayesinde tasarımcılarla markaların iş birliği arttı. Bu iş birliklerinin firmalara markalı ve katma değerli ürün üretilebilmesi ve satışının yapılabilmesi anlamında değer kattığına inanıyorum. Eskiden fark edilmeyen şeyler, aslında bir ürünün tasarımcısıyla birlikte daha farklı algılanabileceğini hepimize gösterdi. Design Week Türkiye, bizim için son derece önemli.



Simay Bülbül Markası Kurucusu ve Tasarımcı **Simay Bülbül**

“DEĞERLİ VE KIYMETLİ”

Çok heyecan duydum Design Week Türkiye'yi çok özlemişiz. Bu kadar kalabalık bir organizasyon, öğrencilerin aktif katılımı çok güzel geldi. Ben yıllardır bu etkinliğe bizzat katılıyorum. Design Week Türkiye bence Türkiye'nin en kıymetli projelerinden biridir. Panellerde konuşmacı olmak benim adıma oldukça gurur vericiydi. İnovaTİM'li öğrenciler inanılmaz pırıl pırıl duruyor. Çok dinamik, taze, soru soran, sorgulayan, bir şeyleri değiştirmek isteyen, bir şeyler yapmak isteyen, cıvı cıvı gençlerle tanıştık. Onlarla sohbet ettik. Yalnızca panel esnasında değil, etkinlik süresince beni şaşırttılar. Türkiye'nin onlara ihtiyacı var. Ülkemiz tasarım açısından çok zengin bir ülke, coğrafya ve kültür olarak çok büyük miraslara sahibiz. Kazandığımız bayrakları zaman içinde gençlere teslim edeceğiz. Bu nedenle hepsini çok değerli ve çok kıymetli buluyorum. Türkiye'nin markalaşma serüveni aslında bir süreci kapsıyor.



Orka Holding Yönetim Kurulu Başkanı **Süleyman Orakçioğlu**

“DOĞRU BİR PLATFORM”

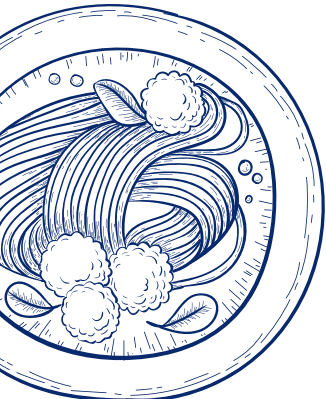
Design Week Türkiye 2021, her şeyden önce çok güzel bir buluşma. Tasarımcı aday arkadaşlarımızla iş dünyasını bir araya getiriyor. Özellikle stantlarda, tasarım adına yapılan çok güzel şeyler sergilendi. Çok büyük bir ilgi var. Genç arkadaşların heyecanının ve merakının doğru kullanılması konusunda yapılan yönlendirmeler için Design Week Türkiye doğru bir platform. Onları yönlendirebilirsek, enerjilerini doğru kullanabilirsek gelecekte başarılı olabiliriz. Başka türlü başarılı olma şansımız yok. Bu sebeple bu organizasyona gerçekten emek veren TİM Başkanı İsmail Gülle başta olmak üzere TİM Genel Sekreterliği'ne, özellikle çalışanlara ve tüm arkadaşlara teşekkür ediyorum. Her yıl daha iyisini birlikte yapacağız. Güzel şeyler olacak diye düşünüyorum.



AVVA Yönetim Kurulu Başkanı **Volkan Atik**

“ÖNEMLİ BİR PARAMETRE”

Design Week Türkiye, gerçekten çok önemli bir vizyon. İhracatın artık bir şekilde dönüştürülmüş olması, yeni hedeflere doğru gitmesi, bu vesileyle bu işin motor kısmına da tasarımın konulması inanılmaz bir yapı. Bu çalışmalar adına TİM Başkanı İsmail Gülle ve yönetimi canı gönülden kutluyorum. Önümüzün bu anlamda açık olduğunu düşünüyorum. Zaten tasarımın kendini en önemli ortaya koyduğu alan markalı tasarımdır. Markalı tasarımda da markanın konumlandırılmasında, tasarımın nasıl durduğu çok önemli. Önemli bir parametre olan tasarım, markanın karakterinin oluşturulmasında ve pazarlanmasında önemli bir sacayağı. Bununla beraber gençler bu konuda çok istekli. Gençler, tasarımın sadece tasarlamaktan ibaret olmadığını, bir matematik üzerine kurulduğunu bilmeli. Bu konuda onlarla her türlü iletişimi kurmak görevi de bizlere düşüyor.



OBLIVION

Koray Malhan





Yüksek üretim kapasitesine ve esnek üretim kabiliyetine sahip bir firma olarak Çokyaşar Holding, Tel ve Galvanizleme Sanayii bugün üretiminin %70'ten fazlasını 80 ülkeye ihraç edan global bir firma. Biz dokunduğumuz her sektörde başarılı işlere imza atarak, Avrupa'nın en büyük üç tel üreticisinden biri olma hedefimize emin adımlarla ilerlemeye devam ediyoruz.

İstanbul, Adana, Düzce ve Elbasan/Arnavutluk'ta gerçekleştirdiğimiz üretimimizle geniş bir ürün yelpazesine sahibiz. Son teknolojilerle yönettiğimiz operasyonel süreçlerimizi daha da geliştirip en verimli hale getirmek üzere çalışmaya devam edeceğiz.

2021 yılı içerisinde gerçekleştirdiğimiz dijital dönüşüm projesiyle tüm teknoloji altyapımızı güçlendirdik. Önümüzdeki yıllarda da katma değer artışı sağlayacak teknik yatırımlar yaparak blok zinciri, yapay zeka ve endüstriyel nesnelerin interneti (IIoT) konularında çalışma ve yakından izleme aktivitelerimizi sürdüreceğiz.

Hem ekonomik hem de sosyal anlamda sürdürülebilir adımlarla ilerliyoruz. Adana fabrikamızda GES sistemi vasıtasıyla elektrik üretimi gerçekleştirmeyi hedefliyoruz. Öte yandan, karbon yönetimi konusunda aynı sektörde faaliyet gösterdiğimiz firmaları geride bırakmış durumdayız.



80 ÜLKEYE İHRACAT

%70'in
ÜZERİNDE
İHRACAT ORANI

240 ÜRETİM
Bin Ton HACMI

230 USD
Milyon CİRO



CWI COKYASAR
WIRE
INDUSTRIES

2020 yılında Elbasan, Arnavutluk'ta üretime başlayan Çokyaşar Wire Industries (CWI) kaliteli ürünleri, son teknolojiye sahip donanımıyla müşteri taleplerini hızla ve en mükemmel şekilde karşılıyor. Bugün 20 ülkeye ihracat gerçekleştiren CWI, yıllık 35.000 tonluk üretim hacmi ve bünyesindeki 87 çalışanıyla kesintisiz hizmet sunuyor. Aralık sonunda kapanış cirosu 18 milyon avroyu bulması öngörülen CWI, daha ilk yılında rekor bir başarıya imza atıyor.

COKYASAR



marka dünyası

Süleyman Orakçioğlu

Tarihî fırsatı yakalayanlar, ZİRVEDE KALIR

Damat, Tween ve DS' Damat markalarıyla dünyayı kasıp kavuran Orka Holding Yönetim Kurulu Başkanı Süleyman Orakçioğlu'ndan markalaşma tavsiyeleri alıp, dijitalleşme hedeflerini konuştuk.

Simge Soyel

E

rkek giyiminin pazar lideri olma hedefiyle yola çıkan Orka Holding, 2002 yılından bu yana büyümesini 400'ü aşkın mağaza ile devam

ettiriyor. Üretimini dünyanın en iyileri arasında kabul edilen iki fabrikayla gerçekleştiren tasarım markası, kendi çatısı altında Damat, Tween, DS' Damat ile global ve güçlü bir oyuncu. Gerek sivil toplum kuruluşlarındaki temsiliyeti gerekse de kendi markaları ile söz sahibi Orka Holding Yönetim Kurulu Başkanı Süleyman Orakçioğlu ile markalaşmadan sürdürülebilirliğe, gelecek vizyonundan değerler ekonomisine kadar kapsamlı bir söyleşi gerçekleştirdik.

Türkiye'nin markalaşma gelişimini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Biz bugüne bakıyoruz ama "Dün neredeydik, bu gelişimi nasıl sağladık ve gelecekte nerede olmalıyız?" diye düşünmek gerekiyor. 'Made in Turkey' damgası, düne baktığımız zaman ürün satışlarında zorluk yaratabiliyordu. Pandemi döneminde ise süreci en iyi yöneten ülkelerden biri olduk. Hükümetin ortaya koyduğu destekler, firmaların özverili çalışmaları ve performans önemliydi. Bugün geldiğimiz noktadaysa önümüzde tarihî bir fırsatın olduğunu söyleyebilirim. Doğru stratejiler ortaya koymalıyız.

Pandemi sürecinde İtalya'da 30 bin tane mağaza kapandı. İngiltere'de ise yaklaşık 10 bin tane firma iflas bildirdi. Markalarıyla dünya pazarında etkili olan ülkeler, bundan çok etkilendi. Ancak Türkiye, dünyanın nabızı gibidir. Mesela biz İtalya'da çok güçlüyüz. İtalya'da bizim şu anda 25'in üzerinde satış noktamız bulunuyor.

Türkiye'nin yıldızı parlarken dünya devi markaların bunu yaşamama nedeni sizce ne olabilir?

Bu konuda üç tane farklı faktör var. Birincisi onların kriz bağışıklıklarının olmayışı. Stabil bir ekonomi içinde sistemin parçası olmuşlar, iniş ve çıkışları çok fazla yaşamamışlar. İkincisi finansal anlamda birçok firma, çok büyük problemler yaşadı. Fakat sorun çözebilme konusunda, herhangi bir aksiyon alamadı. Üçüncüsü ise yaş ortalaması. Türkiye genç nüfusa sahip bir ülke... Bunların yanı sıra artık bizim bu işi öğrendiğimizi de belirtmeliyim.

Sağlık güven vermediği sürece korku hayatın her noktasına yansır. Bu doğrultuda pandemide Türk sağlık sektörü süreci en başarılı atlatanlardan olurken İtalya en kötü yaşayanlar arasında kaldı. Bunun da etkisi olabilir mi?

Tabii ki çok önemli bir etkisi var. Pandemi sonuç itibarıyla hepimizi etkiledi. 75



marka dünyası



gün kapalı kaldık. Bu çok zor bir süreci ama kısa çalışma ya da kredi destekleri gibi yardımcı ögeler, pandemiyi çok iyi yönetmemize yardım etti. Bundan sonrası daha önemli. Ayağımıza gelen tarihi fırsatı kullanmalıyız. Global rekabetin içinde neyin, nasıl yapılması gerektiğini çok iyi biliyoruz.

2001 krizinde, Birleşmiş Markalar Derneği'nin Kurucu Başkanlığı'nı yapıyordum. O dönemde Türkiye'nin yurt dışında 50 tane mağazası yoktu. Şimdi 5 binleri konuşuyoruz. 12, 13 yıl önce Avrupa'da önemli bir departmant store'da (büyük mağazalar zinciri) yer almak isteyenler randevu alamıyordu. Bugün o kadar büyük bir değişim yaşandı ki artık onların CEO'ları yanımıza geliyor. Bu avantajı iyi kullanmalı ve doğru pozisyonlanmalıyız.

Aynı zamanda dünya, değerler ekonomisine doğru gidiyor. Yani çok satmaktan ziyade değerli satmak önemli. Değerli

"Dünya, değerler ekonomisine doğru gidiyor. Bunu yönetebilmenin yolu tasarım, inovasyon ve markalaşmadan geçiyor."

satabilmenin ipucu tasarımdan, inovasyon ve markalaşmadan geçiyor. Bunları sektörel bazda yaygınlaştırdığımız zaman bizim için önemli bir fırsatı yakalarız.

Yeni nesil rekabet düzeninde hangi konular öne çıkıyor?

Birincisi değerler ekonomisi, ikincisi nötr karbon, üçüncüsü dijital rönesans. Bunları



marka dünyası



"Hangi sektör olursa olsun insanların sizden ürün alması için üç tane ana unsur vardır: Bu kadar rakip varken neden seçsin, neyi seçsin, neden alsın?"

yapabilme potansiyeli olan ülkemizde çok genç, eğitilmiş bir jenerasyonumuz var. Bizde de ikinci nesil, gerçekten çok önemli işler yapıyor.

Sürdürülebilirlik konusu firmaları nasıl etkiliyor?

Kullandığımız malzemeler, çevre için önem teşkil ediyor. Gelecek dönemde hayatımıza girecek standartlar var. Bu standartlara göre alım yapılacak. Dolayısıyla bundan sonra firmalar örneğin tasarım departmanını tamamen dijitalleştirebilir. Veya üretim alanlarında daha az su kullanabilir. Bunun dışında daha az enerji kullanıp, aynı zamanda fosil yakıtları kullanmadan üretim yapabilir. Bunların hepsi birer fırsat olarak ortada duruyor. Bir ürünün satılabilir olması için o ürünün kullanıcının hayatına konfor katması lazım. Biz leke tutmayan gömlekler yaptık, ceketlerin ağırlığını 210 grama kadar indirdik. Aynı zamanda bunların formunu değiştirmeden kalıp üzerinde çalışmalar yaptık. Geliştirdiğimiz



"sihirli kalıp" sayesinde kişi kendini yüzde 20 daha zayıf ve daha uzun görebildi. Hangi sektör olursa olsun insanların sizden ürün alması için üç tane ana unsur vardır: Bu kadar rakip varken neden seçsin, neyi seçsin, neden alsın? O farklılığı ortaya koyabiliyorsanız o zaman o seçimlerde siz de olursunuz. Biz hep kendimize, kendimizi rakip olarak görüyoruz.

Peki ya katma değerli üretim?

"Marka olursan yaşarsın, marka olmazsan ölürsün." mottosu, işin gerçeği değil. Çok kaliteli üretim yapan ve bu farklılığı ortaya koyan firmalarımız için büyük bir fırsat var. Bugün kilogram başına birim değer fiyatımız bir dolar seviyesinde. Bu tekstilde 15, hazır giyimde 20 dolar civarında. Ama markalı ihracatta rakam, kilogramda 50 doların üzerine çıkıyor. Orka Holding olarak biz, kilogram başına 90 dolar seviyesindeyiz. Geleceğin neredede olduğunu görmeli ve yolumuzu buna göre çizmeliyiz. Buradaki en önemli konu



tasarım, inovasyon ve nötr karbonla ilgili gelişmeleri koleksiyonlara yansıtılabilmek.

Tasarım, markalaşma sürecinde neden önemli?

Biz, Jan Kennedy ve David Bradley gibi hep dünyanın en iyi tasarımcıları ile çalıştık ve çok önemli projeler yaptık. Mesela London Fashion School Academy'nin master öğrencilerine 15 yıl önce "eğlence ve teknoloji" konsepti üzerine koleksiyon hazırlattırdık. Gençler kendi içlerinde yarıştılar. Kullanabileceğimiz önemli tasarımları, koleksiyonlarımıza uyguladık. Örneğin 15 sene evvel bisiklet kullananlar için aynı anda çanta olabilen ceket ürettik. Bu ilk kazanım oldu. Ancak işin bir de şu boyutu var: O yarışmaya katılan çocuklar, bugün çok önemli birer tasarımcı hâline geldi. Üstelik hayatlarında ilk kez hazırladıkları koleksiyonlar, bizim markamızda hayat buldu.

Orka Holding, dijitalleşmenin neresinde?

