

# TİMREPORT



TÜRKİYE'NİN İHRACATI

# 250

MİLYAR DOLARIN  
ÜZERİNDE OLACAK

## TÜRKİYE LOJİSTİK YATIRIMLARIYLA KÜRESEL TİCARETTE ROLÜNÜ GÜÇLENDİRİYOR

İHRACATÇI BİRLİKLERİN  
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ADIMLARI  
İHRACAT AİLESİ  
DÖNÜŞÜMÜ HIZLANDIRDI

DIŞ TİCARET FAZLASI  
VEREN TÜRKİYE  
İHRACAT NEFERLERİ  
GÖREV BAŞINDA

MOBİLYA, KÂĞIT VE  
ORMAN ÜRÜNLERİ  
İHRACAT YARIŞINDA  
LİG ATLADI

# LOJİSTİĞİN NAKİLNAT HALİ

Nakliyat Sektöründe Hizmet Almak  
İsteyenlerle Hizmet Verenlerin Buluşma Noktası



Çağrı Merkezi  
0850 220 9912

Whatsapp  
0850 220 9912

App Store'dan  
ALIN

Google Play  
DEN ALIN

nakilnat



AİT

OLDUĞUMUZ TOPRAKLAR İÇİN ÇALIŞIYORUZ.

KARA, HAVA, DENİZ YA DA INTERMODAL 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 NAİROBİ, İSTER SANTIAGO, İSTERSE ZAGREB

**GALATA**  
TAŞIMACILIK VE TİCARET A.Ş.

+90 850 755 0 458

galpi.com.tr

**Great  
Place  
To  
Work.**



# TİMREPORT

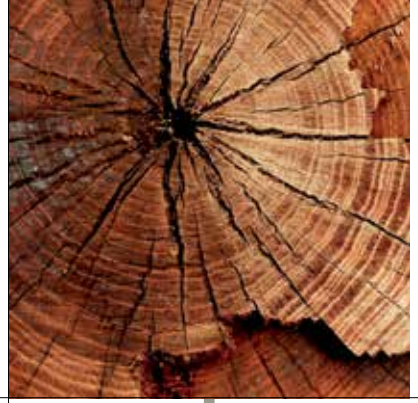
# İÇİNDEKİLER

Sayı: 207 - MAYIS 2022



## GENÇ TİM İLE YENİ BİR İHRACAT EKOSİSTEMİ OLUŞUYOR

Türkiye'nin ihracatına gençlik aşılayan Genç TİM, firmaların ekosistemine katkı sunuyor. **Syf. 26**



"180 ÜLKEDE  
ERİŞİLEBİLİR, FİJİTAL  
VE SÜRDÜRÜLEBİLİR  
BİR MODA MARKASI  
OLACAĞIZ"

DeFacto CEO'su İhsan Ateş...  
**Syf. 32**

MOBİLYA, KÂĞIT VE ORMAN  
ÜRÜNLERİ İHRACATTA  
LİG ATLADI

Mobilya ihracatında ilk çeyrek performansı, yıl sonu hedefi için umut verdi. **Syf. 28**



GEOMETRİNİN  
TASARIMDAKİ  
YANSIMASI

Özlem Erkan, ilham aldığı noktaları koleksiyonlarında özel dokunuşlarla buluşturuyor. **Syf. 38**





# Hayata Değer Katan Teknoloji



## Sürdürülebilirlik Vizyonumuz

Küresel pazarda yarattığımız değerler ile sürdürülebilir büyümesini koruyan, rekabet gücü ile tercih edilen, stratejik ortak olarak güven duyulan, çevreye ve insana duyarlı bir milli teknoloji firması olma vizyonuyla, çalışmalarımıza devam ediyoruz.

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



**aselsan**

# İÇİNDEKİLER



## ORTA KORİDOR, İHRACATÇILARIN REKABET GÜCÜNÜ ARTIRIR MI?

Rusya-Ukrayna ihtilafı, ticaretin rotalarını etkilerken, Doğu-Batı ticaretinin Orta Koridor'a kayması ve planlanan yeni rotalar... **Syf. 42**

## 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

## İHRACATÇI BİRLİKLERİN "SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ADIMLARI"

Avrupa Yeşil Mutabakatı normlarına üst düzey uyumu hedefleyen ihracat ailesi, dönüşümü hızlandırdı. **Syf. 52**



**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



## METVERSE RÜZGÂRI İÇİN GERİ SAYIM BAŞLADI

Damat Tween'in metaverse alanında yaratacağı moda akımı için geri sayım başladı. Ünlü marka, Türkiye'nin ilk metaverse mağazasını açmaya hazırlanıyor. **Syf. 74**





## İlk çeyreği önde kapattık

**İHRACAT AİLEMİZİN**, pandemi döneminde kazandığı güven ile süreç içinde küresel ticarete şampiyonlar liginde yükseldiğimizi sık sık belirtiyoruz. Ligin birinci yılının ilk çeyrek sonuçları açıklandı ve ilk çeyrekte oldukça yüksek bir performans sergiledik.

Aylık ihracatımız artık 20 milyar dolar bandına oturdu. Böylelikle ilk çeyrek ihracatımız, 60 milyar doları aştı ve yıl sonu için belirlediğimiz 250 milyar dolar hedefimizin 10 milyar dolar da ilerisindeyiz.

Hedeflerimiz doğrultusunda emin adımlarla yol almaya devam ediyoruz. Nihai hedefimiz ülkemizi, dış ticaret fazlası veren noktaya taşımak. Ticaret Bakanlığımızın ilk çeyrek dış ticaret verileri, ihracat tarafında doğru yolda olduğumuzu gösteriyor. Enerji ithalatını dışarıda tuttuğumuzda, Ocak-Mart döneminde ihracatın ithalatı karşılama oranı yüzde 4,5 artarak yüzde 95'e ulaştı.

Enerjiyi dışarıda tutma nedenim, o kalemde bildiğiniz gibi küresel düzeyde olağanüstü bir durum yaşanmasından kaynaklanıyor. Küresel emtia fiyatları yılın sadece ilk iki ayında, yüzde 42'ye yakın arttı. Petrol fiyatları iki ay içinde iki katına çıktı. Tüm bunlar maalesef dışa bağımlı olduğumuz enerji ithalatına da yansdı ve ilk çeyrekte enerji ithalatımız yüzde 188 artış yaşadı. Bir önceki yılın ilk çeyreğine göre gerçekleşen 25,7 milyar dolarlık ithalat artışının 16,3 milyar dolarlık kısmı enerji fiyatlarındaki artışlardan kaynaklanıyor. Tüm bunları anlatma nedenim, enerji maliyetlerinin ihracattaki başarılı performansımıza gölge düşürmesidir.

Mart ayı özelinde değerlendirdiğimizde, ihracatımız yüzde 20'ye yakın artışla 22,7 milyar dolara yükselirken, Mart ayında enerji dışındaki ithalatın 22,5 milyar dolar olduğunu görüyoruz. Enerjiyi saymazsak, ithal ettiğimizden daha fazlasını ihraç ettiğimizi söyleyebiliriz.

Enerji maalesef bizim kamburumuz, sadece bizim değil, Avrupa Birliği dâhil olmak üzere birçok ülkenin sıkıntı yaşadığı bir konu.

Bu doğrultuda yeşil dönüşümü, ülkelerin sadece birkaç kaynağa bağlı kalmaması ve sanayinin enerji tehdidi olmadan sürdürülebilirliği açısından çok değerli buluyorum.

Türkiye ihracat ile yükselmeye başladı. Enerjideki bağımlılığımızı azaltabilecek alternatif kaynaklarla dönüşümü başarabilmemiz halinde "Dış Ticaret Fazlası Veren Türkiye" hayalimize daha erken kavuşacağız.

Sektör firmalarımızın enerji konusunda yeni yatırımlar yaptığını biliyorum. Artık daha fazlasına ihtiyacımız var. Çünkü ihracat ailesi olarak ölçek ekonomisine geçtik. Büyük siparişler almaya başladık. Bunu, sürdürülebilir kılmanın tek yolu da yeni yatırımlardan ve daha fazla üretimden geçiyor. Bunu yaparken, enerjimizi de millileştirebilirsek, ihracatımıza çok büyük katma değer sağlayacağız. Küresel ticarete bir başarı hikayesi yazmaya devam edeceğimize inanıyorum.

*İsmail Güllü*  
TİM Başkanı

# Panorama



## İNOVATİM

- “Kod Yazmadan Web Sitesi Geliştirme Atölyesi” çevrim içi düzenlendi.
- “Sensörden Buluta IoT Atölyesi” çevrim içi gerçekleşti.
- Ekonomi ve İklim Zirvesi’nde bulunan İnovaTİM standını, TİM Başkanı İsmail Gülle ziyaret etti.
- İTÜ ROV, MATE ROV’da Türkiye birincisi olarak Amerika’daki yarışmaya katılma hakkı kazandı



## FUAR

- TİM Başkanı İsmail Gülle, AYMOD 66. Uluslararası Ayakkabı Moda Fuarı’nı ziyaret etti.



## ZİRVE

- TİM Başkanı İsmail Gülle, Ekonomi ve İklim Zirvesi’ne katıldı.

## nisan

## ETKİNLİK

- TİM Başkanı İsmail Gülle, ZETSİAD’ın iftar yemeğinde sektör temsilcileri ile buluştu.
- TİM Başkanı İsmail Gülle, “Yeni Dünya, Yeni Problemler ve Yeni Fırsatlar” konulu sahur programına katıldı.



## ÖDÜL TÖRENİ

- 2021 İKMİB İhracatın Yıldızları Ödül Töreni’nde başarılı ihracatçılar ödüllendirildi.
- AKAMİB İhracat Paneli ve Ödül Töreni’nde başarılı ihracatçılara ödülleri takdim edildi.
- TİM Başkanı İsmail Gülle, 16. EİB Moda Tasarım Yarışması’nın Final Defilesi ve Ödül Töreni’ne katıldı.
- İMİB Doğal Taş Sektörü İhracat Ödül Töreni kapsamında başarılı ihracatçılar ödüllendirildi.
- TİM Başkanı İsmail Gülle, İDDMİB İhracatın Metalik Yıldızları Ödül Töreni’ne katıldı.
- 15. Ulusal Halı Tasarım Yarışması ve Halı İhracatının Yıldızları Ödül Töreni gerçekleşti.







## ZİYARET

- 15 Temmuz Derneği, TİM Başkanı İsmail Gülle'yi ziyaret etti.
- MESİAD, TİM Başkanı İsmail Gülle'yi ziyaret etti.
- TİM Başkanı İsmail Gülle, Saruhan Holding Yönetimi ile bir araya geldi.
- TİM Başkanı İsmail Gülle, Anadolu Halısı Belgeseli Gala Gecesi'ne katıldı.
- TİM Başkanı İsmail Gülle, İhracatçı Birlik Başkanları ile T.C. Ticaret Bakanlığı Bakan Yardımcısı Özgür Volkan Açar'ı ziyaret etti.
- TİM Yönetim Kurulu ve Sektörler Konseyi Üyeleri, T.C. Tarım Bakanı Prof. Dr. Vahit Kirişçi'yi makamında ziyaret etti.



## TOPLANTI

- Tarım ve Hayvancılık Sektörlerinde Sürdürülebilirlik Eylem Planı kamuoyuyla paylaşıldı.
- IPA II Projesi Basın Toplantısı, TİM Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleşti.
- UN Global Compact Türkiye 10. Genel Kurul Toplantısı'na TİM Başkan Vekili Başaran Bayrak katıldı.
- Küresel İnovasyon Endeksi Eylem Planı Değerlendirme Toplantısı çevrim içi gerçekleştirildi.
- Kuzey Makedonya KOBİ İhracat Seferberliği Eğitim Programı gerçekleşti.

mayıs

## KAYSERİ (23 MART)

- Erciyes Anadolu Holding'in tekstil sektöründeki lider yatırımı Boyteks ziyaret edildi.
- Arkopa Ahşap Panel AŞ'nin tesisleri ziyaret edildi.
- Haşçelik Kablo San ve Tic AŞ ziyaret edildi.
- Kilim Mobilya AŞ ziyaret edildi.
- Hardware Eurasia Avrasya Hırdavat Fuarı'nın açılışı gerçekleşti.



## DENİZLİ (28 MART)

- TİM Denizli Meclisi programı düzenlendi.
- Çalışkan Tarım Ltd Şti ziyaret edildi.
- Seval Kablo AŞ ziyaret edildi.
- En çok ihracat gerçekleştiren Denizlili ihracatçılara ödülleri takdim edildi.



# KISA KISA

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

ABD'de Mart ayında tüketici fiyatları, yıllık bazda yüzde 8,5 artarak 41 yılın en yüksek artışını kaydetti. Ülkede tüketici fiyatları, Mart ayında bir önceki aya kıyasla yüzde 1,2 yükseldi. Böylelikle ABD'de 2005 yılı Eylül ayından bu yana en yüksek artış yaşandı. Mart ayında benzin fiyatları ise yüzde 18,3 yükseldi.



Çin İmalat Satın Alma Yöneticileri Endeksi (PMI) bir önceki aya göre 0,7 puan düşüşle yüzde 49,5 oldu. Endeksin 50 eşliğinin altında kalması, imalat sanayisinin genel gidişatının bir miktar düştüğünü yansıttı. Hizmet Sektörü Satın Alma Yöneticileri Endeksi de benzer şekilde bir önceki aya göre 3,2 puan düşüşle Mart'ta yüzde 48,4 değerine geriledi.

Avrupa İstatistik Ofisi verilerine göre Şubat ayında yüzde 5,9 olan yıllık enflasyon, Mart ayında yüzde 7,5'e yükseldi. Rusya-Ukrayna savaşında Euro Bölgesi'nin lüks malların satışını engelleme yönündeki yaptırımları, bölgede enflasyon artırıcı yansımalara neden oldu.



Küresel ısınma nedeniyle artan doğal afet olayları, dünyada çok büyük hasarlara yol açmakla birlikte en fazla hasar, tarım ve hayvancılık sektöründe meydana geldi. Açıklanan raporlara göre 2021 yılında iklim krizi kaynaklı doğal afetlerin oluşturduğu hasar 280 milyar doları geçti.



İstanbul Sanayi Odası (İSO) Türkiye İmalat Satın Alma Yöneticileri Endeksi (PMI), son 10 ayda ilk kez eşik değer olan 50,0'ın altına gerileyerek 49,4 değerini aldı. İstihdam artışı da yavaşlayarak 22 aydır süregelen genişleme döneminin en düşük oranında kaydedildi.

Çinli otomobil üreticisi BYD, benzin ve motorinle çalışan geleneksel otomobillerin üretimine geçen aydan itibaren son verdiğini duyurdu. Şirket, yaptığı açıklamada, gelecekte yalnızca "Yeni Enerji Aracı" (NEV) olarak adlandırılan şarj edilebilir pilli, hibrit ve yakıt hücreli elektrikli araçlar üreteceğini bildirdi.



AB'de çanlar enerji krizi için çalıyor. Rusya'nın Avrupa'ya gazı Ruble ile satma tehdidiyle birlikte AB, ilk defa Rus gazının gerçekten kesilebileceği ihtimaliyle yüzleşti. Değerlendirmede bulunan uzmanlar, AB'nin Rus gazından kısa vadede tamamen vazgeçemeyeceğini belirtirken Amerikan gazının, AB'nin Rusya'dan aldığına sadece üçte birini karşılayabileceğine dikkat çekti.



# Albaraka'yla Dünyanın Ticaretini Yapın



4 4 4 5 6 6 6

0850 222 5 666

albaraka.com.tr

**alBaraka**   
değerlerinize değer katıyoruz



# Mart ayı ihracatında çifte rekor

İhracat ailesi, tarihinin en yüksek ilk çeyrek performansına ve en yüksek aylık ihracat rakamına ulaştı.

## TÜRKİYE İHRACATÇILAR

**MECLİSİ (TİM)**, T.C. Ticaret Bakanı Mehmet Muş'un katılımıyla 2022 yılı Mart ayı ihracat rakamlarını, Ankara'da düzenlenen toplantı ile kamuoyuna açıkladı. Türkiye'nin Mart ayı ihracatı, geçen yılın aynı ayına göre yüzde 19,8 arttı. Türkiye'nin ekonomi ve ticaret diplomasisinin saha neferleri, Mart ayında 22,7 milyar dolar seviyesinde ihracata imza atarak tarihî bir başarı gösterdi. Çifte rekor kıran ihracat ailesi, Cumhuriyet tarihinin en yüksek ilk çeyrek performansına ve en yüksek aylık ihracat rakamına ulaştı. Yılın ilk çeyreğinde, son

derece başarılı bir performans gösterildiğini ifade eden TİM Başkanı İsmail Güllü: "2022 yılı 250 milyar dolar hedefine ulaşmak için ihracatımızı geçen yıla göre her ay, 2,1 milyar dolar artırmamız gerekiyor. Son rakamların neticesinde, 250 milyar dolara giden yolda ilk çeyrekte, 10 milyar dolar artıdayız. Mevcut ivmenin yükselişe devam etmesi, son derece önemli. Tüm hedeflerimize büyük bir azim ve inançla yürüyoruz." dedi.

## İHRACATTA ÇİFTE REKOR

Dünyada ihracat beklentilerinin düştüğü, belirsizliklerin ve

risklerin arttığı bir dönemde, Türkiye'nin pozitif ayrıştığını ve ihracat rekorunu kırdığını vurgulayan TİM Başkanı İsmail Güllü: "Bu büyük başarıda emeği geçen ihracat ailemizin her bir üyesini ve başkanlarımızı tebrik ediyorum. Yılın ilk çeyreğinde, toplam ihracatımız 60 milyar doları aştı. Mevcut projeksiyonda bu rakamlar, hedeflerimize giden yolda son derece önemli." ifadelerini kullandı.

## KİMYA, HER İKİ ALANDA LİDER

Mart ayında 20 sektörün ihracatını artırdığını açıklayan TİM Başkanı İsmail Güllü: "Mart ayında, 3 milyar dolara yakın



ihracat gerçekleştiren kimya sektörü ilk sırada yer aldı. 2,7 milyar dolara ulaşan otomotiv sektörü ikinci, 2,3 milyar dolar ile çelik sektörü ise üçüncü oldu.” dedi. Sektörel anlamda en dikkat çekici artışların kimya, çelik, demir ve demir dışı metaller sektörlerinde yaşandığını söyleyen Gülle: “Bahsi geçen sektörler, ihracatını geçen yıla göre neredeyse yüzde 50 artırdı. Tam dokuz sektör, Mart ayında ihracat rekoru kırdı.” dedi.

### 33 ÜLKEDE İHRACAT REKORU

İhracat ailesinin, Türk bayrağını 218 ülke ve bölgede dalgalandırdığını ve 159 ülkeye ihracatı artırdığını belirten TİM Başkanı İsmail Gülle: “Türk ihracatçılarının en çok ihracat gerçekleştirdiği ilk üç ülke arasında 1,9 milyar dolarla Almanya, 1,6 milyar dolarla ABD ve 1,3 milyar dolarla İtalya var.” dedi. ABD, İsrail ve Almanya’nın da dâhil olduğu tam 33 ülkeye ihracatta rekor kırıldığını kaydeden TİM Başkanı İsmail Gülle: “Ayrıca Mart ayında, İspanya ve İsrail’de yoğun katılımı ticaret heyetleri gerçekleştirdik. Alıcıların, Türk firmalarımıza çok yoğun bir teveccühü oldu. Bu heyetlerde



İsmail Gülle: “Mart ayında, 3 milyar dolara yakın ihracat gerçekleştiren kimya sektörü ilk sırada yer aldı. 2,7 milyar dolara ulaşan otomotiv sektörü ikinci, 2,3 milyar dolar ile çelik sektörü ise üçüncü oldu.”

sadece spesifik bir ya da iki sektörde değil, tüm sektörlerde ülkemize ciddi bir talep ve ilgi olduğunu gördük. Mart ayında İspanya’ya ihracatımız yüzde 24, İsrail’e ise yüzde 40 artış yaşadı.” dedi.

### 18 MART ÇANAKKALE KÖPRÜSÜ, ÖNEMLİ BİR AVANTAJ

Türkiye’nin en büyük ticari pazarı Avrupa Birliği’ne ihracatın yüzde 27 artışla 10 milyar dolara ulaştığını söyleyen TİM Başkanı İsmail

Gülle, AB’nin ihracattaki payının yüzde 44 olduğunu vurguladı. TİM Başkanı İsmail Gülle konuşmasını şöyle sürdürdü: “AB haricindeki diğer Avrupa ülkelerini de dâhil ettiğimizde, Avrupa kıtasının payı, Mart ayında yüzde 54 oldu. Ayrıca Avrupa Birliği’ne ihracatta, 18 Mart Çanakkale Köprüsü’nün fiilen hayata geçmesi önemli bir avantaj sağlayacak. Türkiye’nin Ege ve Akdeniz’deki ihracat hamlesinde, Avrupa’ya

### İHRACAT BİRİM FİYATI ARTIYOR

Mart ayında bin 986 firma, ihracat ailesine katıldı. Yeni firmalar, Mart ayında 105,7 milyon dolarlık ihracata imza attı. Bu ay ihracat yapan toplam firma sayısı 47 bin 981 oldu. Bununla birlikte, ihracat birim fiyatı da pozitif bir ivme yakaladı. Birim ihracat değeri, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 13 artışla 1,45 dolara yükseldi.



T.C. Ticaret Bakanı Mehmet Muş ve Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle, ihracatla kalkınan Türkiye ekonomisine ve sektörlerine üstün hizmetler sunan TİM Sektörler Konseyi Üyeleri'ne, TİM Denetim Kurulu Üyeleri'ne, İhracatçı Birlik Başkanları'na ve Sektör Kurulu Başkanları'na plaket takdim etti.

ulaşım konusunda atılan tarihî bir adım oldu. 18 Mart Çanakkale Köprüsü ile beraber lojistik yetkinliğimiz daha da artacak ve Avrupa'ya ihracatta önemli bir avantaj kazanacağız. İhracatımızın önünü açan bu önemli eser için Cumhurbaşkanına ve tüm hükümetimize şükranlarımızı sunuyoruz.”

TİM Başkanı İsmail Gülle, Avrupa harici diğer ülke gruplarında ise Yakın ve Orta Doğu ülkelerine 4 milyar dolar, Afrika kıtasının tamamına 2,3 milyar dolar, Kuzey Amerika'ya 1,8 milyar dolar ve Uzak Doğu ülkelerine 1,6 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdiği bilgisini verdi.

## 61 İL İHRACATINI ARTIRDI

TİM Başkanı İsmail Gülle, Mart ayında 61 ilin ihracatını artırdığını söyledi. En çok ihracat gerçekleştiren ilk üç ilin sırasıyla 9 milyar dolarla İstanbul, 1,9 milyar dolarla Kocaeli ve 1,3 milyar dolarla Bursa olduğunu ifade etti. Bu şehirlerin haricinde, ihracat artışıyla dikkat çeken diğer illeri ise İzmir (255 milyon dolar), Ankara (241 milyon dolar) ve Denizli (150 milyon dolar) şeklinde sıraladı. TİM Başkanı İsmail Gülle, Türk lirası ile açılan beyannamelere göre 163 ülkeye toplam 9,8 milyar TL tutarında Türk lirası ile ihracat gerçekleştirildiğini ve Türk lirası ile ihracatın yüzde 72 arttığını bilgisini verdi.

## MART AYININ “EN”LERİ

- Bin 986 firma, ilk kez ihracat yaptı.
- 20 sektör, ihracatını artırdı.
- 33 ülkede, ihracat rekoru kırdı.
- 61 il, ihracatını artırdı.
- Türk lirası ile ihracat, yüzde 72 arttı.



# TÜRKİYE'NİN



## EN HIZLI BÜYÜYEN 10. ŞİRKETİ



Türkiye'nin sonsuz enerjisi

### TOBB TÜRKİYE 100'DE

En Hızlı Büyüyen 10. Şirket  
Olmanın Gururunu Yaşıyoruz.

Adana'dan  
Tüm Türkiye'ye  
Yayılan Enerjimizle  
Büyümeye Devam  
Ediyoruz.



[goktekinenerji.com](http://goktekinenerji.com)

TOBB



## İhracat ailesi, Denizli’de bir araya geldi

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), TİM Denizli Meclisi Toplantısı’nda bölge ihracatçıları ile bir araya geldi.

### TÜRKİYE İHRACATÇILAR

**MECLİSİ** (TİM) Başkanı İsmail Gülle ve DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu’nun ev sahipliğinde düzenlenen TİM Denizli Meclisi ve DENİB İhracatın Yıldızları Ödül Töreni programı, 28 Mart’ta gerçekleşti. Denizli Valisi Ali Fuat Atik, Denizli Büyükşehir Belediye Başkanı Osman Zolan, TİM Marka Konseyi Başkan Yardımcısı Süleyman Orakçioğlu, TİM Kadın Konseyi Üyesi Mukaddes Başkaya, Genç TİM Başkan Yardımcısı Okan Oğuz, KOSGEB Başkan Yardımcısı Dr. Recep Kılınç, İGE AŞ Genel Müdürü Kasım Akdeniz ile Türk Eximbank Ege Bölge Müdürü Gülom Timurhan toplantıya katıldı. Bölge ekonomisinin dinamiklerini değerlendirmek ve ihracattaki payını artırmak amacıyla düzenlenen toplantıda, bölge ihracatçıları ile istişarelerde bulunuldu. Toplantının ardından ihracatta başarılı olan firmalara, ödülleri takdim edildi.

### DENİZLİ’NİN İHRACATI, 11 KAT ARTTI

Denizli’nin, Türkiye’nin gelişimini çok iyi okuduğunu ve ihracatı işin merkezine aldığı belirten TİM Başkanı İsmail Gülle konuşmasında bölgenin artan ihracat potansiyelini değerlendirdi. TİM Başkanı İsmail Gülle: “Son 20 yılda, şehrimizin ihracatı 11 kat arttı. Dört sene içinde geldiğimiz



İsmail Gülle: “Son 20 yılda, şehrimizin ihracatı 11 kat arttı. Dört sene içinde geldiğimiz noktada, ihracatımız 225 milyar dolara yükseldi. İhracatçı sayımız, 100 bini geçti. İhracat yükümüz, 174 milyon tona ulaştı. Denizli’nin ihracatı ise yüzde 50 artarak 4,5 milyar doları aştı.

noktada, ihracatımız 225 milyar dolara yükseldi. İhracatçı sayımız, 100 bini geçti. İhracat yükümüz, 174 milyon tona ulaştı. Denizli’nin ihracatı ise yüzde 50 artarak 4,5 milyar doları aştı. Denizli’de ihracatçı sayımız, bin 500’e çıktı. Denizli bu rakamlarla birlikte en çok ihracat gerçekleştiren dokuzuncu ilimiz oldu.” dedi.

### “POTANSİYEL ARTIYOR”

İhracat ailesine yeni neferler kazandırmak adına, 2020 yılında programlarını Denizli’ye taşıdıklarını kaydeden TİM Başkanı İsmail Gülle: “Denizli’den 276 firmamız, bu yıl ilk kez ihracat gerçekleştirdi. Denizlili ihracatçılarımız, inovasyon projelerimizde de önemli başarılarımıza imza atıyor. Türkiye’nin ilk inovasyon geliştirme programı İnovalİG



2020’ye Denizli’den 47 firmamız katıldı. Bu firmalardan beşi derece elde etti. Bugüne kadar 600’e yakın öğrenci Wake Up ve Lets Up programlarından mezun oldu. 138 girişimciye destek verildi. Türkiye İhracatçılar Meclisi ve İhracatçı Birlikleri olarak bu değişimin içindeyiz. Çünkü ihracatımızdaki yükselişle beraber küresel ticarete artık yeni bir ligdeyiz. Yeni dönemde hem stratejimizi hem ihracata bakış açımızı niceliğin yanında niteliği de artıracak bir anlayışla oluşturuyoruz. İhracatta sürdürülebilir bir sistematik kurarak gelecek nesillere daha iyi yarımlar bırakacağız.” dedi.



# HURSAN

## LOJİSTİK

**DEPOLAMADA STANDARTLARI  
BİRAZ YÜKSELTMİŞ OLABİLİRİZ...**

Ambarlı Liman Tesisleri, Marmara Mah. Liman Cad. No: 40/1 Yakuplu - Beylikdüzü - İstanbul / Türkiye  
Telefon: +90 212 876 62 00 Faks: +90 212 876 53 93 E-Posta: info@hursanlojistik.com.tr

**HURSAN**  
LOJİSTİK



## Hedef, iklim dostu bir ihracat

Birleşik Krallık Türkiye Büyükelçisi Sir Dominick Chilcott, TİM İklim Sohbetleri'nin konuğu oldu.

### TÜRKİYE İHRACATÇILAR

**MECLİSİ (TİM)**, İstanbul Topkapı Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Emre Alkin'in moderatörlüğünde gerçekleşen ve Birleşik Krallık Türkiye Büyükelçisi Sir Dominick Chilcott'un konuk olduğu "TİM İklim Sohbetleri" programının ikincisini düzenledi. Dijital platformlar üzerinden gerçekleşen programda 15 bin kişiye erişildi. Büyükelçi Chilcott: "Net sifıra giden yolda, Türkiye gibi güçlü uluslararası ortaklarla birlikte çalışarak iklim değişikliğiyle mücadele etmeye kararlıyız." diye konuştu.

### 15 BİN KİŞİYE ERİŞİLDİ

TİM İklim Sohbetleri'nin ilki 14 Temmuz 2021 tarihinde AB Türkiye Delegasyonu Başkanı, Büyükelçi Nikolaus Meyer-Landrut'un katılımıyla düzenlendi. TİM İklim Sohbetleri'nin ikincisi ise Birleşik Krallık Türkiye Büyükelçisi Sir Dominick Chilcott'un teşrifleriyle gerçekleşti. Çevrim içi düzenlenen toplantıya TİM İklim Komitesi, TİM Kadın Konseyi, TİM Sanayiye Sürdürülebilirlik Bilim Komitesi Üyeleri ile KOBİ'ler, STK'lar ihracatçılar, girişimciler başta olmak üzere ekosistemin ilgili tüm paydaşları katıldı. Program boyunca tüm dijital platformlar üzerinden 15 bin kişiye erişim sağlandı.



