

TİMREPORT



HÜKÜMETE İLETİLEN

122

TALEP
ÇÖZÜME KAVUŞTU

TÜRKİYE, SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA MODELİNDE İHRACATLA YÜKSELECEK

**HİZMET İHRACATÇILARININ
YOL HARİTASI HAZIR**
E-TURQUALITY DESTEĞİYLE
2023 HEDEFİ 110 MİLYAR DOLAR

**GEMİ VE YAT SEKTÖRÜNDE
REKOR BÜYÜME**
İHRACAT BİRİM DEĞERİ
15 DOLARI AŞTI

**TEKNOLOJİ MERKEZİ
TÜRKİYE LOJİSTİK PORTALI**
İHRACATÇILARLA LOJİSTİK
SEKTÖRÜNÜ BULUŞTURUYOR

Export Leader of **TURKEY** Türkiye'nin İhracat Şampiyonu



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

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

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

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



seluz.



+90 850 755 0 458 galpi.com.tr



TİMREPORT İÇİNDEKİLER

Sayı: 208 - HAZİRAN 2022



GENÇ TİM İLE BİRLİKTE GENÇ İHRACATÇI SAYISI ARTIYOR

Türkiye ekonomisini güçlendiren Genç TİM ile yeni bir ihracat ekosistemi oluşuyor. **Syf. 28**



GEMİ VE YAT İHRACATÇILARININ PRUVASI NETA, DÜMENİ VIYA

Aralıksız rekor kıran Türkiye gemi ve yat sektörü, ihracatını 199 milyon dolara yükseltti. **Syf. 30**

HEDEF: 110 MİLYAR DOLAR

Hizmet ihracatçıları, yol haritasını çıkarttı. 2025'i 110 milyar dolar ihracatla kapatacak. **Syf. 36**



"MARKALAŞMA, İHRACAT BİRİM DEĞERİNİ ARTIRIR"

Lokma's, ürün gamıyla hem ihracata hem de Türkiye imajına katkı sağlıyor. **Syf. 40**



Acıbadem Health Point FIRST POINT FOR YOUR HEALTH

Acıbadem Health Point is the first access point which organizes all your medical needs by a single center in Turkey. Establishing a bridge in accessing Turkey and qualified healthcare services through its service points at 46 locations in 25 countries across the world, Acıbadem Health Point is at your service at Istanbul Airport and Sabiha Gökçen Airport.

Acıbadem Health Point, uluslararası hastaların Türkiye'deki tüm sağlık ihtiyaçlarını tek merkezden organize eden, ilk erişim noktası. Dünya genelinde 25 ülke ve 46 hizmet noktasıyla Türkiye'ye ve nitelikli sağlık hizmetlerine erişimde bir köprü kuran Acıbadem Health Point, İstanbul ve Sabiha Gökçen Havalimanları'nda konuklarının hizmetinde!

REGISTER NOW!

Call Us
+90 216 544 46 64
Visit WebSite
acibademhealthpoint.com



Download
Mobile App

ACIBADEM
HEALTH POINT



İÇİNDEKİLER



LOJİSTİĞİN SÜRDÜRÜLEBİLİR YOLCUĞU

Türk lojistik ve taşımacılık sektörü dönüşüyor. Daha yeşil bir dünya için sektör temsilcileri, taşın altına elini koyuyor. **Syf. 44**

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



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
Nişantaşı - Şişli / İSTANBUL
+90 212 236 00 50
www.viyamedya.com | viya@viyamedya.com



/viyamedya

Baskı Özgün Ofset

SÜRDÜRÜLEBİLİR VE "GEN"ETİK BİR TASARIM

Ünlü tasarımcı Murat Aytulum, dünya pazarını odağına aldı. **Syf. 52**



ÇİÇEK KADAR ÖZEL, EŞSİZ MÜCEVHERLER

Ayşe Rodoslu ile markası ve mücevher dünyası üzerine keyifli bir röportaj yaptık. **Syf. 56**



Türkiye'nin topyekûn kalkınmasına hizmet ediyoruz

HER ZAMAN söylüyoruz; ihracat görevimizdir, ihracat borcumuzdur, ihracat geleceğimizdir, ihracat istikrarımızdır, ihracat gücümüzdür. Çünkü ihracat, dünya arenasındaki gururumuzdur.

Ihracatımız bu ay, belirlenen rakamın neredeyse iki katı kadar arttı. İhracat artışından kaynaklanan yüksek bir refah seviyesi hedefliyoruz. Çünkü ihracatla yükselen Türkiye, ihracatla yükselen 84 milyonu işaret eder.