Meta-universe ifadesinin kısaltılmışı olarak kullanılan Metaverse, gerçek ve sanal dünyanın bilim kurgu ile birleştiği bir "dijital dünya" olarak tanımlanıyor. Biz Orka Holding olarak bugün Metaverse ve NFT konuşuyoruz. Metaverse'te 2022 itibarıyla ilk mağazamızı açmayı planlıyoruz. Şu anda bu platforma özel NFT koleksiyonumuzu bitirdik. Sonuç olarak herkes şunu konuşuyor:



ÇİN PAVİLYONU, TİM MARKA KONSEYİ'NİN GÜNDEMİNDE

Ben TİM Marka Konseyi'ne Başkan Yardımcısı düzeyinde katılım sağlıyorum. TİM Marka Konseyi olarak yaptığımız çok önemli çalışmalar var. Son zamanlarda Çin pazarı ile ilgileniyoruz. Çok yakında ülkenin ilgili kentlerinde Çin pavilyonları açılacak. Bir diğer projemiz ise Çin'in dünyadaki en büyük online satış platformu ile çok büyük bir iş birliği yapmak üzereyiz. Ticaret Bakanlığımız ve TİM Başkanı İsmail Güllü'nün önderliğinde tüm sektörleri kapsayacak, belli bir rakama kadar gümrüksüz alışverişlerin yapılabilmesi için bir çalışmanın içindeyiz.



“Dijital değişim, hangi dozda yapılmalı? Benim tavsiyem piyasadan kopmamak. Bu nedenle 2022 yılında uygulamalarımızda avatari devreye alacağız.”

Bu değişimi hangi dozda yapmalıyız?
Bu değişimi yaparken benim tavsiyem piyasadan kopmamak. O uyum ve renk çok önemli.

E-ticaret yapılanmanızdaki gelişmeler nelerdir?

Çevrim içi ve konvansiyoneli birleştirebilen firmalar, ekonomik hayatlarında daha başarılı oluyor. Çevrim içi satışlar öncelikle pazar yeri aracılığı ile gerçekleşiyor.

Aynı zamanda kendi uygulamanızı (app) yaptıktan sonra bunu kaç kişinin kullandığı önemli. Uygulama üzerinden bir mağaza kadar müşteriye servis verebiliyor musunuz?

Biz bu konuda devrim niteliğinde işlere imza attık. Bir dönem iade oranlarımız çok yüksekti. Bunu aşağı çekebilmek için “you size” sistemini devreye aldık. Sadece bu sistem, iade oranlarımızın düşmesini sağladı. Bununla birlikte müşterilerimiz, kendine en yakın mağazayı görüntülü arayıp alışveriş yapılabiliyor. Ancak biz artık avatari kullanmak istiyoruz.

Gelecek dönemde ihracat ailesini sizce neler bekliyor?

Ülke olarak kapasite kullanma oranımız yüzde 79 seviyesinde. İhracatımızı daha fazla artırabilmemiz için mutlaka yeni yatırımlar yapmalıyız. Ülke olarak ihtiyacımız olan yatırımlar ve bunların desteklenmesi için doğru planlamalar oluşturulmalı. Merkez Bankası faizleri indiriyor ama bu piyasalara kısmen yansıyor. Bu nedenle yatırımlara destek olacak bir faiz politikası gerekli. Yatırım yapılırken çıkacak maliyeti ve yükü minimuma indirerek hareket edilmeli.

Orka Holding olarak 2022 hedeflerinizde neler var?

İtalya’da varız. İtalya’da olduğunuzda Milano başta olmak üzere Avrupa’nın podyumunda yer alırsınız. Rusya’da varız. Moskova’da etkili olduğunuz zaman tüm Türki Devletler’e sahip olursunuz. İspanya’nın en büyük zincir mağazası El Corte Inglés S.A’larda varız. El Corte Inglés S.A’lar, Güney Amerika’nın podyumu gibidir. Yani markanın bilinirliği kadar nerede konumlandığınızın bir değeri var. O zaman etki, tüm coğrafyaya yansır. Damat, Tween ve DS’ Damat markalarımızla yurt dışında inanılmaz ilgi görüyoruz. 200 adet yurt dışı, 200 adet yurt içi olmak üzere toplamda 400 mağaza ile hizmet veriyoruz. 2022’de mağaza sayılarımızı artıracğız. Yeni fabrika yatırımlarımız gündemimizde. Bununla birlikte pandemi nedeniyle ara verdiğimiz yurt dışı bayi toplantılarımızı Ocak ayı sonunda gerçekleştireceğiz.

Sürdürülebilir Bir Gelecek



www.gamarecycle.com



ihracatta kadın



 Simge Soyel

G

irişimciliği ve başarılı kariyeri ile adından söz ettiren, deri sektöründeki önemli ihracatçılar arasında yer alan Ruken Mızraklı ile ihracat odağında geleceği ve kadınların iş hayatındaki yeri üzerine söyleşi yaptık.

Pandemi süreci, deri sektörünü nasıl etkiledi?

Deri sektörü, birçok sanayi kolu gibi en çok ham madde ve kimyevi madde fiyatlarındaki artış, navlunlardaki yükseliş, tedarik zincirlerindeki daralma neticesinde firmaların daha sonra ara malsız kalma ihtimaline karşı yüksek stoka gitme zorunluluklarından etkileniyor. Fiyatların artması, dövizin yükselmesi, ham madde stok rakamlarının çoğalması firmaların ihracatçı olmuş

Deri ihracatında “metaverse” etkisi

Türkiye Deri Vakfı 9. Dönem Başkanı ve deri sektörünün öncü kuruluşlarından Gündüz Group'un YKB Yardımcısı Ruken Mızraklı ile ihracatın geleceğini konuştuk.

olsa bile bankalardaki çoğu TL olarak belirlenmiş kredi limitlerini eritiyor. İhracatçı, üretimde kullandığı ham madde ve kimyevi maddelerin pek çoğunu ithal etmek zorunda olduğu için dövizdeki hızlı artışlar, genel kanının aksine ihracatçıya yarar sağlamıyor.

Sektörünüzdeki kadın çalışan sayısının yüksek oluşunu nasıl değerlendiriyorsunuz?

İstatistikler sadece tekstil ve deri sektöründe değil, tüm sektörler için ülkemizde gidecek çok yolumuz olduğunu gösteriyor. Türkiye’de borsaya kote şirketlerin toplam 2 bin 698 yönetim kurulu koltuğunun sadece 458’i kadınlara ait, ki bu da yüzde 17 gibi bir oranı ifade ediyor. Tüm BIST şirketlerinde minimum üç kadın yönetim kurulu üyesi sayısını yakalayan sadece 41 şirket var.



ihracatta kadın

Üstelik bu koltuklardaki 458 kadının yüzde 42'si hâkim ortak olan ailelerin üyeleri. Bu araştırma, 2012 senesinde ilk kez yapıldığında, oran yüzde 11'di. Yani 9 yıl içinde yalnızca yüzde 6 artış oldu. Artış hızı değişmezse "kritik eşik" olan yönetim kurulunda yüzde 30 kadın oranına 2035 senesinde ulaşabileceğiz.

Avrupa'ya baktığımızda yönetim kurullarında kadın oranı ülkemize göre daha yüksek ve Avrupa, değişimi kota ile sağlıyor. Ülkemizde de bu konu şirketlerin kendi inisiyatifine bırakılmamalı, mutlaka kota uygulanmalı ve pozitif ayrımcılığa dayalı politikalarla kadınların yönetim kurullarında daha fazla yer alması desteklenmeli. "Ayrımcılık" her ne kadar olumsuz çağrışımlar yapan bir kelime olsa da "pozitif ayrımcılık", kadın dostu politikalar üretebilmenin önemli bir şartı. Çeşitlilik, eşitlikçilik, iş birlikçilik, dayanışma ve sürekli gelişim temel prensipleri; yönetim kurullarında eşit cinsiyet temsili vizyonuna inanan ve çağı yakalamak isteyen firmalarımızın olmazsa olmazı durumunda. Sürdürülebilir bir gelişimi ancak bu şekilde yakalayabileceğimize inanıyorum.

2022 gündeminizde neler var?

2022 gündeminde dünyadan geri kalmamak ve yenilikleri takip edebilmek adına teknolojinin gerek iş gerekse kişisel hayatlarımızdaki dönüşümüne ayak uydurabilmek için konuyu anlamak ve özümsemek var. Metaverse'ün hayatımıza bu kadar hızlı girmesini temelde iki şeye borçluyuz: Pandemi ve bitcoin'ler. Pandemi nedeniyle uzaktan sosyalleşmek normalleşti. Fakat bitcoin'ler olmasaydı metaverse bu kadar iştah açıcı olmayacaktı. Metaverse'ün en basit tanımı sanal gerçeklik (VR) gözlüklerini takarak artırılmış gerçekliğin kripto paralar ve NFT'lerle üç boyutlu internetini yaşamak. Önümüzdeki yıllarda 10-30 trilyon dolarlık değere ulaşması öngörülen metaverse pazarında hâkimiyet kripto paraların... Oranın para birimini kullanıyorsunuz, coin'leriniz kadar harcıyorsunuz.

Metaverse'ün en güçlü motoru, elbette insanlığın durdurulamaz alışveriş tutkusudur. Zaten metaverse çılgınlığı da



TİM'in 2025 yılında 300 milyar dolar ihracat hedefine ulaşma yolculuğuna firmalarımızın üç dört yıl içinde metaverse dünyasında büyük bir katkı sağlaması beklenebilir.



takas edilemeyen jetonlar (Non-fungible Token-NFT) ile başladı. Ethereum blok zincirinin bir parçası olan NFT'leri dijital eserlere, ürünlere sahip olmak için bir tür sertifika gibi düşünebiliriz. NFT'ler, dijital sanat eserlerini ve diğer koleksiyonları, blok zincirde ticareti kolay, türünün tek örneği, doğrulanabilir varlıklara dönüştürüyor. Metaverse'ün ilk olarak insanla en fazla etkileşim hâlinde olan perakende sektörünü ciddi anlamda etkileyeceği düşünülüyor. Bu noktada NFT'lerin moda dünyasında büyük ses getireceğini düşünüyorum. Sanal ortamın modasına "Metafashion" deniyor ki bunun gerçek modayı da etkileyeceği kanısındayım. Metaverse'te ilk aşamalarda sanal gerçeklik veya artırılmış gerçeklik uygulamalarıyla tasarımların göze hitap etmesi planlanıyor. Fakat sonraki evrelerde giyilebilir teknoloji ürünleriyle desteklendiğinde, nesnelerin aynı zamanda hissedilir olması sağlanacak. Gucci, Balenciaga, Nike, Vans gibi pek çok küresel marka metaverse'te farklı projeleri ve tasarımlarıyla şimdiden yer alıyorlar bile. Bu arada meta kıyafet





ihracatta kadın



Metaverse'ün en güçlü motoru, elbette insanlığın durdurulamaz alışveriş tutkusu. Zaten metaverse çılgınlığı da takas edilemeyen jetonlar (Non-fungible Token-NFT) ile başladı. Metaverse'ün ilk olarak insanla en fazla etkileşim hâlinde olan perakende sektörünü ciddi anlamda etkileyeceği düşünülüyor.



Türkiye'de borsaya kote şirketlerin toplam 2 bin 698 yönetim kurulu koltuğunun sadece 458'i kadınlara ait, ki bu da yüzde 17 gibi bir oranı ifade ediyor.

tasarımları da insanların Instagram selfie'lerinde görülmeye başladı. Yalnızca sosyal medyada yayımlamak için kıyafet satın alan milyonlar olduğunu düşünecek olursak moda markaları için meta evrende nasıl büyük fırsatlar olduğunu görebiliriz. Metaverse'te herkes için iş ve gelir olanakları yaratmak mümkün olabilir. Geçenlerde bir metaverse konserinde 7 milyon dolarlık bilet satıldı. Daha enteresanı, insanlar konserde giymek için 10 milyon dolarlık avatar kıyafeti aldı. Bağımsız meta evrenlerin kendi

ekonomileri ve halkı var. Herhangi bir meta evrenden arsa alıp, evinizi yapmanız mümkün. Değerlendikçe satıp, kripto paraya ve günümüz parasına çevirebilirsiniz. Gelir elde etmek için faydalı içerikler de üretilebilir. NFT sanat eserleri alıp satmak, başka bir kazanç sistemi. Sanal etkinlik tasarımcısı diye bir meslek şimdiden kendini duyurdu. Metaverse'ün karbon ayak izini düşürmek gibi bir avantajı da var. Aynı zamanda küresel iklim krizine karşı güçlü bir hareket olacaktır.

Tabii işin bir başka can alıcı noktası metaverse'te gerçekleşecek bu ticaret ve iş hacminin sadece iç değil, dış ticareti de kapsıyor olması. Buna göre Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin 2025 yılında 300 milyar dolar ihracat hedefine ulaşma yolculuğuna fiziki ihracat kadar metaverse dünyasında firmalarımızın sanal ürünlerinde yurt dışına satılacak tutarının önümüzdeki üç, dört yıl içinde büyük bir katkı sağlaması beklenebilir.

İş dünyasında başarılı olmak isteyen kadınlara önerileriniz nelerdir?

Artık hiç kimse üniversitede eğitimini aldığı mesleği hayatı boyunca yapmıyor ki bu sadece kadınlar için değil, herkes için geçerli bir durum. Bu bazen kişinin kendi isteği bazen şartlar öyle gerektirdiği için olabiliyor. Her nasıl olursa olsun birinci kariyer, ikinci kariyer, üçüncü kariyer artık çok rastlanan bir durum. Bu sebeple insan kendini sürekli geliştirmeli, zenginleştirmeli, dünyanın değişiminden, akıştan uzak kalmamalı. Başarının ve geleceğini güvenle inşa edebilmenin tek yolu bana göre yaşam boyu eğitim ve yaşam boyu gelişim.

Always Think Better

anot



mechatronics
& robotics
machine. coding. productivity.

ANAHTAR TESLİM OTOMASYON ÇÖZÜMLERİ

AUTHORIZED
PARTNER

FLEXLINK
a coesia company

FESTO

KUKA
Official System
Partner

Solution
Partner

Automation
Drives

SIEMENS

Merkez

Anot Endüstri ve Ticaret A.Ş.
Organize Sanayi Bölgesi 9. Cadde
No:34 Odunpazarı / ESKİŞEHİR
0222 236 16 16

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

“Yüksek Katma Değerli
Mühendislik Çözümleri”



detay bakış



Kadın girişimciler destekleniyor

Türkiye ekonomisinin kalkınmasına fayda sağlayan kadın girişimcileri destekleyen bankalar ihracata katkı sunuyor.

Simge Soyel



ünya genelinde Türkiye; kadınların ekonomiye katılımı ve fırsat eşitliği kategorisinde 140'ıncı, iş gücüne katılımda 137'nci, aynı işe eşit ücrette

95'inci sırada yer alıyor. Etkisi devam eden pandemiye rağmen kadınların girişim ekosistemindeki varlığı ise günden güne artış gösteriyor. 2020 yılında Türkiye'de girişim ekosisteminin yüzde 13'ünü kadınlar

oluşturdu. 2021 yılında ise bu yüzdenin artış gösterdiği tahmin ediliyor.

2007 yılında 75 bin olan kadın girişimci sayısı, günümüzde 140 bini aşmış durumda. Kadınların girişim ekosistemindeki rollerinin artması için pek çok sivil toplum kuruluşu (STK), dernek, birlik ile beraber T.C. Ticaret Bakanlığı ve bizzat Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) destekler sağlıyor. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Kadın Konseyi de bu çerçevede



detay bakış

“Güçlü Kadın, Güçlü İhracat, Daha Güçlü Türkiye” sloganıyla elini taşın altına koymuş durumda.

TİM-TEB Girişim Evi bünyesinde ise bugüne dek 150’den fazla kadın girişimciye destek verildi. Yapılan istatistiklere göre kadın girişimcilerin yoğunlaştığı ilk üç sektör yazılım, biyoteknoloji ve gıda. Destek verilen kadın girişimcilerin yüzde 60’ı İstanbul dışında ve bini aşkın kişiye istihdam sağlıyor. Kadın girişimcilerin toplam cirosu ise 158 milyon TL’den fazla.

Türkiye ekonomisinin kalkınması ve büyümenin artması için bankalar da kadın girişimcilere destekler sunuyor. Özel finans çözümlerinden kredilere, eğitim programlarından danışmanlık hizmetlerine kadar kadın girişimcileri destekleyen Türkiye’nin önde gelen bankaları ile görüştük.