### "ÖNEMLİ BİR AŞAMA KATEDECEĞİZ"

TİM İklim Sohbetleri programının açılış konuşmasını, TİM Başkanı İsmail Gülle gerçekleştirdi. Konuşmasında, Türkiye'nin 2021 yılında imza attığı 225 milyar dolarlık ihracattaki yüzde 41'lik dilimin, 27 Avrupa Birliği ülkesine yönelik olduğuna dikkat çekti. Sektörlerin 2021 yılında AB pazarına ihracatının, toplam ihracata oranının yüzde 11 ile yüzde 74 arasında değişiklik gösterdiğini belirten TİM Başkanı İsmail Gülle: "TİM olarak geçmişten emanet aldığımız ve geleceğe miras bırakacağımız sürdürülebilir bir dünya adına başlattığımız seferberlikten büyük bir heyecan duyuyoruz. Eylem Planımızdaki 12 hedefi sırayla gerçekleştirerek Türkiye'yi sürdürülebilirlik alanında marka ülke hâline getirecek ve Türkiye ile Birleşik Krallık arasındaki ticarete önemli bir aşama

katedeceğiz. Sektörlerin 2021 yılında AB pazarına ihracatının, toplam ihracata oranının ortalaması yüzde 40 civarında. Yeşil Mutabakat ve benzeri yasal düzenlemeleri gündemine alan Birleşik Krallık ve ABD'yi de katınca bu oran yüzde 54'ü buluyor. Bu önemli hacimdeki ticaret, doğru adımlar atılmazsa yüklü bir karbon vergisi anlamına gelebilir." dedi.

### SORULAR YANITLANDI

Birleşik Krallık Türkiye Büyükelçisi Sir Dominick Chilcott ise Birleşik Krallık'ın iklim değişikliği politikası, ikili ticaretin önemi, boyutu, geçmiş ve geleceği ile yenilenebilir enerji alanında iş birlikleri üzerinde önemli değerlendirmelerde bulundu. Sir Dominick Chilcott: "Türkiye, son on yılda yenilenebilir elektrik üretimini neredeyse üç katına çıkararak yenilenebilir enerjide etkileyici bir büyüme gösterdi." dedi.



# LOJİSTİĞİN DİJİTAL ADRESİ



Lojistik Operasyonunuzu  
**DİJİTALE TAŞIYIN!**

Dünyanın herhangi bir noktasına göndermek istediğiniz **denizyolu komple yük, parsiyel, hava kargo, demiryolu** ve **e-ticaret** yükleriniz için Shipeedy.com'a üye olabilir, zahmetsizce hemen **teklif alabilirsiniz.**

**ARKAS**LOJİSTİK

"lojistiğin ARKAS'ındaki güç..."

## Hedef: Kuzey Makedonya

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), “KOBİ İhracat Seferberliği Kuzey Makedonya” eğitim programını İstanbul Dış Ticaret Kompleksi’nde gerçekleştirdi.

**TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ’NİN** (TİM), KOBİ’lerin ihracata özendirilmesi, ihracat destekleri, risk analizi, finansman ve proje hazırlamayı teşvik etmek amacıyla sürdürdüğü KOBİ İhracat Seferberliği eğitim programlarına devam ediyor. Son üç yılda, bir tanesi Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’ne yönelik olmak üzere fiziki ve çevrim içi toplam 18 KOBİ İhracat Seferberliği Eğitimi düzenleyen TİM, Önder İş Dünyası Sanayici ve İş Adamları Derneği (ÖNSİAD) üyeleri özelinde “KOBİ İhracat Seferberliği Kuzey Makedonya” eğitim programını 11 Nisan’da İstanbul Dış Ticaret Kompleksi’nde gerçekleştirdi. TİM Başkanı İsmail Güllü’nin ev sahipliğinde fiziki olarak düzenlenen KOBİ İhracat Seferberliği Kuzey Makedonya eğitim programının açılışına Kuzey Makedonya Ticaret Başmüşaviri Oğuzhan Berber ve ÖNSİAD Başkanı Hayri Yorulmaz katıldı.

### “İHRACATIMIZ, 1 MİLYAR DOLARI AŞMALI”

Programın açılış konuşmasını gerçekleştiren TİM Başkanı İsmail Güllü: “Kuzey Makedonya’ya ihracatımız, son derece başarılı bir seyir sürüyor. Geçen yıl toplam 4 bin 800 firmamız, Kuzey Makedonya’ya ihracat yaptı. Bu



ülkeye ihracatımız, bir önceki yıla göre yüzde 37 artarak 570 milyon dolar oldu. Kuzey Makedonya’ya ihracatımızı, süratle 1 milyar doların üzerine taşımalıyız. Mevcut konjonktür ve göstergeler, bu rakama ulaşmak için son derece uygun. Gerçekleştireceğimiz eğitim programıyla beraber ihracatçılarımızın bölgeye ilgisinin daha da artacağına yürekten inanıyorum.” dedi.

### “ELİMİZİ KUVVETLENDİREN FAKTÖRLER VAR”

Kuzey Makedonya’nın gelişen ve markalaşmaya açık bir pazar olduğunu, son beş yılda ithalatını neredeyse iki katına çıkardığını belirten TİM Başkanı İsmail Güllü: “Kuzey Makedonya pandemi yılında dahi ithalat seviyesinde istikrarını korudu. 2021 yılında 11,4 dolar rekor ithalata imza attı. Ayrıca Kuzey Makedonya, 2021 Ekonomik Özgürlük Sıralaması Endeksi’nde 46’ncı sırada yer alarak Vergi Yükü ve İş Özgürlüğü

başlıklarında en iyi performansı gösterdi. Burada kültürümüze aşina bir toplumun olması, iş yapma kolaylığı açısından da elimizi kuvvetlendiren bir faktör.” diye konuştu.

### BİLGİ VE DENEYİM AKTARIMI

Program kapsamında, TİM ve İhracatçı Birlikleri hakkında Türkiye-Makedonya Karşılıklı Dış Ticaret Analizi Raporu, İhracat İşlem ve Süreçleri ile İhracata Dönük Devlet Yardımları, İhracat Odaklı KOSGEB Destek Programları, KOSGEB Proje Hazırlama Kılavuz Eğitimi, İhracat Kredi Garanti Fonu, İhracatın Finansmanında Türk Eximbank Kredileri ve Alacak Sigortası konularında kurumların uzman eğitimcileri tarafından paylaşımlarda bulunuldu. Programın sonunda ise Kuzey Makedonya Pazarı Deneyim Paylaşımı ile Kuzey Makedonya’ya ihracat gerçekleştirmek veya ihracatını artırmak isteyen katılımcılara bilgi ve deneyim aktarımı gerçekleştirildi.



Est. 2003

**BUZMAVI**  
Because Motion is Inspiration

**BMI**  
BUZMAVI INTERNATIONAL

# BUZMAVI İLE TANIŞIN!

ISTANBUL-MERSİN-SHANGHAI

NINGBO-SHENZHEN-LONDON-NEW JERSEY



**DENİZ YOLU  
TAŞIMACILIĞI**

FCL (Full) İthalat ve İhracat Yükleme  
LCL (Parsiyel) İthalat ve İhracat Yükleme  
Kapıdan Kapıya Servis  
Üçüncü Ülke Yükleme  
Proje Taşımacılığı (Taşmalı ve Break Bulk)  
Antrepo ve Depolama Hizmetleri  
Gümrükleme Hizmetleri



**HAVA YOLU  
TAŞIMACILIĞI**

İthalat ve İhracat Yükleme  
Soğuk Zincir Gerektiren Yükleme  
Kapıdan Kapıya Servis  
Proje Taşımacılığı  
Gümrükleme Hizmetleri

Rezervasyon için:



+90 216 658 74 66



www.buzmavi.com



buzmavi@buzmavi.com

@buzmavilogistics



# Türkiye'nin ihracatı, Türkiye'nin lojistiği: Türkiye Lojistik Portalı

Ücretsiz kaydolarak yük ilanı verebilir ve ilanlara erişebilirsiniz.

**TÜRKİYE LOJİSTİK PORTALI (TLP)** ile üyelerin ihracat, ithalat, transit ticaret ve yurt içi tüm yükleri, Türkiye'nin lojistik sektörüne emanet. TLP kara, hava, deniz ve demir yollarında en uygun yükü, en uygun sürede, en uygun araçla ve en uygun maliyetle taşımaya sağlamak ve bu çerçevede küresel lojistik sorununa ulusal bir çözüm getirmek amacını taşıyor. Söz konusu platform, ihracatçı firmalar ve yük taşıyıcı firmalar arasında veri iletişim bağlantısını kurmayı hedefleyen teknoloji merkezli bir portal olarak hizmet sunuyor. Ücretsiz kaydolmak, yük ilanı vermek ve ilanlara erişmek için <https://turkiyelojistikportali.com> uzantılı bağlantıya giriş yaparak kayıt olabilirsiniz.

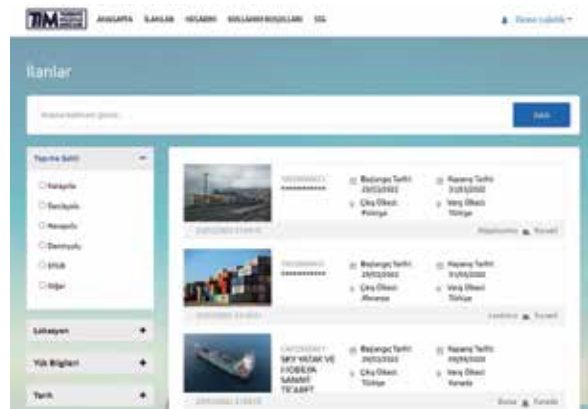
**İhracatçı Firma:** Herhangi bir ihracatçı birliğine üye olmanız ve tarafınıza iletilen TLP Katılım Formu'nu düzenleyip sisteme yüklemeniz yeterli olacak.

**Lojistikçi Firma:** Taşımacılık hizmetleri sağladığımızı dair Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı onaylı Uluslararası Taşımacılık Yetki Belge'nizi ve tarafınıza iletilen TLP Katılım Formu'nu düzenleyip sisteme yüklemeniz yeterli olacak.

## İLAN VERMEK VE İLANLARA TALEPTE BULUNMAK

Üye firmalar, portala giriş yaptıktan sonra "yük ilanı ver" bölümünden ihracatın yanı sıra ithalat, transit ticaret ve yurt içi yüklerine ait bilgileri sisteme girerek bir yük ilanı oluşturuyor. Yüklerine ait gönderim tarihi, ağırlık, ebat, tercih edilen gönderim türü, varış noktası bilgileri gibi detaylı tanımlar ile taşımacılık sektörü temsilcilerinin beklediği detaylı sorular baştan cevaplanıyor.

Yük sahibi tarafından girilen ilanlar, portala kayıtlı tüm lojistik firmaları tarafından görüntülenebiliyor. Yük sahibi firmaların bilgileri, izinleri dâhilinde görüntüleniyor. Lojistik firma yetkilisi, bu yük



ilanları arasında filtreleme yaparak kendi hat ve programlarına uygun yükü bulabiliyor, taşımak istediği yük için ilan sahipleri ile irtibat kurma talebini oluşturabiliyor. Böylece bir araya gelen sektör temsilcileri, aralarında anlaşarak yükün en uygun koşullarda taşınmasını sağlıyor.



# Şirketinizde cihazlarınızı kontrol ederek enerji tasarrufu sağlayabilirsiniz

RED ENERJİ'nin alarm sistemi özelliğiyle reaktif enerji kullanımınızı kontrol edebilir, cihazlarınızı uzaktan yöneterek enerji tüketiminizi %30'a kadar azaltabilirsiniz.

Az Enerji

(((ÇOK İŞ)))



Birlikte mümkün  
**vodafone**  
business

Test koşullarında elde edilmiş verilerdir. Detaylar: [vodafone.com.tr](http://vodafone.com.tr)





ekonomi köşesi

## Kredi verenlere tavsiyeler

Prof. Dr. Emre Alkin



R

amazon öncesi sivil toplum kuruluşları tüm toplantılarını bitirmek istediği için Mart ayında Türkiye'de

ve yurt dışında 20'den fazla konuşma yaptım. İstanbul Topkapı Üniversitesi'ni temsilen gittiğim bu toplantılarda hep endişeli yüzlerle karşılaştım.

Sadece bir yerde bana "Hocam dolar/tl 11.00 seviyesine düşer mi?" diye soran oldu. Soru soranların %99'u "Daha kötüye gider miyiz?" diyerek endişelerini seslendirdiler. Hatırlıyorum bir siyaset analisti "Ülkeye Rusların parası gelecek hazır olun." dedi ancak aynı toplantıdaki bir başka uzman "Gelse bu zamana kadar gelirdi." diye cevap verdi. Zaten uzmanların önemli bir kısmı düşük büyüme ve yüksek enflasyon yaşayacağımızı düşünüyor.

Bu, ne bankacıların ne de finansçıların sevdiği bir durum. Düşük büyüme düşük kâr demek ve borçların bu şekilde çevrilmesi zor. Yüksek enflasyon ise eski borçların daha yüksek faizle yapılandırılması anlamına geliyor. Küçük sermayelerle devasa ciroları yönetmeye çalışan firmaların sürekli olarak işletme sermayesine ihtiyaç duymaları doğal bir sonuç. Maliyetler sürekli yükselirken daha fazla paraya ihtiyaç duyacaklar ve bu paranın maliyeti maalesef her kredi müracaatında daha yüksek bir seviyeye gelecek. Ayrıca firmaların giderek daha riskli hâle gelmesi

doğal olarak faizlerin daha da yükselmesi sonucunu yaratacak. Finans sektörü için yükseltilecek kurumlar vergisi bu yaklaşımı derinleştirecek diye düşünüyorum.

**FİNANS SEKTÖRÜ AHLAKİ DAVRANANI ÖNCELİĞE ALMALI**  
Böyle bir durumda ne yapmak lazım? Reel sektör için acilen harcamaların öncelik listesini güncellemek gerekiyor. Bence bankacıların reel sektör firmalarındaki davranışları da analiz etmesi lazım. Firma harcamalarının ne kadarının gerçekten firmayla ilgili olduğunu bir bakışta anlamak mümkün. Tecrübeli bankacılar, şahsi harcamalarını şirkete fatura eden ama ücretler konusunda cimri davranan patronlara mesafeli yaklaşmalı.

Bundan başka, daha önceki KGF sürecinde yaşanan, kaynakların

doğru yere kullanılmaması sorununu mutlaka çözmemiz gerekiyor. Kazanılan ve yaratılan kaynakları sadece işine kullanan firmaların elbette sektör gerçekleri doğrultusunda önceliğe alınması, rasyonellikten öte ahlaki bir sorumluluktur diye düşünüyorum. Böylece firma değerlemelerinde yeminli mali müşavirlerle yakın ilişkide olunması gerektiğinin altını çizmiş bulunuyorum. Firmadaki personel sayısı, araç sayısı, yakıt masrafları, seyahat harcamaları, hediyeler, temsil ve ağırlama harcamaları, dekorasyon, kardeş firmalarla faturalaşma gibi detaylar kaynak kullanımıyla alakalı yeterli bilgiyi verecektir.

Firmadan talep edilen evrakların kanunları çiğnemenin olabildiğince detaylı olmasını sağlamanın önemini ifade etmek istedim.



G E L E C E Ğ İ

# BİRLİKTE İNŞA EDELİM!

Borsa İstanbul olarak ülkemizin büyümesinde önemli rol oynayan, üretim, yatırım ve ihracat yaparak istihdam sağlayan şirketlerimizin yatırımlarını ve büyümelerini sermaye piyasaları yoluyla finanse etmeleri için borsaya bekliyoruz.

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

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





## Uzayan savaş ve dünya ticareti

Dr. Can Fuat Gürlelel



R

usya'nın Ukrayna'yı işgali ile başlayan savaş uzuyor. Mevcut beklentiler çerçevesinde savaşın devam edeceği

öngörülüyor. Batının Rusya'ya uyguladığı yaptırımlar, Rusya'nın savaşa son vermesi için yeterli olmuyor. Rusya, 2022 yılında, artan fiyatlar ile 300 milyar dolara yakın enerji geliri elde edecek. Bu durumda Rusya'ya doğal gaz yaptırımı uygulanmadığı sürece Rusya ekonomik olarak savaşı sürdürecektir.

İkinci ayını geride bırakan savaşta Rusya, Ukrayna'nın doğusundaki Donbas bölgesinde tam hâkimiyet elde etmek için kapsamlı bir harekâta başladı. Batı ise Ukrayna'ya artan miktarda silah yardımı yapıyor. Mayıs ayı içinde savaşın Ukrayna'nın doğusunda sertleşeceği tahmin ediliyor. Muhtemelen insani kayıplar, önemli ölçüde artacak.

Savaş, batı ile Rusya arasında uzun yıllar sürecektir bir kopma yarattı. Pandemi sonrası küresel ölçekte oluşan yeni normal koşulların ardından savaşın etkisi ile bu kez yepyeni küresel dengeler oluşacak. Avrupa Birliği; Ukrayna, Moldova ve Gürcistan'ın üyelik süreçlerini hızlandırarak doğuya doğru genişlemede kararlılığını artırdı. İsveç ve Finlandiya başta olmak üzere NATO da kuzeye ve doğuya doğru genişleyebilir. Yeni ittifakların da oluşacağı görülüyor.

Enerji arz ve tedarik düzeni, büyük

ölçüde değişecek. Batı, Rusya'ya olan enerji bağımlılığını en aza indirmeye çalışacak. Orta Doğu ve Afrika'nın enerji kaynaklarının, Avrupa için önemi arttı. Rusya ise doğal gaz ihracatını doğuya kaydıracak. Enerji akışındaki yeni düzen, enerji gelirlerine bağlı olarak ticaret akışlarını da değiştirecek.

Yüksek küresel enflasyon ile birleşen enerji ve gıda fiyatlarındaki artış ile enerji ve gıda güvenliği de en kritik konulardan biri hâline geldi. Gıda milliyetçiliği, giderek yükseliyor. Gübre fiyatlarındaki artış, üretimi tehdit ederken gıda ve enerji fiyatlarındaki yükseliş, birçok ülkede toplumsal sıkıntılara yol açıyor. Lübnan, Sri Lanka, Pakistan ve Peru'da da siyasi dalgalanmalar yaşanıyor. Dünyanın iki büyük tarım üreticisi ve ihracatçısı Rusya ve Ukrayna'nın savaşı, küresel tarım dengelerini de alt üst ediyor.

Dünyada savunma harcamalarının artacağı, silahlanma yarışının hızlanacağı ve yüksek teknoloji mühimmatlara ağırlık verileceği bir döneme girildi. 2. Dünya Savaşı'ndan sonra Almanya ve Japonya ilk kez savunma harcamalarında önemli artışlara gitti. Rusya'ya yakın diğer Avrupa ülkelerinde de savunma harcamaları yükseliyor. ABD'de yönetim, 2023 yılı için tarihinin en yüksek savunma bütçesini teklif etti. Yeni nesil ve yüksek teknoloji silahların, savunma sistemleri içindeki payı arttı. Rusya'nın Ukrayna savaşında, ilk kez kullandığı hipersonik silahlar için ayrı bir yarış başladı.

Rusya-Ukrayna savaşı, pandeminin yarattığı yeni normal koşullar gibi geri dönülemez, yeni küresel eğilimlere sebep oldu. Bahsettiğim bu eğilimler, muhtemelen artacak. Savaşın kısa dönemli küresel ekonomik etkileri ise giderek netleşecek. Savaşın uzamasına bağlı olarak dünya ekonomisinde, yavaşlama etkisini gösteriyor. 2022 yılında dünya ekonomisi için savaş öncesinde yüzde 4,0-4,5 olan büyüme beklentisi, savaşın mevcut hâli karşısında yüzde 3,0-3,5 seviyelerine kadar geriledi. Bir yandan savaş diğer yandan savaşın da hızlandırdığı küresel enflasyon, merkez bankalarının daha erken sıkılaştırma adımları atmasıyla küresel ekonomiyi yavaşlatacak.

Savaşın dünya ticareti üzerindeki etkilerine ilişkin olarak Dünya Ticaret Örgütü'nün Nisan ayı içinde açıkladığı öngörüler yol gösterici oldu. 2021 yılında dünya mal ticareti verileri kesinleşti. Buna göre dünya mal ticareti, 2021 yılında miktar olarak yüzde 9,8 ve değer olarak ise yüzde 26,3 artarak 22,28 trilyon dolar olarak gerçekleşti. 2021 yılında ticarete konu olan malların ortalama birim fiyatları yüzde 15,0 yükseldi.

Tüm bu değerlendirmeler, Türkiye'nin ihracat hedefleri açısından riskler ve fırsatlar barındırıyor. AB'nin yavaşlaması ile Türk lirasına yönelik müdahaleler risk durumunu teşkil ederken bozulan tedarik zincirleri karşısında sahip olunan üretim potansiyeli fırsat yaratabilir.





# KUZEY REN-VESTFALYA. BİZE KATILIN.

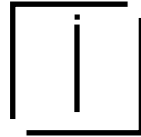
EUROPE'S | | | | HEARTBEAT

► **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](http://www.nrwglobalbusiness.com)



## GENÇ TİM ile yeni bir İHRACAT EKOSİSTEMİ OLUŞUYOR

Türkiye'nin ihracatına gençlik aşılayan Genç TİM, firmaların ekosistemine katkı sunuyor.



hracata gençlik aşılayan Genç TİM, Türkiye'nin gençlik potansiyelini güçlendiriyor. Türkiye'nin önde gelen şirketlerinde görev alan Genç TİM'li

ihracatçılar, yeni oluşumun yol haritasını ve hedeflerini paylaştı. İhracatın yeni nesil neferleri, gelecek beş yıl için ihracatta pozitif ivmelenmenin sağlanması ve Genç TİM'li üye sayısının artırması için kolları sıvadı.

### Türkiye'nin gençlik potansiyeli hakkında neler düşünüyorsunuz?

**Melike Alpay:** Türkiye coğrafi konumu, kozmopolit tarihi ile birçok zorluğun üstesinden gelmeyi bilen, çevik, genç ve çalışkan nesiller olarak iş hayatına başlıyor. Eğitimlerimiz daima çok ileri, kültürümüz

çok zengin. Türkiye'nin genç nesli olarak kriz dönemlerinde de var olmayı öğrendik. Çok yakında dünyada değerli başarılarla imza atacağız. Birçok ülkede ekonomik kriz ve pandemi derin yaralar bıraksın da Türkiye bu tarz konularda çok sağlam altyapıya sahip ve idmanlı. Her kriz, bir fırsattır. Burada sadece özgün ve değerinde ürün satarak temkinli adımlar atmamız gerekiyor.

**Mustafa Mertöz:** Türkiye gençlik oranında birçok ülkenin önünde yer alıyor. Bu, bizler için çok büyük bir avantaj. Fakat gençlerimizi ihracat ailemize kazandırmamız gerekiyor. Bunun için de Genç TİM olarak çalışmalarımıza devam ediyoruz. Gençlik, gelecektir. Türkiye ekonomisinin geleceği de gençlikten geçiyor. İhracatta yenilikleri, gençlerimizle beraber





Genç TİM



Genç TİM Üyesi **Melike Alpay**

yakalayacağız. Genç TİM olarak bizler de bu akımın öncüsü olacağız. Kuruluş hedeflerimizin en başında, genç ihracatçı sayısını artırmak ve iş dünyasında genç girişimciliği geliştirmek yer alıyor. Tüm bu hedeflerimize ulaşabilmek adına gençliğimize ihtiyaç duyuyoruz. Ülke olarak da gençlik konusunda oldukça şanslı olduğumuzu düşünüyorum.

### **Genç TİM kapsamında ne gibi çalışmalara imza atacaksınız?**

**Mustafa Mertöz:** Genç TİM kapsamında ihracatımızda sürdürülebilirliği sağlamayı, geleceğin ihracat ehli genç neslini yetiştirmeyi, genç ihracatçı sayısını artırmayı, iş dünyasında genç girişimciliği geliştirmeyi, gençlerimize yönelik ulusal ve uluslararası muadil kuruluşlarla iş birlikleri kurmayı hedefliyoruz. Tüm bu amaçlarımıza ulaşabilmek adına çok sayıda projeye imza atacacağız. Bu sene sonuna kadar gerçekleştireceğimiz çokça ziyaretimiz olacak. Bu sayede Türkiye ekonomisine katkı sağlayacağız. Son dönemde ihracatımızda büyük bir ivme yakaladık. Bu yükselişimizi gelecek dönemde de sürdürme hedefindeyiz. Genç TİM olarak ihracat rakamlarımıza katkımızı artırmak için bizler de projelerimizle bu alanda yer alacağız. Beş yıl içinde Türkiye ihracatında 300 milyar dolara ulaşma hedefine, bizler de elimizden geldiğince katkı sunacağız.



Genç TİM Başkan Yardımcısı **Mustafa Mertöz**

**Melike Alpay:** Başkanımız bizden ne gibi destek ve taleplerde bulunursa çalışmaya her zaman hazırız. Son dört yılda aktif olarak kendi sektörümde kadın istihdamı, sürdürülebilirlik ve sanat yatırımları adına pek çok çalışmaya imza attım.

### **Genç TİM'in 2022 hedefleri arasında neler var?**

**Melike Alpay:** İhracat, bu ülke ticaretinin yükselen kaderi. Kaliteli ham maddeleri, yurt dışında hak ettiği değerlere satıyoruz. Gittikçe artan ihracat gelirleri, genç üyelerin artışı birlikte hareket ederek daha ileriye taşınacak. Son beş yılda yaşanan artışları başkanımız açıkladı. Bizler bunun gelecek dönemde hızla katlanacağına gönülden inanıyoruz.

**Mustafa Mertöz:** Türkiye İhracatçılar Meclisi hâlâ ihracat yapan ya da yapmayı düşünen gençler için Genç TİM'i kurdu. 2022 yılının kalan döneminde de Genç TİM olarak birçok hedefimiz bulunuyor. Öncelikle genç ihracatçıları bünyemize kazandırmaya devam edeceğiz. Tabii ki bir de henüz ihracat yapmayan gençlerimizi de bünyemize dâhil edip Türkiye ekonomisine katkımızı giderek artıracacağız. Bu sene gerçekleştireceğimiz çalışmalarla genç üyelerimizle ülke hedeflerimize ulaşmak adına büyük bir adım atacacağız. İhracat bizim geleceğimiz, geleceğimizi de gençlikle inşa edeceğiz.

Melike Alpay:  
"Kaliteli işçiliğimiz,  
iş ahlakımız ve  
bilgi zenginliğimiz  
ile dünyada yakın  
gelecekte değerli  
başarılar elde  
edeceğiz."

Mustafa Mertöz:  
"İhracat bizim  
geleceğimiz,  
geleceğimizi de  
gençlikle inşa  
edeceğiz."



sektör dosyası



Simge Soyel

# Mobilya, kâğıt ve orman ürünleri İHRACATTA LİG ATLADI

Mobilya ihracatında ilk çeyrek performansı, yıl sonu hedefi için umut verdi.





## İhracatta lig atlayan mobilya sektörünün hedefinde gelişmiş ülkeler var.



**TÜRKİYE'DE YAKLAŞIK** 40 bin mobilya üreticisi bulunuyor ve bu rakamın ortalama 3'te 1'i ihracat yapıyor. Dünya genelindeki marka imajına "Made in Türkiye" ibaresi o kadar yerleşti ki sektör temsilcilerinin yurt dışındaki hedef kitlesi, artık gelişmiş ülke pazarlarını kapsıyor. Özel koleksiyonlara imza atan lider firmalar hemen hemen her zevke ve her kesime yönelik mobilya üretme kabiliyetine sahip. Ofisten mutfağa, ev mobilyasından eğitim mobilyasına kadar geniş bir yelpazede ürün gamı ile hizmet sunuyor.

### İLK ÇEYREKTE YÜZDE 27,8 ARTIŞ

Mobilya, kâğıt ve orman ürünleri sektörü, 2022 yılı kapsamında 6 milyar dolar değerinde ihracat hedefliyor. İlk çeyrek rakamları baz alındığında sektör temsilcilerinin hedefe ulaşma konusundaki kararlılığı ortada. Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) sektörel bazda ihracat kayıt rakamlarına göre sektör, 2021 yılının ilk çeyreğinde 1,51 milyar dolar düzeyinde ihracata imza attı. Oysa bu rakam, bu senenin ilk çeyreğinde yüzde 27,8 artışla 1,93 milyar dolara ulaştı.

### ÇİN'DEN PAY ALDI

Türk mobilya sektörünün başarı hikâyesi, ihracat performansındaki ivmelenmeyle de sınırlı değil. Sektör rotasını, gelişmiş ülkelere çevirmiş durumda. Türk mobilya üreticileri, ortalama 20

yıldır aktif bir şekilde dünya çapında yarış hâlinde olsa da yaşanan pandemi süreci, Türkiye'nin uluslararası piyasalarda daha fazla tercih edilmesini tetikledi.

Eskiden gelişmiş ülkeler pazarı Çin'in denetimindeyken şimdi, gelişmiş ülkelerin yıldızı Türkiye oldu. İhracatta lig atlayan sektör oyuncularının hedefinde ABD, Almanya, Fransa, Hollanda ve İngiltere gibi ülkelerdeki pazarlarda güçlenme var. Zira sektör temsilcileri, hâlihazırda Orta Doğu'daki yükselişini de koruyor.

### SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İÇİN ÇAĞRI

Mobilya, kâğıt ve orman ürünlerinin odağında sürdürülebilirlik konusu var. İstanbul Sanayi Odası (İSO), Nisan ayının başında sürdürülebilirlik vizyonu kapsamında yedincisini Orman, Kâğıt Ürünleri, Mobilya ve Basım Sanayi özelinde açıkladı. Kamuoyuyla paylaşılan rapora göre malzeme ikamesi, yenilenebilir enerji kullanımı ve geri dönüşüm yoluyla iklim nötrlüğü hedefine katkıda bulunulacak.

Raporda sektörün inovatif ürün, dijital altyapılara yatırım, iş birlikleri, artan geri dönüşüm, yeniden kullanım ve sürdürülebilir orman biyo-ekonomisinin teşvik edilmesi



## F-TR FURNITURE PARTNERS, TANITIM ÇALIŞMALARINA BAŞLADI

Büyük pazarlardaki payını günden güne artıran sektör liderleri, geçen yıl sonunda ihracatta güç birliğine giderek çepçen bir oluşuma imza attı: f-tr Furniture Partners. Mobilya sektörünün önde gelen markalarından Adore, Çilek, Doğtaş Kelebek, Gündoğdu, İşbir, Kilim ve Nurus'un önemli bir stratejiyi hayata geçirdiği çen oluşumla sektörün gelişmesine katkı sunulması ve mobilya ihracatının artırılması hedefleniyor.

gibi yöntemlerle net sıfır karbon çözümlerinin en rekabetçi ve sürdürülebilir sağlayıcısı hâline gelebileceğine dikkat çekildi. Ayrıca karbon yutaklarını artırarak emisyon azaltımını destekleyen ve biyolojik çeşitliliği koruyan ormanların sürdürülebilir kalkınma amaçları doğrultusunda yönetilerek ekolojik, sosyokültürel ve ekonomik dengeyi sağlayacak şekilde korunmasının oldukça önemli olduğu vurgulandı.