Cumhurbaşkanımızın bizlere açtığı yolda ihracatımız artıyor, demek ki doğru yolda ilerliyoruz. Hatırlanacağı üzere son zamanlarda İstanbul'da düzenlenen ve yurt dışından gelen yabancı müşterilerin de bulunduğu uluslararası fuarlarımıza belediye ekiplerinin ilan ve reklam vergisi için baskın yapmaları hoş bir görüntü yaratmamıştı. Bu konudaki taleplerimizi, hükümete ve T.C. Ticaret Bakanlığı'na iletmıştik. Artık Türkiye'de gerçekleştirilen fuarlarda iç alanlardaki ilan ve reklamlar, ilan ve reklam vergisinden muaf tutulacak.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ile İhracatçı Birliklerinin Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanun ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına dair 12 maddelik kanun teklifinde, taleplerimizin yer bulması bizleri sevindirdi. Yeni kanun teklifindeki taleplerimiz de yakında hayata geçecek.

Bunların yanı sıra TİM TEB Girişim Evi bünyesinde şimdiye kadar 212'si kadın girişimci olmak üzere bin 600'ün üzerinde girişimcimize destek verdik. Destek verdiğimiz kadın girişimcilerimiz bin 700'ü aşkın kişiye istihdam sağladı.

TİM TEB Girişim Evi bünyesinde ABD Büyükelçiliği ile Türkiye'de bir ilke imza atarak başlattığımız Tekno Kadın Girişimciler Akademisi programı, kurduğumuz girişim ekosisteminin verimliliğine ivme kattı. İki ülke arasındaki ortak projelerin bu ivmelenmeye ve ABD ile 100 milyar dolar ticaret hacmi hedefine hizmet edeceğine yürekten inanıyoruz. Girişimcimize şimdiye kadar verdiğimiz destekleri artırarak daha fazla teknoloji girişimcimizi desteklemeyi sürdüreceğiz.

Çalışmalarımızın sonucunda Türkiye'yi hem sürdürülebilir kalkınma modeliyle ihracatla yükseltecek hem de çevreye değer veren herkesin bir numaralı tercihi hâline getireceğiz. Türkiye'nin yeşil ekonomik dönüşümünde öncü olacağız.

Aynı zamanda şunu da belirtmek isterim ki İstanbul Yenibosna'da bulunan ve maliyetinin yüzde 98'ini TİM ve iki ihracatçı birliği genel sekreterliğinin karşıladığı TİM Dış Ticaret Kompleksi, T.C. Ticaret Bakanlığı'na tahsisliydi. Cumhurbaşkanımız ve Ticaret Bakanımızın destekleriyle Dış Ticaret Kompleksi'nde kullanılan bölüm, bedelsiz olarak TİM'e devrediliyor. Alınan kararlar ihracat ailemize hayırlı olsun. 250 milyar dolara giden yolda artıdayız. Türkiye'nin topyekûn kalkınmasına hizmet ediyoruz. Mevcut ivmenin yükselişle devam etmesi, son derece önemli. Tüm hedeflerimize büyük bir azim ve inançla yürüyoruz.

İsmail Gülle
TİM Başkanı

Panorama

ETKİNLİK

- Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, sivil toplum kuruluşlarının (STK) temsilcileri ile iftar programında bir araya geldi.
- Esenyurt Teknoloji & Patent Seferberliği Proje Lansmanı gerçekleşti.
- TİM Başkanı İsmail Güllü, Çorap Sanayicileri Derneği'nin iftar yemeğinde sektörün temsilcileriyle buluştu.
- Osmanbey Tekstilci İş İnsanları Derneği'nin düzenlediği iftara, TİM Başkanı İsmail Güllü katıldı.
- Cumhurbaşkanı Yardımcısı Fuat Oktay ve TBMM Eski Başkanı İsmail Kahraman'ın teşrifleriyle ASKON Geleneksel İftar Programı gerçekleşti.
- Kale Grubu, geleneksel iftar yemeği düzenledi.
- TİM Başkan Vekili Başaran Bayrak, Avrupa Komisyonu Başkan Yardımcısı Frans Timmermans ile iftar yemeğinde bir araya geldi.
- T.C. Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Turagay'ın teşrif ettiği Birleşmiş Markalar Derneği'nin düzenlediği iftar yemeğine, TİM Başkanı İsmail Güllü katıldı.



ZİYARET

- Karadağ Büyükelçisi Perisa Kastratovic ve Başkonsolos Branislav Karadzic ile iki ülke arasındaki ticaret hacmi değerlendirildi.
- TİM Başkanı İsmail Güllü ile Başkan Vekili Kutlu Karavelioğlu, TOBB Başkanı Rıfat Hisarcıklıoğlu'nu ziyaret etti.
- Akdeniz Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği Başkanı Fuat Tosyalı ve Yönetim Kurulu Üyeleri TİM Başkanı İsmail Güllü'yi ziyaret etti.



TİM MARKA KONSEYİ

- TİM Marka Konseyi Başkan Yardımcısı Süleyman Orakçioğlu'nun ev sahipliğinde iftar yemeği düzenlendi.



TOPLANTI

- T.C. Kito Büyükelçiliği'ne atanan Büyükelçi Makbule Başak Yalçın ile TİM Başkanı İsmail Güllü, Türkiye-Ekvador arasındaki mevcut ticari ilişkileri değerlendirdi.

mayıs

AÇILIŞ

- Emine Erdoğan Hanımefendi'nin himayelerinde düzenlenen Türkiye Dokuma Atlası Sergisi'nin açılış töreni, T.C. Millî Eğitim Bakanı Mahmut Özer ve ihracatçıların katılımıyla gerçekleşti.