Alternatif Bank Genel Müdür Yardımcısı
Yeşim Şimşek

“FİNANSMAN KAYNAĞI SUNUYORUZ”

Alternatif Bank olarak müşterilerimizin varlıklarına değer katarak birlikte büyümeye çok önem veren bir bankayız. Ölçeği ya da sektörü ne olursa olsun büyüme hayalleri olan, istihdam ve üretimle ekonomimize katma değer sağlayan işletmelerle iş birliği yapıyoruz. Kadınlarımızın girişimci ruhları, yönetim yetkinlikleri, zorluklar karşısındaki dirençleri ve çalışkanlıklarıyla ülke ekonomisinin kalkınmasında çok önemli bir yeri olduğu inancıyla hareket ediyoruz. Bu anlayışla kadın girişimcilerin hissedarlığında faaliyet gösteren veya kadın profesyoneller tarafından yönetilen teşebbüslerin desteklenmesi, kadın istihdamının artırılması amacıyla Uluslararası Finans Kurumu’ndan (IFC) sağlanan 100 milyon dolar değerinde kaynağı, Yöneten Kadına Güç Katan Paket adı altında kadınlarımıza sunduk. Paketten yararlanmak isteyen kadınlara, avantajlı şartlarda finansmana erişim ile katma değerli bankacılık ürün ve hizmetlerimizde ücret muafiyeti sağlıyoruz. Bilanço yönetimi, finansal analiz ve dış ticaret konularında ise uzman ekiplerimiz tarafından eğitimler veriyoruz. Ek olarak yöneten kadınlarımızın hayatlarını kolaylaştıracak yüzde 5’e varan akaryakıt indirimini, ücretsiz saatlik şoför, yaz-kış araç check-up, lastik değişimi ve saklanması, ücretsiz sağlık ve güzellik uygulamaları gibi asistan hizmetleri de sunuyoruz.





Garanti BBVA Genel Müdür Yardımcısı
Sibel Kaya

“KADINLARIN ETKİNLİĞİ MÜHİM”

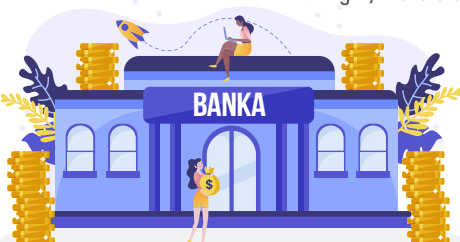
Toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadının güçlenmesinin daha da önemli hâle geldiği günümüzde toplumsal gelişim, ekonomik kalkınma, kapsayıcı ve sürdürülebilir büyüme için 2006 yılında kadın girişimciliği alanına odaklanmaya başladık. Kadınların ekonomiye daha çok ve etkin katılımı için bütünsel bir Kadın Girişimciliği programını hayata geçirdik. Yaptığımız çalışmalarını kredi imkânlarıyla “finansman sağlama”, Türkiye’nin Kadın Girişimcisi Yarışması ile “cesaretlendirme”, Kadın Girişimci Yönetici Okulu ile “eğitim” ve Kadın Girişimci Buluşmaları ile “yeni pazarlara açılma” olarak dört ana başlıkta ele alıyoruz. Kadın girişimcilere bugüne kadar 10 milyar TL’den fazla finansman desteği sağladık. Uluslararası Finans Kurumu (IFC) ile imzaladığımız ilk sosyal bono olma özelliği taşıyan protokol kapsamında 340 milyon liralık finansmanı kullandı. Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER) ve Ekonomist dergisi iş birliğiyle Türkiye’nin Kadın Girişimcisi Yarışması’nı 15’inci kez hayata geçiriyoruz. Boğaziçi Üniversitesi Yaşamboyu Eğitim Merkezi (BÜYEM) ile 2012’de başlattığımız “Kadın Girişimci Yönetici Okulu” projesiyle de 28 ilde, 3 binden fazla girişimciye ücretsiz eğitim verdik. Hepsiburada ile gerçekleştirdiğimiz iş birliği kapsamında kadın girişimcilere birçok farklı fırsat sunuyoruz.



Halkbank Genel Müdürü
Osman Arslan

“88 BİN 500 KADINA ULAŞTIK”

Halkbank, avantajlı koşullarla oluşturulan Kadın Girişimci Kredi Paketi’ni, 8 Mart Dünya Kadınlar Günü’nde duyurdu. Ardından kadın girişimcileri teşvik etmek amacıyla Bursa, Antalya, Gaziantep, Trabzon, Samsun, Konya, Malatya ve İzmir’de “Üreten Kadınlar Toplantıları” düzenledi. Kadınlarımızı ekonomik hayata dâhil edebilmek ya da var olan işlerini geliştirebilmek için kurguladığımız Kadın Girişimci Destek Paketimiz sayesinde 88 bin 500 kadına ve 8,6 milyar TL’lik kredi hacmine ulaştık. Başlattığımız uygulama yurt çapında büyüdü. Desteklerin, yatırıma ve üretime aracı olduğuna, istihdam oluşturduğuna ve ihracata vesile olduğuna tanıklık ettik. Çalışmamız, Türkiye’nin kadın girişimci ekosistemine somut fayda sağlayan en büyük projelerden birine dönüştü. Girişimcilerin yüzde 58’i kredi desteğini; küresel salgının ekonomik etkilerinin bertaraf edilmesinde, yüzde 19’luk kısmı yeni cihaz ve ekipman olarak üretim kapasitesinin artırılmasında, yüzde 18’i işletme borçlarının ödenmesinde, yüzde 5’lik kısmı ise istihdam oluşturmada ve yeni ürün geliştirmeye yönelik AR-GE çalışmalarında kullandı. Tüm bunların sonucunda kredimizden faydalanmış girişimcilerimizin yüzde 75’inin cirolarında önemli iyileşme sağlandığı görüldü. Türkiye’nin ve Halkbank’ın kadın destekleri konusunda uluslararası alanda anılmasından, gurur ve mutluluk duyuyoruz.





Türkiye İş Bankası Genel Müdür Yardımcısı
Şahismail Şimşek

“TİM İLE İŞ BİRLİĞİMİZ VAR”

500 bin TL'ye kadar uygun faiz oranı ve ödeme koşulları içeren Kadın Girişimci Kredisi Kampanyası'nı devreye aldık. KOSGEB desteği ile işini kuranlara KOBİ Finansman Destek Programı ile 70 bin TL'ye kadar kredi imkânı sunuyoruz. TİM üyesi ihracatçılara yönelik destek programımız bulunuyor. 3 milyon TL veya 500 bin euro/dolara kadar kadın girişimcilere kredi imkânı sağlıyoruz. İŞ'TE KOBİ internet sitemizde, kadın girişimcilerimize yönelik içeriklere yer veriyor; KOBİ pazarına firmaların ürün ve hizmet bilgilerini ekleme imkânı sunuyoruz. İnternet şubesi ve İşCep'ten ücretsiz havale/EFT ve çek ayrıcalıkları, ücretsiz sanal POS ve Moka POS'ta uygun komisyon oranları gibi fırsatları içeren Teknolojik Girişimci Paketimiz bulunuyor. Türkiye'nin ilk kadın odaklı yatırım platformu Arya Kadın Yatırım Platformu ile olan iş birliği kapsamında; Arya İş Atölyeleri eğitim serisini Arya Yatırıma Hazırlık Hızlandırma Programı'nı ve girişimcileri yatırımcılarla buluşturduğumuz Arya Retreat etkinlikleri düzenliyoruz. Pek yakında Arya ile Girişimci Akademisi'ni hayata geçireceğimizi ve Maxis ve Arya ortaklığında Kadın Girişim Sermayesi Yatırım Fonu'nun kurulması için adımların atıldığını duyurmak isteriz.



Yapı Kredi Genel Müdür Yardımcısı
Serkan Ülgen

“KADIN ÇİFTÇİLERİMİZİ DESTEKLİYORUZ”

Hayatın her alanında sınırları kaldırmak için çalışan Yapı Kredi, toplumsal cinsiyet eşitliği ve sürdürülebilir ekonomik büyüme konusunda önemli çalışmalara imza atmaya devam ediyor. Bankamız bu kapsamda, kadın çiftçilere özel tarım kredisi kampanyası düzenledi. Bu doğrultuda, ülkemizde tarım sektörünün gelişimini ve büyümesini destekleyecek çalışmalar yürütüyoruz. Çiftçilerimizin önündeki sınırları, en uygun ve avantajlı finansal çözümlerimizle kaldırmayı hedefliyoruz. Bununla birlikte, sektörün itici gücü olan kadın çiftçilerimizi desteklemeyi sürdürüyoruz. Son olarak, kadın çiftçi müşterilerimiz için avantajlı koşullarla tarım kredisi kampanyamızı hayata geçirdik. Böylece sağladığımız finansman çözümleriyle sürdürülebilirlik adına da önemli adımlar attık. Yurdun dört bir yanındaki kadın çiftçilerimizi sürdürülebilir kalkınma ve ekonomik büyüme konusunda destekliyoruz. Önümüzdeki dönemde de tarım sektörünün ve özellikle kadın çiftçilerimizin yanında olmaya devam edeceğiz.



Sürdürülebilir modanın öncüsü

Moda arenasında "ileri dönüşüm" alanındaki çalışmalarıyla bilinen Aslı Filinta Demir, trendlere uymak yerine zamansız tasarımlar yarattıklarını dile getiriyor.

Yasin Buğra Levent

Koleksiyonlarında kıyafetlerden çok hikâyelere odaklanan ve kendi yaratıcılığını keşfetmek adına çeşitli denemeler yaptığı belirten Aslı Filinta Demir, tasarım dilini oturtmanın uzun sürdüğünü belirtiyor. Yetenekli tasarımcı ile sürdürülebilir moda ve sektörün geleceğine dair konuştuk.

Modaya olan tutkunuzu mesleğiniz hâline ne zaman getirdiniz?

Aslında modaya hiçbir zaman tutkulu olmadığımı, hep renklere ve yeni fikirlere çekildiğimi yeni anladım. O yıllarda Parsons The New School'da okumak, New York'a taşınmak için oldukça moda bir bahaneydi. Parsons'da sadece kendi öğrenmek istediğim dersleri aldım hatta sonra aldığım her dersi de geri bıraktım. Ben yaparak ve bizzat yanarak öğrenmeyi tercih edenlerdenim. Moda tasarım okumadığım için de nasılsa kimse beni işe almaz diye hiç iş başvurusu yapmadım ve New York'ta markamı kurdum. Ekonomi okumuş olmam, moda sektöründe arz ve talep eğrisinin dikiş tutturmasını anlamam adına çok faydalı oldu! Bu macera böyle başladı.

Tasarımlarınızı nasıl tanımlıyorsunuz?

Kendi tarihimi, kültürümü, köklerimi araştırmak, içlerinde beynimde bir kıvılcım yaratan hikâyeleri ve renkleri bulmak beni bu yoğun tempolu işe bağlayan noktalar. Koleksiyonlarımda kıyafetlerden çok hikâyelere odaklandığım ve yaratıcılığımı keşfetmek adına türlü türlü denemeler yaptığım için kendi dilimi oturtmak uzun sürdü. Bugüne kadar çalıştığım herkesten "Aslı çok fazla fikrin var, böyle olmaz!" cümlesini duydum.

Yeni tasarımcılara birkaç ipucu verseniz bunlar neler olurdu?

Bilinen en eski yaşam formunun bulunduğu topraklardayız. Ne kadim bilgiler gizli, kimler geldi geçti buradan kim bilir... Bunları çıkarıp parlatmak çok kıymetli. Kalkıp da Hindistan'daki renk festivalinden esinlenmektense bize, bizim topraklarımıza ait hikâyeleri bulup, konuşup, anlatmayı, onları yeniden bu dünyaya sunmayı deneyebilirler. Ben hatta başka hiçbir yere bakmayın, derim. Mutlaka yaptıklarınızın kolektif bir fayda sağlaması, lokal bir hareket olması,



özünün kendi kıymetinden geçmesi lazım... Bana hep nasıl daha iyi stil sahibi olunur, diye soruyorlar. Şunu söylüyorum: “Stil sahibi olmanın kıyafetle bir alakası yok.” Daha çok kitap okuyup, daha çok film izlersen daha çok müzik dinleyip, daha çok sanat eseri görürsen yani yaşamın her formunu sindirerek yaşarsan işte o zaman gerçek stil sahibi olursun.

Duyarlı bir üretici olarak sürdürülebilirliği destekleyen yöntemleriniz neler?

Çevrim içi showroom’ları kullanmak, plastik kullanımını azaltmak, sezonları yani koleksiyon sayılarını azaltmak (bunun altında yatan mesaj aslında üretim adetlerini azaltmak), kumaş ve aksesuar malzemelerinde ziyarı önlemek için çözümler üzerinde çalışılabilir. Dries Van Noten öncülüğünde başlatılan, tasarımcı markalarının ve zincir mağazaların verdiği söz niteliğindeki bu açık mektubu bu linkten (<https://forumletter.org>) okuyabilir ve sektörde yer alıyorsanız bu sözün altına imzanızı atabilirsiniz.

Sürdürülebilir üretim konusunda marka olarak nasıl bir yol izliyorsunuz?

Mesela elimizdeki veya firmalardaki stok kumaşları kullanıyoruz. Zıyan olanı, ileri dönüştürüyoruz. Artık koleksiyon hazırlamıyoruz. Sezonlara göre çalışmıyoruz. Repete sipariş almıyoruz, üretim adetlerimizi sınırlandırdık. Uzun zamandır ihracat gönderilerinde plastik ve naylon kullanmıyoruz. İnternet siparişleri pet şişelerden dönüştürülmüş bez çantalarla gidiyor. Asla paket kâğıdı veya kutu kullanmıyoruz. Daha da çok eksigimiz var ama üzerinde çalışıyoruz. Trendlere uymak yerine zamansız tasarımlar yapmaya çalışıyoruz.

Moda arenasında “ileri dönüşüm” felsefesini tanımlayabilir misiniz?

Upcycle “ileri dönüşüm” demek. “moda” ise başlı başına hatalı bir kelime çünkü “modası geçmek” üzerine kurulmuş bir sistem var. Modasının geçmesinin sebebi ise daha fazla tükettirmek. Sistemi anlayana kadar bir zaman geçiyor, sistemi anladıktan sonra ise kendini ve işini sürekli sorgulayan biri için sisteme uymak mümkün değil.



“Moda ve tekstil sektöründe sistemi yeniden düzenlemeğe, hızlı tüketime yönlendiren trendleri, dolayısıyla sezonları sorgulayacak çözümsel yeniliklere ihtiyaç var.”



moda stil



Sizce dijital ortamda düzenlenen defileler bu işin ruhunu yansıtabiliyor mu?

Ben e-kitap yerine normal kitabı tercih eden, elimde tutarak kitabın kokusunu alarak okumayı seven bir jenerasyondanım ve bu yine de hayatın, yeni dünya düzeninin ihtiyaçları doğrultusunda evrildiğini anlamamıza sebep değil. Bizden önce de alışkanlıkların son turunu yaşayan insanlar oldu. Yani diyeceğim şudur ki canlı kanlının yerini bence hiçbir şey tutamaz.

Modanın geleceğine dair düşünceleriniz nelerdir?

Moda ve tekstil sektöründe ciddi çözümlere ihtiyaç duyuluyor. Sistemi yeniden düzenlemeye, herkesin üretmeden ve tüketmeden önce biraz daha düşünmeye, hızlı tüketime yönlendiren trendleri, dolayısıyla sezonları sorgulayacak çözümsel yeniliklere ihtiyacı var. Tasarım aşamasında çözüme



gidilmeli. Türkiye şu anda ihracat şampiyonu olabilir ancak ürünün kalitesini ve tasarımla katma değerini artırarak ihracat yapıyor olmak asıl değeri yaratacaktır.

Design Week Türkiye 2021 hakkında neler düşünüyorsunuz?

Salonu taşıyan genç ruhların/öğrencilerin, dört gözle dinlediklerini ve sorular sorup, paneli bitirmek istemeyişlerini görmek beni hem çok mutlu etti hem de onlarla daha da çok bir araya gelmemiz gerektirdiğini düşündürdü. Profesyonel iş insanları ve köklü markalar da onlarla daha çok bir arada olmalı. Çünkü biz çürümüş bir sistemin yıkılışını anlatırken onlar çözümle gelecekler. Bu köprüyü birlikte inşa edeceğiz. Değer yaratmayan işleri bırakıp, çözümlerle hızlıca yeni dünya düzenine adapte olacağız. Türkiye Tasarım Haftası her anlamda oldukça bilgilendirici ve motive ediciydi. TİM Başkanımız İsmail Güllü, Belma Ünal ve tüm ekibi yine yaratıcılık, sürdürülebilirlik ve ihracatı bir araya getirecek yeni formleri aradığımız harika bir tasarım haftasına imza attı. Bu işin bir parçası olduğum için çok onur duydum.