Bugün, Avrupa Birliği ülkelerinde dahi sektör atıklarının yüzde 80 ila 90'ı yakılıp yüzde 10'u dönüştürülüyor.

### YÜZDE 10'U DÖNÜŞÜYOR

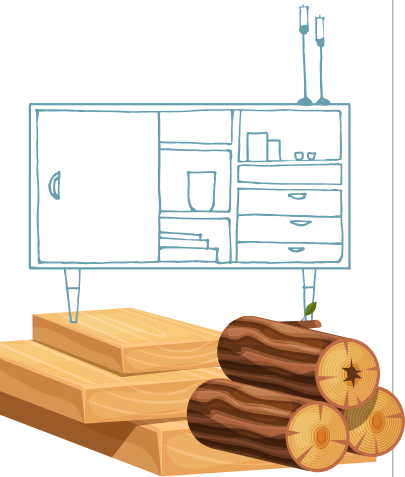
Paris İklim Anlaşması ve Avrupa Yeşil Mutabakatı gibi çevreci politikaların gündemde olduğuna dikkat çeken Mobilya Dernekleri Federasyonu (MOSDEF) Başkanı Ahmet Güleç sektör atıkları ile ilgili şu bilgileri paylaştı: "Birlik bünyemizde biz de sektörler olarak yönümüzü sürdürülebilirliğe ve yeşil üretime çevirdik. Sektör atıklarının değerli bir kaynak olduğu konusunda, farkındalık yaratmayı amaçlıyoruz. Türkiye mobilya sektörü, uzun yıllardır çevreci sertifikalı üretim yapıyor. Bugün, Avrupa Birliği ülkelerinde dahi sektör atıklarının yüzde 80 ila 90'ı yakılıp yüzde 10'u dönüştürülüyor. Türkiye mobilya

sektöründe geri dönüşüm oranlarının ölçümü ve atıkların yeniden kullanımı için öncü çalışmalar başlatıldı."

### SEKTÖRÜN GÜNDEM KONUSU: HAM MADDE

Pandemide Çin'in kaybettiği AB ülkeleri ile ABD pazarında ihracatını yükselterek başarı grafiğini tırmandıran sektörün, gündem maddesinde ise ham madde tedariki ve yükselen fiyatlar var. Sorunun Orman Genel Müdürlüğü'nün son bir yıldır uyguladığı dijital ihale sistemi ve yasak olmasına rağmen orman ürünlerinin ham hâlde tomruk olarak İran'a gönderilmesinden kaynaklandığı iddia ediliyor. Çözüm için Orman Genel Müdürlüğü ve sektör temsilcilerinin bir araya gelerek yeni model oluşturması gerektiği konuşuluyor.

Söz konusu sorun ortadan kaldırıldığında sektör temsilcileri ihracatın artacağını öngörüyor. MOSFED Başkanı Ahmet Güleç: "Mobilyacılar olarak 2021 ve 2022'yi altın yıllarımız olarak planlıyorduk. Eğer ham madde sorunumuz olmasaydı hızlı bir büyüme gerçekleştirebilirdik. Sektörümüz iki, üç kat büyüme potansiyeline sahip. Çünkü Türk mobilyasının kalitesi, tasarımı ve dağıtım ağıyla dünyada tanınırlığı arttı." yorumunu yaptı.





İstanbul Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı **ERKAN ÖZKAN**

### “TALEBİ KARŞILAMAKTA ZORLUK YAŞAYABİLİRİZ”

İstanbul Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği'nin yeni Başkanı Erkan Özkan da yeni dönemde ham madde tedarikine ve yüksek fiyatlara dikkat çekeceklerini ifade etti. Erkan Özkan: “İhale sisteminin dijital ortamdaki sürecine bağlı fiyatlarda artışlar olabiliyor. Ham maddenin azlığı, ihale sürecinde yaşanan gelişmeler ve arz-talep dengesinin bozulmasıyla fiyatlar maalesef artıyor. Bugün 40 bin mobilya üreticimiz bulunuyor ve bunun yaklaşık 15 bini ihracat yapıyor. Yaşanan ham madde tedarik sorunları ve artan fiyatlar nedeniyle bugün olmasa bile gelecekte iç pazarda ve ihracattaki talebi karşılamakta zorluk yaşayabiliriz.” dedi.



Ege Mobilya Kâğıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı **ALİ FUAT GÜRLE**

### “KÂĞIT VE ORMAN ÜRÜNLERİNİ ÖN PLANA ÇIKARMAYI HEDEFLİYORUZ”

Ege Mobilya Kâğıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanlığı'na seçilen Ali Fuat Gürle ise projelere odaklandıklarını açıklayarak, “Devam eden projeler yanında yeni projelerimiz de var. Pazar araştırmaları yapmayı, İzmir MODEKO Fuarı'nı uluslararası seviyeye çıkarmayı hedefliyoruz. İhracatın gelişimiyle alakalı seminerler ve eğitimler vereceğiz. 2018-2022 döneminde, mobilya sektörünü ön plana çıkardık. 2022-2026 döneminde de kâğıt ve orman ürünlerini ön plana çıkarmayı hedefliyoruz. Yeni hedef 2022-2026 döneminde birliğimizin ihracatını 1 milyar doların üzerine çıkarmak.” dedi.







marka dünyası

İhsan Ateş

## “180 ülkede erişilebilir, dijital ve sürdürülebilir

# BİR MODA MARKASI OLACAĞIZ”

DeFacto'nun, global bir moda markası olmakla birlikte aynı zamanda bir teknoloji şirketi olduğunu söyleyen DeFacto CEO'su İhsan Ateş, DeFacto'nun, 93 ülkede ürün yönetimini, kendi geliştirdiği yapay zekâ teknolojisini kullanarak gerçekleştirdiğini belirtiyor.

İ Songül Hatisaru

**T**ürkiye'nin global bir markası olma yolunda hızla ilerleyen DeFacto, son dönemde dijital - fizikal mağaza gibi teknoloji yatırımlarıyla dikkat çekiyor. DeFacto CEO'su İhsan Ateş ile DeFacto'nun pandemi döneminden sonra yeni normalin dinamiklerine nasıl uyum sağladığını, markanın globalleşme yolculuğunu, alanında öncü teknoloji yatırımlarını, sürdürülebilirlik politikalarını ve gelecek hedeflerini konuştuk.

**Global bir moda markası olma vizyonunuz doğrultusunda son dönemde yaptığınız yenilikleri anlatabilir misiniz?**

DeFacto, 2005 yılında global bir moda markası olma vizyonu ile kurulduğunda

bu, “ulaşılması zor” bir hedef olarak görülüyordu. Ancak biz ülkemizdeki tekstil sektörünün derinliğine, insan kaynağının niteliğine ve yüksek potansiyeline inandık ve bu güçlü hedefle ilerledik. Önceliğimiz her zaman teknoloji ve insan odağında yenilikler geliştirmek oldu. Böylelikle pandemiden çok önce yüksek nitelikli insan kaynağımız, çevik organizasyon yapımız ve teknoloji gücümüzle giyim sektörüne geleceğin yeniliklerini sunmaya başlamıştık.

Bu sayede, son iki yılda gerçekleşen sıradışı dijitalleşme rüzgârını da ardimıza alarak hedeflerimizin ötesinde bir büyüme ve gelişim sağladık. 10 yılda 28 ülkede satış yaparken, sadece bir yılda 100'e yakın ülkeyi kapsayan bir konuma ulaştık. Bu yükselişte en önemli hamle doğru pazar ağlarında yer almak oldu. Avrupa'nın çok uluslu e-ticaret sitesi Zalando iş birliği, ABD'de Amazon



üzerinden satışlara başlamak ve İngiltere pazarı için oluşturduğumuz hibrit ekip bunlardan bazılarıydı.

Ayrıca markamız için spesifik pazar hedefleri belirledik. 2021'de Avrupa'yı karadan, denizden ve havadan kuşatma hedefimiz vardı. Bu kapsamda 2020'de denizden "pazaryerleri" ile (Marketplaces), havadan DeFacto.com ile Avrupa pazarına girdik. Geçen yıl aralık ayında da karadan Berlin'e girerek fizikalı mağazamızı açtık. bin 800 metrekarelik Berlin mağazamızda, perakende sektöründe öncü olacak, müşterimizin yeni nesil mağazacılık kavramını derinlemesine yaşayacağı bir mağaza deneyimi tasarladık. Örneğin, müşterilerimiz bir ürünü beğendiğinde "akıllı aynada" üzerinde kombinli bir şekilde görme imkânı yakalıyor ve siparişini verip ürünü evinden teslim alabiliyor. Alışveriş deneyiminin yanı sıra bir buluşma noktası niteliği taşıyan bu alanda, çok farklı bir konsept geliştirdik. Mağaza içinde kültürel ve sanatsal aktiviteler gerçekleştiren, dijital ekranlarda dijital sanat projelerine yer veren, genç tasarımcıların eserlerini sergileme imkânı bulacakları bir platform oluşturduk. Öte yandan globalleşme vizyonumuzun önemli bir parçası olarak sürdürülebilirlik alanına ayrı bir önem atfediyoruz. 2021 yılı ciromuzun yüzde 15'i sürdürülebilir ürünlerden geldi. "Doğa Kalp Ben" adını verdiğimiz sürdürülebilirlik odaklı alt markamız bizi en çok heyecanlandıran konseptlerimizin başında geliyor. Sıfır atık, yüzde 100 "yeşil paket" ve plastik içermeyen ürünler gibi bu alanda dünyanın evrildiği kavramları hızla organizasyonumuza uyarlamaya başladık.

### **Pandemi sonrası yeni normalin, perakende sektöründe yarattığı değişimleri nasıl anlatırsınız?**

Pandemi döneminde dijital platformların fiziksel alanların yerine geçeceğine dair beklenti ve öngörüler zaman zaman yapıyordu. Ancak biz fiziksel ya da dijital diye iki ayrı alan arasında bir kıyaslama yerine her ikisinin birleşimi ile yeni bir dünyanın oluşacağını biliyorduk. Bu doğrultuda fiziksel ile dijitali aynı potada erittiğimiz "fizikalı" yatırımlarımıza odaklandık. Yeni normalde de tam olarak böyle görüyoruz.



"Gururla söyleyebiliriz ki DeFacto, bugün 93 ülkede ürün yönetimini, yapay zekâ kullanarak gerçekleştiriyor."



marka dünyası



Uzun yıllardır teknolojiye yaptığımız yatırımlar sayesinde, pandemi dönemi öncesinde altyapımızı hazırlamıştık. Dolayısıyla pandemide çok hızlı bir yükseliş sergiledik. Bugün de DeFacto olarak bu alanı sahipleniyor ve öncülüğünü üstleniyoruz. Pandemiden önce temellerini attığımız teknolojiler sayesinde yeni normalin dinamiklerine hizmet eden sanal kabinlerimiz, mağazada dijital alışveriş deneyimi yaşatan uygulamalarımız, fijital mağazalarımız gibi yeniliklerle oyunun kurallarını değiştiriyoruz.

Tüm bunları mümkün kılan ise agile bir iş gücü oluyor. Biz DeFactolular olarak "yeni normal" kavramını içselleştirdik. Pandemi döneminde alınan önlemlerle

"Bin 800 metrekairelik Berlin mağazamızda, perakende sektöründe öncü olacak, müşterimizin yeni nesil mağazacılık kavramını derinlemesine yaşayacağı bir mağaza deneyimi tasarladık."

geçtiğimiz yıl etkinleştirdiğimiz hibrit çalışma düzenini, 2022 itibarıyla kalıcı hâle getirdik. Yeni çalışma düzenimizdeki en önemli adım ise lokasyon bağımsız uzaktan çalışmaya imkân tanımak. Globalleşen dünya ile kıymetli iş gücü, yetenek kazanımları da globalleşiyor. Biz de global bir şirket vizyonu ile nitelikli yetenek istihdamı için sınırları ortadan kaldırdık. Türkiye'nin 81 ilinden ve yurt dışından işe alım yapabiliyoruz. Ek olarak çalışanlarımız da diledikleri şehir ve ülkeden çalışma özgürlüğüne sahipler.

#### **Geride bıraktığımız üç yıllık dönem DeFacto için nasıl geçti?**

Dijital büyüyen markalar fikrimiz, bu dönemde ortaya çıktı. DeFacto COOL, DeFacto FIT, DF Plus, Fall In Love gibi alt markalar oluşturduk. Üretim süreçlerimizi geliştirdik. Ürünlerimizin yüzde 15'ini bir ila üç haftada üretiyoruz. Aynı zamanda yüzde 5 olan agile organizasyonumuzu yüzde 100 agile hâle getirdik. Öte yandan online kanaldaki gelişme, müşteri datasını kullanma kabiliyetimizi geliştirmemizi sağladı. Omni-channel kabiliyetimiz arttı, online – offline entegrasyonunu geliştirdik.

Tüm bunlar sayesinde 2025'teki e-ticaret planlarımızı 2021'e çektik. E-ticaretin cirodaki payını yüzde 3'ten yüzde 20'ye çıkardık. Hedefimiz, bu oranı 2025 yılında





marka dünyası

yüzde 50'ye çıkarmak. Bu doğrultuda online kanallar üzerinde ciro hedefimiz 2025 yılında 25.5 milyar TL'ye ulaşmak. Faaliyet gösterdiğimiz ülke sayısını da 2021'de 93'e ulaştırdık. Pandemi öncesinde sadece gelişmekte olan pazarlarda faaliyet gösterirken bu dönemde, gelişmiş pazarlara da girme hamlesi yaptık.

Burada belirtmek isterim ki bu büyümeye biz zaten hazırдық. Ancak pandemi, ekosistemimizi dijital ve yeni teknolojilere yönlendirince hedeflerimize çok daha hızlı ulaşmamız mümkün oldu. Bu sayede 2021 yılında tüm satış kanallarımızda, 30 bini aşkın çeşitte 130 milyonun üzerinde ürün satışı gerçekleştirerek yılı 7,5 milyar TL ciro, yüzde 80'in üzerinde büyüme ve 1 milyar 27 milyon EBITDA ile kapattık. Ciromuzun yüzde 45'i ise ihracattan geliyor.

Bu yıl için hedefimiz, uluslararası pazarlardaki gelişimimizle birlikte bir önceki yıla göre yüzde 80'in üzerinde bir büyüme kaydetmek ve ülkemize, toplumumuza sunduğumuz değeri artırmak.

2022 yılını 14 milyar TL ciro ile tamamlamayı hedefliyoruz. Ciromuzun

yüzde 70'ini yurt dışı gelirlerden, yüzde 50'sini online kanallardan sağlamayı planlıyoruz. Büyüme ve gelişimin itici gücü ise uluslararası pazarlardaki varlığımız olacak. Böylece 2025 yılında 180 ülkede erişilebilir, fizital, global ve sürdürülebilir bir moda markası olacağız.

### **Sürdürülebilirlik hedeflerinizi nasıl planlıyorsunuz?**

Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi'ni baz alan bir sürdürülebilirlik stratejisine sahibiz. Global Compact'ı sektörümüzde ilk olarak imzalayan iki markadan biri konumundayız. Bu faaliyetlerimize ek olarak, ulaştığımız nihai tüketicinin de karbon ayak izini azaltmasına destek olacak ciddi adımlar atıyoruz. Ayrıca iletişim kampanyalarımıza da bu hedeflerimizi yansıtıyoruz. Örneğin, geçtiğimiz yıl "Doğa Kalp Ben" kampanyamız kapsamında okula ve şehre dönüş temalı kampanyalarımızda tohum etiket uygulaması ile iklim değişikliğine dikkat çekmek istedik. Doğanın korunması ve sürdürülebilirlik konusunda fark yaratmayı amaçlayarak çevre dostu ürün

### **"AYNI ZAMANDA BİR TEKNOLOJİ ŞİRKETİYİZ"**

DeFacto'yu, global bir moda markası olmakla birlikte aynı zamanda bir teknoloji şirketi olarak tanımlayan İhsan Ateş, altı yıl önce Teknopark'ta DeFacto Teknoloji'yi kurduklarını hatırlatarak bu alanda yapılan çalışmaları şöyle anlatıyor: "E-ticaret ve omni-channel yapılarımızı hazırladık. Şimdilerde ise DeFacto Teknoloji altında 250 kişilik yazılımcı takımımız ile omni-channel teknolojilerimizin altyapılarını üretiyoruz.

Bu sayede müşteri memnuniyeti alanındaki ürün ve hizmetlerimizin yanı sıra pandemi koşullarının zorluklarını bertaraf edecek pek çok yeniliği de sektörümüze kazandırdık. Örneğin; Türkiye'deki ilk tam otomatik akıllı depoğu moda sektöründe biz kurduk. Bu sayede pandemi döneminde depolarımız hiç durmadan 7/24 çalışabildi. Teknoloji ve lojistikteki avantajlarımız, bu dönemde online büyümemizi destekledi. Ayrıca kapalı kaldığımız dönemlerde yazdığımız omni-channel yapıyla mağazalarımız kapalıken de satış yapmayı sürdürdük.

Öte yandan yapay zekâ temelli perakende yapımları da üretiyoruz. İlk yapay zekâ projemizi, bundan beş yıl önce "Solvoco" ile başlattık. Mevcut durumda gururla söylebiliyoruz .



marka dünyası



"DeFacto olarak, global bir moda markası olmakla birlikte aynı zamanda bir teknoloji şirketiyiz. Yapay zekâ temelli perakende çözümlerini de üretiyoruz"

koleksiyonları geliştirdik. Ciromuzun yüzde 15'i sürdürülebilir ürünlerden geliyor ve bu oranı artırmak üzere çalışıyoruz. Kurumsal sosyal sorumluluk projemiz "Kumaştan Hayaller" kapsamında da sürdürülebilirlik ekseninde atık yönetimini kontrol etmek amacıyla üretimimizden arta kalan kumaş ve aksesuarları Türkiye'nin dört bir yanındaki meslek lisesi öğrencilerine gönderiyor, onları yerlerinde ziyaret ediyor,

"Ciromuzun yüzde 15'i sürdürülebilir ürünlerden geliyor ve bu oranı artırmak üzere çalışıyoruz."

sektörümüzün gelecekteki temsilcilerinin gelişmelerine katkı sağlıyoruz. Projeyle KAÇUV iş birliği entegrasyonu sağlayarak çok yönlü fayda üretiyoruz. DeFacto'nun kuruluş felsefesi ve değerleri her zaman ekosisteme saygılı üretim, dünyayı ve doğal kaynakları koruma, insana değer katma ve toplumsal meseleler karşısında duyarlı bir duruşa dayalıydı. Dolayısıyla sürdürülebilirliği işimizin merkezine alarak hareket ediyoruz ve büyüme hedeflerimize paralel olarak bu alanda da güçlü hedefler doğrultusunda ilerliyoruz. Kısa vadeli gelecek hedeflerimiz arasında 2023 yılını ele aldığımızda, sürdürülebilirliğin desteklenmesi için sivil toplum kuruluşları ve derneklerle iş birliği yapmayı sürdürmek bulunuyor. Better Cotton Initiative üyeliğimiz başladı, Better Cotton pamuk kullanımını yüzde 10'a ulaştıracağız. Merkez mağazalarda ve lojistikte yüzde 100 sıfır atık, yüzde 100 Green to Pack, yüzde 100 plastik içermeyen tek kullanımlık malzemeler ve çevre dostu mağazalar ilk etapta hedeflerimiz. 2030 yılı hedeflerimiz arasında ise yüzde 100 sürdürülebilir pamuk kullanmak, yüzde 100 geri dönüştürülebilir polyester kullanmak, yüzde 100 sürdürülebilir keten kullanmak ve kendi lokasyonlarımızda yüzde 100 yenilenebilir enerji tüketimi bulunuyor. Yakın zamanda internet sitemiz üzerinden DeFacto Sürdürülebilirlik Taahhüdü'nü yayımlayacağız. Tüm bu çalışmalarımızla inanıyoruz ki sürdürülebilir gelecekte DeFacto imzası yer alacak.



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 30 Haziran 2022'ye kadar ilk kez Maximiles TİM İhracatçı Kart'a sahip olan ve kartıyla toplam 5.000 TL harcama yapan müşterilere **250 MaxiMil'e dönüştürülebilir MaxiPuan** hediye!



**TİM**  
TÜRKİYE  
İHRACATÇILAR  
MECLİSİ



Maximiles TİM İhracatçı Kart'a Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) üyeleri başvurabilir. 30 Haziran'a kadar ilk kez Maximiles TİM İhracatçı Kart'a sahip olan ve Maximiles TİM İhracatçı Kart'ıyla 31 Temmuz 2022 tarihine kadar toplam 5.000 TL harcama yapan müşterilere, 250 MaxiMil'e dönüştürülebilir MaxiPuan hediye edilecektir. Hediye MaxiMil'e dönüştürülebilir MaxiPuanlar 5.000 TL harcama yapılan ayı takip eden ay sonuna kadar kullanıma açık Maximiles TİM İhracatçı Kart'a yüklenecektir. Hediye MaxiMil'e dönüştürülebilir MaxiPuan'ların son kullanma tarihi 31 Ağustos 2022'dir. Kampanya, kart bazında değil, müşteri bazındadır. Bir müşteri kampanyadan bir kere yararlanabilir ve en fazla 250 TL MaxiMil'e dönüştürülebilir MaxiPuan kazanabilir. Kampanya dönemi içerisinde gerçekleştirilen alışverişlerin puanların yükleneceği tarihe kadar iptal edilmesi veya satın alınan ürünlerin iade edilmesi durumunda ödül MaxiPuan yüklenmeyecektir. Kampanya diğer kampanyalar ile birleştirilemez. İş Bankası dilediği zaman kampanya şartlarını değiştirme ve kampanyayı sona erdirmeye haklarına sahiptir. İş Bankası, Ticari Kredi Kartı talebini reddetme hakkına sahiptir. Ayrıntılı bilgi [maximiles.com.tr](http://maximiles.com.tr) ve şubelerimizde.

# Geometrinin tasarımdaki yansıması

Simge Soyel

Kendisini  
"Tasarımların  
hikâyesini doğru  
bir algoritma ile  
tüm koleksiyona  
yansıtmaya  
çalışan bir  
tasarımcıyım."  
diyerek ifade eden  
Özlem Erkan, ilham  
aldığı noktaları  
koleksiyonlarında  
özel dokunuşlarla  
buluşturuyor.

**K**endine has çizgisi ve kalitesiyle Türk moda sektörüne yıllardır katkı sağlayan; yeteneği, stili ve yaratıcılığıyla fark yaratan Özlem Erkan, koleksiyonları ve kendine has tarzıyla her zaman fark yaratıyor. 16'ncı kez düzenlenen EİB Moda Tasarım Yarışması'nın bu sene mentörlüğünü yapan başarılı tasarımcı ile bir araya gelerek moda, dijitalleşme, tasarım ve markalaşma üzerine keyifli bir söyleşi gerçekleştirdik.

## **Modaya olan tutkunuzu mesleğiniz hâline ne zaman getirdiniz?**

Bu alana karşı çocukluğumdan bu yana bir merakım vardı. Eğitimimi de moda tasarım üzerine almaya karar verdim. İlk adımı eğitim sürecimde attım. 1998 yılında İzmir 100. Yıl Olgunlaşma Enstitüsü ve 2003 yılında da 9 Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi'nden mezun oldum. Burada, Moda Tasarım Bölümü'nü bitirdim. Eğitim hayatının sonrasında katıldığım yarışmalar ve iş hayatındaki koleksiyon hazırlama süreçlerindeki tecrübem, mesleğin ilk temellerini atmamı sağladı.

## **Özlem Erkan markasını bize kısaca anlatır mısınız?**

Her sezon kadın giyim üzerine koleksiyonlarını hazırlayan ve güncel moda trendlerinin yanı sıra kendi tarzını ortaya koyan bir markadır. Son dönemde yaşanan dünya olaylarında marka, yeni hedefler ve projeler için çalışıyor.

## **Tasarımlarınızı nasıl tanımlıyorsunuz?**

Tasarımların hikâyesini doğru bir algoritma ile tüm koleksiyona yansıtmaya çalışan bir tasarımcıyım. Bu da tasarımlarımda konuyu öne çıkartıyor. Sade çizgilerde kalmak çok daha zor bir matematik gerektiriyor. Biraz bu duruma eğiliyorum.

## **Koleksiyonlarınızda ön plana çıkan imza niteliğindeki parçalarınız nelerdir?**

Aslında koleksiyonlarımda her ne kadar sadelikten yana olsam da hep geometrik kesimler ve halat detaylar markanın imzası oldu.

## **Başarı yolculuğunuzda ilk andan itibaren kendi markanızı yaratmak istediğinizi biliyoruz. Bu süreç nasıl ilerledi?**

Öncelikle hedefimi üniversiteden mezun olur olmaz belirledim ve tecrübemi artırmak için iş hayatına hemen girdim. Zamanın geldiğini hissettiğimde kendi markamı çoktan kurmuş, kendi koleksiyonlarımı oluşturup moda haftalarından sunmaya başlamışım.

## **Moda sektörü, sürdürülebilirliği destekleyen yöntemlere yöneldi. Siz bu durumu nasıl değerlendiriyorsunuz?**

Sadece moda sektörü değil, birçok sektör için durum aynı... Özellikle ihracat yapan firmalar, sürdürülebilirlik ilkelerine uymak ve proseslerine yansıtmak durumunda kaldı. Hedef sıfır karbon emisyonu!





moda stil

### **Sürdürülebilir üretim konusunda marka olarak bir yol izliyor musunuz?**

Sürdürülebilirlik, dünyanın geleceği için büyük ehemmiyete sahip bir konu. Daha yaşanabilir bir dünya için yalnızca moda değil, tüm alanlarda önemli adımlar atılması gerekiyor. Biz de kendi adıma birtakım çalışmalar yapıyoruz. Çok özel kumaşlarımızdan kalan eski sezon parçalarını, mutlaka yeniden değerlendirdiğimiz katma değerli ürünler tasarlıyor ve uyguluyoruz. Genel olarak materyal tercihlerimizde geri dönüşümlü kumaşlara ve doğal liflere yer veriyoruz.

### **Moda dünyasında “metaverse” kavramı oldukça gündemde... Sizin metaverse’ e bakış açınız nedir?**

Moda sektörüne son dönemde metaverse, NFT gibi pek çok dijital kavram girdi ve sektörümüz bu konulardan ciddi anlamda etkilendi. Moda dünyasında, koleksiyonlarını sanal podyumlarda tanıtan markalar bulunuyor. Özellikle NFT’ nin tasarım telif hakları korunması konusundaki yeni bir yol gösterici olacağına inanıyorum.

### **Sizce dijital ortamda düzenlenen defileler bu işin ruhunu yansıtabiliyor mu?**

Pandemi gerçeği, bizi pek çok dijital platformu kullanmaya mecbur etti. Aslında fiziksel defileleri özledik fakat dijitalde de tasarımcılar, iç dünyalarını farklı sanat prensipleri ile gösterme şansına sahip oldu. Bence dijital platformlar bundan sonra artık vazgeçilmezimiz.

### **Türkiye’ de moda sektörünü nasıl değerlendiriyorsunuz?**

Tabii ki her sezon, modanın üzerine bir şeyler daha katarak ve tasarımın önemini anlayarak sektör gelişiyor. Tasarımcı ve firma iş birlikleri artıyor. Söz konusu iş birliklerinin kalitesi, tasarımcının firmaya ve firmanın tasarımcıya sağladığı fayda ile ölçülebilir.

### **Danışmanlık verdiğiniz markaları bir danışman moda tasarımcı olarak nasıl beslediğinizi düşünüyorsunuz?**

Bir marka sizinle yola çıkıyor ve ona yön



**“Bir marka sizinle yola çıkıyor ve ona yön vermenizi bekliyorsa öncelikle markanın pazardaki yeri, konumlanması üzerine hem stratejik hem de kreatif planlar yapmanız ve sunmanız gerekiyor.”**

vermenizi bekliyorsa öncelikle markanın pazardaki yeri, konumlanması üzerine hem stratejik hem de kreatif planlar yapmanız ve sunmanız gerekiyor. Bu süreçten sonra artık sizin kendi tasarım disiplininiz ile firmanın gücü harmanlanıyor ve sonuçlar almaya başlıyorsunuz. Marka ve tasarımcı iş birliği her zaman doğru planlama ve disiplinli çalışma ile oluyor.

### **Peki, düzenlenen moda haftaları ile ilgili düşünceleriniz neler?**

Moda haftaları, sektörün gelişimi adına



kurgulanan ve dünyanın her yerinde düzenlenen önemli birer platformdur. Türkiye’de de bu anlamda düzenlenen, çok başarılı organizasyonlar var. Moda haftaları, tasarımcıların dünyaya sesini duyurabilmesi için oldukça önemlidir. Buradaki tasarımcıların, iş disiplini ve sürekliliği sağladığı aşikâr ama son dönemlerde yaşananlar bu platformlarda da yeniliklere ihtiyaç duyulduğunu gösteriyor. Bu sezon bu farkı, hep birlikte göreceğiz.

**Ege İhracatçılar Birliği (EİB) Moda Tasarım Yarışması’nın bu yılki kreatif direktörü olarak ne gibi çalışmalar yaptınız?**

EİB Tasarım Yarışması, geçmişte benim de

yarışmacı olarak içinde bulunduğum ve benim için değerli bir organizasyondur. Bu sene ilk kez sürdürülebilirlik ilkesinin de yarışma kriterlerine alınması, yarışma için çok önemliydi. Bu bağlamda Global Compact Türkiye ile iletişime geçtim. EİB, artık bu kuruluşun üyesi oldu ve bize ilham verdi.

**Hem anne hem de moda tasarımcısı olarak özel bir denge kurduğunuzu biliyoruz. Peki size neler güç katıyor?**

Anne olmak, bir kadın için gerçekten hediye. Bir kadın girişimci olmak ve ilgili bir anne olmak, oldukça zor ama iyi bir birey yetiştirmek, benim için en büyük tasarım hedefi.

**Yeni tasarımcılara birkaç ipucu verseniz bunlar neler olurdu?**

Modaya yeni yeni adım atan gençler, öncelikle tasarım kavramının nasıl evrim geçirdiğini iyice algılamalı. Bu algıda tüm yenilikleri, gelenekseli ve sürdürülebilir ilkeler içinde kalmayı başarabilmeliler.