GELECEK iÇİN DEĞER

Yassı çelik üretimindeki uzmanlığımızla yarının ihtiyaçlarına bugünden çözümler üretiyor, iş hedeflerinize değer katıyoruz.

 TATÇELİK

www.tatmetal.com

info@tatmetal.com.tr

Özgün, güçlü ve ışıltılı TASARIMLAR

Kismet by Milka markası ile mücevher endüstrisine yıllardır yön veren Milka Karaağaçlı İnce, yeniliklerin peşinden koşmaktan vazgeçmiyor. Dinamik çizgisiyle bilinen İnce; modern parçaların yanı sıra teknik anlamda sınırların zorlandığı tasarımların Kismet by Milka koleksiyonlarında sıklıkla yer aldığını dile getiriyor.

Mücevherlere olan tutkunuzu ne zaman fark ettiniz?

Çocukluğumun çok büyük bir kısmını Büyükada'da geçirdim. Takıya dair aklıma gelen en eski anı da sanırım Büyükada'dan. Ailecek yazın adadaki evimize yerleşirdik. Benim de en keyif aldığım aktivitelerden biri rengârenk boncukları dizerek bilezikler yapmaktı. O zaman da bileklerim, kendi yaptığım bileziklerle doluydu şimdi de öyle. Çocukken yöneldiğim bir şeyin şu anda bu noktaya gelmiş olması inanılmaz mutlu edici...

Hollywood ünlülerinin ve dünya starlarının tercihi olmak nasıl hissettiriyor?

Yüzlerce marka arasından tercih edilmeyi özgün tasarım estetiğimize borçluyuz, diye düşünüyorum. Her koleksiyonda bir öncekinden daha yaratıcı, daha güçlü tasarımlar üretmek için gerçekten çok çabalıyoruz. Kendimizin en iyi versiyonu olmak, yapılmayanı yapmak, standardımızı her zaman yükseltmek bizim için çok önemli. Bunun yanı sıra Neiman Marcus, Saks Fifth Avenue, Selfridges ve Beymen gibi prestijli mağazalarda yer alıyoruz. Bu noktalar sayesinde Madonna, Beyoncé, Rihanna, Meghan Markle, Paris Hilton, Cameron Diaz, Naomi Watts, Britney Spears ve Anne Hathaway gibi





Mücevherlerin ışıklı dünyasını piercing tasarımlarıyla buluşturan Milka Karaağaçlı ince, iddialı ve yaratıcı tasarım estetiğiyle ön plana çıkıyor.

birçok ünlüye ulaşma şansını yakalıyoruz. Ünlüler bu noktalardan alışveriş yaptığı gibi dünyaca ünlü moda ve tasarım dergileri de çekimler için tasarımlarımızı alıyor ve kullanıyor.

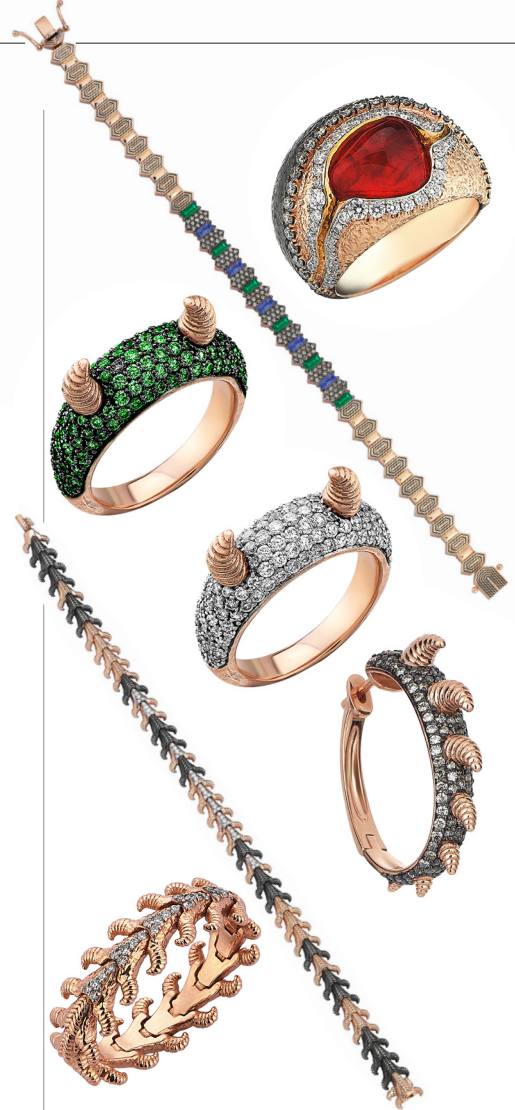
Markanızın bünyesine piercing'leri dâhil etme fikri nasıl ortaya çıktı?

Piercing koleksiyonu alışılmışın dışına çıkma motivasyonumuzdan doğdu diyebilirim. Moda bir kişisel ifade aracı ve aksesuarlar da bunun tamamlayıcısı. Sokak stilinin en ikonikleşmiş aksesuarı belki de piercing. Kısmet by Milka olarak "aykırı" diye nitelendirilen piercing'e kendi dokunuşumuzu kattık ve aslında onu baştan yarattık. Hem kendi sınırlarımızı hem de mücevher tasarımının sınırlarını zorlamak istedik. Titanyum ve zirkon gibi malzemelerle tasarlanan piercing'lere herkes aşınadır. Biz bunun ötesine geçtik. Belirli bir stil ile ilişkilendirilen piercing'i farklı stillere sahip insanların kullanabileceği şekilde geliştirdik ve çeşitlendirdik. Punk-rock tarzın

baş elementlerinden piercing'i günlük hayata adapte ettik ve çok farklı profillerden insanlara bir dışavurum alternatifi sunduk. Bu yüzden piercing'e modanın ötesinde bakıyorum. Yaşı, cinsiyeti, tarzı yok. Tasarım mücevher ya da "designer fine jewelry" dediğimiz sektörde mağazalarında piercing stüdyosu bulunan ilk markayız. Delim sonrası gereken çok önemli teknik standartlar var. Mesela ürünlerimiz Amerika'daki Association of Professional Piercers'dan onaylı. Ürünleriniz eğer bu kurumdan sertifikalı değilse Amerika'da sizin ürününüzle delim yapmıyorlar. Kısmet by Milka tasarımları, bu anlamda dünya standardında mükemmelleştirmiş durumda.

Bir koleksiyonun hazırlık süreci sizin için nasıl ilerliyor?

Çıkış noktalarımızda hep bir hikâye ve düşünce var. Bu hikâye hayatın kendisinden, seyahatlerimden, sokakta gördüğüm insanlardan, tarihten, kendi geçmişimden aldığım ilhamla şekilleniyor. Bu



“MONSTERS KOLEKSİYONU, TOPLUMDAKİ HOMOJENLİĞİ REDDEDİYOR”

“Pandemi dönemine denk gelen Monsters Koleksiyonu, insanların ve toplumun yaşadığı dönüşümden, duyuğ değişiminden yola çıkıyor. Son dönemde hepimiz birçok duyuğ değişimiyle mücadele ettik ve bu sürecin sonunda toplumun bize dayattığı kurallardan çok kendimizi nasıl iyi hissediyorsak öyle yansıtmaya karar verdik. Koleksiyonun her bir parçası da aslında içimizdeki bu değişimi yansıtıyor ve her tasarım, bu duyuğları temsil ediyor. Monsters Koleksiyonu, toplumdaki homojenliği reddederek farklılıklarımızı ortaya koymamız konusunda bizi cesaretlendirmeyi hedefliyor. Koleksiyondaki eğlenceli figürler de aslında bu bahsettiğimiz farklılıkların, içimizde tuttuğumuz bizi biz yapan özelliklerin birer sembolü.”

düşünceleri öncelikle nasıl tasarıma dönüştürürüz onu planlıyor, ardından tam olarak hayalimizi resmedip etmediğine, koleksiyonun hikâyesini bütünsel olarak tamamlayıp tamamlamadığına bakıyoruz. Her ruha dokunabilmek, yarattığımız dünyayı herkesin hissedebilmesi bizim için en büyük motivasyon kaynağı. İlhamlarımızı yaşamışlıklarımızdan, hayallerimizden, dünyada olup bitenden ve gelecekle ilgili ön görülerimizden alıyoruz. Fikrin realiteye dönüşme sürecine gelecek olursak... Beni heyecanlandıran fikri bulduktan sonra onu geliştirmek için ekip olarak çok çalışıyoruz. Öncelikle tasarım için hayal ettiğimiz hikâyeye bir form veriyor ve çiziyoruz. Daha sonra bu çizimin 3 boyutlu hâlini bilgisayarda çalışıyoruz; ölçümlenmelerle yapılan bu çalışmanın 3D printer ile bir maketini çıkarıyor, üzerinden mumlama ile birebire en yakın formuna bakıyoruz. Bu şekilde koleksiyonda olmasını hayal ettiğimiz tüm parçalara tek tek bakarak, hikâyeyi tamamlayıp tamamlamadıklarından emin oluyoruz. İçlerinde en çok içimize sinen, hikâyeyi en iyi resmeden, Kısmet by Milka DNA'sına ve deneyimine en uygun olanları

seçtikten sonra üretim kısmına yani atölyeye geçiyoruz.

Mücevher tasarımındaki değişimi nasıl yorumluyorsunuz?

Başladığım dönemde sektörde Kısmet by Milka gibi bir marka yoktu, aksine günlük hayatta kullanılabilecek tasarım mücevherin eksikliği çekiliyordu. Kuyumcu kültürü çok hâkimdi. Takı alışverişi yapmak isteyen genellikle aile kuyumcusuna yöneliyordu ve satın aldığı takıları özel günler haricinde pek fazla takmıyordu. Günlük hayattaki takı kombinlerinde ise bijuteri veya gümüş daha yaygındı. Dolayısıyla Kısmet by Milka ilk çıktığı dönemde yarattığı farkla hızla dikkat çekti ve şu anki başarısının temellerini atmış oldu. Trendler her zaman değişiyor ve insanlar artık kendi kişiliklerini tarzlarıyla ifade etmekten çekinmiyor. İnsanlardaki bu değişimi görmek, marka olarak bize de farklılıkları deneyimleme fırsatı sundu. Moda dünyası özgürleştikçe biz de aklımıza gelen değişik fikirleri uygulayabilme fırsatını bulduk. Kısacası mücevheri sokağa taşıdık. Kendi atölyemizi kurduk. Üretimimizi tamamen kendi bünyemizde, yetenekli zanaatkarların yardımıyla gerçekleştiriyoruz.



advertorial CLPA

Yeni endüstri çağının OYUN KURUCULARI CLPA İLE BÜYÜYOR

Endüstriyel haberleşme alanında faaliyet gösteren Japonya merkezli CLPA (CC-Link Partner Association), başta Asya kıtası olmak üzere dünya çapında 11 farklı bölgede bulunan faaliyet merkezleriyle otomasyon sistemlerindeki siber değişime öncülük ediyor. 133 üyeye başladığı yolculuğuna 3 bin 900'ü aşkın şirketle devam eden CLPA, yüzde 80'ini yurt dışındaki şirketlerin oluşturduğu güçlü ortaklık sistemiyle endüstriyel haberleşme sistemlerinin gelişmesinde global bir oyuncu olarak konumlanıyor. İmza attığı teknolojilerle fabrikaları ve üretim hatlarını 21. yüzyılın dijital dinamiklerine entegre eden CLPA, CC-Link teknolojisinin tüm dünyada yaygın bir şekilde kullanılması için çalışmalarına hız kesmeden devam ediyor.

ASYA KITASI başta olmak üzere dünya çapında 11 farklı bölgede bulunan faaliyet merkezleriyle otomasyon sistemlerindeki haberleşme teknolojilerini domine eden CLPA (CC-Link Partner Association), yüzde 80'ini yurt dışındaki şirketlerin oluşturduğu güçlü ortaklık sistemiyle global bir oyuncu olarak konumlanıyor. 133 üyeye başladığı yolculuğuna 3 bin 900'ü aşkın şirketle devam eden CLPA, oluşturduğu küresel üyelik ağı sayesinde bu konuda yatırım yapmak isteyen firmalara rehberlik ediyor. Aynı zamanda kompleks yapıdaki hizmet anlayışıyla da otomasyon yolculuklarına eşlik ediyor.

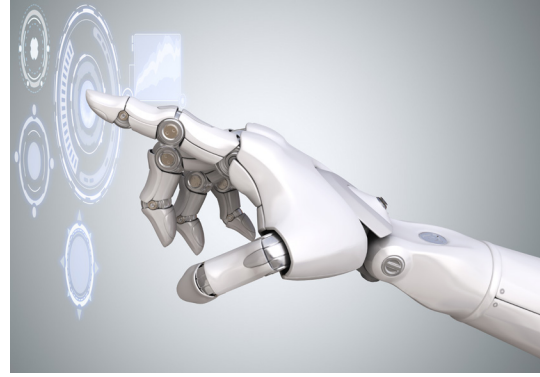
Sanayi 4.0 evresinde fabrikaların üretim süreçlerindeki büyük veri miktarının giderek arttığına dikkat çeken CLPA Türkiye Müdürü Tolga Bazel, CC-Link yatırımı ile üretim sahalarının 21. yüzyılın dijital dinamiklerine uyum sağlayabileceğini ve bu konuda üyelerine bir yol haritası çizdiklerini belirtti. Bazel, CLPA'nın yeni teknolojisi olan CC-Link IE TSN'nin Zaman Duyarlı Ağ (TSN-Time Sensitive Network) teknolojisinden yararlanan dünyanın ilk endüstriyel açık ağı olarak öne çıktığını vurguladı.

FİZİBİLİTEDEN ÜRÜN GELİŞTİRMEYE KADAR 360 DERECE ENTEGRE HİZMET

Makinelerin birbirleri ile haberleşebildiği akıllı fabrikalarda, iletişim verilerinin güvenilir bir



şekilde yönetilmesinin çok kritik bir değere sahip olduğunu söyleyen Bazel: "CC-Link teknolojisi, ilgili süreçlerin hatasız ve şeffaf bir şekilde yürütülmesinde belirleyici oluyor. Üye şirketlerin gelişimini desteklemek için konvansiyonel ve interaktif çözümler sunan CLPA; fuarlar, seminerler, ücretsiz eğitimler, CC-Link uyumlu ürün seçmek için kataloglar, referans materyaller gibi birçok yardımcı kaynak üzerinden üyelerin yanında yer alıyor. Üstelik üyelerimize ürün seçiminden ürün geliştirmeye kadar bütünlük destek sağlıyoruz ve çözüm ortaklığının ötesinde mentorluk yapıyoruz. Üyelerimiz, dünyanın dört bir yanındaki üretim tesislerimizden yararlanabiliyor ve uzman kadromuz ile her süreci kolayca yürütebiliyor. Çok büyük Avrupalı CC-Link üyeleri tarafından desteklenen CC-Link Partner Association's Gateway to Asia (G2A) programımızla da Asya pazarının anahtarını üyelerimize



sunuyoruz." şeklinde konuştu.

Sanayi 4.0'a uyumlu dünya standartlarında akıllı üretime adım atmayı hedefleyen şirketler, detaylı bilgi almak için CLPA Türkiye temsilciliğiyle iletişime geçebilirler.

CLPA Üyelik Türleri ve Başvuru Formu için; <https://eu.cc-link.org/tr/clpa/members>



aktüel rota

📍 Serda Büyükkoyuncu © serdabuyukkoyuncu



GİZEMLİ, ÇARPICI, unutulmaz Petra

DÜNYANIN YEDİ harikasından birini görüp de herkesin söyleyeceği tanımlamalar farklı olabilir ama şöyle geriye bakınca benim aklıma üç kelimeyle yazıldı Petra: Gizemli, çarpıcı ve unutulmaz.

INDIANA JONES İLE BAŞLAYAN HAYRANLIĞIM

Amman seyahatimin daha planlama aşamasında, Petra'yı da nihayet göreceğim olmanın heyecanını ayrı yaşamıştım. Amman'da kaldığım otelin yedi tepeye nazır manzarasında biraz dersimi çalışırken Petra'dan ilk ne zaman etkilendim diye düşündüm. Aklımda beliren ilk şey, Harrison Ford ve Sean Connery'nin oynadığı Indiana Jones-Kutsal Hazine Avcıları filmi oldu. Petra'nın dar yollarını, gizemini, ihtişamını fark ettiren filmde sonra dünyanın birbirinden ilginç noktalarına gittim. Ama neden bilmem, Petra'yı hep erteledim.

Hem çok merak ettim hem bir türlü listemdeki yerini birinci basamağa çekip de tanışmadım bu büyülü topraklarla... Sevgili arkadaşım Esra Parin'e teşekkür etmem gerek, onun teşviki ve "Hadi artık" deyişleri olmasa kim bilir daha ne kadar ertelerdim!

NEBATİLER'DEN KALAN DÜNYA HARİKASI

Dünyanın yeni yedi harikasından biri kabul ediliyor Petra. Aynı zamanda UNESCO Dünya Kültür Mirası

Listesi'nde. Nebatiler'in kayaları oyarak oluşturduğu ve tarihi MÖ 4'üncü yüzyıla kadar uzanan bir antik kent. Nebatiler ticaretle zenginleşen, dönemi için çok güçlü bir uygarlıkmiş. Şehirlerini de bu güce yakışır bir ihtişamla kurmuşlar. Ama bu müthiş kentin tarihi Roma işgali ile yön değiştirmiş. Nebatiler gücünü kaybedip önce Emeviler'in sonra Abbasiler'in egemenliğine girmiş. MS 4'üncü yüzyıldan itibaren ekonomik gücünü kaybettiği için gözden düşen Petra, bir de şiddetli depremlerin yaşandığı bir yer olunca kelimenin tam anlamıyla unutulmaya terk edilmiş.

KAYALARA OYULAN ŞEHİR

Petra'ya "rose city" yani "gül şehri" deniyor. Etrafta gül falan olduğundan



Öyle büyük ki Petra, hâlâ çözülemeyen gizleri var gibi geliyor. Öyle müthiş bir kent çıkıyor ki karşınıza çarpılmamak mümkün değil ve öyle bir deneyim yaşıyor ki unutulması imkânsız.



değil; bölgedeki kayalarda yüksek miktarda demir oksit bulunduğu ve güneş ışınlarının etkisiyle pembenin, kırmızının birçok tonunu yansıttığı için bu ismi almış. Kent bir kanyonun ortasında. Etrafınızda taşın en büyüleyici hâllerini görüyorsunuz. Kaya bloklarının muhteşem bir işçilikle tapınağa, tiyatroya, mezara dönüşümü var. Zaten Petra, Yunanca “taş, kaya” anlamlarına geliyor. Hatta 12 Havari’den biri olan Aziz Petrus’un ismi de buradan geliyor. Çünkü Hz İsa’nın azize, “Senin bana inancın kaya gibi sağlam” dediği ve bu nedenle ona Petrus ismini verdiği söyleniyor.

TESADÜFİ KEŞİF

Kaderinin yeniden yazıldığı ve tekrar dünyanın gözdesi olduğu tarih 1812 olmuş. Kenti “tesadüfen” bulan gezgin Johann Burckhardt, yıllar yılı duyduğu “Keşfedilmemiş kaçıp bir kent var” söyleminin peşine düşmüş ve muradına da ermiş. O zamana dek Petra’ı bilenler, sadece göçebe Araplar olmuş ama İsviçre asıllı kâşif muradına erince dünya da yeni bir harikaya kavuşmuş.

GÜN BATIMI AYRI, GÜN DOĞUMU AYRI GÜZEL

Tıpkı Petra gibi Wadi Rum’da da bolca demir oksit barındıran kumlar, tepeler ve kayalıklar var. Göz alabildiğine kızılığa, bir de gün batımını eklerseniz hafızanızdan çıkması mümkün değil. Tüm çölü kızıla boyayan bir gün batımını izleyebilir, geceyi bir bedevi kampında geçirerek farklı bir deneyim yaşayabilirsiniz. Ben Sun City Camp’ta kaldım. Odaların tasarımını çok beğendim ama servisi biraz vasat buldum. Akşamları kamplarda “zarb” adı verilen ve kuma gömülerek yavaş yavaş pişirilen kebabları tadabilirsiniz, yanında sebze ile servis ediliyor. Aksini söylemezseniz çayı şekerli ikram ediyorlar. Geceleri gökyüzü alabildiğine yıldızlı. Hatta Ay’sız gecelerde Samanyolu’nu izleyebilirsiniz. Sabah gün doğumundan önce çöl turları yapıyor. İtiraf ediyorum sabahın dördünde kalkarken biraz söylenmişim değer mi diye, ama kendi cevabımı kendim verdim: Değermiş! Güneş yükselirken tepelerden birine çıkıp, doğanın her gün tekrarladığı mucizenin en büyüleyici hâline tanıklık etmek, yaşanması gereken bir deneyim.

AKABE’YE DE UĞRAYIN

Petra ve Wadi Rum’u gördükten sonra eğer vaktiniz varsa Amman’a dönmeden önce önereceğim bir durak daha var. Amman’a 45 dakika mesafedeki Akabe’ye gidin. Ürdün’ün denizle bağlantısı olan tek yeri. İster gününbirlik uğrayabilir ister konaklayabilirsiniz. 26 kilometrelik sahil şeridinde çok sayıda otel var. Dalış denince Kızıldeniz’in ününü duymayan yoktur. Akabe, rengârenk su altı dünyasını da gezinize dâhil edeceğiniz yer.

Lojistik Zincirinde Altın Bir Halka...



www.rodaport.com



aktüel rota



EL-HAZNE'NİN GÖRKEMİ

Petra'da en etkilendiğim yapı El-Hazne (Al-Khazneh) oldu. Yıllar süren bir kaya oyma ve işleme sürecinin sonunda ortaya çıkmış. Yüksekliği 40 metre civarında. Daracık ve çok görkemli bir kanyondan, 1,5 kilometreye yakın bir mesafe yürüyerek varıyorsunuz. Sadece bu yapıya ulaşım dönme, iki saatlik bir yolculuk demek.

TEK GÜN YETMEZ

Ama asıl yolculuk El-Hazne sonrasında başlıyor! Eğer benim tek kelimeyle hayran olduğum Roma Tiyatrosu'nu görmek ve oradan geçerek "Manastır" adı verilen şahane bir başka yapıyla tanışmak isterseniz 18 kilometrelik yeni bir parkuru göze almanız gerek. Zaten Petra çok büyük. Hakkıyla gezebilmek için tek gün yetmez. Benim vaktim olmadığı için Petra'da kalamadım ama vereceğiniz dinlenme ve fotoğraf molalarını düşününce, iki güne ihtiyacımız olduğunu söyleyebilirim. Tabii sıkı da

bir kondisyona... Çünkü gerçekten yorucu ama keyfi tartışılmaz! Bu arada hakkıyla gezmenin yanı sıra Petra'da gece keyfi yaşamamız için de kalmanızı öneririm. Çünkü mumlar ve dilek fenerleriyle aydınlatılan antik kentin Binbir Gece Masalları'nı aratmayan bir görüntüsü var. Birçok fotoğraftan, bu büyüleyici görüntü aklımda kalmıştı ve sanırım en çok bu manzaraya şahitlik edemediğim için kalmadığıma üzüldüm.

ÇÖLDE BİR GECE

Ama Petra'da kalamamanın tesellisi Wadi Rum oldu. Çünkü programım itibarıyla birinden birini kalmak için seçmem gerekiyordu. Hakkımı Wadi Rum'dan yana kullandım. Kuma hayran olunur mu? Olunur! Petra'ya bir buçuk saat mesafedeki Wadi Rum'u en kısa hâliyle böyle özetleyebilirim size... Sanki başka bir gezegendeymişsiniz gibi hissettiriyor. Oscar sahibi Ridley Scott, Marslı filmi çekmek için burayı boşuna seçmemiş!



advertorial epal

EPAL Fotoğraf Yarışması

SNAP THE PALLET #snapthepallet

EPAL yıl dönümü kutlamaları nedeniyle uluslararası fotoğraf yarışmasını duyurdu.

DÜNYA ÇAPINDA 600 milyondan fazla EPAL Euro paleti kullanılmaktadır: Kamyonlarda, süpermarketlerde veya depolarda bunları görebiliyorsunuz. Fakat paletler mobilya dünyasında yerini

almakla beraber dükkânlarda süs eşyası, kafe ve kulüplerde aksesuar olarak veya açık hava festivallerinde sahne olarak kullanılır. EPAL Euro paletleri her yerde kolayca görülebilir ve uluslararası paylaşım ekonomisinin bir parçasıdır. EPAL, bu yıl EPAL'in 30'uncu yılını ve Euro paletinin 60'ıncı yılını kutluyor ve bu çifte yıl dönümünü, uluslararası bir fotoğraf yarışmasıyla sonlandırıyor.

PALETİ YAKALA

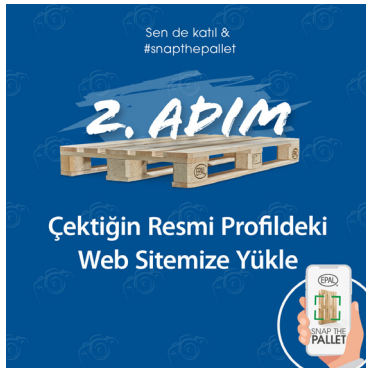
EPAL, SNAP THE PALLET (Paleti Yakala) sloganını kullanarak, topluluğunu EPAL Euro paletlerinin en güzel, en seçkin ve en sıra dışı fotoğraflarını SNAP THE PALLET web sitesinde paylaşmaya davet ediyor. Gönderilen tüm fotoğraflar, web sitesinde bir çevrim içi galeride gösterilecek. Fotoğraflar ayrıca SnapThePallet altında Instagram'da yayımlanacak.

KAZANAN: PAYLAŞIM EKONOMİSİ

EPAL Euro palet havuzu, paylaşım ekonomisinin prototipidir. Ulus-



lararası palet değişim havuzuna katılan herkes kazanıyor. Herkes EPAL Euro palet fotoğraflarını EPAL ile paylaşabilir ve SNAP THE PALLET ile kazanma şansı yakalayabilir. EPAL her ay en iyi fotoğraf için bir kişiye bin euro ve 100 euro değerinde beş kişiye ikincilik ödülü sunuyor. Yarışmanın sonunda genel kazanan bir kişi 3 bin euro alacak. Fotoğraf yarışması 1 Aralık 2021'de başlıyor ve Şubat 2022'nin sonunda bitiyor.



EPAL HAKKINDA

Uluslararası bir birlik olarak, Avrupa Palet Derneği "European Pallet Association" e.V. (EPAL), EPAL Euro palet değişim havuzunun düzenlenmesinden sorumludur. EPAL Euro palet havuzu, dünyanın en büyük açık palet değişim havuzudur ve şu anda dolaşımında 600 milyon üzerinde EPAL Euro paleti ve yaklaşık 20 milyon EPAL Box paleti bulunmaktadır. 1991 yılında değiştirilebilir Euro paletler için uluslararası bir dernek olarak kurulan EPAL, ulusal dernekler ve temsilciler aracılığıyla şu anda 30'dan fazla ülkede faaliyet göstermektedir. Bin 500'den fazla EPAL lisansı olan işletmeciler, dünya çapında EPAL Euro paletlerini ve diğer EPAL yük taşıyıcılarını üretir ve onarır. EPAL, ekonomik kazanç politikası izlemez. EPAL'in faaliyetlerinin odak noktası, üretimin kalite güvencesi ile EPAL Euro ve Box paletlerinin onarımlarıdır. Yani sıra EPAL Euro palet değişim havuzunun birçok kullanıcıyı desteklemek. EPAL Euro palet değişim havuzu, 30 yılı aşkın süredir sürdürülebilir döngüsel ekonominin bir prototipi olmuştur. EPAL Euro paletlerinin yeniden kullanımı, değişimi, onarımı ve geri dönüştürülmesi, çevreye ve kaynaklara karşı sorumlu bir yaklaşım sergiler. Ahşap EPAL Euro paletler, CO₂ emisyonlarını önleyerek iklimin korunmasına önemli bir katkı sağlar. EPAL markası tüm dünyada lojistikte kalite, güvenlik ve sürdürülebilirliği temsil eder.

www.epalturkiye.com



Op. Dr. Dilek Avşar

2022'de estetikte neler yapacağız?

Bir yılın daha sonuna geldik, yeni yıl başlangıçları beni hep çok heyecanlandırır. Acısıyla tatlısıyla bir yılı geride bırakırken süslenen meydanlar, insana şevk veren mutluluk, yaşama umudu aşıl原因 yeni bir yılı karşılama heyecanı ile umut dolarım. Umarım ki insanlığın ortak istekleri iyilik, sağlık ve mutluluk dilekleri kabul olur ve 2022 hepimize, dünyamıza uğurlu gelir. Özellikle de iki yıldır gölgesi altında yaşadığımız pandemi hayatımızdan çıkar, dünyamız eski güzel günlerine geri döner.

Son iki yıldır hepimiz zor koşullarda çalışmaya, hayata devam etmeye çalıştık. Hepimizi ayakta tutan gelecek güzel günlerin umudu, hayata tutunma hırsı çok değerli okuyucularım... İşte biz hekimler de bu şartlarda herkes gibi çalışmaya, üretmeye hem bedene hem de yüreğe iyi gelen mesleğimize devam ettik. Ancak bu süreç özellikle ilk başlarda herkesi korkuttuğu ve bilinmezlikler içerdiği için ne yapacağımızı bilmeden hayata devam ederken yeni şartlarını, çalışma şekillerini yarattı. Özellikle bizim için klinikte daha az vakit geçirilen

uygulamaların ön plana çıkmasını neden oldu. İki yıldır estetik trendler bu doğrultuda gelişti, teknolojik olarak da yatırımlar bu yönde yapıldı. Ne zaman ki kontrollü olarak yaşamayı öğrendik, hayatımız maske ve hijyen kurallarına bağlı devam ederken bilinmezliklerle askıya alınan estetik operasyonlar yapılmaya başlandı. Yeni yıl sayısında size 2022'de nelerin trend olacağını anlatmaya başlayacağım ve yeni sayılarda da bu yazı dizime devam edeceğim.

GÖZ ÇEVRESİNE YAPILAN MÜDAHALELER EN ÜST SIRALARDA YER ALACAK

Maskelerin hayatımıza girmesi ile birlikte göz çevresine yapılan uygulamalar, en çok istenen ve dünya genelinde doktorlar tarafından yapılan estetik müdahaleler hâline geldi. Yeni yılda göz çevresi uygulamalarını yapmaya devam edeceğiz. Yüzün en görünen kısmı gözler olunca gözlerimizle konuşmaya başladık.

Daha dinamik, daha mutlu, daha canlı bir ifade için göz çevresi vitaminleri, kaz ayağı çizgilerine botoks, göz kapağı operasyonları listemizde üst sıralarda yer alacak. Burada belirtmek isterim ki bunlardan bağımsız, genetik olarak da

biz Türkler, yaşlanmaya göz çevremizden başlıyoruz. Dolayısıyla göz çevresi uygulamaları bizler için hep çok popüler ve revaçta olacak.

ÇEVİRİM İÇİ TOPLANTI ESTETİĞİ DEVAM EDECEK

Hayat normalleşti, daha da normalleşecek ancak biz bu dönemde yeni öğretiler elde ettik. Çevrim içi toplantı kültürü hayatımızın bir parçası hâline geldi, ev-ofis kültürü pandemi ile birlikte hayatımıza girdi ve bir alışkanlık oluştu. Toplantı için mekân kararlaştırmak yerine artık hangi uygulama üzerinden toplantıya girileceğine karar veriyoruz. Ekranı kendine inceleme fırsat bulan hastalarımız, daha çok kapımızı çalar oldu. Bu da beraberinde yüzün geneline yapan müdahalelere olan talebi artırdı. Çevrim içi toplantı estetiği olarak nitelendirilebileceğimiz bu uygulamalar, medikal estetik uygulamalarla birlikte, yüz ovalini toparlayan farklı enerji kaynakları ile çalışan cihazlı uygulamaların artışına sebep oldu.