# Türkiye’de bir ilk!

Karıştırıcılı cezveli, sütlü Türk kahve makinesi:  
Arzum OKKA Rich Spin M

SÜTLÜ  
MILK COFFEE

KLASİK  
CLASSIC

KÖZDE  
SLOW BREW

SERT  
STRONG



arzum  OKKA

Bağımsız bir araştırma şirketi tarafından yapılan araştırmaya göre “Türkiye’de İlk ve Tek Karıştırıcılı Cezveli Sütlü Türk Kahve Makinesi”



Rusya-Ukrayna ihtilafı, ticaretin rotalarını etkilerken, Doğu-Batı ticaretinin Orta Koridor'a kayması ve planlanan yeni rotalar, Türk ihracatçısı için de rekabet avantajı sağlayabilir.

 Murat Erdoğan



## ORTA KORİDOR, ihracatçıların rekabet gücünü artırır mı?

**K**

rizlere alışkın olan Türk iş dünyası, küresel arenada yaşanan emtia, tedarik ve enerji krizini fırsata dönüştürmeye çalışıyor.

Türk ihracat ailesinin yılın ilk çeyreğinde yaklaşık yüzde 20'lik büyüme ile gerçekleştirdiği 60,8 milyar dolar ihracat hacmi, küresel tedarik zincirindeki krizin, Türkiye lehine çevrildiğini gösteriyor. Türk lojistik sektörü ve ihracatçılar, benzer başarıyı Rusya-Ukrayna savaşından olumsuz etkilenen ticaretin akışını yöneterek fırsata dönüştürmeye çalışıyor. Savaş ortamı nedeniyle TİM'in verilerine göre Türkiye'nin Rusya'ya ihracatı Mart ayında yüzde 40, Ukrayna'ya ise yüzde 80 azaldı. Büyük coğrafyaya yapılan ticaretin Ukrayna üzerinden giden rotaların kapanması, diğer lojistik yolların da aksamasına neden oldu. Türk lojistik firmaları, bu durumun Doğu-Batı

ticaretinde aktarma merkezi olmak isteyen Türkiye için bir fırsat olduğuna vurgu yapıyor. Tarihi İpek Yolu üzerinde konumlanan Türkiye'nin, lojistik uzmanlığının yanı sıra Bakü-Tiflis-Kars demir yolu hattı, Marmarayı ve asma köprüler ile buna hazır olduğu belirtiliyor. Yapılacak ikili görüşmeler ve mevzuatsal düzenlemeler ile Türkiye, Uzakdoğu ve Orta Asya'nın Avrupa ile ticaretinde ciddi bir hub görevini üstlenebilir.

### AVRUPA, RUSYA'YA TÜRKİYE ÜZERİNDEN ULAŞMAK İSTİYOR

Avrupa Birliği, Rusya'ya karşı ambargo kararı almış olsa da Rusya ile AB ülkeleri arasında yasaklanmamış birçok ürün grubunda ticaret devam ediyor. Avrupalı firmalar Rusya'ya ürün satmaya devam etse de gönderme noktasında sıkıntı yaşıyor. Çünkü Rusya-Ukrayna ihtilafının başlaması



ile Ukrayna hava sahası ve havalimanları uçuşa kapatıldı ve tüm hava kargo operasyonları durduruldu. Böylelikle Avrupa Birliği ülkelerinin Ukrayna üzerinden kullandığı rota, savaş nedeniyle bir alternatif olmaktan çıktı. Ukrayna hattının kapanması nedeniyle yük trafiği Gürcistan-Rusya arasındaki Verhniy Lars kapısına yöneldi. Bu da bölgede uzun kuyruklar oluşmasına neden oldu. Şu an bu hattı kullanan tüm ihracatçılar, ticaretin aksamaması için lojistik firmalarından alternatif rotalar talep etmeye başladı.

Avrupalı firmalar ise yüklerini Orta Asya üzerinden Rusya'ya gönderme planları yapıyor. Bu noktada Türkiye için bir fırsatın doğduğuna işaret eden UTİKAD Yönetim Kurulu Başkanı Ayşem Ulusoy, Türkiye-Gürcistan-Rusya hattında blok tren taşımalarının devreye alınabilmesi hâlinde bunun iyi bir seçenek olabileceğini belirtiyor. Pandemi döneminde blok trenler, Türkiye'nin komşularıyla ticaretinde önemli bir rol üstlenmişti. Karadeniz'de çalışan RO-RO firmaları yeni bir hat için talepte bulunmuş olsa da henüz olumlu bir cevap alamadılar. Çünkü tüm bu taleplere Rusya'nın yeşil ışık yakması gerekiyor.

### UÇUŞ YASAKLARI TÜRKİYE'NİN TRANSİT YÜKÜNÜ ARTIRACAK

Rusya'nın Batı ile birbirlerine uygulamaya başladıkları ticaret yasaklarının, belirli rotalarda yük hacmini de ciddi şekilde düşüreceği dile getiriliyor. Zira AB ve ABD menşeli hava yolu şirketlerinin Rusya havalimanlarını rotalarından çıkarmaları hava kargo operasyonlarını etkilerken, bu durum Türkiye'nin millî hava kargo şirketi Turkish Cargo'nun transit taşımalarda rolünü güçlendirebilir.

Lojistik sektöründeki firmalar tarafından Türkiye üzerinden yasaklı olmayan ürünlerin temini için Rusya tarafından talep artışı olduğu belirtilirken, UTİKAD Denizyolu Çalışma Grubu Başkanı Cihan Özkal, özellikle son dönemde UTİKAD'ın hemen hemen tüm üyelerine Rusya orijinli yüklerin transit olarak sevki konusunda, deniz/hava/kara alanlarında yoğun taleplerin gelmeye başladığının altını çiziyor. Bu durum, lojistik sektörü için fırsat olarak görülüyor.

### ORTA KORİDOR NEDEN GÜNDEMDE?

Asya ile Avrupa kıtaları arasında ticaret ve ulaşım, üç ana koridordan gerçekleşiyor. Rusya'nın içinde bulunduğu "Kuzey Koridoru", İran üzerinden geçen "Güney Koridoru" ve Türkiye'nin de dâhil olduğu "Orta Koridor". Rusya'nın içinde bulunduğu Kuzey Koridoru ile İran'ın içinde yer aldığı Güney Koridoru'na alternatif oluşturan Orta Koridor, Çin ile Avrupa'nın bütünleşmesi adına önemli bir yere sahip. Tarihî İpek Yolu'nun canlandırılması için stratejik önem taşıyan ve Türkiye'den başlayarak Kafkaslar'a, oradan da Hazar Denizi'ni aşarak Türkmenistan ve Kazakistan'ı takiben Orta Asya ve Çin'e ulaşan Orta Koridor yaşanan son gelişmeler ile önem kazandı. Pekin'den Londra'ya uzanan Orta Koridor hattı, yıllık 600 milyar doları aşkın ticaret trafiğinin kalbinde yer alıyor.

Kazakistan-Rusya-Belarus güzergâhında sadece tek modlu taşımacılık gerçekleşirken Orta Koridor'da multimodal taşımacılık yapma imkânı bulunuyor. Avrupa'da Türkiye'den trenle en kolay ulaşılan pazarlar Güney Avrupa ülkeleridir ve bu pazarlara ulaşmak için Orta Koridor'u tercih etmek, daha uygun bir seçim hâline geldi. Orta Koridor, Türkiye üzerinden mümkün olan farklı ulaşım çözümleriyle batı pazarlarına da hitap etmeye başlayabilir. Lojistik ağındaki bu gelişim Türk ihracatçısının mevcut ve yeni pazarlara ulaşma noktasında rekabet gücünü artıracaktır.





Türkiye, Azerbaycan ve Gürcistan'ın iş birliğiyle 30 Ekim 2017'de işletmeye açılan Bakü-Tiflis-Kars Demir Yolu Hattı ve entegre olduğu Kuşak ve Yol Projesi kapsamında oluşturulan Orta Koridor, Avrupa-Asya arasında bir ticaret yolu olarak Kuzey Koridoru'na oranla daha hızlı ve daha ekonomik.



### ORTA KORİDOR, LOJİSTİKÇİLERİN GÜNDEMİNDE

Asya ile Avrupa arasındaki mal taşımacılığında Tarihi İpek Yolu (Bir Kuşak Bir Yol), maliyet ve zaman açısından en güvenli rota olarak nitelendiriliyor. Türkiye bu projede, "Orta Koridor" denilen bölümde yer alıyor. Ana arter bağlantı yollarının yapımını büyük oranda bitiren ve son olarak Çanakkale Köprüsü'nü hizmete açan Türkiye, bir geçiş güzergâhı (köprü) olma noktasından, "iletişimin ve ticaretin merkez üssü" olma hedefini de güçlendirdi.

Orta Koridor ayrıca Türkiye'nin liman bağlantıları sayesinde Asya'daki yük trafiğinin Orta Doğu, Kuzey Afrika ve Akdeniz bölgesine ulaşması için önemli imkânlar sunuyor.

### HEM KISA HEM UYGUN

Yapılan raporlamalar, son bir yıl içinde Çin'den Avrupa'ya giden 10 milyon konteynerin yüzde 96'sının deniz yoluyla gerçekleştiğini gösteriyor. Ancak bu rakamın yalnızca yüzde 4'ü Kuzey Koridoru (Trans-Sibirya Demir Yolu Hattı) üzerinden sevk ediliyor.

Türkiye, Azerbaycan ve Gürcistan'ın iş birliğiyle 30 Ekim 2017'de işletmeye açılan Bakü-Tiflis-Kars Demir Yolu Hattı ve entegre olduğu Kuşak ve Yol Projesi kapsamında oluşturulan Orta Koridor, Avrupa-Asya arasında bir ticaret yolu olarak Kuzey Koridoru'na oranla daha hızlı ve daha ekonomik. 2 bin kilometre daha kısa, iklim koşulları bakımından daha elverişli ve deniz yoluna kıyasla ulaşım süresini üçte bir oranında (15 gün) kısaltıyor. Bu hattı kullanarak İstanbul üzerinden Avrupa'ya devam eden trenler, toplam 18 günde Çin'in Xi'an kentinden Çekya'nın başkenti Prag'a ulaşabiliyor.

Orta Koridor ayrıca Türkiye'nin liman bağlantıları sayesinde Asya'daki yük trafiğinin Orta Doğu, Kuzey Afrika ve Akdeniz Bölgesi'ne ulaşması için önemli imkânlar sunuyor. Türkiye, bu kapsamda lojistik altyapısına yatırımlar yapıyor. Orta Koridor'un kıymetinin Ukrayna-Rusya savaşı sonrasında çok daha fazla anlaşıldığını söyleyen Ulaştırma ve Altyapı Bakanı Adil Karaismailoğlu, Bakü-Tiflis-Kars yani Orta Koridor yük hacminde bu yıl yüzde 80 artış sağlandığını ve yük hacminin artmaya



# E-İhracatı

0-2 Kg bandının üzerine

## TAŞIYORUZ



Başta mobilya, otomotiv yan sanayi ve endüstriyel ekipmanlar olmak üzere hava yolu ile gitmesi mümkün olmayan, üreticilerimizin güçlü olduğu ürün gruplarını da Avrupa ve tüm dünyada tüketicilerin evine kadar ulaştırıyoruz.

### Avrupa'daymış gibi ticaret

- Avrupa'da ve Türkiye'de Fullfilment Hizmetleri
- Kapınızdan Tüketicieye İzlenebilir Teslimat
- Tüm Gümrük Süreçlerinin Yönetimi
- Online Mağaza Yönetiminde Danışmanlık
- Yurt Dışı Pazar Yerlerine Entegrasyon
- Full iade yönetimi

**Büyük ve hacimli ürünlerinizi de göndermek artık çok kolay**



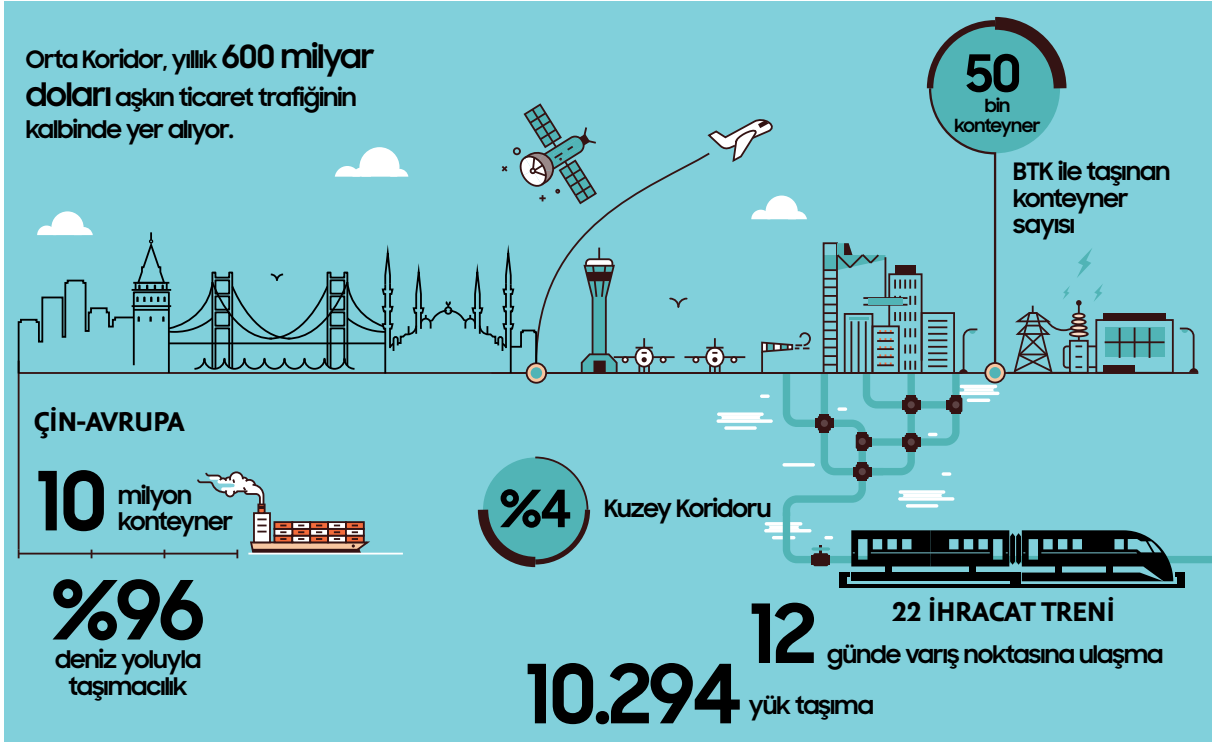
**Sınırları kaldırıyoruz**

 HEMEN ARA

0 850 202 33 60

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





devam ettiğini belirterek şöyle devam etti: “Süveyş Kanalı üzerinden yapılan Uzak Doğu-Avrupa taşımacılığına, Doğu-Batı ekseninde alternatif olabilecek en uygun rota, ülkemizden başlayan, Kafkaslar ve Hazar Denizi üzerinden Orta Asya’ya ulaşan Orta Koridor’dur.”

### 22 İHRACAT TRENİ HAREKET ETTİ

2020 yılının Aralık ayında Çin’e gönderilen ilk ihracat treni iki kıta, iki deniz ve beş ülke geçerek 12 günde varış noktasına ulaşmıştı. TCDD’den alınan bilgilere göre, bugüne kadar 22 ihracat treni, toplamda 10 bin 294 ton yük taşıdı.

Türkiye’nin dış ticaret taşımalarında demir yolunun payı oldukça düşük. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı’nın, yurt dışı yük taşımacılığında demir yolunun payını 10 kat artırma gibi iddialı bir hedefi var. Bu hedefe ulaşabilmek için Orta Koridor kritik öneme sahip.

### ÇİN-TÜRKİYE GÜZERGÂHI BİRİNCİ SIRADA

Orta koridorun büyük bir potansiyele sahip olduğunu söyleyen UTİKAD Yönetim Kurulu

Üyesi Serdar Ayırtman da Avrasya’daki jeopolitik durumun, Hazar ve Orta Asya Bölgeleri’ni içeren Orta Koridor’un, Çin-Avrupa kargo taşımacılığındaki rolünü artırdığını belirtiyor. “Orta Koridor, Rus demir yolları ile uğraşmak isteyenler için tek geçerli alternatif gibi görünüyor.” diyor Ayırtman, Çin ile Avrupa arasındaki demir yolu yük koridorunun, çoğu zaman Rusya topraklarından transit geçişi de içerdiğini hatırlatarak şöyle devam ediyor: “Orta Koridor, bölgeden geçen diğer güzergâhlar arasında en önemli uluslararası ulaşım ağına sahip. 2021 yılında Orta Koridor toprakları üzerinden 12 yönde gerçekleştirilen yük taşımacılığı bağlamında Çin-Türkiye güzergâhı birinci, Kazakistan-Türkiye güzergâhı ikinci ve Gürcistan-Kazakistan güzergâhı üçüncü sırada yer aldı. Orta Koridor’daki konteyner trafiği hacmi, 2021’de 2020’ye göre yüzde 52, Ocak-Şubat 2022’de ise 2021’in aynı dönemine göre yüzde 15 arttı. Beyaz Rusya-Kazakistan-Rusya koridoru üzerinden 20 feet’lik yaklaşık 700 bin konteyner taşındı. Öte yandan, Doğu-Batı ve Bakü-Tiflis-Kars demir yolları ile taşınan konteyner sayısı ise 50 binden biraz fazlaydı.”

# FUAR LOJİSTİĞİ #Bizimşimiz



Fuar lojistiğinde baştan sona entegre hizmet sunuyoruz. Alanında uzmanlaşmış ekibimiz ile yükünüzün alınmasından teslim edilmesine kadar tüm operasyonu titizlikle tek noktadan yönetiyoruz.

Sadece taşıma değil, gümrükleme, depolama süreçlerinde de hizmet sunuyoruz.

Siz şimdiden fuara odaklanın, gerisi **#Bizimşimiz**.



TEK NOKTADAN YÖNETİM



ÜRÜNLERİ TOPLAMA



YÜKLEME



GÜMRÜKLEME



ÖZMAL ARAÇLAR İLE TAŞIMA



STANDA TESLİMAT



BOŞ KAP DEPOLAMA



GERİ TOPLAMA

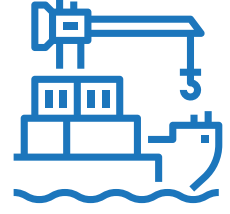




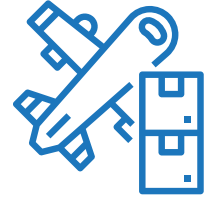
İhracat Sizin,  
**Lojistik BATI'nın işi!**







Denizyolu Taşımacılığı



Havayolu Taşımacılığı



Karayolu Taşımacılığı



Proje ve Gemi Kiralama

☎ 444BATI (2284)

✉ [project@batigroup.com.tr](mailto:project@batigroup.com.tr)

🌐 [batigroup.com.tr](http://batigroup.com.tr)

📷 [instagram.com/batigroup](https://www.instagram.com/batigroup)



advertorial FedEx Express

# FedEx Express dünyayı bir araya getiriyor

FedEx Express,  
Kara Operasyonları  
Başkan Yardımcısı  
Eser Sezek  
ile bir söyleşi  
gerçekleştirdik.



FedEx Express, dünyanın en büyük kargo hava yolu şirketi ve dünya çapında en tanınmış markalardan biridir. FedEx; her gün geniş bir hizmet yelpazesi, geniş bir küresel kapsama alanı ve dünya çapında 600 binden fazla üyeden oluşan bir ekiple rakipsiz bir lojistik deneyimi ile dünyayı birbirine bağlar. Güneydoğu Avrupa, İsrail ve Türkiye'den sorumlu Kara Operasyonları Başkan Yardımcısı Eser Sezek ile konuşma fırsatı bulduk.

## Marka iletişiminizin arkasındaki felsefe nedir?

Vizyonumuz; açık sınırların, yeni pazarların ve adil, sürdürülebilir uygulamaların her zaman açık ve mobil öncelikli dünyamızda her gün yönetilen milyarlarca kişisel tedarik zinciri için norm olduğu dünyanın en bağlı ticaret savunucusu olmaktır. Kolaylık, erişim ve fırsattan yanayız.

## Markanız değişen tüketici taleplerini karşılamak için nasıl gelişiyor?

Ağımız bize bu dinamik zamanlarda piyasaları ve ekonomileri desteklemek için ihtiyaç duyduğumuz esnekliği sunuyor. Hacimlere ve çalışma koşullarına uyum sağlamak için gereken ayarlamaları yapıyoruz. Hem transatlantik hem de transpasifik rotalarda frekans ve kapasitemizi artırdık, talebi karşılamak için seferler ekledik, e-ticaret ve inovasyon planlarımızı hızlandırdık, operasyonlarımızı paralel olarak uyarlayarak müşteri taleplerini karşılamaya devam ederken mümkün olan en güvenli koşulları sağladık. FedEx, uzmanlığı ve ağ ayarlamalarını benzersiz bir çeviklikle yönetme becerisi ile ünlüdür. Geniş nakliye hizmetlerimiz, kapsamlı küresel kapsamımız ve rakipsiz lojistik deneyimimiz ile tüm müşteri gereksinimlerinin ve iş ihtiyaçlarının karşılanmasına yardımcı oluyoruz.

## Kara yolu ağı yeteneklerinizden nasıl yararlanıyorsunuz?

Taşımacılık deneyimini daha da iyileştirmek ve hizmetlerimizde ek değer sunmak için sürekli çaba sarf ederek, şimdi basitleştirilmiş bir gümrükleme süreciyle ve kara yolu ağıımız aracılığıyla geliştirilmiş bir TNT Economy Express hizmeti sunuyoruz.

TNT ve FedEx gönderilerinin güvenilir ve uygun maliyetli teslimatını sağlayarak, Avrupa'daki kara



yolu ağıımızla kara yolu taşımacılığında bir adım değişikliği yapıyoruz. Bu hizmet; 7/24 proaktif izleme, çevrim içi takip ve aynı gün ihracat yeteneği<sup>1</sup> sunan, artık Türkiye'de daha az evrak işi gerektiren ve İhracatçı Birlik Ücreti ihtiyacını ortadan kaldıran, basitleştirilmiş bir gümrükleme süreci ile geliştirilmiş kapıdan kapıya teslimattır. Müşterilerimiz artık gönderilerini gümrük masrafı ödemededen kolayca gönderebiliyor ve zamandan da tasarruf sağlıyor. Müşterilerimiz, 300 kilograma kadar ve değeri 15 bin euro'ya kadar olan kara yolu ihracat gönderileri için basitleştirilmiş gümrükleme sürecinin yanı sıra iyi kurulmuş bir kara yolu ağıının avantajlarından yararlanabilirler.

## Hangi teknolojik gelişmeler sektörünüzü etkiliyor gibi görünüyor?

Yenilik, ilk günden beri FedEx DNA'sının bir parçası olmuştur. Özellikle sürekli değişen e-ticaret ortamında, ticari zorluklar ve müşteri ihtiyaçları geliştikçe mümkün olanın sınırlarını zorlamaya devam ediyoruz. Akıllı teknoloji, sensörler ve analitik, dronlar ve robotlar tarafından teslimat, otonom araçlar ve pedal tozu bahsetmeye değer bazı örneklerdir. Türkiye'de; İstanbul, İzmir ve Eskişehir olarak üç şehirde yoğun saatlerde teslimatlar için elektrikli scooter'ları deniyoruz ve bu teslimat modelini Ankara'ya ve diğer güzergâhlara genişletmeyi hedefliyoruz. Son tüketiciye sürdürülebilir bir şekilde görünürlük, iletişim ve daha hızlı yerine getirme faydalarını sağlayacak yenilikler için kendimize meydan okuyarak bu yönlere doğru sürekli geliyoruz.

<sup>1</sup> Saat 14.30'dan önce depomuzda gelen gönderiler içindir.





Daha fazla bilgi için  
QR kodu tarayın



## Karayolu ağımız ile zamandan ve maliyetten tasarruf edin

Avrupa Karayolu Ağımız; TNT Economy Express hizmeti aracılığıyla size Avrupa'da benzersiz bir bağlantı sunarak, gnderilerinizin basitleştirilmiş gümrükleme süreci ile güvenilir ve uygun maliyetli teslimatını sağlar.



sürdürülebilir yaşam



Avrupa Yeşil Mutabakatı normlarına üst düzey uyumu hedefleyen ihracat ailesi, dönüşümü hızlandırdı.

Simge Soyel

## İhracatçı birliklerin “sürdürülebilirlik adımları”

**Ç**evreye duyarlı sürdürülebilir üretim, bir tercihten ziyade zorunluluk hâline geldi. Küresel iklim değişikliğinin sebep olduğu hava olayları; tarımı olumsuz etkiliyor, gıda fiyatlarında artışa neden oluyor. Etki sadece bununla sınırlı değil. Küresel iklim değişikliği, uzun vadede iş gücü verimliliğine de yansıyor. Sorun giderek büyüyerek çevreye de etki ediyor.

Bilim insanları ile dünya liderleri, küresel ısınmayı 1,5 santigrat derece ile sınırlama gereğini defalarca vurguladı. Bunu önlemek adına, 2010 seviyelerine göre 2030 yılına kadar küresel karbondioksit emisyonlarının neredeyse yarıya indirilmesi ve 2050 yılına kadar da net sıfır emisyona ulaşılması gerekiyor.

Bugün gelinen noktada sadece ABD ve Avrupa Birliği değil, dünyanın tamamına yakını iklim değişikliğinin olumsuz etkilerine karşı

topyekûn bir mücadelede hazırlığı içinde. Döngüsel ekonomi, kaynak verimliliği, dijital dönüşüm, karbon ayak izi gibi konular dünyanın gündemi hâline geldi. Çevreye duyarlı sürdürülebilir üretim, Türkiye ve dünya için artık bir tercih değil, bir zorunluluk oldu.

### “HER ALANDA SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜRKİYE”

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), sürdürülebilirlik konusunu geçen sene odağına alarak ilk eylem planını tekstil sektörü ile açıkladı.

TİM Sanayide Sürdürülebilirlik Bilim Kurulu ile sanayide sürdürülebilir politikaların belirlenmesi ve uygulanması noktasında sektörlerle rehberlik ederek yeşil dönüşüm sürecinde kritik bir sorumluluk üstlendi.

ALO TİM bünyesinde Yeşil Hattı devreye



sürdürülebilir yaşam



aldı. Böylelikle firmalar, sektör bazında yeşil dönüşümle ilgili soruların cevaplarını, TİM ve ihracatçı birliklerin altındaki uzman ekiplerden almaya başladı.

Türkiye'yi sürdürülebilirlik alanında marka ülke hâline getirmeyi hedefleyen TİM, tüm sanayicileri, üreticileri, tedarikçileri ve ihracatçıları doğayı ve çevreyi önceleyen bir üretim anlayışına davet etti. "Her Alanda Sürdürülebilir Türkiye" hedefleri doğrultusunda TİM ikinci eylem planını, tarım ve hayvancılık sektörlerinde açıkladı.

TİM, yakında yayımlayacağı İhracat 2022 Raporu'nun odak konusuna ise Sınırdaki Karbon Düzenleme Mekanizması ve İhracata Etkileri'ni yerleştirdi.



Çimento, Cam, Seramik ve Toprak Ürünleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı ERDEM ÇENESİZ

### "SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İLE GELECEĞİMİZİN DOĞASINI DA GÖZETİYORUZ"

Çimento, Cam, Seramik ve Toprak Ürünleri İhracatçıları Birliği'nin iştirak alanı içinde bulunan sektörler, sürdürülebilirlik konusunda farkındalıklarını gün geçtikçe artırıyor. Yakıt olarak ithal kömür ile petrokak kullanan çimento sektörümüz, üretimde doğal gaz tercih eden cam ve seramik sektörlerimiz, çevreye ve ekolojik dengeye etkilerinin farkında ve bu etkiyi olabildiğince azaltmak adına ellerinden geleni yapıyor. Avrupa Birliği iklim ve çevre politikalarını yakından takip eden sektörler olarak çevre dostu üretimlere sahibiz. Sektörlerimiz doğaya geri dönüşümünü sağlayan teknoloji, ham madde, kaynak verimliliğini ve teknoloji yatırımlarıyla sadece bugünün değil, geleceğimizin doğasını da gözettiği. Çimento, Cam, Seramik ve Toprak Ürünleri İhracatçıları Birliği, gittikçe büyüyen iklim krizi ile savaşında sektör temsilcilerinin yanında yer alıyor. Üye firmalarımızın sürdürülebilir üretim hakkında bilinçlendirilmesinde ve bakanlıklar başta olmak üzere resmî makamlarla iletişimde kilit rol oynayan birliğimiz, uluslararası ve ulusal düzeydeki gelişmeleri takip ediyor. Gerçekleştirilen sektör toplantıları, hazırlanan raporlar ile elde edilen bilgiler, firmalarla periyodik olarak paylaşılıyor. Avrupa Yeşil Mutabakatı ile uyum sağlama amacıyla Sınırdaki Karbon Düzenlemesi'ne tabi olmayı hedefleyen ve pazarının büyük bir bölümünü AB ülkelerinin oluşturduğu sektörlerimizin mutabakata uyum sürecinde onları destekliyoruz. Düzenlemenin getireceği finansal yükü en az hissettirecek şekilde bir strateji ve yol haritası oluşturma çalışmalarımız devam ediyor.





sürdürülebilir yaşam



DENİB Yönetim Kurulu Başkanı  
HÜSEYİN MEMİŞOĞLU

### “SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK, AJANDALARIMIZIN İLK SAYFASINDA YER ALIYOR”

Tüketicilerin bilinç düzeyleri, pandemi dönemiyle birlikte daha da arttı. Üretim süreçlerinde kullanılan girdilerden, üretici ve satıcı firmaların çevreye karşı duyarlılıklarına kadar pek çok parametre, tüketicilerin radarına girdi. Sürdürülebilir üretim, yeşil mutabakat gibi uygulamalar artık ajandalarımızın ilk sayfalarında yer alıyor. Sürdürülebilirlik konusunda farkındalığımızın yüksek olduğunu ifade edebiliriz. Bu çerçevede Ticaret Bakanlığımızın Yeşil Mutabakat Eylem Planı ve Türkiye İhracatçılar Meclisimizin Sürdürülebilirlik Eylem Planı, bizim için çok değerli çalışmalar arasında yer alıyor. Aynı zamanda çok güçlü birer rehber niteliğinde olduklarını da söylemeliyim. Türkiye İhracatçılar Meclisimiz, ilgili eylem planını ‘Dünyayı Tüketmeden Dünya İçin Üretiyoruz’ mesajıyla duyurdu. İklim değişikliği ve Avrupa Yeşil Mutabakatı gibi konu başlıklarında üreticilere, ihracatçılara yol gösterilmesini, sektör olarak çok olumlu karşılıyoruz. Ülkemizin tekstil-konfeksiyon sektörü, 2021 yılında 30 milyar doları aştı. Denizli’nin ihracattaki lokomotif tekstil-konfeksiyon sektörümüz ise toplam ihracatımızdan yüzde 38 pay alıyor. Sektör olarak rekabet gücümüzü artırarak daha ileri boyutlara taşımak istiyoruz. Dış giyimye yönelik UR-GE Projemizin temasını ‘Sürdürülebilirlik ve Tasarım’ olarak belirledik. Bu konuda, eğitim ve danışmanlık faaliyetleri planlıyoruz. Denizli İhracatçılar Birliği olarak sürdürülebilirlik konusundaki çalışmalarımıza gelecek dönemde de devam edeceğiz.



İSİB Yönetim Kurulu Başkanı  
MEHMET ŞANAL

### “SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İÇİN ENERJİ VERİMLİLİĞİNE ODAKLANIYORUZ”

Dünya ekonomisinde yer alan tüm ticari ve idari organizasyonlara, hem çevresel hem toplumsal hem de ekonomik kalkınma boyutunda, kaynakları rasyonel kullanarak dünyanın daha yaşanabilir ve güvenli bir ortama ulaşması için büyük bir görev düşüyor. Türk iklimlendirme sektörü de sürdürülebilirlik adına dünya ve ekosistemi korumak için öncelikle enerji verimliliğine odaklanıyor. Sektörümüz; dijitalleşme çalışmaları, sürdürülebilirlik, çevre duyarlılığı, enerji verimliliği ve üniversite-sanayi iş birliği konularındaki duyarlılığı ve iklim değişikliği ile mücadelede ön plana çıkıyor. Ürünlerinin kalitesini en üst standartlardaki kalite belgeleriyle tescilleyen (UL, Eurovent, AHRI, ISO, CE, TÜV gibi) Türkiye iklimlendirme sektörü, ErP (Energy-Related Products-Enerji ilişkili Ürünler) direktiflerinin gerekliliklerini doğrudan karşılayan, çevreci ve yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımını artıran tasarruflı ürünler üretiyor. Sağlıklı bir iç mekân iklimini mümkün olan en düşük çevresel etkiyle sağlamak hem sürdürülebilir bir geleceğe hem de ekonomiye katkı açısından büyük önem taşıyor. Bu doğrultuda, mevcut binalarda havalandırma sistemlerinin yeni ve daha verimli sistemlerle değiştirilmesi ve yeni inşaatlarda enerji verimliliği yüksek havalandırma sistemleri kurulmasına yönelik talepler artıyor. Bu gelişmeler doğrultusunda İSİB olarak iklimlendirme sektörü firmalarını, dünya ticareti adına bilgilendiriyor ve yaptığımız çevrim içi eğitimlerle de kendilerini destekliyoruz.





sürdürülebilir yaşam



İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı  
AHMET ÖKSÜZ

## “SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK, TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN ANA GÜNDEM MADDESİDİR”

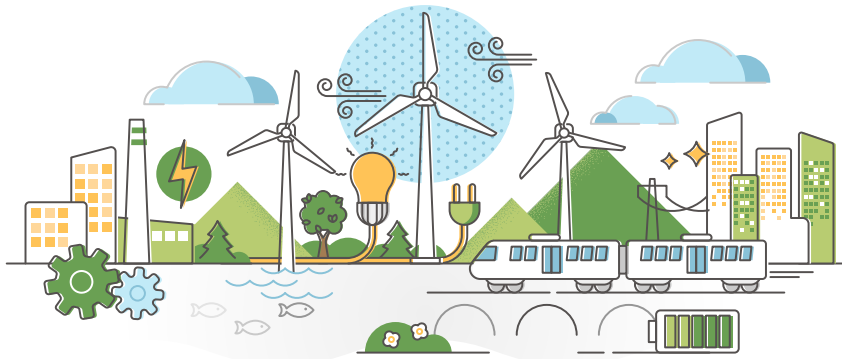
İhracatta eskiden aranan belli başlı kriterler varken artık firmalar sürdürülebilirlik özelinde birçok sertifika alıyor ya da denetim süreçlerinden geçiyor. Avrupa Birliği'nin, 2025 yılı itibarıyla tekstil atıklarının ayrı toplanmasını istediğini, bu ürünlerin yakılmasını ve evsel çöplerin atılmasını yasaklayacağını herkes biliyor. Bu uygulamanın, dünyadaki geri dönüşüm faaliyetlerini hızlandıracağı öngörüyoruz. Küresel markalar, sürdürülebilir olmayan ürünleri kabul etmeyeceklerine ilişkin deklarasyonlar yayımlıyor. Biz de İTHİB olarak sektörümüzde farkındalığı artırmaya yönelik çalışmalar gerçekleştiriyoruz. 2021 yılında Türkiye İhracatçılar Meclisimizin öncülüğünde Sürdürülebilirlik Eylem Planı'nı açıklayan ilk sektör tekstil sektörümüz oldu. Yedi ana başlıktan oluşan Tekstil Sektörü Sürdürülebilirlik Yol Haritası; Türkiye Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği tarafından Örnek Eylem Planı Ödülü'nü almaya hak kazandı. Tekstil sektörünün sürdürülebilirlik yaklaşımını, dünya markalarıyla birlikte değerlendirmek amacıyla 2021 yılı Kasım ayında Sustainability Talks etkinliği organize edildi. Hibrit şekilde gerçekleşen etkinlik, yaklaşık 5 bin kişiye ulaştı. Mart 2022'de açılışı gerçekleştirilen Tekstil Sektörü Sürdürülebilirlik Dönüşümü Eğitim Programı ise sürdürülebilirlik adına İTHİB'in yaptığı en son çalışmalardan biridir. Dört ay boyunca sürecek eğitim faaliyeti, her salı ve perşembe günleri düzenleniyor, 10 modülden oluşuyor ve her hafta yaklaşık 900 kişinin katılımı ile gerçekleşiyor. Bununla birlikte İTHİB tarafından tekstil sektörü sürdürülebilirlik yol haritasına ilişkin de bir rehber çalışması hazırlanıyor.”



MİİB Yönetim Kurulu Başkanı  
KUTLU KARAVELİOĞLU

## “MAKİNE SEKTÖRÜ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RAPORU VE EYLEM PLANI'NI AÇIKLAYACAĞIZ”

Makine imalat sanayisindeki alt sektör örgütleri, uluslararası düzeydeki organik bağları sayesinde özellikle AB mevzuatındaki gelişmeleri başından itibaren yakından takip ediyor. Mevzuatı çabuk kavrayıp üyelerini zamanında bilgilendirerek makinelerin enerji verimliliği ile ilgili bilimsel araştırmalara kaynak aktarmaya devam ediyor. Makine İhracatçıları Birliği olarak 2018 yılında başlattığımız Karbon Ayak İzi kampanyamızla bu farkındalığı makine kullanıcılarına yaymayı amaçladık. Farkındalık yaratmak üzere bu tarihten itibaren birçok adım attık. AB'nin karbon nötr kıta hedeflerine uyum konusunda hiçbir çekince taşımamakla birlikte, rakiplerimize kendi ülkelerinde sağlanacak desteklerin ülkemizde de bize sağlanmasının şart olduğuna inanıyoruz. Birliğimizin 'Makine Sektöründe İkiz Dönüşüm UR-GE Projesi' T.C. Ticaret Bakanlığı'ndan onay aldı ve çalışmalara başlandı. Ayrıca hazırladığımız Makine Sektörü Sürdürülebilirlik Raporu ve Eylem Planı'nı Mayıs ayında açıklamayı planlıyoruz.





sürdürülebilir yaşam



Süs Bitkileri ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı İSMAIL YILMAZ



OİB Yönetim Kurulu Başkanı  
BARAN ÇELİK

### “SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAPSAMINDA KALİTE SERTİFİKASYONLARI ÖNEM KAZANIYOR”

Süs bitkileri sektöründe, sürdürülebilirlik için son yıllarda önemli adımlar atılmaya başlandı. Bu adımların başında kalite sertifikasyonları yer alıyor. Sürdürülebilirlik temelli bu sertifikasyonların kriterleri arasında üretimde çevreye ve insan sağlığına zarar veren kimyasallar kullanılmaması veya üretim sürecinde çocuk işçi çalıştırılmaması gibi hususlar yer alıyor. Sektördeki en önemli sertifikasyon örneklerinden biri MPS etiketleridir. Dünya üzerinde yaygın olarak kullanılan diğer sektör etiketleri arasında GlobalGAP, MPS, FLP ve Florverde gibi etiketler bulunuyor. Süs bitkileri sektöründe birden fazla paydaş tarafından 2012 yılında sürdürülebilirliği bir faaliyet lisansı hâline getiren Sürdürülebilir Çiçekçilik Girişimi (FSI) kuruldu. Bu girişim de çevre ve sektörün geleceği için daha sürdürülebilir çözümler bulma hedefini taşıyor. Sektörde yapılan diğer sürdürülebilirlik çalışmaları kapsamında doğal zararlı kontrolü ile doğal mikroorganizmalar ve biyo-uyarıcılar kullanılarak sürdürülebilir üretim sağlanmasını; ambalaj ve etiketler için geri dönüştürülen, yenilenebilir (oluklu mukavva ve diğer kâğıt bazlı) malzemelerin kullanılmasını sıralayabiliriz. Türkiye’de süs bitkileri sektöründe son yıllarda sürdürülebilirlik ana gündem maddesi olmaya başladı. Özellikle ihracatçı firmalar tarafından kalite sertifikasyonları giderek daha çok önem kazanıyor. Birliğimiz de bu kapsamda firmaları sertifikasyon kullanımına teşvik ediyor. Ayrıca Türkiye’deki firmalar da ambalajlarda doğa dostu ürünleri daha çok kullanmaya başladı.

### “SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK, GELECEĞİMİZ İÇİN BİR ZORUNLULUK”

Uludağ Otomotiv Endüstrisi İhracatçıları Birliği (OİB) olarak Türkiye’nin, son yıllarda dünya çapında yaşanan dönüşümün otomotiv endüstrisinde güçlü bir parçası olması vizyonuyla hareket ediyoruz. Bunu geleceğimiz için bir zorunluluk olarak görüyoruz. Bugün otomotiv endüstrisindeki bu dönüşümü zorlayan en temel etken, AB’nin iklim politikalarıdır. Bu doğrultuda otomotiv ihracatımızın yaklaşık yüzde 80’ini Avrupa Birliği’ne yapan üyelerimizi, Avrupa Yeşil Mutabakatı’nın getireceği yeni düzenlemelere karşı bilinçlendirmek amacıyla T.C. Ticaret Bakanlığı desteğiyle Otomotiv Sektöründe Yeşil Dönüşüm UR-GE Projesi’ni hayata geçirdik. Üç yıl sürecek Otomotiv Sektöründe Yeşil Dönüşüm UR-GE Projesi, sınırda karbon düzenlemesi gibi ihracatçılarımızı etkileyecek düzenlemeler hakkında üyelerimizi bilinçlendirmeyi, onlara rehberlik etmeyi ve karbon emisyonlarını azaltarak yeşil düzenin getireceği şartlar doğrultusunda dönüşümlerini sağlamalarına yardımcı olmayı amaçlıyoruz. Sürec, 18 firmamızın katılımı ile başladı. Yine 2 milyon euro’luk Türkiye Otomotiv Sektörünün Karbon Emisyon Düzeyinin Değerlendirilmesi ve Sera Gazı Net Sıfır Emisyonuna Sahip Olmak İçin İyileştirme Alanlarının Belirlenmesi IPA III Projemizin başvurusu, Dışişleri Bakanlığı AB Başkanlığı’na gönderilmek üzere Türkiye İhracatçılar Meclisi’ne iletildi.







sürdürülebilir yaşam



UHKİB Yönetim Kurulu Başkanı  
NÜVİT GÜNDEMİR

## "SÜRDÜRÜLEBİLİR ÜRETİMİ DİJİTAL DÖNÜŞÜM DESTEKLİYOR"

Üretim sürdürülebilirlik, döngüsel ekonomi, karbon ayak izimizi minimuma indirme konusunda son dönemde sektörümüzde bilinç oluştu. Bu dönüşümü moda tüketicisinin ürün tercihlerindeki değişime cevap vermek için değil, sorumlu birer dünya vatandaşı olarak yerine getirmemiz şart. Uludağ Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (UHKİB) olarak Türk hazır giyim sektörünün, küresel ticaretteki payını artırması ve yüksek katma değerli ihracatta öncü olması hedefiyle başlattığımız T.C. Ticaret Bakanlığı destekli 'Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektöründe Endüstri 4.0 Entegrasyonu' projemiz başarıyla devam ediyor. Başta Endüstri 4.0 olmak üzere pek çok konuda yaptığımız çalışmalarla sektöre ivme kazandırıyoruz. Birlik olarak özellikle sektörün Endüstri 4.0'a ve Endüstri 5.0'a entegre olması konusuna önem veriyoruz. Bu dijital dönüşüm, sürdürülebilir üretimi destekleyecek, firmalarımızın uluslararası alandaki rekabetçiliğine katkı sağlayacak, pazardan aldığı payı artıracak ve dünyayla uyumunu daha kolay sağlayacak. Türkiye'de ve dünyada sürdürülebilir kalkınma için önemli olan moda tasarım alanında, insan kaynağı geliştirme amacıyla Aralık ayında Bursa Uludağ Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu (BÜ TBMYO) ile bir eğitim iş birliği protokolü imzaladık. Bununla birlikte UHKİB, İstanbul Moda Akademisi ve Bursa Uludağ Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu iş birliğiyle oluşturduğumuz 'Moda Tasarım Teknolojilerinde Kalıp Geliştirme Eğitim Programı', 2022-2023 akademik takvim yılı içinde üniversitemizde gerçekleştirilecek. Bu program ile hazır giyim sektörüne insan kaynağı geliştirmeyi ve nitelikli iş gücü kazandırmayı hedefliyoruz.



UTİB Yönetim Kurulu Başkanı  
PINAR TAŞDELEN ENGİN

## "SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İÇİN FİRMALARIMIZ HIZLA ADAPTE OLUYOR"

Bütün ilgili kurumlar ve firmalar, hep birlikte dev bir AR-GE ve inovasyon hamlesi içindeyiz. Bu hamlelerimizi, bilim, teknoloji ve tasarıma dayalı, dijital dönüşümü tamamlamış, bir bilgi ekonomisine çevirme yaklaşımı ile gerçekleştiriyoruz. UHKİB, BTSO ortaklığında kurduğumuz Bursa Teknoloji ve Koordinasyon AR-GE Merkezi'nde (BUTEKOM) özellikle çevreci üretim konusuna odaklanan eğitimler düzenliyoruz. Bu kapsamında çevresel hassasiyet, doğal liflerin yetiştirilme süreçleri, sentetik ürünlerin üretim emisyonları gibi çok sayıda konuda firmalarımızı bilinçlendiriyoruz. Ayrıca ekolojik tekstiller konusunda UR-GE Projemiz devam ediyor. Bu projemiz kapsamında ekolojik verimlilik ilkesi ile doğru kaynak ve enerji kullanımı ile çevreye verilen tahribatı minimuma indirmek ana hedeflerimiz arasındadır. Firmalarımızın alanlarındaki yeterlilik ve kapasitelerini ölçerek sektörümüzün genel ihtiyaçlarına olacak katkılarını analiz ediyoruz. Eko-etiketleme ve temiz üretim ilkeleri çerçevesinde firmalarımızın en yüksek standartlara ulaşması yönünde çalışmalar sürüyor. UR-GE Projesi kapsamında karbon emisyonlarını azaltmak amacıyla Kurumsal Karbon Ayak İzi Danışmanlık sürecimizi başlattık. İnaniyorum ki danışmanlık kapsamında bilinçlenen firmalarımız, Türkiye'nin 2053 yılı net sıfır emisyon hedefine ulaşmasında öncü olarak tekstil sektörünün geleceğine yön verecek. Genç tasarımcıları sektöre kazandırmak amacıyla 11 yıldır düzenlediğimiz UTİB Türkiye Ev Tekstili Tasarım Yarışması'nın son iki yılını sürdürülebilirlik üzerine kurguladık. Yarışmacılar, 'Sürdürülebilir Yaşam Tarzı Yaratmak' teması üzerine tasarladıkları ürünlerle yarışmaya katıldı.





taka tasarım

BAŞAK BAYKAL

## Doğanın mucizesi ÇİÇEKLERDEN İLHAM ALIYOR

**T**abiataın güzelliklerini mücevherlerine yansıtan Başak Baykal, kendi markasıyla kadınları eşsiz takıları ile buluşturuyor. Hepsi birbirinden özel ve güzel olan tasarımlarında, doğanın eşsiz mucizelerinden ilham alan marka, bu yıl çok daha iddialı parçalarla karşımıza çıkıyor.

### **Mücevherlere olan tutkunuzu ne zaman fark ettiniz?**

Kapalıçarşı'nın eski zanaatkarlarından kuyumcu bir babanın kızıyım, dolayısıyla bu dünyaya karşı her zaman büyük bir ilgim vardı. Çocukluk yıllarımda annemin mücevherlerine hayrandım, hepsi benim olsun diye hayaller kurarken yaşam ilerledikçe mücevherlere daha kreatif bir gözle bakmaya başladım.

### **Markanızın kuruluş sürecini anlatır mısınız?**

Uzun yıllar kurumsal bir firmada farklı departman ve pozisyonlarda görev aldıktan sonra baba mesleğine farklı bir bakış açısı getirmeye ve mücevher dünyasının bizzat içinde olmak istediğime karar verdim. Bu hayal çok önceden bilfiil çalışırken başlamıştı ama kurumsal dünyanın artık beni mutlu etmediğine kesin karar verip işimden ayrıldıktan sonra bu hayalim gerçeğe doğru evrilmeye başladı. Pandemi, benim için dönüm noktası oldu. Mecburen yavaşlamak zorunda kaldığımız bu süreçte, ben markanın kuruluşu ve tasarımların hayata geçişi için oldukça hızlı bir dönem yaşadım.

### **Koleksiyonlarınızı hazırlarken nelerden ilham alıyorsunuz?**

Doğa ve çiçekler... Çiçeklerin doğanın mücevherleri olduğuna





Sokakta gördüğüm yabani bir çiçek bile aklıma yüzlerce fikir getiriyor. Doğanın güzellikleri kolay kolay tüketilemeyecek kadar büyük bir kaynak.

inaniyorum. Kendi içinde farklı simetrisi, göz alıcı renkleri ve sembolize ettiği anlamlar ile tüm çiçekler eşsiz birer ilham kaynağı.

### **Bundan sonraki koleksiyonlarınız da yine çiçeklerden mi oluşacak?**

Evet, doğanın mucizesi çiçekler, bence sonsuz bir ilham kaynağı. Sokakta gördüğüm yabani bir çiçek bile aklıma yüzlerce fikir getiriyor. Doğanın güzellikleri, kolay kolay tüketilemeyecek kadar büyük bir kaynak.

### **Mücevherde en önemli olgu nedir? Tasarım mı yoksa malzeme mi?**

Bence ikisini birbirinden ayırmak zor. Çok iyi bir tasarım, kalitesiz malzemeyle anlamsız bir noktaya varabilir. Ama ben burada en çok üçüncü faktörü önemsiyorum; o da el işçiliği. Özellikle Kapalıçarşı'nın hâlâ babadan oğula geçen zanaatkarlık öğretilerinin tasarımı, çok daha ayrıcalıklı yerlere taşıyabildiğini bizzat görüyorum. Usta bir elden çıkan, niş ve hatta sınırlı sayıda üretilmiş bir

mücevher, bence fabrikasyon üretimden çok daha kıymetli.

### **Bir koleksiyonun hazırlık süreci sizin için nasıl ilerliyor?**

Öncelikle aklımda oluşan ana tema üzerinden, mücevhere dönüştürmek istediğim çiçeklere karar veriyorum. Bu aşamada o çiçeğin bana verdiği duygu, simetri, neyi sembolize ettiği gibi farklı düşüncelerim de etkili oluyor tabii... Seçtiğim çiçeklerin eskizlerine elimi alıştırmayı seviyorum, sonrasında mücevherin tasarımı için çizimlere başlıyorum. Zaman zaman özel bir taş bulduğumda, bundan ne olur diye düşünmeden onu almayı seviyorum. O an bilemesem de sürekli onu çıkarıp seyrederken tasarıma ilerlediğim örnekler de var. Son aşamada ustalarımın ortaya çıkan tasarımın, teknik boyutlandırmasını yapıp üretime geçiyoruz.

### **Özellikle son dönemde yaşanan dijitalleşme, markanızı nasıl etkiledi?**

Dijitalleşme her sektörde olduğu





## TASARIMLARIMDA MİNYATÜR BOYAMAYI TERCİH EDİYORUM

Mücevher dünyasında çok alışıldık olmayan ve tasarımlarımızın çoğunda kullandığımız bir teknik var; minyatür boyama. Birçok parçada, bu teknik ile detaylandırılan kısımları görmek mümkün. Mesela bir yaprak detayını, damarlarına kadar verebilmek tasarımları çok farklılaştırır. Tüm tasarımlarımda renklerle oynamayı seviyorum ve renk kullanmaktan çekinmiyorum. Minyatür sanatçısının el işçiliğini de o yüzden çok seviyorum ve önemsiyorum.

gibi mücevher dünyasını da etkiledi. Yakın zamana kadar lüksün tanımında sosyal medya veya çevrim içi alışveriş yoktu. Belirli kuyumculara gidilir, alışveriş yapılırdı. Buna bir de gerçek mücevher müşterisinin, global markaların herkeste olan imza ürünlerini takmaktansa daha butik, özgün tasarımcı ve tasarımları önemsemeye başlamaları eklenince, dijital kanalların marka tanıtımındaki payı ve değeri de oldukça arttı. Bence özellikle sosyal medya, lüks tüketimde çok elzem bir noktaya geldi. Hâl böyle olunca Başak Baykal markasının da iletişim ve satış kanalları, bu bağlama evrildi.

### Yeni koleksiyonunuzda öne çıkan başlıklar nelerdir?

Aslında öne çıkan birçok farklı tasarım ve teknik var. Mimoza chocker gerdanlık, malzeme ve işçiliğiyle çok ayrıcalıklı bir parça oldu. Küpe çiçeğinden esinlenen uzun kolye de yine bir el emeği ürünü, sadece ucunda sallanan küpe çiçeğine 2 binden fazla safir mihlandı. Bu ve gelecek koleksiyonların imza parçası olacak "Başak" kolye de kişisel favorilerimden.

### Takipçilerinizi 2022'de ne gibi yenilikler bekliyor?

2022 yılı içinde, koleksiyona yavaş yavaş yeni ürünler eklenmeye devam edecek. Aynı zamanda tamamen farklı bir tema da kafamda hazır. Fakat markam adına 2022 yılının en büyük önemi, yurt dışı adımlarım olacak. Kapalıçarşı'nın ve mistik aurasının dünya mücevher piyasasında büyük etkinliği olduğuna inanıyorum. Bu topraklardaki ustaların elinden çıkan mücevherlerin, yurt dışına taşınabiliyor olmasını çok önemsiyorum. Başak Baykal markasının yönünü 2022 yılında daha fazla yurt dışına çevirerek internet sitemiz üzerinden çevrim içi satışı geliştirmeyi planlıyorum.



# Minimum efor, Maksimum hız!

Promena ile satın alma süreçleri  
her zamankinden daha hızlı.

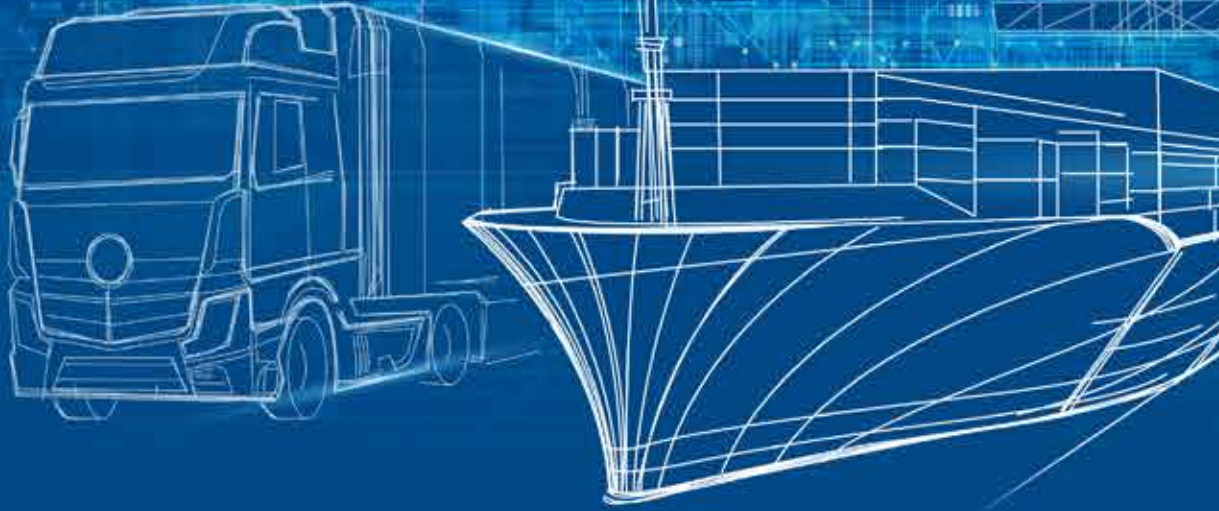


Promena Hızlı RFQ modülünü kullanarak yeni tedarikçilerle tanışın,  
bilgi ve belge toplama süreçlerinizi tamamlayın ve hızla teklif toplayın.  
Satın alma ve satış süreçlerinizi yalnızca 4 adımda tamamlayın.





# KINAY SINIR TANIMAZ!



KINAY TRANSPORT & LOGISTICS



INTERNATIONAL



75 yıllık köklü geçmişimizden aldığımız güç ve sektör tecrübemizle geleceğe emin adımlarla ilerliyor, müşterilerimize ihtiyaç duyduğu lojistik çözümlerini sunuyoruz.



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





# "Mimarlık, bir senfoni partisyonu yazmak gibidir"

Esma Sultan, Beşiktaş Balık Çarşısı, Borusan Müzik ve Sanat Merkezi ve daha niceleri... Kurucusu olduğu GAD Mimarlık ile başarılı işlere imza atan ünlü Mimar Gökhan Avcıoğlu'na konuk olduk.

Simge Soyel



Mimari proje üretimi, araştırma ve tasarımı konusunda kendi alanında öncü gruplardan biri olan Global Architectural

Development (GAD) Mimarlık, Mimar Gökhan Avcıoğlu tarafından 1994 yılında hayata geçti. Kurulduğu günden bugüne sayısız başarılı projeye imza atan başarılı mimar ile çok özel bir söyleşi yaptık.

## **Dünya çapında bilinen bir mimar olmanızın arkasındaki dinamikleri, kendi pencerenizden değerlendirir misiniz?**

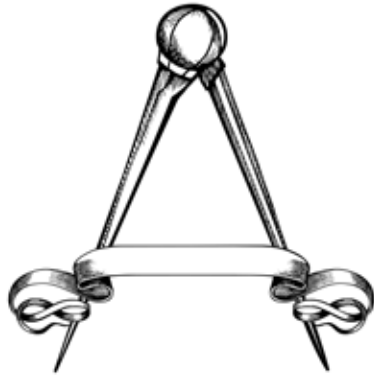
Sizinle konuşurken uzun zamandan beri üzerinde yoğunlaştığımız ilk kitabımız (Less or More) baskıdan geldi. İngilizceden Türkçeye çevrildi. Bu kitap, ben kendimi nasıl inşa ettim ve inşa etmeye devam ediyorum, nelerden besleniyorum, tasarımın tasarımı nasıl yapılır ve bugüne kadar neler inşa ettik üzerine okuyucuyla paylaştığımız ne biyografik ne monografik ama hepsi de olan melez bir kitap.

Mimarlığa olan ilgin, çocukluğumda ailemle gezdiğim Efes, Troya ve Milet gibi antik kentlerde başladı. Bu anlamda çok şanslı bir coğrafyada yaşıyoruz. Anadolu, medeniyetlerin ve mimarlığın doğduğu yerlerin başında geliyor. Gezdiğim antik kentler benim çocukluk algımı zorlardı. Yerlere saçılmış irili ufaklı taş kütleleri, sütunlar, süslü sütun başlıkları ve

bunlardan oluşan binalar ve şehirler; tıpkı legolar... Bir de bunların tamamen tersinden giden, oyularak elde edilmiş saklı binalar, şehirler ve sokaklar diyarı Kapadokya gibi önemli yerlerimiz var. Aslında resim, heykel ve moda tasarımı kökenliyim... Mimarlık, düşündüğüm bir meslekti ama gençliğimde günlük olarak resim ve heykel uğraşıyordum. Resim ve heykel, daha bireysel sanatlardır. Daha içine kapanık ve daha tek başına çaba gerektirir. Fakat ben insanlarla daha sıkı fıkı, daha haşır neşir olmayı istiyordum. Dolayısıyla mimarlığın sosyalleştiren bir meslek olduğunu düşünerek böyle bir yola girdim.

## **Kitabınız için şimdiden tebrik ederiz... Peki, sizce bugünün yapıları, dönemi yansıtıyor mu?**

Mimarlık pratiği yapmak kadar, üzerinde düşünmek de değerli. Elimizde 20. yüzyılın bir yandan geçmişte hiç olmadığı kadar yoğun, hızlı keşiflerle dolu dolu bir yüzyıl olmasıyla birlikte bu hızın ve aşırılığa varacak seviyede doğanın zorlanmasıyla yıpranmış bir dünya var. Artık bir şey inşa etmeden önce geçmişte olduğundan daha duyarlı ve detaylı bir biçimde öğrenmeye ve anlamaya, dünyaya yeni bir şey eklemenin ihtiyaç mı hırs mı olduğunu gözden geçirmeye gerekirse mevcutları elden geçirip, restore edip, yeniden tasarlayıp, kullanmaya vakit ayırmalı. Yeryüzünde yaşayan herkes, önce ve sürekli düşüncelerini





yeniden inşa etmeli ve mimar da kendisine ismarlanan proje ne olursa olsun daha geniş bir perspektiften bakabilmeli. Unutmamalı, kendini inşa etmek bir meslek sorumluluğu olmasının yanı sıra hem besleyici hem de zevkli. Mimarlık bence bir senfoni partiyonu yazmak gibidir. Kim ne yapacak, ne zaman devreye girecek, ne söyleyecek; mimar bunları baştan yazar, çizer, kararlaştırır... Yeni bakış açılar getirebilecek metotlar geliştirmeli mimar kendine... Ben aslında bir oyun kurucuyum. Biri bana bir sorun anlattığı zaman, hemen onunla ilgili bir iş planı ya da nasıl olması gerektiği konusunda bir sistem kurmaya aklım gider. Çabuk görüyorum; nasıl bir şey olması lazım, nasıl organize olması gerekir, nelerden faydalanılabilir...