Değerli okuyucularım, yaşadığımız şartlar, hayatın akışı estetik trendlerin şekillenmesinde etkili olsa da

“BU YIL, CİHAZLI UYGULAMALAR YÜZ VE VÜCUT İÇİN ÇOK REVAÇTA OLACAK. ÖZELLİKLE SARKMA, BİRÇOK FARKLI CİLT SORUNUNDA BÖLGESEL FAZLALIKLARIN GİDERİLMESİNDE, VÜCUT TOPARLAMADA KULLANILABİLEN VE FARKLI BAŞLIKLARI İLE HEM YÜZ HEM DE VÜCUT İÇİN ALTIN İĞNELİ RADYOFREKANS VE ULTRASON DALGALARI İLE ÇALIŞAN CİHAZLARI FARKLI PROTOKOLLERE BİRLİKTE UYGULAYACAĞIZ.”

2022 yılında yine yaşımızın iyisi olarak görünmek, daha canlı, daha sağlıklı bir cilde sahip olmak ve kendimize en yakışacak çehre ile kendimizden yabancılaşmadan yapılacak müdahaleler trend olacak. Çünkü hep belirttiğim gibi bizi biz yapan sosyal çevre, meslek, statü gibi birtakım unsurlar var ve yapılması gereken de özellikle yüz bölgesindeki müdahalelerde bu unsurlara dikkat etmek. Trend artık yaşının iyisi olmak, doğal görünmek.

İşte bu nokta yine belirtmek isterim ki izleri ortadan tamamen kaldırmak yerine sağlıklı ve enerjik görünmeyi çok önemsiyorum. Tazelenmiş bir ten için cilt bakımı, yaş alma belirtilerinin toparlandığı cihaz uygulamaları ve nem aşuları bunu tesis etmekte bizim elimizi güçlendiriyor. Dolayısıyla benim 2022 öneri listemde, bu uygulamalar var ve bunları not edip, kendiniz için en uygunu ile yıla başlamanızı öneririm.

Yüz ve cildimiz için botoks, hyaluronik asit bazlı dolgu uygulamaları, nem aşuları ve hücrenel iyileştirme olarak nitelendirdiğimiz protokoller zaten her dönemde taze, genç ve dinamik görünümü elde



etmede listemizde olan ve sonuçları ile hastalarımızın memnuniyetini bildiğimiz medikal uygulamalar. Bunun yanı sıra bu yıl, cihazlı uygulamalar yüz ve vücut için yine çok revaçta olacak. Özellikle sarkma, birçok farklı cilt sorununda bölgesel fazlalıkların giderilmesinde, vücut toparlamada kullanılabilen ve farklı başlıkları ile hem yüz hem de vücut için altın iğneli radyofrekans ve ultrason dalgaları ile çalışan cihazları farklı protokollere birlikte uygulayacağız. Cihazlı uygulamaların etkilerini ilk seansta almaya başlayabiliyoruz. Klinikte kalma süresini azaltan bu uygulamalar da tıpkı geçen

yıllarda olduğu gibi 2022’de de uygulamalar arasında üst sırada yer alacak.

Çok değerli TİMReport okuyucularım, benim de üyesi olmaktan onur duyduğum Türkiye İhracatçılar Meclisi’nin dergisi ile sadece kadınlara değil, değerli erkek üyelere de ulaşıyorum. Bu noktada verdiğim önerilerin, yazı içeriklerimin kadın erkek gözetmeksizin uygulanabilir olmasına özellikle dikkat ediyorum. Bir dahaki yazımda değerli erkek üyelerimiz için 2022 yılına özel bakım önerileri ile karşınızda olacağım.

Sevgi ve sağlıkla kalın, mutlu yıllar.



Kanser de cinsiyet ayrımı yapıyor

Prof. Dr. Berrin Pehlivan

Kanser, bir organ veya dokudaki hücrelerin, anormal biçimde bölünüp

çoğalmasındır. Hücrelerin bölünme özelliği, belli mekanizmalar eşliğinde kontrollüdür ve hücreler zamanı gelince ölür. Ancak işleyiş bozulur ve zamanında ölümler olmaz, hücreler de bölünmeye devam ederse kanser oluşur. Kanserinin sebebinin genetik mutasyonlar olması, kanserin aileden kalıtsal geçtiği izlenimini uyandırır da kanserlerin sadece yüzde 10 ya da yüzde 15'i kalıtsaldır. Yani kanser bizim kaderimiz olan bir hastalık değildir, yaşam tarzı ve alışkanlıklarımızla bizim sebep olduğumuz bir hastalıktır.

Bir doktor olarak bir kadın hastanıza, meme kanseri olduğunu açıkladığınızda, size süratle "Mememi alın ve beni hastalıktan kurtarın." der. Benzer bir açıklamayı prostat kanseri teşhisiyle birlikte bir erkeğe yaptığınızda ise sorduğu veya soramayıp kızaran bir yüzle merak ettiği şey, cinsel hayatının durumu olacaktır. Bazen bununla bitmez, "Cinselliğimi kaybedeceksem öleyim." anlamına gelecek agresif bir yaklaşım da gözleyebilirsiniz.

Biraz abartarak karikatürize ettiğimiz farklılıklar, maalesef çeşitlenerek çoğalıyor. Erkeklerdeki kanser vakalarıyla kadınlarda görülen kanser vakaları arasındaki farklar, bu tür psikolojik tepkilerle kalmıyor. Mesela 2017 yılında yayımlanan bir çalışmada, kanserin erkeklerde yüzde 20 daha fazla görüldüğü, kayıp oranının da kadınlardan yüzde 40 daha fazla olduğu belirtiliyor. Cinsiyet farklılıkları, genetik ve moleküler düzeyde kansere duyarlılığı etkilese de kadınlar her zaman olduğu gibi bu durumda da daha kompleks etkileşimler sergileyebiliyor. Aynı vakada, aynı ilaca gösterilen farklı reaksiyonlar kadınlarda daha sık görülüyor.

Yine artan kanıtlar bize gösteriyor ki her iki cins arasındaki moleküler, hormonal ve genetik farklılıklar sadece hastalığın seyrini değil, değişik kanser tiplerinin görülme sıklığını da etkiliyor. Akciğer, mide, karaciğer, mesane ve kolorektal kanserler erkeklerde daha sık görülürken, tiroid kanseri insidansı kadınlarda çok daha fazla görülüyor. Lösemilerde erkekler daha fazla teşhisle ön sıralarda seyrederken yine prostat, testis, penis gibi cinsiyete özel kanserler olabiliyor. Yine

erkeklerde çok az da olsa meme kanserini görebiliyoruz. Kolorektal kanserli hastalarda, kadınlar sağ taraflı malignite geliştirirken erkekler hastalığı daha çok sol tarafta yaşıyor. Sağ taraflı kolon kanseri, sol taraflı hastalığa kıyasla daha agresif bir kanser türüdür. Bu sağlıklı yerleşimdeki eşitsizliğin nedeninin, erkekler ve kadınlar arasındaki östrojen seviyesi farklılıklarından kaynaklandığı düşünülüyor.

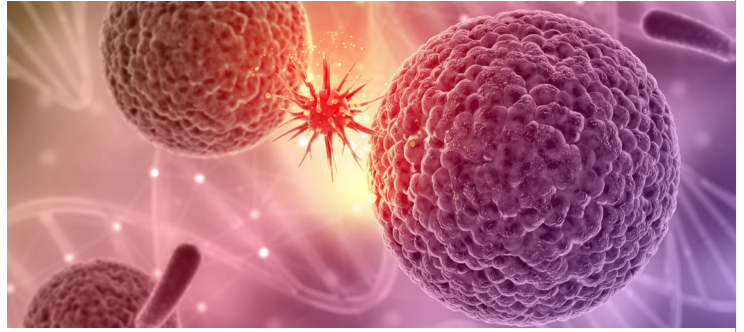
Rakamlar, kanser kaynaklı kayıpların, erkeklerde kadınlara oranla daha fazla olduğunu gösteriyor. Özellikle kanser ölümlerinin önde gelen nedenleri akciğer, kolorektal ve mide kanserleri erkeklerde kadınlara göre daha yüksek kayıplara neden oluyor. Prostat kanseri gibi erkeklere özgü kanserler de kansere bağlı ölüm sebeplerinin başında gelebiliyor. Yine ösofagus, karaciğer ve mesane kanseri ile ilişkili kayıpların erkeklerde daha yüksek olduğunu, en agresif cilt tümörlerinden olan melanomdan ölümlerin de erkeklerde kadınlara oranla yüzde 34 daha fazla olduğunu söyleyebiliriz. Mesleğimden pek kullanmasam da "edebi" bir yaklaşımla bu durumu, doğanın güç ikonu ile direnç ikonu arasındaki denge olarak

“KANSER BİZİM KADERİMİZ OLAN BİR HASTALIK DEĞİLDİR, YAŞAM TARZI VE ALIŞKANLIKLARIMIZLA BİZİM SEBEP OLDUĞUMUZ BİR HASTALIKTIR.”

değerlendirebiliriz diye düşünüyorum... Bu durum kadında hep gizemli olan direncin, erkekte hep önde olan gücüne karşı kazandığı nadide bir yarış gibi sanki. Her iki cinsde de en çok yakışan hastalığın aşk olduğuna inanarak devam edeyim...

Önceden sigara alışkanlığının daha yoğun olması sebebiyle akciğer kanseri erkeklerde daha fazla görülüyordu. Ancak sigara içme oranlarının azalması, erken teşhisteki ilerlemeler ve daha etkin tedavilerin kullanılması sebebiyle akciğer kanserine bağlı kayıplar her iki cinsde de azaldı. Yine aynı şekilde “*Helicobacter pylori*” enfeksiyonunun kontrolü ve daha iyi gıda koruma yöntemleri, her iki cinsde de mide kanserine bağlı kayıpların azalmasını sağladı.

Tanı ve tedavi sırasında söylenenleri titizlikle uygulamada da kadınlar hep bir adım önde. Erkekler bunu düşünmeli! Şahsi bir yöntem olarak, bir erkek hastamız geldiğinde hemen eşinin durumunu da analiz etmeye çalışırım. Çünkü tecrübelerimden biliyorum ki söylenenleri uygulayacak ya da uygulattırarak olan daima evin hanımefendisidir.



Yani karısının uyumu eşittir hastanın uyumu. Kadın hastalar içinse durum daima biraz daha katmanlı olabiliyor. Özellikle sorunlu bir evlilik varsa bu dönemde kocaların terk etme süreci hızlanabiliyor. Erkeklerin kanser karşısındaki zayıflığı, yani hastalığın daha kötü gitmesi, duygusal durumlarında da kendini gösteriyor. Başta saydığımız kadın lehine istatistiklerin tamamında değilse de büyük bölümünde, kadınların süreci götürme konusundaki (disiplinli) tutumları, kanserlerin kadınlarda daha iyi seyretmesini sağlayabiliyor. Kısaca hastalık öncesi ya da hastalık sürecinde daha sağlıklı olmamız, yaşamın kendisine ve şartlara uyuma dayanıyor.

Kanserlerin çok az bir kısmının (aileden) kalıtsal olarak geçtiğini artık biliyoruz.

Kanser olmak beslenme, uyku, egzersiz, sigara ve alkolden uzak durmak gibi önlemlerle büyük oranda bertaraf edilebilir. Kanser tedavileri konusunda çok büyük yol aldık ve birçok kanser türünü kronik bir hastalık hâline getirebildik. Ancak hastalığı tedavi edebilmekten daha önemli olan hiç hasta olmamaktır. Son yıllarda yapılan çalışmalar kişinin bedeni, zihni ve ruhunun bir bütün olduğunu göstermiştir. Üçü arasındaki sürekli iletişim, birinin bozulması hâlinde diğerlerinin de etkilenmesine neden olur. Bu sebeple vücudu entegre bir sistem gibi düşünüp, sadece parçalara konsantre olmak yerine onu bir bütün olarak ele alıp vücudun tümüne bakmak gerekir. Bizi neyin hasta ettiğini bularak onu tedavi etmek ve hiç hasta olmamak, en büyük çabamız olmalıdır.



SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RÖPORTAJ

Simge Soyel

Kurumsal sürdürülebilirliğin holding yansıması

Şahinler Holding bünyesinde yer alan grup şirketlerinin "Sürdürülebilirlik Departmanı" vizyonundaki çalışmalarını, Şahinler Holding AŞ İcra Kurulu Üyesi Jale Tunçel ile konuştuk.



emeli 1982 yılında Almanya'da atılan Şahinler Holding, Türkiye'nin yanı sıra Almanya, Fransa, Bulgaristan, Mısır ve Ürdün'de bulunan

şirketlerinde hazır giyimden inşaata, serbest bölge işletmeciliğinden turizme ve yiyecek içecek sektörüne kadar bulunduğu her sektörde fark yaratarak zirvedeki yerini daha da güçlendiriyor.

İnovasyon Odaklı Mentorluk Programı ile nasıl tanıştınız?

Şahinler Holding olarak 2016 yılında kurumsal inovasyon sisteminin, grup şirketlerimizde hayata geçirilmesi için stratejik bir karar aldık. Bu doğrultuda inovasyon çalışmalarımıza öncelik verdik. Holding bünyesinde, inovasyon sisteminin kurulması için toplantılar yaptık. Ekipler kurarak süreçleri geliştirmeye başladık. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından yürütülen ve üniversite-sanayi iş birliği ile hayata geçirilmek istenen İnovasyon Odaklı Mentorluk Programı hakkında bu dönemde bilginiz oldu.

Peki, söz konusu program, ne gibi avantajlar sağlıyor?

İnovasyon Odaklı Mentorluk Programı temelde üniversite-sanayi iş birliğinin artırılmasına dayanıyor. Program, üniversitelerimizin bilimsel araştırma ve tecrübelerini uygulayabileceği özel sektörle çalışma fırsatı veriyor. Aynı

zamanda özel sektör de üniversitelerin geliştirdiği "değer yaratacak yeni fikirleri" hayata geçirerek bilimsel ve sistemsel yaklaşımları kullanma imkânından faydalanıyor.

Odaklı İnoSuit Programı'ndan holding nezdinde hangi firmalar yararlanıyor?

Odaklı İnoSuit Programı'ndan hemen hemen programın en başından beri haberdarız ve holding olarak bu programın içinde yer alıyoruz. Şahinler Holding bünyesinde yer alan ve hazır giyim sektöründe faaliyet gösteren Modavizyon isimli firmamız başta olmak üzere hizmet, gıda ve turizm sektörlerindeki diğer işletmelerimiz yararlanıyor.

Şahinler Holding'in inovasyona bakış açısı nedir?

İnovasyonu tüm grup şirketlerimize yaygınlaştırmak ve kurum kültürü oluşturmak hedefindeyiz. Zaman zaman çalışanlarımızın da yenilikçi ve değer yaratacak fikirleri hayata geçirmemiz yönünde talepleri oluyordu. Şahinler Holding grup şirketleri genelinde inovasyon çalışmalarını yaygınlaştırarak sürdürülebilirlik bakış açısı ile inovasyonu kurum kültürümüzün odağına aldık. Bu amaçla grup çalışanlarımız için düzenlenen yıl sonu toplantılarımızda, firmalarımızdan gelen inovatif fikirlerin yarıştığı ve geniş katılımı değerlendirildiği bir ödül sistemini hayata geçirdik. Burada çalışanlarımızın





TİM, ÖNEMLİ YOL HARİTALARI SUNUYOR

Türkiye’de tüm sektörlerdeki toplam ihracatın yüzde 52’si ile hazır giyim sektörünün yüzde 71’i AB ülkelerine yönelik gerçekleşiyor. Avrupa Yeşil Mutabakatı kapsamında dönüşüm ve uyum kaçınılmaz. TİM çatısı altında oluşturulan ve faaliyetlerinde yer aldığımız, TİM Bilim Kurulu ve TİM İklim Komitesi çerçevesinde gerçekleştirilen çalışmalar, ihracat yapan firmalar için önemli yol haritaları sunuyor.

sürdürülebilir bir kalkınma ve daha yaşanır dünya fikirlerinin ön plana çıkması dikkat çekici boyuttaydı. Yağmur suyunun geri kazanımı, gıdaların ozonla dezenfeksiyonu, yenilikçi beslenme modelleri gibi sürdürülebilir büyüme stratejimiz için oluşturulan inovatif fikirlerimiz mevcut. Firmalarımız bu programla birlikte geleceğe yönelik bakış açısı ile vizyon geliştiriyor.