### **Dünyada bir değişimi başlatan pandeminin, mimari tercihlerle ve yapılara etkisini nasıl değerlendiriyorsunuz?**

12 bin yıllık yazılı medeniyet tarihinde, bu yeni bir şey değil. Barınma noktasına geri dönme, yani dış etkilere kapalı bir yere çekilme hâli. 7/24 neredeyse evlere kapandığımız bu süreç, iki yılını doldurdu. Bunu geçirirken ofise gitmek durumunda olmadığımızı, yeni teknolojik gelişmeler sayesinde evden de işleri yürütebileceğimizi fark ettik ve "home office" dediğimiz sisteme ağırlık vermeye başladık. Sonra fark ettik ki her şeyi aynı mekânda yaptığımızda, mekân da yıpranıyor, biz de yıpranıyoruz. Bu sefer yandaki binada, alt katta, bahçe içinde bir müştemilatta çalışmak gibi bir sürü fikir geliştirdik. Dolayısıyla pandemi, aslında kendi yaşam kültürümüz ve hayalimizdeki ev üzerine yeniden düşünmemizi sağladı. Şehirlerin giderek büyüdüğü ve artık başlı başına büyük problemler yarattığı yerlerde ise "Acaba yavaş yavaş tekrar daha küçük şehirlere, kasabalara mı toplansak?" denilmeye başlandı. Bir yandan da Marshall McLuhan'ın 90'ların başında öngördüğü gibi dünya artık "global bir köy"e dönüştüğü için bunu yapabiliyoruz. Yani artık nerede olduğumuzun çok bir önemi yok. Şu anda



**Mimarlık bir senfoni partiyonu yazmak gibidir. Kim ne yapacak, ne zaman devreye girecek, ne söyleyecek; mimar bunları baştan yazar, çizer, kararlaştırır.**



dünyanın yeniden düşünmeye başladığı bir zaman aralığındayız. Mimarlar olarak bunun sinyallerini çok önceden almıştık. Fakat maalesef yöneticilerin, şehir planlamacılarının, ekonomistlerin, mühendislerin, politikacıların ya da başka mesleklerden insanların etkileri dâhil yeterince düşünmemesi böyle "felaketlere" yol açıyor. Mimarlıkta ve şehircilikte en olumlu değişimler, maalesef bazen deprem, sel, yangın, salgın gibi büyük felaketlerin sonrasında yaşanıyor.

### **Mimari tasarımınızı oluştururken nelere dikkat ediyorsunuz?**

İstanbul'da, Bodrum'da, Newyork'ta ya da Montenegro'da tasarımını yapacağımız





binaların, denizle bir ilişkisi varsa ben de denizin üzerinden bakıp çalışıyorum, binaların geleceği yere sokaktan bakıyorum. Uçakla üzerinden geçerek ya da drone ile çeşitli noktalardan değerlendiriyorum. Gözümden kaçan bir yer var mı, neye dikkat etmeliyim? Hepsi çok önemli. "Etrafındaki değerli binalarla nasıl ilişki kurarım, yarım etrafındaki değersiz binalar yok olursa ya da onların yerine daha fecileri inşa edilirse ne tedbirler almalıyım?" diye düşünürüm. Çoğu inşa ettiğimiz binalarla hâlâ ilişkimiz sürüyor. Kuum 15. yılında, Esmâ Sultan 22. yılında, Susona 6. yılında, Borusan 12. yılında, Exploded House 24. yılında, Kadıköy Park Tuvalet 28. yılında, Beşiktaş Balık Pazarı 14. yılında, Mandarin Bodrum 8. yazında... Çevresindeki ağaçlar, genel doku dâhil gelecek başka projelerimiz için sürekli gözlemliyorum.



### **Teknolojinin gelişimi, mimari süreçleri ne yönde etkiliyor?**

Bugün 3D printerlar sayesinde hayal edilen her türlü euclid, non-euclid, hybrid, ara form istediğimiz büyüklükte, masamızın üzerinde gerçek bir inşaat alanına dönüşene kadar, değişik ölçeklerde vücut buluyor. Hayal ettiğimiz bir tasarımın, bu araçlar sayesinde içine girip yaşayabileceğimiz mekânlara dönüşmesi mümkün.

Mimarlık için yapay zekanın, seri üretimden sonraki en büyük faydası, üçüncü taraf yüklenicilere ihtiyaç duymadan yerinde üretimin mümkün hâle gelmesi. Bugün ofislerimizde kullandığımız 3D yazıcıların, büyük ölçekli versiyonlarını hayal edin: Ne yaptıklarını görmeleri gerekmediğinden karanlıkta çalışabilirler, yani 24 saat! Aynı zamanda daha az enerji kullanarak daha hızlı ve daha temiz üretim yapabilirler. İnşaat sistemlerinin bu yetenekleri; mimarları, sonra inşaatçıları, sonra da şehirler ve yerleşmeler hakkında karar veren bürokratları daha çok dikkate davet edecek, inşaat süresinde daha az kazı gerektiren ve sonucunda daha az atığın çıktığı optimum, verimli tasarımlar üretmeye zorlayacaktır. Yaşadığım, çalıştığım, tasarım yaptığım yerlerin tarihsel bir geçmişi olmasına özen



gösteriyorum. Yoksa ruhum sıkılıyor. Yeni yapılmış, tarihsiz, gıcır gıcır binalar beni itiyor. Ben de yeni malzemeleri kullanıyorum, deniyorum. Benim asıl sevdiğim, pürüzsüz ve mükemmel malzemelerden ziyade pürüzlü ve problemlili bir dokuya sahip, henüz varoluşunu tamamlamamış, bitmemiş malzemeler. Bence her şey mükemmel olmamalı. O bitmişlik, bana iyi gelmiyor. Gıcır gıcır, jilet gibi yeni bir bina geleceğe çok kalmaz. O mükemmellik sınırlarında dolaşıldığı zaman mesela bir cep telefonu gibi kenarı çizilse binaya ilgi azalır. Materyal dışılık da hoşuma gider. Malzemeden ziyade başka duyguları harekete geçirmesi, binaya farklı bir değer katar. Bu, bir anlamda metafiziktir. Mesela Esmâ Sultan Yalısı'nda ve Borusan Kültür Merkezi'nde malzemeyi, binayı hisseder ve hatırlarsınız.

### **Türkiye'nin global düzeyde yapı ve mimari tasarım alanındaki yerini nasıl değerlendiriyorsunuz?**

İnşaat şirketlerimizin başarılarıyla gurur duyuyoruz. İnşaat şirketlerimiz hemen her ülkede, önemli bir projeye yer alıyor. Ancak iki konuda çok ciddi eksikliğimiz var: Birincisi inşaat şirketlerimiz inovasyona ve yaratıcılığa kaynak ayırmıyor ve bu alanda yer almıyor. Mimarlar olarak bize

dünyanın herhangi bir yerinden tasarım talebi geldiğinde, mutlaka yatırımcılara Türk inşaat şirketlerini öneriyoruz. Ancak inşaat şirketlerimizden, aynı yakınlığı görmüyoruz. Tasarımdan uygulamaya kullanılan malzemeler, materyaller dâhil bir bütünlük içinde gerçekleştirdiğimiz projeler, binalar takdir görüyor. Bu repertuarı artırmak istiyoruz. İkinci konu mühendislik alanındaki inovatif çözümler ve buluşlar, henüz göz doldurucu bir durumda değil. Mühendislerimizi de bu alanda başarılarına imza atmış, mimarlarla kol kola çözüm ortağı olarak görmek istiyoruz.

### **"MARS'TA OLMAK İSTERİM"**

Gelecek dönemde içinde olmak istediğim o kadar çok proje var ki ömrüm yeter mi bilmiyorum. Mesela Mars'ta olmak isterim fakat doktorlar vücudumun bu yolculuğa dayanamayacağını söylüyor. Orada bir koloni kurmak eşsiz olurdu. Kızıl Gezegen'de yeni bir medeniyet kurulması artık zorunlu bir durum. Sonra su altını merak ediyorum. Denizdeki yaşamın tarihi, kara canlıları ilk adımını atmadan üç milyon yıl öncesine dayanıyor.



ihracat aktüel



Türkiye'nin tüm bölgelerinde ihracata gönül veren sektör temsilcileri, yeni döneme daha güçlü giriyor. "Dış Ticaret Fazlası Veren Türkiye" hedefine katkı sağlayan ihracatçı birliklerinde düzenlenen olağan genel kurullarda seçimleri kazanan yönetim kurulu başkanlarını ve üyelerini tebrik ederiz.

## İhracat neferleri, "Güçlü Türkiye" için görev başında

AKİB

**Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği** tarafından yapılan seçimlerde; Akdeniz Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Saadettin Çağan, Akdeniz Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Gürkan Tekin, Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Fatih Doğan, Akdeniz Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Yüksel Akgöl, Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Ferhat Gürüz, Akdeniz Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Fuat Tosyalı, Akdeniz Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Refik Onur Kılıçer, Akdeniz Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Veysel Memiş oldu.

BAİB





**Batı Akdeniz İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği** tarafından yapılan seçimlerde BAİB'in yeni Yönetim Kurulu Başkanı Ümit Mirza Çavuşoğlu oldu.

DENİB

**Denizli İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği** tarafından yapılan seçimlerde DENİB Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Memişoğlu güven tazeledi.





	<p><b>Doğu Anadolu İhracatçılar Birliği</b>'nin seçimlerinde ise DAİB Yönetim Kurulu Başkanı Cemal Şengel, 12 yıldır taşıdığı bayrağı Ethem Tanrıver'e devretti.</p>
	<p><b>Doğu Karadeniz İhracatçılar Birliği</b> seçimlerinde mevcut DKİB Yönetim Kurulu Başkanı Saffet Kalyoncu güven tazeledi.</p>
	<p><b>Ege İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği</b> tarafından yapılan seçimlerde birliklerin başkanları belli oldu. Ege Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Recep Burak Sertbaş, Ege Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Jak Eskinazi, Ege Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Bedri Girit, Ege Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Erkan Zandar, Ege Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Yalçın Ertan, Ege Zeytin ve Zeytinyağı İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Davut Er, Ege Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Hayrettin Uçak, Ege Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Muhammet Öztürk, Ege Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Ali Fuat Gürle, Ege Tütün İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Ömer Celal Umur, Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Ali Işık, Ege Maden İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı İbrahim Alimoğlu yeni dönemde birliklerin başkanları olarak görev alacaklar.</p>
	<p><b>Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri</b> Genel Sekreterliği tarafından yapılan seçimlerde birlik başkanları şu isimlerden oluştu: Güneydoğu Anadolu Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birlikleri Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Fikret Kileci, Güneydoğu Anadolu Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Celal Kadooğlu, Güneydoğu Anadolu Halı İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Zeynal Abidin Kaplan, Güneydoğu Anadolu Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Çıkmaz.</p>
	<p><b>Hizmet İhracatçıları Birliği</b> Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Bolat, yeni dönemde birliğin başkanlığına devam edecek.</p>
	<p><b>İstanbul Maden ve Metal İhracatçı Birlikleri</b> Genel Sekreterliği tarafından seçimleri yapılan birliklerin başkanları belli oldu. Çelik İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Adnan Aslan, İstanbul Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Çetin Tecdelioğlu, İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Adil Pelister, İstanbul Maden İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Rüstem Çetinkaya, Mücevher İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Burak Yakın, Elektrik ve Elektronik İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Güven Uçkan.</p>





**İstanbul İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği** tarafından seçimleri yapılan birliklerin başkanları belli oldu. İstanbul Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Müjdat Sezer, İstanbul Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Erkan Özkan, İstanbul Yaş Meyve ve Sebze İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Melisa Tokgöz Mutlu, Gemi, Yat ve Hizmetleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Cem Seven, İstanbul Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Kazım Taycı, İstanbul Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Şerif Çalık ve İstanbul Fındık ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Muzaffer Taviloğlu oldu.



**İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri** Genel Sekreterliği tarafından yapılan seçimlerde dört birliğin yeni dönem başkanları belli oldu. İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Gültepe, İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz, İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Güven Karaca ve İstanbul Halı İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Hayri Diler oldu.



**Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri** Genel Sekreterliği tarafından seçimleri yapılan birliklerin başkanları belirlendi. Çimento, Cam, Seramik ve Toprak Ürünleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Erdem Çenesiz, Makine ve Aksamları İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Kutlu Karavelioğlu, Orta Anadolu Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Nihat Uysallı, Orta Anadolu Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Tahsin Ata, Ankara Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Şuyun, Savunma Sanayi İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Abdullah Naki Bolat, Süs Bitkileri ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Yılmaz, İklimlendirme Sanayi İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Şanal oldu.



**Karadeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği** tarafından yapılan seçimlerde Karadeniz Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Eren Günhan Ulusoy oldu.



**Uludağ İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği** tarafından yapılan seçimlerde başkanları belli olan birlikler şunlar oldu: Uludağ Otomotiv Endüstrisi İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Baran Çelik, Uludağ Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Nüvit Gündemir, Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Pınar Taşdelen Engin, Uludağ Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Senih Yazgan, Uludağ Meyve Sebze Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Özkan Kamiloğlu.



advertorial epal

# Sürdürülebilir EPAL sisteminin ormanlarımızı koruduğunu biliyor muydunuz?

**ORMANLARA VE DOĞAYA** verdiği önemle de ön plana çıkan EPAL Euro paletleri, dünya çapında en çok tercih edilen palet markası olarak yer alıyor. Paletlerin kullanım süresi ne kadar uzarsa ormanlara verilen zarar da o kadar azalıyor. Paletlerin kullanım süresinin uzaması, kaynak tasarrufuyla döngüsel ekonomiye katkı sağlıyor ve ormanlara verilen zarar da o kadar azalıyor. Sürdürülebilirliğin bir parçası olarak daha az ağaç kesilmesine ve böylece ormanların korunmasına destek oluyor.

## EPAL PALETLERLE DEFALARCA KULLANIM İMKÂNİ

EPAL Euro paletler, sürdürülebilirlikleriyle doğaya katkıda bulunuyor. Tek kullanımlık ahşap palet modelleriyle kıyaslandığında dayanma süreleri çok daha fazla olan EPAL paletler hem taşıma hem de raflara yerleştirme sırasında kırılmadan defalarca kullanılabilir.

## AĞAÇ KESİMİNİ AZALTAN SİSTEM

Avrupa'da kurulan EPAL Euro palet açık havuz sistemi, palet üreticileri ve paydaşlarının bulunduğu, ekonomik değer yaratan bir sistemdir. Açık havuz sisteminin içinde lisanslı EPAL palet üreticileri, depo merkezleri, ana müşteriler, marketler, bayiler, ihracatçılar ve lisanslı tamirciler bulunuyor. Sistemde temin edilen EPAL Euro paletler, tamir edilmek için tamirci firmalara geri gidiyor. Tamir sonrasında da talep eden müşterilere ulaştırılıyor. Böylece hem daha az ağaç kesilerek ormanlara verilecek



zararın uzun vadede önüne geçiliyor hem de taşımada kullanılan paletlerin üretim maliyeti düşerek daha ekonomik hâle geliyor.

## YENİDEN KULLANIN, ONARIN, GERİ DÖNÜŞTÜRÜN

Çok amaçlı bir sirkülasyon sistemi işlevi gören EPAL Euro paletler, çevreyi korumak için birkaç kez kullanılabilir, kaynak tasarruflu bir şekilde onarılabilir ve kulla-

nım ömrü sonunda termal olarak geri dönüştürülebilir. Bu, EPAL Euro paletlerini ekolojik ve ekonomik olarak mantıklı kılar. EPAL, sürdürülebilirliğe ve çevrenin korunmasına büyük önem verir ve döngüsel ekonominin en iyi örneğidir.



## EPAL HAKKINDA

Uluslararası bir dernek olarak, Avrupa Palet Birliği e.V. [European Pallet Association e.V. (EPAL)], EPAL Euro palet değişim havuzunu düzenler. 1991 yılında değiştirilebilir Euro paletler için uluslararası bir dernek olarak kurulan EPAL, şu anda 30'dan fazla ülkede Ulusal Komiteler ve Temsilcilikler ile aktif çalışmaktadır. Hali hazırda 600 milyondan fazla EPAL Euro paleti ve dolaşımdaki yaklaşık 20 milyon EPAL Box palet (kafesli kutu) ile EPAL Euro palet değişim havuzu, dünyanın en büyük açık palet değişim havuzudur. 1.500'den fazla EPAL lisansı sahibi, dünya çapında EPAL Euro paletlerini ve diğer EPAL yük taşıyıcılarını üretir ve onarır. EPAL herhangi bir ekonomik kâr hedefi peşinde koşmaz. EPAL'in faaliyetlerindeki odak noktaları; EPAL Euro paletlerin ve Box Paletlerin (kafesli kutuların) üretim ve onarımının kalite güvencesinin yanı sıra; EPAL Euro palet değişim havuzundaki sayısız katılımcının desteğidir. EPAL Euro palet değişim havuzu, otuz yıldır sürdürülebilir bir döngüsel ekonominin prototipi olmuştur. EPAL Euro paletlerinin yeniden kullanılması, değiştirilmesi, onarılması ve geri dönüştürülmesi, çevrenin ve kaynakların sorumlu kullanımı anlamına gelir. Ahşaptan yapılan EPAL Euro paletleri, CO2 emisyonlarını önleyerek iklim korumasına önemli bir katkı sağlar. EPAL markası, dünya çapında lojistikte kalite, güvenlik ve sürdürülebilirliği temsil eder.





advertorial dönmez debriyaj

# “Fayda odaklı yenilik geleneğimiz devam ediyor”

Küçük yaşta iş hayatına atılan Dönmez Debriyaj Yönetim Kurulu Başkanı Hasan Dönmez, çözüm odaklı ve yenilikçi bakış stratejisiyle sektörde marka olmanın hikâyesini anlattı.



**debriyaj üretimi sektörüne nasıl girdiniz?**

**Dönmez Debriyaj Yönetim Kurulu Başkanı**

**Hasan Dönmez:** 1936

Denizli doğumluyum, Bekilli’de ilkokul eğitimimi bitirdikten sonra iş yaşamına atılmam, üzümün ve incirin şirasından pekmez yapma işlemi ile başladı. Afyon, Kütahya ve çevresine pekmez satarak başladığım girişimci kimliğim, Denizli – Bekilli arası otobüs çalıştırma faaliyeti ile devam etti. Bu icraat Denizli – İzmir arası olarak da sürdü. Bir yandan Bekilli’de pekmez imalatını devam ettirenken, çam odunu ile kazanlarda kaynatma işlemini taş kömüründe yaparak maliyeti düşürdük ve fayda odaklı yenilik geleneği böylece filizlenmiş oldu. Sonrasında Denizli – İzmir otobüs işletme faaliyetlerini sürdürürken Ankara – İstanbul arası da otobüs çalıştırmaya başladık. O zamanlar otobüsleri ısıtmak için klima sistemleri bulunmadığı için egzozu arabanın içinden geçirerek yeni bir teknoloji kullanmaya başladık. Motordan geçen sıcak

gazi, arabanın içinden koltukların altından borular yardımı ile geçirdik ve ısınma sorununu çözdük. Problemi tespit edip çözüm odaklı yaklaştık ve yenilikçi bir bakış elde ettik. Bu düşünce her daim, benim iş yaşantımın vazgeçilmez bir parçası oldu.

Otobüs işletmeciliği devam ederken, çalıştırdığımız araçların yedek parçalarını ithal etme düşüncesi bizi heyecanlandırdı ve bu yönde bir aksiyon aldık. İlk etapta debriyaj baskıları, şase parçaları, far lambalarını gibi parçaları Almanya’dan ve İtalya’dan ithal ettik. Uzun vadede, “Biz bu parçaları nasıl yapabiliriz?” diye düşündük ve Sanayi Bakanlığı’ndan bu konuda teşvik aldık. Birkaç mühendis arkadaşla çalışmaya başladık ve böylece Dönmez Debriyaj’ın temelleri İzmir Kısık’ta 3500 m<sup>2</sup>’lik bir alanda atılmış oldu. Yanındaki arazileri de satın alarak büyüttük ve ekibimizi genişlettik. Kalıp tasarımlarımızı oluşturup debriyaj baskı ve diskini yapıp piyasaya satar hâle geldik. Kısık’taki alanda markamızı büyüttükten sonra Çiğli AOSB’de 5 bin metrekarelik önceden satın aldığımız arsayı, abim Şükrü Dönmez ile 10 bin metrekarelik alana genişlettik. O zamanki teknolojilerin en gelişmişini kullanarak tezgâhlarımızı modernleştirerek imalatımızı geliştirdik.

En nihayetinde üretime artan talep ile burası da küçük gelmeye başladı ve böylece Kemalpaşa Bağyurdu Organize Sanayi Bölgesi’nde Çiğli’deki alanın tam iki katı olan 20 bin metrekarelik bir alanda yeni fabrikamız için yatırım yaptık. O günün koşulları ile büyüme işine giriştik ve büyük cesaret gösterdik. Bugün olsa bu meblağ ile gerçekleştiremeyeceğimiz işler başardık. Yeni fabrikamızın yapımında en iyi malzemeleri kullandık.

**AR-GE sizin için neyi ifade ediyor?**

Ağır vasıtaların debriyaj baskısı çok teferruatlı bir işlemdir. Talaşlı imalat, ısıl işlem gibi birçok karmaşık süreç barındırır. Kalıp





tasarımı gibi ustalık gerektiren aşamalar vardır. Sorunsuz bir ürün üretmek için hatasız bir zincir kurmanız gerekir. En ufak bir hatanız, düzgün bir parçanın üretilmemesine, arızaya ve aracın yolda problem yaşamasına neden olur. Bu bağlamda, yüksek bilinç ile bize geri gelmeyecek şekilde ürünü üretmemiz gerekir.

### **İş yaşamında başarıya ulaşmak için neler önerirsiniz?**

Dönmez Debriyaj olarak elde ettiğimiz başarı öykümüzün neticesinde, iş yaşamında başarıya ulaşmak için birinci koşul, azimli olmaktır diyebilirim. Özellikle gençlere mesajım; medeni cesaretiniz yerinde olsun, kendinize güveniniz tam olsun, sabırlı olun ve asla zorluklara karşı pes etmeyin. Daima yeniliğe ayak uydurabilmelisiniz. Günün koşullarına göre kendinizi geliştirip yeniliğe uyum sağlamalısınız. İş yaşamında başarı ve mutluluğun formülü, kolektif bir bütündür. Öncelikle dürüstlüğü düstur edinmek gerekir. Benim için çalışan mutluluğu vazgeçilmez bir kavramdır. İnsan kaynağı çok önemli bir unsurdur. Doğru kişiyi seçmek, kritik bir faktördür. Çalışanların, o günün koşullarına göre eğitilmesine katkı sunulmalıdır. Sen çalışanına, çalışanın da sana güvenmeli. Kolektif bir iş yaparken paylaşmayı bilmeliyiz.

### **Firmanın rakamlarla büyüklüğünü öğrenebilir miyiz?**

**Dönmez Debriyaj Genel Müdürü Cumali Ertaş:** Dönmez Debriyaj olarak, Eylül 2020'de üretime başlayan Bağyurdu lokasyonlu yeni fabrikamız ile 200'ün üzerinde makinemiz, 400'e yakın çalışanımız ile 24 saat üretim yapıyoruz. 2021 yılında satışlarımız ciroda yüzde 92 artarken, ihracatımız yüzde 66 oranında artış göstermiştir. Bu artış sadece ciro olarak değil adetsel olarak da gerçekleşmiştir. 2021 yılında da aynı şekilde kârlarımızda da artış trendi görülmektedir.

2021 yılında aynı şekilde üretim kapasitemizde de artış görülürken, 2020 yılına oranla yüzde 36 artış gerçekleşmiştir. İstihdamımızdaki artış oranımız ise yüzde 10'un üstündedir.

Savunma sanayi iş birliklerimizle de geleceğe yatırım çalışmalarımız hız kesmeden devam etmektedir.

Dönmez Debriyaj olarak bünyemizdeki donanımlı mühendis ve teknik ekibimizle AR-GE çalışmalarımızı yürütüyor; üretim için gerekli kalıpları kendimiz tasarlıyor ve üretiyoruz. Son teknolojiyle donatılmış üretim merkezimizde pres, ısıl işlem, talaşlı



imalat ve montaj proseslerinin tamamını gerçekleştiriyoruz. Türkiye'nin birinci, dünyanın beş büyük debriyaj üreticisinden biri olarak müşterilerimizin taleplerine yanıt vermeye ve müşteri memnuniyetini ön planda tutmaya devam ediyoruz.

### **Dönmez Debriyaj'ın ihracat yapılanması hakkında bilgi alabilir miyiz?**

Yeni yatırımlarımızla ve iş birliklerimizle ilerlemenin yolu olmaya devam ediyoruz. Öte yandan rotamızı ihracata çevirerek açtığımız pazarı genişletme gayemiz de söz konusu. Bu yıl hedefimiz yurt dışı pazarında minimum yüzde 20 büyüme sağlamaktır. Belirlenen hedef pazara yönelik çalışmalarımızı pazarlama birimimiz yürütmekte, satış birimlerimiz de konuyla ilgili gerekli aksiyonları almaktadır. Yüzde 100 yerli sermayeli bir şirket olarak Türkiye'ye değer katmaya devam etmek bizim için övünç kaynağı. İhracat iştahımız yüksek, bu düsturla çıktığımız yolda üretim kapasitemizi de artırmak ve ihracat hedeflerimizi gerçekleştirmek istiyoruz.

### **Gelecek dönem yatırım hedefleriniz arasında neler var?**

Çağdaş teknolojiyi takip ederek üretimde, üretimde ve kontrolde başarıyı sağlamak için çalışıyoruz. Çalışanlarımıza değer veriyor, onların eğitimi, deneyimli, yeterli ve katılımcı olmalarını sağlama taahhüdünü veriyoruz. Kısa ve uzun vadeli hedeflerimizi gerçekleştirmenin haklı gururunu yaşıyoruz. Beş yıllık hedefimiz Türkiye'nin en büyük ikinci 500'ü listesinde gururla yer almak. On yıllık hedefimiz ise bugünün iki katı büyüme gerçekleştirmek. Bu büyümeyi değerli çalışanlarımızın katkısı ile eksiksiz biçimde gerçekleştireceğimize eminiz.



**Dönmez Debriyaj  
Genel Müdürü  
Cumali Ertaş:  
İhracatımız  
yüzde 66 arttı.**

**%66**

**ARTIŞ**

İHRACAT ARTIŞ ORANI

**24**  
**SAAT**

400'E YAKIN ÇALIŞAN İLE  
24 SAAT ÜRETİM



dijital dünya

# Metaverse rüzgârı için GERİ SAYIM BAŞLADI

Dünya moda perakendesinin yükselen yıldızı Damat Tween'in metaverse alanında yaratacağı moda akımı için geri sayım başladı. Ünlü marka, Türkiye'nin ilk metaverse mağazasını açmaya hazırlanıyor.

Simge Soyel

D

amat Tween, geleceğin yeni evreninde ilk kez 2022 Yeni Sezon Koleksiyon Eğitimi'ni gerçekleştirdi. Böylece

marka, dünya çapında gelişme hızı ile "geleceğin evreni" olarak adlandırılan metaverse mağazasına bir adım daha yaklaştı.

Markanın üst düzey yöneticileri ve ürün tasarım ekipleriyle birlikte toplam 70 kişinin yer aldığı eğitimde, Orka Holding bünyesinde yer alan Damat Tween ve D'S damat markalarının yeni sezon trendleri, güncel moda akımları, stil önerileri ve kumaş kalıp bilgileri ele alındı.

Çalışanlar, katılımları ile şirketin dijitalleşme sürecinde aktif rol aldı ve bu sürecin bir parçası hâline geldi. Eğitimde konuşmacıların 3D avatırı da metaverse içeriğinde yer aldı. Şirket içi eğitimlere farklı bir soluk kazandırmanın yanı sıra çalışan motivasyonuna olumlu yönde katkı sağlandı.







dijital dünya



## SÜRDÜRÜLEBİLİR BAŞARININ ÖNCÜSÜ OLACAK

Geleceğin yeni evreninde de sürdürülebilir başarı hedefleyen Damat Tween, buna yönelik olarak bir süre önce GoArt Metaverse platformu ile iş birliği gerçekleştirdi. Ünlü marka, dünya çapında yepyeni bir çığır açan metaverse mağazasında müşterilerine her şeyden önce zaman tasarrufu ayrıcalığı sunmayı planlıyor. Damat Tween metaverse mağazası ile müşteriler de artık ev ya da ofis gibi buldukları mekânlardan çıkarak mağazaya gitmek ve vakit kaybetmek zorunda kalmayacak. Markanın ayrıcalıklı müşterileri, diledikleri lokasyondan artırılmış gerçeklik (Augmented Reality-AR) ve



Damat Tween, bir süre önce GoArt Metaverse platformu ile iş birliği gerçekleştirdi.



sanal gerçeklik (Virtual Reality-VR) teknolojileri ile metaverse mağazasında sanal gezinti yaparak Damat Tween koleksiyonlarını tüm özellikleri ile inceleyebilecek. İstedikleri kıyafeti, istedikleri bedende, kendi avatarlarına (sanal kimlik) giydirme fırsatı yakalayacak. Beğendikleri ürünleri ise çevrim içi satın alarak alışverişlerini tamamlayabilecek.



## GİRİŞİM EKOSİSTEMİ



📍 Pievision Technology and Software AS CEO Dr. Aytac DURMAZ

## Yüzde 50'ye varan avantaj: **PIEVISION**

Müşteri hizmetleri maliyetlerinde yüzde 50'ye varan avantaj sağlayan Pievision veri yönetimi, yapay zekâ ve büyük veri konularındaki yazılım çözümleri ile IoT cihazlara odaklandı.

**T**

emel elektronik ve yazılım konusundaki uzman kadrosu ile görüntü işleme, elektronik tasarım ve teknik altyapı

konularında aktif çalışmalarını sürdüren Pievision, bir start-up şirketi olarak müşterileri için en yüksek kaliteyi sağlamayı amaçlıyor.

### **Pievision'un kuruluş hikâyesi nasıl başladı?**

Teknogirişim desteği ile 2011 yılında kurulan "Durmaz Teknoloji" çok hızlı şekilde büyüme gösterdi. Firmamız; eğitim, mühendislik

hizmetleri, inşaat ve enerji sektörlerindeki aktif faaliyetleriyle röntgen cihaz geliştirme ve radyolojik ürünler alanında hizmet veriyor. Bununla beraber 2019 yılında özellikle AR-GE ve yüksek teknoloji ürünlerine odaklandığımız; "Pievision Teknoloji" ve "Piemarine Denizcilik" isimli iki firma daha kurduk. Sektörde uzman olduğumuz farklı alanlarda, ilkleri gerçekleştirmeye başladık. Pievision özellikle veri yönetimi, yapay zekâ ve büyük veri konularındaki yazılım çözümleri ile IoT cihazlar konusuna odaklandı. Piemarine ise yüksek teknoloji ile yeni nesil tekne üretimi konusunda faaliyet gösteriyor.

### **Ana ürününüz BOOST! hakkında bilgi verir misiniz?**

BOOST!, Pievision'un geliştirdiği ilk ürün ve firmamızın da amiral gemisidir. 2019 yılında çeşitli telekom firmaları için geliştirdiğimiz veri yönetimi, müşteri analizi ve sorgulama hizmetlerine yönelik yaptığımız çalışmalar sonucu ortaya çıktı. Philips Tüketici Elektronik firması ortaklığı ile paket bir servis hizmeti hâline dönüştü. Proje kapsamında son kullanıcılara yönelik satış stratejilerini, kampanya yönetimini ve bölgesel satış analizlerini anlık olarak takip edebiliyoruz. Zincir mağazalardan,



## girişim ekosistemi

yerel dükkanlara kadar satılan Philips ürünlerine yönelik yapılan veri takibi ile ürünlerin satış performansları, gerçek satış rakamları, satış frekansları ve müşteri geri dönüşlerini anlık kontrol ederek tedarik zincirinin optimize edilmesi konusunda firmaya destek veriyoruz. BOOST!'a entegre olarak geliştirilen Remote Promoter ve QR Promoter ürünleriyle müşteriler, çevrim içi temsilcilerle yüz yüze görüşebiliyor. Ürünleri mağazaya gitmeden gözlemlene ve deneyimlene imkânına erişiyor. Bu sayede özellikle e-ticaret ve pandemi koşullarında bile firmanın satışları katlanarak artıyor.

### **Bugüne kadar bu ürününüzle ilgili pek çok yerden ödül aldığımızı biliyoruz. Bu başarı sizlere nasıl hissettirdi?**

BOOST!; Philips, Kayra gibi müşterilerimiz ile birlikte pazarlama dernekleri ve Felis ödülleri sahibisi oldu. Son derece prestijli kurumlardan “en iyi müşteri deneyimi”, “en başarılı sahada pazarlama uygulaması” gibi farklı kategorilerde, son iki yılda 10'a yakın ödül aldı. Ürünümüzün gerek kullanıcılarımız gerekse müşterilerimiz açısından bu derece benimsenmesi ve kullanılması bizlere gurur veriyor. Güncel teknoloji ve ihtiyaçlara yönelik geliştirme konusunda hız kazanmamıza, yüksek motivasyon sağlıyor.

### **Son yaptığımız projenizi kısaca anlatır mısınız?**

BOOST! platformu üzerinde son yaptığımız eklemeler ile firma müşterileri ile dinamik sanal santral hizmetleri desteği sunuluyor. Yapay zekâ ile geliştirilen proje sayesinde müşteri hizmetleri maliyetlerinde yüzde 50'ye varan düşüş sağlanırken müşteri memnuniyeti de korunuyor.

### **Pandemi Endüstri 4.0 sürecini hızlandırdı mı?**

Endüstri 4.0 felsefesi, projelerimizde uzun yıllardan beri benimsediğimiz bir kavram. Konu ile ilgili çeşitli dönemlerde edindiğimiz çok sayıda patentimiz



## Boost!

Müşteri Verisi İzleme, Takip ve Analiz Platformu



### Merkezi Veri Yönetimi

Müşterilerinizi tek bir kanaldan takip edin



### Akıllı Veri Yönetimi

Müşteri profilinizdeki eksikleri tamamlayın



### Analiz

İhtiyaç kategorisinde satış analizleri



### Stratejik takip

Satış takiplerinizi tek bir çatı altında birleştirin

TİM TEB Girişim Evi, Türkiye adına büyük bir değer.

mevcut. Sistemlerin entegre şekilde çalışması, modüler çalışmalara imkân vermesi, her sistemimizin birbiri ile bağlantılı şekilde sorunsuz ilerlemesi için geliştirmelere devam ediyoruz. IoT cihaz geliştirme becerilerimizin de sayesinde sadece yazılım alanında değil, donanım ile entegre projeler hayata geçirebiliyoruz. Özellikle üretim, sanal mağazacılık, müşterilere yönelik hızlı destek ve ekonomik ürünler geliştirme konusunda Endüstri 4.0 felsefesinin gerek firmamız gerekse global sektör açısından faydalı ve önemli olduğunu düşünüyoruz.

### **2022 hedefleriniz arasında neler var?**

BOOST! ürünümüzün ihracatı ile ilgili çalışmalarımızın son aşamasına geldik. Ürünün farklı firmalar tarafından kullanılması ve yaygınlaşması, en büyük arzularımız arasında yer alıyor. Sisteme entegre sanal mağaza, IoT iletişim ürünleri ve yeni yazılım çözümleri konusunda da hız kesmeden çalışmalar yapmaya devam ediyoruz.

### **TİM TEB Girişim Evi'nin desteklerini nasıl değerlendiriyorsunuz?**

TİM TEB Girişim Evi ile 2021 yılında tanıştık. Çalışmaya başladığımız günden itibaren bir start-up olarak büyüme, odaklanma, müşteri ilişkileri gibi birçok konuda desteklerinden faydalandık. Karşılaştığımız bariyerler ve sorunlar ile ilgili sektörel bağlantıları ve deneyimleri sayesinde bize çok büyük destekler sağladılar. Türkiye adına büyük bir değer olduğunu düşündüğüm bu yapı, umarım çok daha büyük başarılar kazanır.





## SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RÖPORTAJ

Simge Soyel

# Tekstilde dijital tasarım

## MYTH

Yapay zekâ sistemiyle desen tasarım süreçlerini dijitalleştiren MYTH, sürdürülebilirliğe yüzde 100 katkı sağlıyor. Firmalar zamandan tasarruf ederek işlerini çok daha kolay optimize edebiliyor.



MYTH Yapay Zekâ ve Tekstil, 2020 yılında TÜBİTAK ve KOSGEB destekleriyle kuruldu. Desen üretim sürecinde atık oranını azaltarak tasarım sürecine

destek veren firma, bu sene düzenlenen TechXtile Yarışması'nda en iyi ikinci teknoloji şirketi seçildi. Tekstil ve hazır giyim sektörü özelinde dijital tasarım şirketi olma hedefiyle yola çıkan MYTH Kurucu Ortağı Özgecan Üstgöl ile bir araya geldik.

### MYTH, hangi fikirden yola çıkarak kuruldu?

Women&Women markası, üç kadının güçlerini birleştirmesiyle beş yıl önce kuruldu. Alanya, Antalya, İstanbul, Ankara, Adana derken Türkiye'de 50'ye yakın satış noktasına ulaştık. Bir süre sonra tasarım ve desen konularında zorlanmaya başladık. Bu noktada MYTH Yapay Zekâ ve Tekstil girişim şirketini kurduk. Bu işi tekstilde geliştirdik ama halı, kilim ve deri sektörlerinde de desen konusunda talepler almaya başladık.

### Markanız özelinde sürdürülebilirlik ile neyi amaçlıyorsunuz?

Desenli üretim, atık üretiminin yüzde 35'ini oluşturuyor. Desen üretim sürecinden kumaş numune üretim sürecine kadar atık üretimini yüzde 100 azaltıyoruz. Desen tasarım sürecinden sonraki üretilen desene, doku ve stil de eklenmesi konusunda çalışmalarımız

devam ediyor. Sürdürülebilirliğin en önemli aşaması kumaşa transfer noktasında, desenin kumaş üzerinde artırılmış gerçeklikle gerçeğe en yakın hâliyle yer alması, şirketlerin müşteri memnuniyeti ve süreç yönetimi açısından oldukça önemli. Üretimde sürdürülebilirlik; işin yapış şeklini iyileştirebilmek, işi optimize etmek, zamandan kazanmak ve insanı en verimli şekilde kullanmak anlamına da geliyor. Bu seneki kategorisi sürdürülebilirlik olan TechXtile Yarışması'nda en iyi ikinci teknoloji şirketi seçildik. MYTH sayesinde hem iyi iş çıkarmayı hem de desenli ürünlerdeki atık oranını azaltmayı sağlıyoruz.

### Desen ve doku üretim tasarımı ile sağladığınız avantajlar neler?

MYTH, desen ve doku teknolojisi için sürdürülebilir üretim döngüsünde çok önemli bir yere sahip. Tamamen ihtiyaca cevap vermek için oluşturduğumuz bir teknoloji. Desen yaratım sürecinde istenilen ürüne ulaşmak, iki ayı bulan çok uzun ve yorucu bir çalışma sürecini gerektiriyor. Var olan bir desenden alınan ilhamla varyant desen üretme süreci bile bir haftayı buluyor. MYTH ile bu süreci kısaltıyoruz. Tasarımcının ilham aldığı öğeleri sisteme yüklemesinin ardından bir saniyede 20 desen çıktısına ulaşıyoruz. Bu 20 desenin üzerinde renk, rotasyon ve birtakım değişiklikler yaparak 3 milyona yakın desen üretebiliyoruz. Tasarımcılara, bu sonuçlardan ilham alarak kendi yenilerini yaratabilmeyi vad ediyoruz. Tasarımcılara yaratıcı çözümler sunarak, tasarım hızlarını





## sürdürülebilirlik röportaj



### TİM TEB GİRİŞİM EVİ, FIRSATLAR SUNUYOR

TİM TEB Girişim Evi katkılarıyla Design Week Türkiye 2021'de yer alarak desen yazılım teknolojisinin lansmanını yapma fırsatını bulduk. Fiziki ve dijital tüm mecralarda, sesimizi duurmamıza olanak sağlıyorlar. Potansiyel müşteri ve tedarikçi eşleştirmeleriyle iş birliği imkânı sunuyorlar. Çevrim içi eğitim programlarıyla ihtiyaç duyabileceğimiz her alanda bilgi transferi sağlamları, bizim için çok değerli.

yüzde 80 artıyoruz. Böylece şirketin müşteri memnuniyeti ve üretim hızına doğrudan katkı sağlıyoruz.

#### Hazır giyim, tekstil sektöründeki dönüşüm için düşünceleriniz nedir?

Tekstil, dünyadaki en eski sektörlerden biri olmasına rağmen dünyada dijital çağa uyumluluğu en fazla sorgulanan alanların başında geliyor. Söz konusu alanda yapay zekâ ve akıllı teknolojiler, ürünlerin satış aşamalarına hızlı ve kolay adapte edildi. Tüketiciler teknolojileri benimsemekte hiçbir zorluk yaşamadı. Satış ve pazarlama aşamalarında teknoloji kolayca benimsenirken en önemli kısım olan üretim alanında, 2019 yılına kadar geliştirilen bir teknoloji yoktu. Dünyanın küresel olarak benimsediği ilk tekstil teknolojisi, Browzwear ve Clo3D gibi numune aşaması için geliştirilen kalıp teknolojileri oldu. Oldukça yeni olan bu teknolojinin kullanımı, henüz çok geniş kullanıcı kitlelerine ulaşmadı çünkü uzun bir eğitim sürecinden sonra deneyimle pekiştirilmesi gerekiyor. Bu teknoloji

yatırımının, tekstil sektörü için fazla uzun vadeli bir yatırım olduğu düşünülüyor. Ancak ihtiyaç konusunda hiçbir şirket ya da tasarımcı tereddüt etmiyor. MYTH ise desen tasarım sürecinde hiçbir bilgi ve beceri gerektirmeden, sadece ilham fotoğrafının sürükle-bırak teknolojisi ile çalıştığı için kullanımı hemen benimsendi. Hızlı moda akımı, sıkışık fuar takvimi, müşterilerin sürekli "yeni" talebine istinaden daimî yaratım süreci; şirketlerin sürdürülebilirliği açısından çok kritik konuları kapsıyor. İş böyle olunca tasarım da dijitalle eviriliyor.

#### Gelecek hedeflerinizden bahsedersiniz?

MYTH olarak moda ve tekstil tasarım dünyasında söz sahibi olmak istiyoruz. Vizyonumuzla dünyanın geldiği yön, oldukça paralel. İleride dünyanın en iyi dijital tasarım teknoloji şirketi olmaya adayız. Şimdiye kadar şirketlerden gördüğümüz ilgi, ihtiyaç konusunda tüm soruların cevabı olarak karşımıza çıkıyor. Tekstilin daha fazla üretim teknolojisine ihtiyacı var.



MYTH Yapay Zekâ ve  
Tekstil Kurucu Ortağı  
Özgecan Üstgöl





**aktüel** rota

📍 Serda Büyükkoyuncu © serdabuyukkoyuncu





# LONDRA'NIN

## altını üstüne getirmek

### ÖNCE İNGİLTERE

İngiltere, tarihin en büyük sömürgeci ülkesi olarak zamanında dünyanın yüzde 40'ını topraklarına katmış. O yüzden de “Üzerinde güneş batmayan imparatorluk” olarak anılmış. Britanya denince akla İngiltere, Galler Bölgesi ve İskoçya geliyor. United Kingdom yani Birleşik Krallık olarak geçen İngiltere’de, Kuzey İrlanda da var. Galler Bölgesi, İskoçya ve İrlanda; İngiltere ile birleşmiş. Ama yapılan bir anlaşma ile İrlanda’nın sadece kuzey kısmı Birleşik Krallık’ta kalmış. Avrupa’nın üçüncü en büyük nüfusu, haritaya baktığımızda 966 kilometreye, 483 kilometre boyutlarındaki bir adaya sıkışmış.

Ülkenin orta kısmı ile doğusu düzken Galler Bölgesi, İskoçya ve kuzeyi dağlık. Kırsalda gezerken bakımlı İngiliz bahçeleri, çiftliklerle süslenmiş yemyeşil köyler görüyorsunuz. İngiltere deyince insanların aklına hep Londra gelse de üniversite şehirleri olan Cambridge ile Oxford, tarihî merkezlerden Edinburgh, York, Bath, doğal güzelliklerden Göller Bölgesi, Snowdania ve Skye Adası görülmesi gerekenler listenizde olmalı.

### ŞİMDİ SIRADA LONDRA VAR

Kraliyet ailesi, iki katlı kırmızı otobüsleri, Thames Nehri, sisi ve yağmuruyla sembolleşen bu şehir her dilden, her ırktan insanın bir arada yaşadığı ve çok farklı dönemlerin

izlerini taşıyan bir dünya kenti. Yalnızca Londra’da 300’den fazla dilin konuşulduğu tahmin ediliyor.

Londra, Avrupa’nın en kalabalık kentlerinden biri. Gerçek anlamda şaşırtıcı, bir yandan alabildiğine özgür bir yandan alabildiğine gelenekçi. Monarşik kültürün yılmaz bekçisi ama diğer taraftan sıra dışı gecelerin yaşandığı açık bir şehir...

- Londra tam bir kültür ve sanat merkezi. 51 tiyatro, 141 sinema salonu, 120 müze ve 100’den fazla



Bir dakikada öyle hemen Londra’nın içine düşeceğiz zannetmeyin. Size önce biraz İngiltere’den söz edeceğim. Daha yapacak çok iş, gezecek çok yerimiz var...



aktüel rota

sanat galerisine sahip olan bu kentte seçenekler çok fazla.

- Yeşile bulanarak negatif enerjinizden arınmak istiyorsanız Kensington Gardens'dan başlayıp Hyde Park'tan geçip St James Park'a kadar uzanın.
- Eğer amacınız eğlenceyse birbirine yakın olan Soho, Leicester Meydanı ve Covent Garden yakınlarında dolaşın. Chinatown'da Çin yemekleri yiyebilir, barlarla dolu olan sokaklardan geçip tiyatrolar bölgesine gidebilirsiniz.
- 2000 yılında milenyum için yapılan, Big Ben ve Parlamento'nun karşısındaki London Eye isimli dönme dolaba binebilirsiniz. 135 metrelik bu dönme dolaptan şehrin eşsiz manzarasını görmek mümkün. Bir tur yarım saat sürdüğünden saat başı ve yarım saatlerde binebiliyorsunuz.
- Yürüyüş için Sloane Street, Knightsbridge, Chelsea, King's Road, Notting Hill, Regent Street, Bond Street, Oxford Street, Hampsted Heath Park, gece manzarası için de South Bank ve Waterloo ilginç yerler.



İngiltere deyince insanların aklına hep Londra gelse de üniversite şehirleri olan Cambridge ile Oxford, tarihi merkezlerden Edinburgh, York, Bath, doğal güzelliklerden Göller Bölgesi, Snowdania ve Skye Adası görülmesi gerekenler listenizde olmalı.

### LONDRA' DA ALIŞVERİŞ

- Londra'nın ünlü alışveriş caddesi Knightsbridge dünya markalarının butikleri ile dolu. Para harcamayı seviyorsanız adreslerinizden biri Bond Street olmalı.
- Beyler için en iyi terzi ve gömlekçilerin bulunduğu Jermyn Street ve Saville Row tavsiye edilir.
- Ekonomik alışveriş için Avrupa'nın en uzun caddelerinden olan Oxford Street'i tercih edin.
- 1970'lere kadar toptancı pazarı olarak kullanılan Piazza'nın yer aldığı Covent Garden, sokaklarında müzisyenlerin bolca bulunduğu, açık hava kafelerinde insanların birbirlerini seyrettikleri bir mekân. Şık mağazalar da bu dekora zenginlik katıyor. Covent Garden aynı zamanda 1858 yılında yapılan Kraliyet Opera





aktüel rota



ve Balesi'ne yani Royal Opera House'a da ev sahipliği yapıyor.

- Her türden ikinci el alışveriş için Portobello ve Camden Town sokak pazarlarını ziyaret edin. Cumartesi sabahı Portobello Market, pazar günü de Camden Lock'da bit pazarı var.
- İngilizlerin en ünlü alışveriş merkezi Harrod's alışveriş tutkunlarının gözdesi. 1707'de kurulan Fortnum and Mason, Londra'da yiyecek satan en prestijli mekân. Harvey Nichols'da kaliteli ürünler ve zengin seçenekler var. Oxford Street'teki Selfridge's'da ünlü markaların en son kreasyonlarını bulabilirsiniz. Fiyatlar Harrod's'a göre daha makul.

#### **BUCKINGHAM SARAYI**

Kraliyet Sarayı Buckingham, turistlerin kameralarına en çok konuk olan yerlerden biri. Saat 11.30'da sarayın yakınıdaysanız Muhafız Değişim Töreni'ni izleyebilirsiniz.

#### **TOWER OF LONDON**

Londra Kulesi aslında bir kale fakat ismini sınırları içindeki 1078 yılında

I. William tarafından yaptırılan Beyaz Kule'den alıyor.

#### **TOWER BRIDGE**

Londra Kulesi'nin önünde olduğu için buraya "Kule Köprüsü" deniyor. Baskül köprü türündeki en ünlü köprülerden biri. 1894'te kullanıma açılmış.

#### **LONDON BRIDGE**

Londra Köprüsü 1750 yılına kadar Thames Nehri'ndeki tek köprüymüş.

#### **BOROUGH MARKET**

Bin yıllık bir pazar. Gurme gıdalar satan 100'den fazla tezgâh var. Londralıların haftalık taze gıda alışverişlerini yaptıkları pazar, aynı zamanda ziyaretçiler için de bir ziyafet seçeneği olabilir.

#### **ST PAUL KATEDRALİ**

110 metre yüksekliğindeki kubbesiyle ihtişamlı bir görünüme sahip olan St Paul, Christopher Wren isimli mimarın en önemli eseri. St Paul nereliymiş biliyor musunuz? Tarsus... 1710 yılında tamamlanan barok kilise, Tarsus doğumlu azize adanmış.

#### **SİYAH KLASİK TAKSİLER**

Londra'nın ikonik sembollerinden biri de siyah taksilerdir. Ülkede bunlara "Black Cab" deniyor. Bunlarla ilgili ilginç olan olay şu: Şoförler Londra'nın tamamını öğrenene kadar en az iki yıllık eğitim sürecinden geçiyor. Okullarda aldıkları yoğun eğitim sonrasında sınava girebiliyor. 320 temel rota, bu rotalar üzerine yayılmış toplam 25 bin sokak, 20 bin kent simgesi testi geçebilmek için temel bilinmesi gerekenler arasında.





### BRITISH MUSEUM

Dünyanın en geniş koleksiyonlarından birine sahip olan müzede Efes'teki Artemis Tapınağı'nın ve Bodrum'daki Mozole'nin bazı bölümleri de bulunuyor.

### TRAFALGAR MEYDANI

Trafalgar Meydanı'nda dört adet aslan heykeli tarafından korunan Nelson Anıtı var. Adını Amiral Horatio Nelson komutasındaki İngiliz donanmasının Fransız ve İspanyol donanmalarını yendiği Trafalgar Savaşı'ndan almış.

### PICCADILLY MEYDANI

Piccadilly, Londra'da bütün yolların çıktığı yer gibi konumlanıyor. Bir tarafında alışveriş caddesi, diğer tarafında gece hayatının sürprizlerine giden yol, öbür ucun devamında da şehrin oksijen deposu Hyde Park var.

### BIG BEN SAAT KULESİ

"Big Ben" aslında Londra'daki saat kulesinin 13,5 ton ağırlığındaki çanının adı.

### LONDON EYE

London Eye yani Londra Gözü isimli bu büyük dönme dolap, 2000 yılında milenyum kutlamak için yapılmış. En yüksek noktası 135 metre.

### HYDE PARK

Westminster Abbey civarındaki St James Parkı ile Hyde Park ve Kensington Bahçeleri'nin her biri başlı başına bir cennet.

### OXFORD STREET

Dünyaca ünlü cadde Oxford Street'te yürümeden Londra'yı gezmiş sayılmazsınız. Sadece Londra'nın değil, burası Avrupa'nın da en işlek caddelerindedir.

### TRAFİK NEDEN SOLDAN AKAR?

Yolun solundan seyahat, ilk defa 1300 yılında Papa'nın Roma'ya gelecek hacıların yolda karmaşaya meydan vermemeleri için yolun solundan gitmelerini söylemesiyle resmîleşmiş. İngiltere, Napolyon tarafından hiçbir zaman ele geçirilemediği için İngilizler yolun solundan gitme alışkanlığından vazgeçmemiş.





Op. Dr. Dilek Avşar

## Güneşe “merhaba” demeye hazır mısınız?

**K**orunmasız, sağlıklı güneşlenmenin cilt üzerinde birçok olumsuz

etkisi olduğunu siz değerli okuyucularım biliyorsunuz; ancak hatırlatma olması açısından tekrar yazmak isterim. Korunmasız güneşlenme; leke oluşumu, ince kırışıklıklar, nem kaybına bağlı olarak kuruluk ve tabii bu da uzun vadede erken cilt yaşlanmasını beraberinde getiriyor. Uzun saatler güneş altında yatmak, güneşlenmek ciltte nem kaybına neden olur, bu nem kaybı da beraberinde birçok cilt sorununu tetikler. Özellikle güneşlenmekten vazgeçmem, bronz ten benim için çok önemli diyorsanız, cilt bariyerini güçlendirmek, cildin nem tutma kapasitesini artırmak için somon DNA ve hyalüronik asit kombinasyonu ile cildin güneşten daha az etkilenmesini sağlamalısınız. İçeriğinde çeşitli vitaminler, çapraz bağlı Hyalüronik Asit ve birçok mineral, peptit bulunduran nem aşılarnı kür halinde uygulatarak cildi güneşten koruyabilir, hasarı en aza indirebilirsiniz. Botoksla da göz çevresi, kaş arasındaki ince çizgilerin derinleşmesinin önüne geçebilirsiniz ve mutlaka

güneşlenirken cildinizin temiz ve homojen yapıda olmasına dikkat etmenizi öneririm. Bunun için de her mevsim gönül rahatlığı ile yaptırabileceğiniz yeni nesil cilt bakımlarından faydalanabilirsiniz. Böylece daha sağlıklı bir bronzluk elde edebilirsiniz.

Yazımın girişinde de belirttiğim gibi Mayıs ile beraber yaz da başlıyor... Havalarda ısınca bundan yararlanma, bütün bir kış soğuk, karlı, karanlık ve kasvetli havalarla kararan ruhlarımızı güneşe çıkarma zamanı. Bu güneşe çıkarma da genelde güneşlenerek oluyor. Hafta sonları için yapılan tatiller, seyahatler ile güneş tenimize değmeye başlıyor. Güneşi tenimize değdirmek için en ideal saatler güneş ışınlarının dünyaya dik gelmediği saatler. Sabah saat 11.00 ve akşamüstü 16.00'dan sonrası tercih etmek gerekir ve ilk seferde saatlerce güneş altında kalmak yerine her gün süreyi biraz daha uzatarak, kontrollü bir şekilde güneşlenmelerini yaz tatiline gidecek danışanlarıma hastalarıma öneririm.

Değerli okuyucularım, güneş kremi seçimi de dikkat

edilmesi gereken bir diğer konu. Güneş kremi seçerken nelere dikkat etmeliyiz?

Kuru bir cilde sahip olanlar nemlendirici özelliği olan krem, yağlı bir cilt yapısına sahip olanlar ise su bazlı koruyucuları kullanmalılar. Güneş ışınlarına karşı UVA ve UVB koruma sağlayan, içeriğinde koruma faktörünün yanı sıra cilde nem verecek E vitamini, hyalüronik asit ve çeşitli minerallerle formüle edilmiş ürünleri tercih ederek hem cildi korumak hem de cildin nem kaybının önüne geçmek mümkün. Ürünlerin koruma faktörünü kademeli olarak düşürerek de daha sağlıklı bronzluk elde edebilirsiniz. İleri yaş grupları ise koruma ile birlikte anti aging etkisi sağlayan ürünleri plaj çantasına muhakkak eklemeli.

Geçen yıldan kalan, açılmış güneş ürünleri hava ile temas ettiklerinde yapıları değişebildiği için leke oluşumunu hızlandırabilir. Ürünlerin üzerinde zaten ne kadar süre kullanılabileceğine dair rakamlar bulunur, eğer bu süre aşılmışsa güneş koruma ürününüzü muhakkak yenileyiniz. Güneşin dünyaya dik geldiği saatlerde siperlik





MAYIS AYI İLE BİRLİKTE ARTIK HAFTA SONLARI SAYFİYEYE GİTME, YAVAŞ YAVAŞ GÜNEŞE ÇIKMA HATTA HAVA İZİN VERDİĞİ ZAMAN DENİZE, HAVUZA GİRME ZAMANLARI BAŞLIYOR. BEN DE BU AYDA HATIRLATMA OLMASI AÇISINDAN SİZ DEĞERLİ TİM REPORT AİLEMİN KARŞISINA, GÜNEŞLENME REHBERİ NİTELİĞİNDE BİR İÇERİKLE ÇIKMAK İSTEDİM. ÖNCESİ, ESNASI VE SONRASI NİTELİĞİNDEKİ BU YAZIMDA GÜNEŞ GÖNÜL RAHATLIĞI İLE ÇIKABİLMEK İÇİN NELER YAPILMALI, ONLARI KALEME ALDIM.



ve geniş kenarlı bir şapka ile gölgede kalmak çok önemli, unutmayın korunmasız çıktığımız güneş cildimizin en büyük yaşlanma sebebi.

Yaz döneminde cilt bakımı için kullandığımız ürünlerde de değişiklik yapmalıyız. Çünkü yazın cildimizin daha fazla neme ihtiyacı olacak. Dolayısı ile kullanılan ürünlerin yanı sıra cildin nem tutma kapasitesini artıracak ve güneşin cildi yaşlandırabilecek etkilerinden koruyacak anti aging - E vitamini ve ayrıca

koruma faktörü içeren ürünleri günlük rutinemize ekleyebiliriz. Bunun yanı sıra cildi inceltecek, içeriğinde cildi soyucu, leke tedavilerinde kullanılan A vitamini barındıran ürünleri yaz sonuna kadar dolabımıza kaldırılmalı, sert peelingler yerine cildi tahriş etmeyen maskeleri yazın cilt bakımında tercih etmeliyiz. Yine yaz döneminde göz çevresi bakımına ayrıca özen göstermek gerekir. Cilt yapısına uygun bir serum ve göz çevresi nemlendiricisi

güneş sonrası bakım rutinine eklenmeli. Bir de gün içinde kullanılacak thermal su içeren spreylerle cildi ferahlatabilirsiniz. Güneşlenirken cildinize göstereceğiniz özen, geleceğinize yaptığımız yatırımdır. Lekeli, yaşından önce yaş almış bir cilde sahip olmamak için cildinizi mutlaka korumalı ve su tüketiminizi de azami artırmalısınız. Unutmayın cildimiz bizim ona gösterdiğimiz özeni en rahat gözlemleyebildiğimiz organımız.



## Neden uyumalıyız?

Prof. Dr. Berrin Pehlivan

**P**ek de farkında olmadan kalitesine, süresine, hangi şartlarda

yaptığımıza hiç dikkat etmediğimiz önemli bir zaafımız var: Uyku. Uykusuzluk, sadece günümüzün zor geçmesine sebep olacak hafif bir ihmal değildir. Kalp hastalığından obeziteye, şeker rahatsızlığından inmeye ve kansere varan riskler yaratabilir. Son yıllarda yapılan birçok çalışmada uykusuzluğun meme, prostat ve bağırsak kanserleri arasındaki ilişkisine dikkat çekiyor.

Yapılan incelemelerde, uykusuzluğun inflamasyon hücrelerini artırdığı ve normal bağışıklık sistemini bozduğu rapor ediliyor. İnflamasyon, bağışıklık sisteminin vücuda yabancı ve zararlı bir ajan girdiğinde verdiği yanıttır. Giderek sayısı artan bilimsel veriler, kanser dâhil birçok hastalığın kronik inflamasyon zemininde geliştiğini gösteriyor.