Kurumsal sürdürülebilirlik işletmeler açısından neden önemli?

Günümüzde işletmelerin kısa vadeli finansal hedeflere odaklanan yapılar olması yerine, gelecek nesillerin de dünyanın doğal ve temiz kaynaklarından istifade edebilecek bir yaşam sürmeleri için onların haklarına saygılı olmaları daha da önemli hâle geldi. İşletmelerin finansal hedeflerinin yanında daha uzun vadeli çevresel ve sosyal stratejileri olmalı. Bireysel veya kurumsal bütün faaliyetler, doğanın dengesini ve kaynaklarını korumaya odaklanmalı. İşletmeler, sürdürülebilir bir büyüme anlayışıyla faaliyetlerini doğa ve çevre ile uyumlu

yürütmek için tüm süreçlerini gözden geçirerek önlemler almalı. Topluma, müşterilerine ve tüm paydaşlarına saygılı, yenilikçi işletmeler için kurumsal sürdürülebilirlik uzun vadeli hedeflerin başında geliyor.

Sürdürülebilirlik Departmanı’nı nasıl hayata geçirdiniz?

Şahinler Holding bünyesinde faaliyet gösteren firmalarımızda devam eden çevresel, sosyal ve ekonomik alanlarda yaptığımız sürdürülebilirlik yaklaşımlarımızı inovatif bir bakış açısı ile hazır giyim sektörü başta olmak üzere faaliyet gösterdiğimiz tüm sektörlerde hayata geçirmeyi hedefleyen projelerimizi üst yönetim olarak destekliyoruz. 2021 yılında, grup firmalarımızda sürdürülebilirlik koordinasyonunu sağlamak, firmalarımızdaki iyi uygulama örneklerini paylaşmak, Avrupa Birliği içinde özellikle 2019 yılındaki pandemi ile hızlı gelişen ve değişen regülasyonlara uyum sağlamak amacıyla Sürdürülebilirlik Departmanı’nı hayata geçirdik.



Şahinler Holding AŞ İcra Kurulu Üyesi, TİM Kadın Konseyi Başkan Yardımcısı
Jale Tunçel





GİRİŞİM EKOSİSTEMİ



Event Gates Türkiye Direktörü Funda Ergin

Yapay zekâ ve iş güvenliğinden fazlası: Event Gates

Event Gates, yapay zekâ ve iş güvenliği ürünleri ile 2022'de ihracat atağı için Almanya'yı hedefine aldı.



sorularımızı yanıtladı.

Event Gates'in hikâyesi nasıl başladı?

Event Gates'te yüz tanıma, geçiş kontrol sistemleri ve kamusal binaların güvenliğini sağlayacak yapay zekâ üretmek için çalışıyorduk. Ancak bir süre sonra geliştirdiğimiz makine öğrenme

algoritmalarını, video analiz ile entegre etmenin yollarını aradık. Endüstri, elimizdeki çözümleri uygulayabileceğimiz taleplerle geldi. Kapı kapıyı açtı, bir dizi tesadüf bizi 2019 sonbaharında Tofaş pres teknoloji ekibiyle bir araya getirdi. Daha önce yapılmamış bir çözüm geliştirdik. Vincin üzerine takılan kameralar sayesinde yük etrafında olabilecek insanları tespit ederek risk durumunda anında müdahale ediyoruz. Hatta vincin harekete geçmesini engelleyebiliyoruz. Bu çözümü Tofaş pres atölyesinin tüm vinçlerine kurduk. Bu sırada iş sağlığı ve güvenliği (İSG) odaklı yapay görme

ürünlerimiz arttı. İSG alanında ikisi ödüllü, dört özgün yapay görme ürünümüzle beraber çözümlerimiz sayesinde endüstriye fayda sağlıyoruz.

Ürün ve çözümlerinizden kısaca bahseder misiniz?

Event Gates, endüstri için yapay görme çözümleri üretiyor. Bu arada bizim için yapay görme, kamera görüntülerinin yapay zekâ ile yorumlanması anlamına geliyor. Ürünlerimiz ağırlıklı makinelerle entegre, canlı görüntülerden anlık çıkarım yapan ve kaza ya da hasar meydana gelmeden müdahale



girişim ekosistemi

eden çözümleri kapsıyor. İş güvenliği için geliştirdiğimiz dört ürünümüz var: Vinç Emniyet Sistemi (MESS İş Güvenliğinin Yıldızları yarışmasında Dijital İSG kategorisinde ödül aldı), Tandem Pres Emniyet Sistemi (Geniş tabanlı manuel presler için geliştirildi), Robot Hücre Emniyet Sistemi (Robotik hücreler için geliştirildi) ve Alan Emniyeti Ürünü (Kibar Holding şirketleri arasında gerçekleştirilen Mavi Damla yarışmasında Dijitalleşenler kategorisinde birinci oldu).

Son yaptığımız projenizi kısaca anlatır mısınız?

2020 yılını kapatırken iki projeyi devreye aldık. Biri otomotiv ana sanayi müşterimizin gövde atölyesinde kullanılmaya başlanan "Kişisel Koruyucu Donanım (KKD) Kontrol Projesi" oldu. Boya öncesi ham sac hâlindeki araba gövdesi çalışmalarında KKD ihlalleri takip ediliyor, sesli ışıklı uyarı veriliyor ve kayıt altına alınıyor. Devreye aldığımız ikinci proje ise Türkiye'nin en çok satan otomobillerinden birinin kelebek cam çitasında boya hatalarını kontrol ediyor. Öğrettiğimiz model sayesinde yapay zekâmız ilk kez boyalı parçalarda kalite hatalarını tespit etmeye başladı. Gelecek dönemde bu tarz boyalı ya da kaplamalı parçalarda, daha çok yüzey kontrolü çözümleri üretebiliriz. Bunların haricinde enerji sektöründe bir İSG projemiz daha oldu. Bir enerji dağıtım şirketi için sahadan toplanan görüntülerden, İSG prosedür ihlallerini ayıkladık. Sahadaki yüzlerce çalışandan, binlerce saatlik akan videolar izlenerek, tanımlı İSG prosedürlerinin doğru şekilde uygulandığı teyit ediliyor. Bu projenin ilginç taraflarından biri de projenin yapısı. Proje bir hızlandırma programının sonucu olarak ortaya çıktı, paydaşları arasında müşteri kuruluş, bizim dışımızda hızlandırıcının organizatörü ve bir teknoloji şirketi daha yer alıyor. Bu proje aynı zamanda T.C. Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu (EPDK) tarafından da destekleniyor.

2022 hedefleriniz arasında neler var?

Devam eden bir yatırım sürecimiz var. Bunu 2022 yılının ilk çeyreğinde tamamlamayı planlıyoruz. En önemli hedefimiz, çözümlerimizi Avrupa'daki şirketlere

ulaştırmak olacak. Plan dâhilinde, fuar katılımları ve Almanya'da tam zamanlı bir ekibin istihdamı da yer alıyor. Diğer taraftan yeni ürün geliştirme faaliyetlerimiz devam ediyor. Ana işi yapay zekâ olan bir şirketin, AR-GE yapmaması mümkün değil. Altyapıya yönelik AR-GE çalışmalarımızın yanı sıra yeni ürün ve mevcut ürünlerimizi geliştiren bazı projeler yürütüyoruz. Donanım kullanımımızı standardize edecek yeni bir kart, yapay görme ve anomali tespit algoritmalarını birlikte kullanarak, ekipman hasarına da yol açan imalat hatalarını tespit eden bir çözüm üzerinde çalışıyoruz.

TİM TEB Girişim Evi'nin desteklerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

2021 hedeflerimiz içinde Bursa Uludağ Üniversitesi'nin Teknopark'ı Ulutek bünyesinde bir ofis açmak vardı. TİM TEB Girişim Evi, Ulutek içinde bulunan ofisinde bize yer vererek Ulutek sürecimize büyük katkı sağladı. Ulutek başvuru sürecimiz olumlu sonuçlandı, ancak ofis alanı açılıncaya kadar TİM TEB Girişim Evi çalışma alanını kullanmaya devam edeceğiz. Aynı zamanda program bizi çok kıymetli danışmanlarla da bir araya getirdi. Alanında önemli yerlere gelen duayen isimlere, işimizi anlatma ve onlardan görüş alma imkânı elde ettik. Bu desteklerin karşılıksız, iş planımıza uygun ve ek yük getirmeden yürütülmesi bizim açımızdan çok kıymetliydi. Bulut kredileri ve sair servislerden hiç bahsetmiyorum bile, onlar zaten belli... TİM TEB Girişim Evi'nden daha birçok kıymetli katkı da gelmeye devam ediyor. TİM Ticaret Heyetleri'ne katılım da bunlardan biridir.

"2022'de Avrupa'da imalat sanayinin lideri Almanya'dan başlayarak yayılmayı planlıyoruz."





IFCO RÜZGÂRI ESECEK

Türk moda endüstrisinin amiral gemisi İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), sektörün bir hayalini daha gerçeğe dönüştürüyor. İHKİB, dünyanın en önemli moda merkezlerinden biri yapmayı planladığı İstanbul'da, ilk kez düzenleyeceği uluslararası organizasyonla Türk hazır giyim firmalarını dört kıtadan binlerce küresel alıcı ile buluşturacak. İstanbul Fashion Connection Hazır Giyim ve Moda Fuarı'nın (IFCO) tanıtım toplantısını, İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe ile İstanbul Ticaret Odası (İTO) Başkanı Şekib Avdağ'ın birlikte yaptı. İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe: "İstanbul Fashion Connection Hazır Giyim ve Moda Fuarı'nı 9-11 Şubat 2022 günleri arasında düzenleyeceğiz. Sektörün en büyük uluslararası hazır giyim fuarı için AB, Rusya, Orta Doğu ve Kuzey Afrika başta olmak üzere dünyanın dört bir yanından nitelikli alıcılar İstanbul'a gelecek." dedi. İTO Başkanı Şekib Avdağ ise Türkiye'nin bir marka hâline geldiğini belirtti. Avdağ: "Dünyayı giydiren Türkiye, üretimin olduğu kadar tasarımın da ülkesi oldu. İDTM'de gerçekleştirilecek fuar Türk moda markalarını, tasarımcılarını ve tedarikçilerini biri araya getiriyor. IFCO hem dijital hem de fiziki ortamda bir İHKİB markası olmanın ötesine geçerek, Türkiye markasına dönüşüyor." diye konuştu.



"KONVANSİYONEL TAŞIMACILIĞA DÖNÜYORUZ"

Akdeniz Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (AHBİB) Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Arslan, navlun fiyatlarındaki artışların ve boş konteyner bulamama krizinin kaygı verici boyutlara ulaştığını kaydetti. Başkan Arslan, sektörün bu alandaki sıkıntıları aşmak için gemi yüklemelerinde konvansiyonel metotlara dönüş yaptığını söyleyerek, "Drewery Dünya Konteyner İndeksi'ne göre gemi konteyner fiyatlarındaki yükseliş bir sene öncesine kıyasla yüzde 300'leri aşmış durumda. Geldiğimiz noktada firmalarımız gemi yüklemelerinde konteyner kullanmak yerine konvansiyonel metotlarla işlerini yürütmeye başladı. Sorunun çözümü için millî konteyner ve lojistik ağı



kurulması gerekli. Bu alanda özel sektör tek başına yetersiz kalıyor, devlet desteği şart." dedi.

DENİB AKADEMİ'DE EĞİTİMLER DEVAM EDİYOR

DENİB AKADEMİ, Profesyonel Hayatta Etkili İletişim ve Beden Dili Eğitimi'ni 2 Aralık günü pandemi kuralları tedbirleri kapsamında Denizli İhracatçıları Birliği'nde düzenledi. Dumlupınar Üniversitesi Öğretim Görevlisi Kudret Armağan tarafından sunulan eğitim programında iletişim temelli özellikleri, iletişim biçimleri, iletişimde kullanılan dilin önemi, iletişim sürecinin aşamaları konuları üzerinde duruldu. Aynı zamanda iş yerinde farklı iletişim biçimlerine



örnekler, iletişimin işlevleri, iş yerindeki iletişim engellerinin nasıl kaldırılacağı, iş yaşamında beden dili, kişisel imaj, vücut hareketlerinin anlattıkları gibi konu başlıkları üzerinde duruldu. Eğitim programı, yapılan bilgilendirmelerin ve paylaşımların ardından soru-cevap bölümüyle devam etti.

MARKAYI

başarıya götüren yol...

adres  patent

"Katma Değerli Hizmet Merkezi"

Fikren
zikren



@ / adrespatent

Adres Patent

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

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

ADRES PATENT ŞUBESİ
BEYOĞLU - İŞİLİ
0(212) 272 60 48
sis@adrespatent.com

ADRES PATENT ŞUBESİ
MERTEK
0(212) 890 55 50
merter@adrespatent.com

ADRES PATENT ŞUBESİ
İKİTELLİ
0(212) 549 43 70
ikitel@adrespatent.com

ADRES PATENT ŞUBESİ
ANADOLU
0(216) 386 26 88
anadolu@adrespatent.com

ADRES PATENT ŞUBESİ
GEBZE
0(530) 176 85 72
gebze@adrespatent.com

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

ADRES PATENT ŞUBESİ
İZMİR
0(232) 425 20 40
izm@adrespatent.com

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

ADRES PATENT ŞUBESİ
LONDRA
+44(0)1755 272 59 55
international@adrespatent.com

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

ADRES PATENT ŞUBESİ
MARMARA TEKNOKENT
0(262) 676 62 45
marmarateknokent@adrespatent.com

adres  patent

"Katma Değerli Hizmet Merkezi"

www.adrespatent.com.tr

!NOVATİM

YENİ DÖNEM ALIMLARI BAŞLADI SEN DE BAŞVUR

aramıza katıl

inovatim.org



1 Uluslararası Bilim ve İnovasyon Merkezi Ziyaretleri



2 Küp Uydularda Güneş



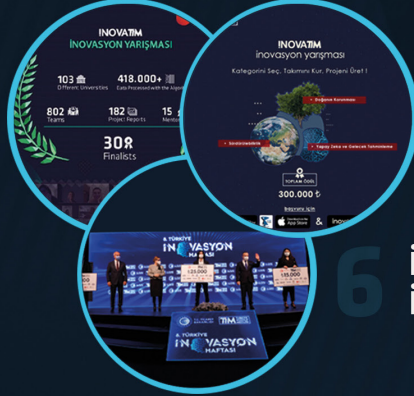
3 Liselerde Yapay Zeka ve İnovasyon Eğitimi



4 Uluslararası Yarışmalara Katılım



5 Bilimsel Çalışmalar ve Araştırmalar



6 İnovaTİM İnovasyon Yarışması



7 İnovasyon Atölyeleri

BAŞVURU İÇİN

inovatim.org



şirket haberleri

5. KEZ
ÜST ÜSTE
EN İYİSİ SEÇİLDİ

 **Garanti BBVA**
Factoring

Garanti BBVA Factoring'ten KOBİ'lere özel avantajlar

Garanti BBVA Factoring, farklı nedenlerle finansman olanaklarına erişimi kısıtlı olan KOBİ'lerin, finansman ihtiyaçlarını hızlı bir şekilde karşılayarak işletmelerini büyütmelerine katkı sağlıyor. KOBİ'lerin ağırlıklı yurt dışına yönelik vadeli mal ve hizmet satışlarından kaynaklanan ihracat alacaklarını garanti altına alan Garanti

BBVA Factoring, bir anlamda danışmanlık ve garanti hizmeti de sunuyor. Ayrıca kurumsal segmentteki firmalara mal ve hizmet tedarikine yönelik açık hesap şeklinde vadeli satış yapan

KOBİ işletmelerinin işletme sermayesi ihtiyacını karşılayarak, tedarikçi finansmanı sistemiyle operasyonel verimliliklerini

artırıyor. Garanti BBVA Factoring tüm süreçlerini dijital ortama taşıyarak müşterilerinin faktoring hizmetine ulaşmasını kolaylaştırırken işlem sürelerini de kısaltıyor. Garanti BBVA Factoring 90 ülkede yerleşik,

yaklaşık 400 üyesi bulunan Factors Chain International (FCI) tarafından her yıl düzenli olarak yapılan oylamada bu yıl da ve 5'inci kez "Dünyanın en iyi ihracat faktoring şirketi" seçildi.