Uyku kaliteniz, düşünsel fonksiyonlar, iyi çalışan bir bağışıklık sistemi ve

iyileşme süreçleri için çok önemlidir. Bunun için erişkinlerin günde en az yedi buçuk saat, çocukların ise 12 saat karanlık ortamda uyumaları gerekir. Gece en geç saat 23.00'te yatmak kaydıyla yaşanacak sağlıklı bir uyku deneyimi, melatonin hormonu için elzemdir. Melatonin, gece salgılanır ve vücudun kansere direncinde önemli bir savunma mekanizmasıdır. Antioksidan olarak çalışan melatonin, hücre hasarı engeller, meme kanserinde etkili olan östrojen seviyesini dengeler ve artmasını önler. Bu mucize hormonu, gündüz uykusu veya aydınlık ortamda gerçekleşen bir gece uykusunda üretemeyiz, ortam tamamen karanlık olmalıdır. Yetersiz uyku, stres hormonlarını da aktif hâle getirir ve hastalıklara karşı direncimizi azaltır. İyi bir uyku ve beslenme, bir vitamin kuru kadar faydalı sonuçlar yaratır. Düzenli uyku olmadan sağlıklı bir yaşam mümkün değil, yapacağınız hiçbir şey iyi bir uykunun yerini dolduramaz. İyi bir uyku uyumak da o kadar zor değil. Sadece alışkanlık hâline getirmeniz gereken bazı ritüeller var.

### FAYDALARI NELER?

Uyuyunca fiziksel ve zihinsel aktivitenin durduğu düşünülür. Bu hatalı düşünce, uykunun bölümlerini ve niteliğini gözden kaçırarak nasıl olursa olsun dinlendirdiği yönünde yanlış bir algıya neden olurdu. Ancak böyle olmadığı anlaşıldı. Beyin uykudayken de ciddi bir performans sergiliyor.

Uykunun iki safhası var: Rapid Eye Movement (REM) hızlı göz hareketleri yani rüya gördüğümüz evre ve Non-REM yani bu evrenin dışında kalan zaman.

Uyumaya, REM olmayan safha ile başlarız ve bu bölüm üçe ayrılır: Vücut rahatlar; nabız, nefes ve beyin dalgaları yavaşlar. Göz hareketleri durur, beynin aktivitesi azalır. Gece uykusunun yaklaşık yarısı, REM olmayan uykunun ikinci safhasında geçer. REM uykusunda ise gözler kapalı olsa da göz kapakları hareket eder, rüyaların çoğunu bu evrede görürüz. Nefesimiz, vücut ısımız, kan basıncı gündüz seviyesine ulaşır.

Bu döngü gece boyunca üç, beş kere tekrarlanır. İlk



AYNI SAATLERDE BİRİSİ DİNLENEREK, BİRİSİ HİÇ DİNLENMEDEN ODUN KESEN İKİ ODUNCUDAN DİNLENEN, GÜNÜN SONUNDA DAHA ÇOK ODUN KESİYORMUŞ. DİNLENMEDEN ODUN KESEN, GERİDE KALMASINA ÇOK İÇERLEMİŞ VE GÜNLER GEÇTİKTEN SONRA SORMUŞ: "DİNLENMEDEN ÇALIŞMAMA VE AYNI SAATTE İŞİ BIRAKMAMIZA RAĞMEN SEN NASIL DAHA FAZLA KESİYORSUN?" DİĞERİ YİNE DİNLENDİĞİ YERDEN CEVAP VERMİŞ: "BEN DİNLENİRKEN BALTAMI BİLEYLİYORUM." UNUTMAYIN DURUP DİNLENDİĞİMİZ SAATLER DE HAYATA DÂHİL VE ÇOĞUNLUKLA İYİ BİR BAŞLANGICIN NEDENİ!



REM dönemi sadece birkaç dakika olsa da her döngüde giderek uzar. REM uykusunu bir nedenle alamadıysanız ertesi gece vücudunu uyarmaya çalışır.

Uyku boyunca vücudumuz boş durmaz; hücreleri, organları, kasları yenilemeye çalışır. Bağışıklık sistemini güçlendiren kimyasallar kana salınır. Uykuya yeterli zaman ayırırsanız bahsettiğimiz döngü daha çok yaşanabilir ve derin uykuda geçirdiğiniz zaman artar. Bu olumlu etkilerden çok daha fazla yararlanırsınız. Ama yeterli uyumuyorsanız ve 65 yaş üstündeyseniz bu durum tersine işlemeye başlar. REM uykusunun başka bir

yararı, beynimizi tazelemesi ve ihtiyacımız olmayan verilerden temizlemesidir. İyi bir uykudan sonra daha iyi odaklanmamızın, yapacaklarımızı daha net hatırlamamızın sebebi budur.

#### SAĞLIKLI BİR UYKU İÇİN

- Yatağa her gün aynı saatlerde gidin ve aynı saatlerde uyanın.
- Gün içinde kısa süreli de olsa uyumayın.
- Uyumadan önceki 4-6 saatlik süreçte kafein, nikotin veya alkol almayın.
- Uyumadan dört saat önce egzersiz yapmayı bırakın.
- Cep telefonu, tablet ve bilgisayar gibi elektronik

aygıtları yatağınızdan uzak tutun.

- Müzik dinleme, en az 15 dakika kitap okuma, kafeinsiz çay veya kahve içme gibi değişmez uyku ritüelleriniz olsun.
- Yatağa yattıktan sonra 20 dakika içinde uyuymazsanız kalkıp uykunuz gelinceye kadar sıkıcı bir şeyler yapın.

Tekrar etmekten bıkmayacağız; sağlık sorunlarımıza, vitamin takviyeleri, ilaçlar, sihirli reçeteler, iksirlerle çözüm aramaya son verelim. İyi nefes alın, iyi beslenin, bol su için, kaliteli ve saatinde iyi uyuyun. Sağlıklı ve zinde bir hayatın keyfine varın ve hikâyelere inanın.





## DKİB, 116 ÜLKEYE İHRACAT YAPTI

Doğu Karadeniz kapsamında Trabzon, Rize, Artvin ve Gümüşhane illerinden 2022 yılının ilk üç ayı itibarıyla 334,54 milyon dolar tutarında ihracat gerçekleşti. Söz konusu ivmelenme hakkında değerlendirmelerde bulunan Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği (DKİB) Yönetim Kurulu Başkanı Saffet Kalıyıcı: "Bölgemizden 2022 yılı Ocak-Mart döneminde 116 farklı ülkeye ihracat yapıldı. En fazla ihracat yapılan ilk beş ülke sırasıyla İtalya, Almanya, Rusya Federasyonu, Gürcistan ve Çin Halk Cumhuriyeti oldu. Bu ülkelerden Almanya'ya yapılan ihracatımızda yüzde 108, Gürcistan'a yapılan ihracatımızda yüzde 45 ve Çin Halk Cumhuriyeti'ne yapılan ihracatımızda



yüzde 26 oranında artış yaşandı. 116 ülke içinden en fazla ihracat artışı ise yüze 396 ile Kanada'ya yönelik gerçekleşti. İkinci en çok ihracat artışı sağlanan ülke, yüzde 213 ile Beyaz Rusya oldu. Bu ülkelerin yanında İspanya, Hindistan, Romanya, Kazakistan, Tunus, Libya, Senegal ve Kosova'ya yapılan ihracatta da önemli oranda artış yaşandı." dedi. Açıklamasında Rusya'ya dikkat çeken Saffet Kalıyıcı: "Hükümetimizden özellikle Rusya Federasyonu'na yönelik yaşanan sorunların çok hızlı bir şekilde çözüme kavuşturulmasını ve ihracatçılarımızın artan maliyetlerine destek vermelerini istirham ediyoruz." dedi.

nu'na yönelik yaşanan sorunların çok hızlı bir şekilde çözüme kavuşturulmasını ve ihracatçılarımızın artan maliyetlerine destek vermelerini istirham ediyoruz." dedi.

## ÇEVRECİ ÖDÜL TÖRENİ

Ege Bölgesi'nde 2021 yılında 1 milyar 337 milyon dolarlık ihracatla gıda sektöründe ihracat şampiyonu olan Ege Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği, rekor ihracatına yüzde 88'lik katkı sağlayan 40 üyesi için "İhracatın Yıldızları Ödül Töreni" düzenledi. Ödül kazanan firmalara, plaket yerine 5 bin fidan sertifikası takdim edildi.



Ege Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği, 2021 yılı sonunda 3,59 milyar dolar ihracat seviyesine çıkarak 2023 yılı hedefine, iki yıl önce ulaştı. Sektörün başarılı grafiği için düzenlenen ödül töreninde konuşma yapan Ege Su Ürünleri

ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği Başkanı Bedri Girit: "Su ürünleri sektörü, 1,43 milyar dolarlık ihracatla en büyük katkıyı sağladı." dedi. Su ürünleri sektörünü 1,31 milyar dolarla kanatlı eti ve yumurta sektörünün takip

ettiğini söyleyen Bedri Girit konuşmasına şöyle devam etti: "Kanatlı eti 926 milyon dolar ihracat yaparken yumurta ihracatı 386 milyon dolara yükseldi. Çin'e aldığı ihracat vizesiyle moral toplayan süt ürünleri sektörü 486 milyon dolar ihracat performansı gösterdi. Birlik olarak 1,3 milyar dolar ihracatla Türkiye geneli payımızı yüzde 37 olarak gerçekleştirdik."



## EİB, HEDEFİ 12'DEN VURDU

Ege İhracatçı Birlikleri (EİB), Mart ayında ihracatını yüzde 28'lik artışla 1,12 milyar dolardan, 1,63 milyar dolara yükseltti ve ay bazında Cumhuriyet tarihinin rekorunu kırdı. EİB çatısı altındaki 12 ihracatçı birliğinin tamamı, Mart ayında ihracatlarını artırdı. Ege İhracatçı Birlikleri, 2022 yılının ilk çeyreğinde yüzde 26'lık artışla 4,44 milyar dolara çıkarırken EİB'nin yıllık ihracatı yüzde 30'luk artışla 17,23 milyar dolara yükseldi.

Pandemi sonrasında Türkiye'nin dünyanın cazibe merkezi hâline geldiğini belirten Ege İhracatçı



Birlikleri Koordinatör Başkanı Jak Eskinazi, ihrac pazarlarından talep yönlü bir sorun olmadığını fakat enflasyonist bir ortama girildiği için fiyat konusunda zorluklar yaşandığını dile getirdi. İhracatçıları fiyat verirken daha dikkatli olmaları konusunda uyararak Jak Eskinazi: "Yıllık enflasyon rakamları TÜİK'e göre üretici fiyatlarında yüzde

115'e ulaştı. İhracatçılarımız böylesine enflasyonist ortamda her gün enerji, ham madde fiyatlarına devasa zamların geldiği ortamda doğru maliyet hesabı yapamadıkları takdirde sermaye erimesiyle karşı karşıya kalabilir." dedi.

## UİB, 7,80 MİLYAR DOLAR BANDINDA

Türkiye'nin Genel Sekreterlik bazında en fazla ihracat yapan ikinci birliği Uludağ İhracatçı Birlikleri'nin (UİB) 2022 yılı Mart ayı ihracatı, 2,82 milyar dolar seviyesinde gerçekleşti. UİB'in ilk çeyrek ihracatı 7,80 milyar dolar, geriye dönük 12 aylık dönemdeki ihracat tutarı ise geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 10,8'lik artışla 30,56 milyar dolar oldu. UİB Koordinatör Başkanı Baran Çelik: "Yaşanan tüm olumsuzluklara rağmen üretmeye, kent ve ülke ekonomisine katkı sağlamaya devam ediyoruz. İhracatımızda istikrarımızı koruyoruz. Çok hassas bir dönemden geçtiğimiz şu günlerde üretmekten ve ihracattan vazgeçmeyeceğiz." dedi. Mart ayı itibarıyla Uludağ Otomotiv Endüstrisi İhracatçıları Birliği (OİB) 2,3 milyar dolar, Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği (UTİB) 131 milyon dolar, Uludağ Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (UHKİB) 109 milyon



dolar, Uludağ Meyve Sebze Mamulleri İhracatçıları Birliği (UMSMİB) 27 milyon dolar, Uludağ Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği (UYMSİB) 8 milyon dolar seviyelerinde dış satışı imza attı. Öte yandan UİB üzerinden ihracat kaydı yapılan ve "diğer" başlığı altında listelenen sektörlerin Mart ayı ihracatı, 269,98 milyon dolar olarak açıklandı.



şirket haberleri

2022

HEDEFİ

DAHA FAZLA KULLANICI

**nakilnat**  
Dijital Lojistik Platformu

Nakilnat,

## daha fazla kullanıcıya odaklandı

Nakilnat, tüm işletmelerin kara yolu taşımacılık süreçlerini dijitalleştirerek teknolojiyi lojistiğe taşımak için kolları sıvadı. Nakliyat sektörünün en son yeniliklerini takip ederek her geçen gün kendini geliştiren nakilnat.com, yalnızca taşımacılık hizmeti sağladığı müşterileri için değil, kamyoncular için de birçok kolaylık sunuyor. Geliştirdikleri yeni mobil uygulama sayesinde lojistik ihtiyacı olan işletmelerin hayatını kolaylaştırmayı hedefleyen firma, 2022'de daha fazla kullanıcıya ulaşmayı hedefledi. Nakilnat.com'un kurucusu Mehmet Meydan: "Artık birçok şey teknoloji üzerine kurulu, lojistik sektörü de bu anlamda sürekli gelişme kaydediyor. Nakilnat

olarak çözümlerimizi, dijitale dökerek yaşanan sorunları en aza indirmeyi hedefliyoruz. Mobil uygulamamız sayesinde kolay ulaşılabilir bir hizmet veriyoruz. Aynı zamanda büyük nakliye firmalarına da diledikleri kadar araç ekleyebilme ve şoförlerine hızlı iş bulabilme imkânı sağlıyoruz. Bu anlamda 2022 yılındaki ilk hedefimiz çok daha fazla kullanıcıya ulaşmak. 2022 yıl sonu itibarıyla ortak çalışma ve yatırım turlarına başlayacağız. Aynı zamanda firma olarak Türkiye Lojistik Portalı için üyelik işlemlerimizi tamamladık. Söz konusu platform hem lojistik sektöründeki hem de Türkiye'deki ihracat hacminin artmasına büyük bir katkı sağlıyor." dedi.

## Zer, global satın alma ve tedarik zincirinin radarına girdi

Satın alma ve tedarik zinciri yönetimi alanında dünyanın en iyi şirketlerini değerlendiren ISG'nin Provider Lens™ raporuna ilk kez Türkiye'den bir şirket girdi. Dünyanın her yerindeki hizmet sağlayıcıların çok yönlü incelendiği araştırmada, Koç Topluluğu'nun kurumsal tedarik ve satın alma şirketi Zer, dijital platformu Promena ile birlikte yer aldı. 2019 yılından bu yana düzenli olarak küresel araştırmalarda yer aldıklarını aktaran Zer Genel Müdürü Mehmet Apak, dünyadaki satın alma ve tedarik zinciri profesyonellerinin açıklanan listeleri yakından takip ettiğini belirterek sözlerine şöyle



devam etti: "Araştırmalar sayesinde hem uluslararası pazarlarda marka bilinirliğimiz artıyor hem de global tedarik zinciri yönetiminden daha fazla payı Türkiye'ye çekiyoruz. Promena'da yurt dışından aldığımız iş taleplerinin oranı son dönemde yüzde 50'ye çıktı. İş birlikteliği ve güvene dayalı iş modelimizle yarattığımız farkın, dünya çapında fark edilmesi bizi cesaretlendiriyor. Bu listelerdeki varlığımız, aslında paydaşlarımız için yarattığımız faydanın doğal bir yansıması. Zer olarak birlikte çalıştığımız şirketlerin değişim ve belirsizliklere karşı daha esnek ve dayanıklı olması için çalışıyoruz." dedi.

%50

YURT DIŞINDAN ALINAN  
İŞ TALEPLERİNİN ORANI





2022

İTİBARIYLA

SERVİS AĞI GENİŞLEYECEK.

## Batı Logistics, müşterilerine her noktada servis sağlıyor

Batı Innovative Logistics, her kıtada teknoloji odaklı lojistik çözümler sunarak müşterilerinin ana lojistik ortağı olmak için çalışıyor. Türkiye lojistik sektöründeki firma sayısının, global piyasadaki yeri ve artan ihracatıyla günden güne doğru orantılı olarak

büyüdüğünü belirten Batı Denizcilik Şirketleri Grubu Uluslararası Satış Direktörü Kaan Aydın: “Özellikle artan deniz navlunları ve yaşanan konteyner tedarik sorunlarından dolayı global bir lojistik krizinin içindeyiz. Fakat Türkiye, bu krizi kaliteli ve geniş ürün yelpazesi ve tecrübeli ihracatçıları ile beraber fırsata çevirmiş durumda. Son yıllarda özellikle Avrupa başta olmak

üzere Amerika ve Orta Doğu'nun artan navlunlar ve düşen kalite ile beraber alternatif bir üretici pazara yönelmek istemesi çok normal.

Dolayısıyla da “off-shore supply chain” teriminin 2022 yılı ile birlikte “near-shore supply chain” terimine evrildiğini

fark ediyoruz. Bugün artan lojistik talebi karşılamak için birçok yeni firma pazara giriyor. Biz sektör tecrübemizle müşterilerimize her noktada servis verebilecek bir ağ kurduk. 2022 yılında da Amerika, Avrupa ve Orta Doğu pazarlarında ofis açarak servis ağıımızı genişletmek istiyoruz. Amacımız Türkiye’de verdiğimiz servis ağını global olarak da genişletmek.” dedi.



## Horoz Lojistik, entegre hizmetler sunuyor

İhracat sürecinin artık tüm ürün gruplarında kolaylaştığına dikkat çeken Horoz Lojistik, hava yolu ve kara yolu ile ürünleri, en hızlı şekilde müşterilerin kapısına teslim ediyor. Horoz Lojistik İcra Kurulu Başkan Yardımcısı Gürkan Gürbüz;



sektörde 80. yılını kutlayan firmanın ortaklara, tedarikçiden müşteriye kadar entegre lojistik hizmetler sunduklarını söylüyor. Gürbüz: “Otomotiv, mobilya, endüstriyel ürünler gibi hacimli ürün grupları için direkt tüketiciye teslimat yaptığımız kara yolu servisinin yanı sıra kara yolu ETGB ve hava yolu ETGB ile mikro ihracat gerçekleştiriyoruz. Almanya ve İngiltere’de Fulfillment

hizmetleri için çalışmalarımız devam ediyor. Lojistiği ve maliyeti e-ihracatın önünde engel olmaktan çıkarıyoruz. Savaş sonrası dönemde AB ve İngiltere pazarı özellikle hacimli ürün gruplarında öne çıktı. E-ihracata olan ilginin hızla arttığı bu

dönemde daha fazla ülke ve bölgeye dokunarak ihracatını artırmak isteyen firmalara, tüm süreçlerinde çözüm ortağı olmak, ihracatçı sayısını artırmak, ihracat ağını genişletmek ve geleneksel ticaretten e-ihracata geçiş sürecinde destek sağlamak en büyük hedefimiz. İhracatçılarımızın yeni pazarlara açılmaları doğrultusunda Orta Doğu ve ABD ülkelerini de gündemimize aldık.” dedi.

80.

YIL

SEKTÖRDE 80. YIL



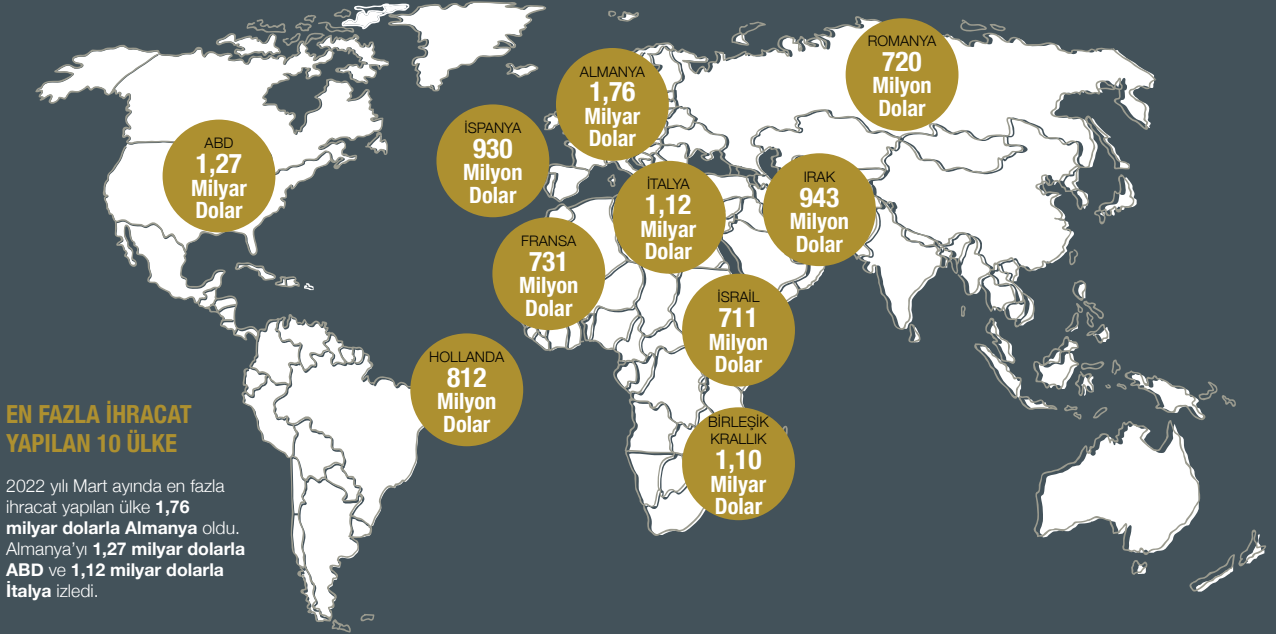
## tablolar

2022 YILI MART AYI İHRACATI 22,7 MİLYAR DOLAR OLDU.

2021 YILINA GÖRE 2022 MART AYI İHRACATI YÜZDE 19,8 ARTTI.

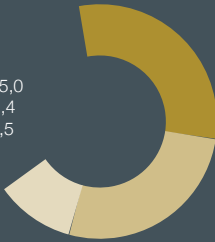
2022 YILI MART AYINDA 20 SEKTÖR İHRACATINI ARTIRDI.

BİN 986 FİRMA MART AYINDA İLK KEZ İHRACAT GERÇEKLEŞTİRDİ.

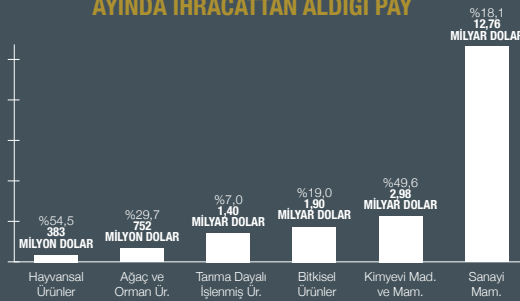


### ANA ÜRETİM GRUPLARININ 2022 YILI MART AYINDA İHRACATTAN ALDIĞI PAY

Sanayi %75,0  
Tarım %13,4  
Maden %2,5



### ALT ÜRETİM GRUPLARININ 2022 YILI MART AYINDA İHRACATTAN ALDIĞI PAY



### 2022 YILI MART AYINDA İL BAZINDA EN DİKKAT ÇEKEN İHRACAT ARTIŞI



### İLLERE GÖRE 2022 YILI MART AYI İHRACAT DAĞILIMI

İSTANBUL  
9,08  
MİLYAR DOLAR

KOCAELİ  
1,89  
MİLYAR DOLAR

BURSA  
1,33  
MİLYAR DOLAR

İZMİR  
1,19  
MİLYAR DOLAR

ANKARA  
1,03  
MİLYAR DOLAR

GAZİANTEP  
1,01  
MİLYAR DOLAR

DENİZLİ  
497  
MİLYON DOLAR

MANİSA  
490  
MİLYON DOLAR

SAKARYA  
394  
MİLYON DOLAR

HATAY  
355  
MİLYON DOLAR

**1-31 MART İHRACAT RAKAMLARI**  
**SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI - 1.000 \$**

SEKTÖRLER	1 - 31 MART				1 OCAK - 31 MART			
	2021	2022	Değişim ('22/'21)	Pay (22) (%)	2020-2021	2021-2022	Değişim ('22/'21)	Pay (22) (%)
<b>I. TARIM</b>	2.426.028	3.037.584	25,2	13,4	24.939.408	31.476.472	26,2	13,4
<b>A. BİTKİSEL ÜRÜNLER</b>	1.597.393	1.901.616	19,0	8,4	16.663.933	20.340.087	22,1	8,6
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	783.752	1.027.463	31,1	4,5	7.502.383	9.963.205	32,8	4,2
Yaş Meyve ve Sebze	246.515	225.533	-8,5	1,0	2.867.318	3.070.684	7,1	1,3
Meyve, Sebze Mamulleri	164.253	230.319	40,2	1,0	1.699.681	2.194.092	29,1	0,9
Kuru Meyve ve Mamulleri	126.148	156.348	23,9	0,7	1.408.161	1.627.482	15,6	0,7
Findık ve Mamulleri	183.441	148.928	-18,8	0,7	1.960.364	2.180.567	11,2	0,9
Zeytin ve Zeytinyağı	26.642	31.412	17,9	0,1	261.252	357.170	36,7	0,2
Tütün	49.272	64.567	31,0	0,3	849.272	799.720	-5,8	0,3
Süs Bitkileri ve Mamulleri	17.370	17.047	-1,9	0,1	115.501	147.167	27,4	0,1
<b>B. HAYVANSAL ÜRÜNLER</b>	247.978	383.117	54,5	1,7	2.522.827	3.724.629	47,6	1,6
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	247.978	383.117	54,5	1,7	2.522.827	3.724.629	47,6	1,6
<b>C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ</b>	580.657	752.851	29,7	3,3	5.752.649	7.411.756	28,8	3,1
Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri	580.657	752.851	29,7	3,3	5.752.649	7.411.756	28,8	3,1
<b>II. SANAYİ</b>	14.119.863	17.155.505	21,5	75,5	132.497.546	178.919.387	35,0	75,9
<b>A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER</b>	1.312.661	1.405.051	7,0	6,2	11.750.946	15.408.509	31,1	6,5
Tekstil ve Hammaddeleri	868.474	952.683	9,7	4,2	7.723.709	10.449.778	35,3	4,4
Deri ve Deri Mamulleri	157.428	192.087	22,0	0,8	1.313.156	1.838.753	40,0	0,8
Halı	286.759	260.281	-9,2	1,1	2.714.081	3.119.978	15,0	1,3
<b>B. KİMYEVİ MADDELER VE MAMULLERİ</b>	1.994.037	2.983.420	49,6	13,1	18.904.377	27.554.023	45,8	11,7
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	1.994.037	2.983.420	49,6	13,1	18.904.377	27.554.023	45,8	11,7
<b>C. SANAYİ MAMULLERİ</b>	10.813.165	12.767.034	18,1	56,2	101.842.222	135.956.856	33,5	57,7
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1.674.920	2.022.027	20,7	8,9	17.599.532	21.002.857	19,3	8,9
Otomotiv Endüstrisi	2.890.106	2.695.221	-6,7	11,9	26.255.567	29.127.122	10,9	12,4
Gemi, Yat ve Hizmetleri	153.851	140.233	-8,9	0,6	1.260.927	1.693.422	34,3	0,7
Elektrik ve Elektronik	1.254.809	1.370.390	9,2	6,0	11.746.423	14.477.896	23,3	6,1
Makine ve Aksamları	783.729	912.913	16,5	4,0	7.773.836	9.734.012	25,2	4,1
Demir ve Demir Dışı Metaller	978.920	1.447.296	47,8	6,4	8.760.046	13.593.744	55,2	5,8
Çelik	1.526.157	2.272.465	48,9	10,0	13.263.180	24.259.915	82,9	10,3
Çimento, Cam, Seramik ve Toprak Ürünleri	402.239	514.385	27,9	2,3	3.854.994	4.897.512	27,0	2,1
Mücevher	343.662	435.041	26,6	1,9	3.867.222	7.087.969	83,3	3,0
Savunma ve Havacılık Sanayii	246.958	327.774	32,7	1,4	2.443.252	3.526.534	44,3	1,5
İklimlendirme Sanayii	545.986	617.853	13,2	2,7	4.909.764	6.415.004	30,7	2,7
Diğer Sanayi Ürünleri	11.830	11.436	-3,3	0,1	107.478	140.868	31,1	0,1
<b>III. MADENCİLİK</b>	446.314	556.412	24,7	2,5	4.548.399	6.241.678	37,2	2,6
Madencilik Ürünleri	446.314	556.412	24,7	2,5	4.548.399	6.241.678	37,2	2,6
<b>TOPLAM (TİM*)</b>	<b>16.992.205</b>	<b>20.749.501</b>	<b>22,1</b>	<b>91,4</b>	<b>161.985.353</b>	<b>216.637.537</b>	<b>33,7</b>	<b>91,9</b>
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat ile Antrepo ve Serbest Bölgeler Farkı	1.964.649	1.958.233	-0,3	8,6	14.903.131	18.970.658	27,3	8,1
<b>GENEL İHRACAT TOPLAMI</b>	<b>18.956.854</b>	<b>22.707.734</b>	<b>19,8</b>	<b>100,0</b>	<b>176.888.484</b>	<b>235.608.195</b>	<b>33,2</b>	<b>100,0</b>



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



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



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



**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 Kılavuzluk Hizmetlerinde  
45 yıllık Sanmar deneyimi



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

# Hava kargonuz bize emanet!

Havaş, 89 yıllık bilgi birikimi ve deneyimiyle İstanbul, Ankara, İzmir ve Antalya Havalimanları'nda, uluslararası standartlarda kargo ve geçici depolama hizmetleri ile yanınızda. İthalat ve ihracat kargoların sevk ve idaresinde güvenilir çözüm ortağınız Havaş, frigorifik araçları ve tesislerindeki bozulabilir kargolara yönelik özel depolama alanlarının yanı sıra İstanbul-İzmir, İstanbul-Ankara ve İstanbul-Antalya arasında karşılıklı tarifeli seferleriyle gümrüklü kargo taşımacılığında da ayrıcalıklı hizmetler sunuyor.



www.havas.net | Antrepo Koordinatörlüğü: (0212) 465 47 00