Sertrans Logistics, e-ticaret deposuna yatırım yapıyor

2023 yılında Türkiye'nin en büyük e-ticaret lojistiği firması olmayı hedefleyen Sertrans Logistics, büyüme stratejisi kapsamında yatırımlarına devam ediyor. Pandemi döneminde 40 bin metrekarelik depo yatırımıyla mevcut platformunu büyüten Sertrans, Hadımköy Akpınar mevkiinde 30 bin metrekarelik bir e-ticaret deposu daha açtı. Sadece e-ticaret lojistiği operasyonuna özel olan yeni deponun faaliyete geçmesiyle birlikte Sertrans'ın toplam depolama kapasitesi yaklaşık yüzde 25 artarak 140 bin metrekareye ulaştı. Yeni yatırımla birlikte e-ticaret büyüme hedeflerine

ulaşma noktasında önemli bir adım attıklarını söyleyen Sertrans Logistics Yönetim Kurulu Başkanı Nilgün Keleş: "Mevcut kapasitemizle Türkiye'nin en büyük e-ticaret lojistik firmasıyız. 2023'te ülkemizin en büyük e-ticaret lojistiği firması olmayı hedefliyoruz. Geçen yıl Hadımköy tesisimizde 40 bin metrekarelik ek bir depo daha açtık. Akpınar'da yer alan 30 bin metrekarelik yeni depo yatırımımıza ayırdığımız kaynak ise 4,5 milyon euro civarında. Yaklaşık 2 milyon adet ürün stok kapasitesine sahip bir tesis olacak deponun açılışıyla birlikte yaklaşık bin 500 kişiye istihdam sağlayacağız." dedi.

140
BİN METREKARE
DEPOLAMA KAPASİTESİ

 **SERTRANS**
LOGISTICS



şirket haberleri

1,5
MİLYON TON
ÜRETİM KAPASİTESİ

TATMETAL

Tatmetal'den yeni yılda yeni hedefler

Yenilikçi teknolojilere yaptığı yatırımlar ve global vizyonuyla Türkiye'nin en büyük yassı çelik üreticilerinden biri olan Tatmetal, büyük bir gelişim sergilediği 2021 performansının ardından yeni yılda üretim artışı ve sürdürülebilirlik yatırımlarına odaklanıyor. 2021'de sergilediği başarılı performansla üretim kapasitesini 1,5 milyon tona çıkaran Tatmetal, yeni yılda üçüncü galvaniz yatırımı ve tesislerinde yenilenebilir enerji kullanımı için kollarını sıvadı.

Zonguldak Ereğli'de bulunan yaklaşık 200 bin metrekarelik üretim tesisinde, iki galvaniz hattına sahip olan Tatmetal,

üçüncü galvaniz hattı yatırımıyla ürün ve kapasite dönüşümünü yüzde 100 oranında sağlayacak. Bu sayede otomotiv, beyaz eşya, inşaat, enerji, ambalaj ve makine ekipman sektörlerinin endüstriyel ihtiyaçlarını daha güçlü bir şekilde karşılarken kazandığını sürekli büyüme ve gelişime yatırma misyonunu da yerine getirecek.

Tatmetal son üç yıl içinde bir galvaniz hattı, bir sürekli asitleme hattı, sonrasında tandem bağlayarak PLTCM hattı ve bunlara hizmet eden taşıma atölyesini Türkiye'nin ve dünyanın en modern teknolojileriyle üretim süreçlerine kazandırdı.

Yurtiçi Kargo 7/24 iade dönemini başlattı

Yurtiçi Kargo, e-ticaret kullanıcılarının kargo iade sürecini kolaylaştıran bir uygulamayı daha hayata geçirdi. Artık kullanıcılar haftanın her günü istedikleri saatte YK Plus 7/24 kargo dolaplarına giderek kargolarını iade edebilecekler. Her geçen yıl artan e-ticaret kullanımı karşısında yatırımlarını hızlandıran ve müşterilerine daha konforlu bir hizmet sunmak amacıyla birçok yeniliği hayata geçiren Yurtiçi Kargo, son olarak geçtiğimiz yıl devreye giren YK Plus 7/24 kargo dolapları uygulamasında yeni bir özelliği daha kullanıcıların hizmetine sundu. Buna göre e-ticaret kullanıcıları günün her saatinde 200'e yakın noktada yer alan YK Plus 7/24 kargo dolaplarını kullanarak birkaç dakika içinde gönderilerini kolaylıkla iade

edebilecekler. Yurtiçi Kargo iade kodu olan e-ticaret kullanıcılarının kargo dolaplarını kullanarak gönderilerini iade edebilmeleri için gönderilerini paketledikten sonra üzerine iade kodunu, ad ve soyad bilgisi ile cep telefonu numarasını gönderinin üzerine yazmaları yeterli olacak. Daha sonra kargo dolabı üzerinde yer alan ekranda "e-ticaret iadesi gönder" seçeneğini kullanarak ekrandaki yönergeleri izleyen kullanıcılar, açılan dolap bölümüne gönderilerini yerleştirebilecek. Yurtiçi Kargo'nun evde kargo bekleme dönemini sona erdirdiği YK Plus projesinde e-ticaret kullanıcıları sisteme entegre olan e-ticaret platformlarından alışveriş yaptıktan sonra farklı teslimat seçeneklerinden yararlanabiliyor.

7/24
KARGO İADE İMKÂNI

YK yurtiçikargo
Söz verdiğimiz gibi



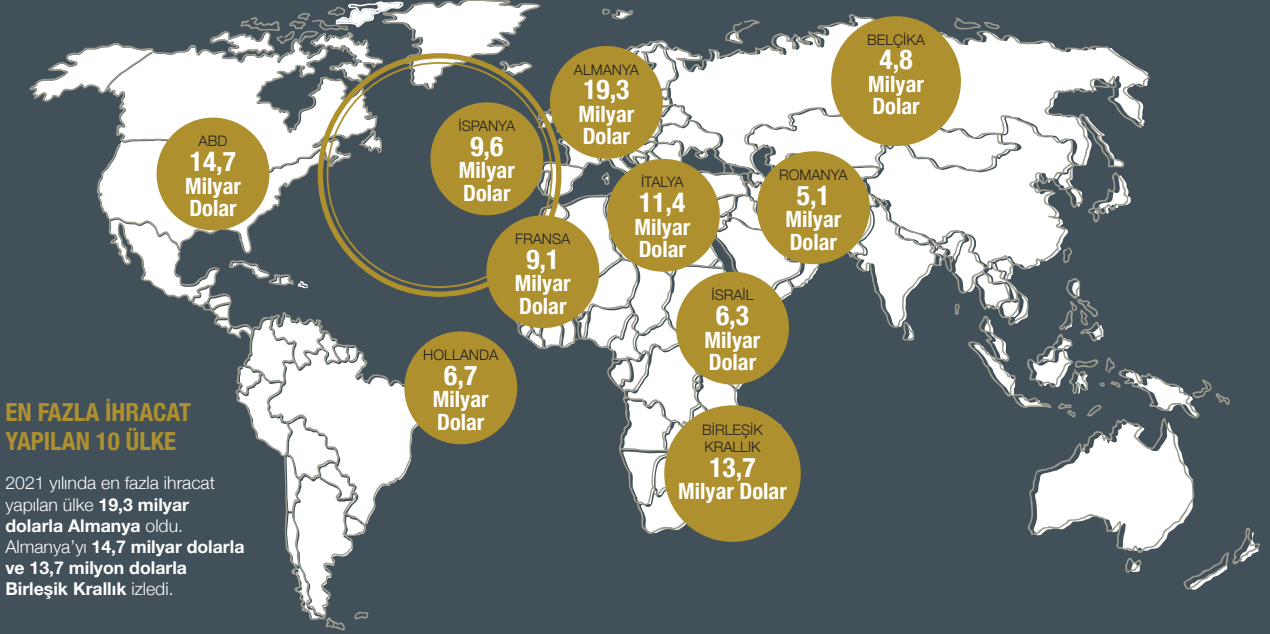
tablolar

2021 YILI İHRACATI
225,4 MİLYAR DOLARI
GEÇTİ.

2020 YILINA GÖRE
2021 İHRACATI YÜZDE
32,9 ARTTI.

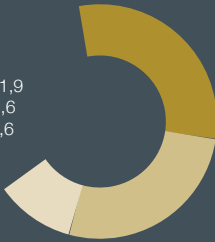
2021 YILINDA 26
SEKTÖR İHRACATINI
ARTIRDI.

101 BİN 38 FİRMA
2021'DE İHRACAT
GERÇEKLEŞTİRDİ.

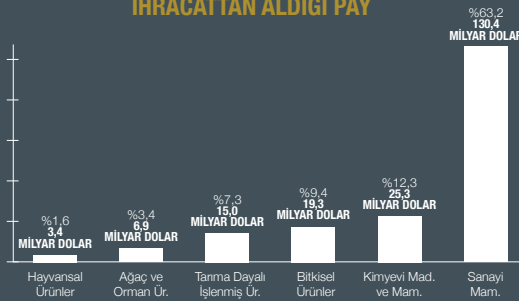


ANA ÜRETİM GRUPLARININ 2021 YILINDA İHRACATTAN ALDIĞI PAY

Sanayi %81,9
Tarım %15,6
Maden %2,6



ALT ÜRETİM GRUPLARININ 2021 YILINDA İHRACATTAN ALDIĞI PAY



2021 YILINDA İL BAZINDA EN DİKKAT ÇEKEN İHRACAT ARTIŞI



İLLERE GÖRE 2021 YILI İHRACAT DAĞILIMI

İSTANBUL
88,8
MİLYAR DOLAR

KOCAELİ
17,3
MİLYAR DOLAR

İZMİR
12,2
MİLYAR DOLAR

GAZİANTEP
10,0
MİLYAR DOLAR

ANKARA
9,3
MİLYAR DOLAR

MANİSA
5,2
MİLYAR DOLAR

DENİZLİ
4,5
MİLYAR DOLAR

HATAY
4,0
MİLYAR DOLAR

KONYA
2,9
MİLYAR DOLAR

KAYSERİ
2,8
MİLYAR DOLAR

1 OCAK-31 ARALIK 2021 İHRACAT RAKAMLARI (BİN \$)

SEKTÖRLER	1-31 ARALIK				1 OCAK-31 ARALIK			
	2020	2021	DEĞİŞİM (%)	PAY (%)	2020	2021	DEĞİŞİM (%)	PAY (%)
I. TARIM	2.593.523	3.221.018	24,2	15,6	24.343.663	29.737.575	22,2	14,4
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	1.764.553	2.098.782	18,9	10,1	16.329.877	19.343.588	18,5	9,4
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	765.121	952.702	24,5	4,6	7.291.851	9.156.524	25,6	4,4
Yaş Meyve ve Sebze	405.234	411.940	1,7	2,0	2.729.986	3.083.585	13,0	1,5
Meyve Sebze Mamulleri	150.889	184.882	22,5	0,9	1.682.477	2.028.361	20,6	1,0
Kuru Meyve ve Mamulleri	125.746	170.627	35,7	0,8	1.398.471	1.574.287	12,6	0,8
Fındık ve Mamulleri	174.398	248.574	42,5	1,2	1.939.566	2.260.698	16,6	1,1
Zeytin ve Zeytinyağı	30.133	39.583	31,4	0,2	271.127	309.497	14,2	0,1
Tütün	99.923	77.762	-22,2	0,4	910.291	783.002	-14,0	0,4
Süs Bitkileri ve Mamulleri	13.109	12.711	-3,0	0,1	106.108	147.634	39,1	0,1
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	255.890	407.649	59,3	2,0	2.449.812	3.400.154	38,8	1,6
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	255.890	407.649	59,3	2,0	2.449.812	3.400.154	38,8	1,6
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	573.080	714.586	24,7	3,5	5.563.974	6.993.833	25,7	3,4
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	573.080	714.586	24,7	3,5	5.563.974	6.993.833	25,7	3,4
II. SANAYİ	13.269.534	16.926.178	27,6	81,9	127.529.917	170.880.410	34,0	82,7
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	1.167.352	1.368.970	17,3	6,6	11.218.440	15.051.777	34,2	7,3
Tekstil ve Hammaddeleri	768.394	933.219	21,5	4,5	7.283.601	10.145.832	39,3	4,9
Deri ve Deri Mamulleri	109.800	152.535	38,9	0,7	1.331.635	1.726.462	29,6	0,8
Halı	289.158	283.216	-2,1	1,4	2.603.205	3.179.483	22,1	1,5
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAMULLERİ	1.799.124	2.484.044	38,1	12,0	18.256.005	25.348.548	38,9	12,3
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	1.799.124	2.484.044	38,1	12,0	18.256.005	25.348.548	38,9	12,3
C. SANAYİ MAMULLERİ	10.303.058	13.073.164	26,9	63,2	98.055.472	130.480.085	33,1	63,2
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1.651.689	1.809.627	9,6	8,8	17.118.037	20.250.438	18,3	9,8
Otomotiv Endüstrisi	2.797.534	2.963.769	5,9	14,3	25.544.947	29.342.795	14,9	14,2
Gemi, Yat ve Hizmetleri	188.151	171.222	-9,0	0,8	1.375.006	1.626.377	18,3	0,8
Elektrik ve Elektronik	1.218.440	1.324.998	8,7	6,4	11.047.749	14.176.022	28,3	6,9
Makine ve Aksamları	832.347	936.954	12,6	4,5	7.538.048	9.416.332	24,9	4,6
Demir ve Demir Dışı Metaller	819.267	1.227.940	49,9	5,9	8.252.223	12.357.450	49,7	6,0
Çelik	1.364.472	2.273.115	66,6	11,0	12.602.840	22.351.413	77,4	10,8
Çimento, Cam, Seramik ve Toprak Ürünleri	352.265	422.928	20,1	2,0	3.757.327	4.615.381	22,8	2,2
Mücevher	301.404	920.781	205,5	4,5	3.777.580	6.781.870	79,5	3,3
Savunma ve Havacılık Sanayii	279.389	433.009	55,0	2,1	2.278.695	3.224.786	41,5	1,6
İklimlendirme Sanayii	487.900	571.616	17,2	2,8	4.662.612	6.196.124	32,9	3,0
Diğer Sanayi Ürünleri	10.199	17.204	68,7	0,1	100.407	141.099	40,5	0,1
III. MADENCİLİK	478.794	532.300	11,2	2,6	4.269.794	5.930.165	38,9	2,9
A. MADENCİLİK ÜRÜNLERİ	478.794	532.300	11,2	2,6	4.269.794	5.930.165	38,9	2,9
Madencilik Ürünleri	478.794	532.300	11,2	2,6	4.269.794	5.930.165	38,9	2,9
TOPLAM	16.341.851	20.679.496	26,5	100,0	156.143.375	206.548.150	32,3	100,0
GENEL İHRACAT TOPLAMI	15.990.798	20.783.227	30,0	100,0	118.396.672	160.978.538	36,0	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



Hizmet İhracatçı Birliği Genel Sekreterliği
Dış Ticaret Kompleksi Çobançeşme Mevkii Sanayi Cad. A Blok
Yenibosna/İstanbul
Tel: 0 212 454 01 00 **Faks:** 0 212 454 01 01
E-Posta: info@hib.org.tr
Web Adresi: www.hib.org.tr
Gen. Sek.: Fatih Özer
Genel Sekreter Yrd.: Abdullah Keskin



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



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



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



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



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



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



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



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



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



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



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



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

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

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



Modern & Güçlü filosu ile,
Römorkörcülük ve Kilavuzluk Hizmetlerinde
45 yıllık Sanmar deneyimi



sanmar.com.tr

“Türkiye'nin Yıldızlar Topluluğu”



 **Konya Kağıt**

Sanayi ve Ticaret A.Ş.

“Medeniyetin hamuru”

www.konyakagit.com.tr