TİM EXPORT TALKS

- Rusya Federasyonu'nda İhracatçılarımız İçin Hangi Fırsatlar Var?" konulu TİM Export Talks webinarı düzenlendi.



TİM TEB GİRİŞİM EVİ

- TİM TEB Girişim Evi ve ABD Büyükelçiliği iş birliğiyle AWE Tekno Kadın Girişimcilik Akademisi programı gerçekleşti.



FUAR

- Yes Food Expo&Forum lansmanı, GAİB Koordinatör Başkanı Ahmet Fikret Kileci ve sektör temsilcilerinin katılımıyla gerçekleşti.



ÖDÜL TÖRENİ

- İHKİB 2021 Yılı Başarılı İhracatçılar Ödül Töreni gerçekleştirildi.



14-15 MAYIS MERSİN

- TİM Başkanı İsmail Güllü, AKİB Birlik Başkanları ve TİM Delegeleriyle Mersin Valisi Ali İhsan Su'yu makamında ziyaret etti.
- TİM&AKİB programı kapsamında TİM Başkanı İsmail Güllü, Aves Enerji Yağ ve Gıda San AŞ'yi ziyaret etti.
- TİM&AKİB programı kapsamında TİM Başkanı İsmail Güllü, Doteks Tekstil Ltd. Şti'yi ziyaret etti.
- AHKİB Ödül Töreni'nde ihracatta başarı kazanan firmalara ödülleri takdim edildi.



KISA KISA

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

Nüfusun etkilerini azaltmak, doğa olaylarının zararlarından kurtulmak ve kötüleşen iklim şartları nedeniyle Endonezya, Mısır, Güney Kore, Montserrat Adası ve Ekvator Ginesi, başkentlerini taşıma kararı aldı. Yakın geçmişte ise Kazakistan, Pakistan, Brezilya, Malezya, Nijerya ve Myanmar gibi birçok ülke siyasi gelişmeler yüzünden başkentlerini değiştirmişti.



Ekonomik büyümenin göstergelerinden İstanbul Sanayi Odası (İSO) Türkiye İmalat PMI (Satın Alma Yöneticileri Endeksi) anketinin Nisan 2022 dönemi sonuçları açıklandı. Mart ayında 49,4 olan manşet, PMI Nisan'da hafif düşüşle 49,2 olarak kaydedildi ve imalat sektörünün art arda ikinci ay ivme kaybettiğine işaret etti.

Uluslararası Enerji Ajansı'nın (IEA) Yenilenebilir Enerji Piyasası Güncelleme Raporu'na göre dünyada geçen yıl devreye alınan yenilenebilir enerji kapasitesi bir önceki yıla göre yüzde 6 artışla 295 gigavat oldu. Kapasitenin yüksek ham madde maliyetleri ve tedarik zincirindeki aksamalara rağmen bu yıl 320 gigavata çıkararak yeni bir rekor kırması bekleniyor.



SolarPower Europe tarafından hazırlanan ve Intersolar Avrupa Güneş Enerjisi Konferansı ve Fuarı'nda açıklanan Güneş Enerjisi Küresel Piyasa Görünümü Raporu'na göre bu yılın Mayıs ayı itibarıyla teravat seviyesine yükselen küresel güneş enerjisi kurulu gücüne, sene sonuna kadar 200 gigavat kapasite eklenecek.



Yapay zekâ temelli müşteri hizmetleri; yani diyaloga dayalı yapay zekâ pazarı büyüklüğü, 2021'de dünya genelinde 6,8 milyar dolara ulaştı. Pazarın 2030 yılında ise 32,6 milyar dolara aşması bekleniyor.

ABD merkezli araştırma şirketi Gartner'ın verilerine göre dünya çapındaki bilgi teknolojilerine yönelik harcamaların yüzde 5,5 artışla 2022'de 4,5 trilyon dolara ulaşması bekleniyor. Bu kapsamda, yapay zekâ, veri analitiği, siber güvenlik, kurumsal yazılımlar, bulut sistemleri gibi dijital dönüşümü etkileyecek alanlardaki yatırımlar ve gelişmeler daha fazla önem taşıyacak.



Küresel çapta henüz ülkeler 5G sistemini kendilerine yeni yeni adapte ediyor. 2018 yılında 5G teknolojisine geçiş yapan ABD, bu anlamda başı çeken ülke konumunda bulursa da Güney Kore önemli bir adım attı. Ülke, 6G çalışmalarına resmen başladıklarını duyurdu.

SİNERJİ YARATIYORUZ

Türkiye'nin önde gelen sanayi kuruluşlarından biriyiz, bir asrı aşan başarılı geçmişimizle geleceğe güvenle bakmanın haklı gururunu yaşıyoruz.

Farklı sektörlerde binlerce çalışmamızla, her adımda daha güçlü bir Türkiye, daha güzel bir dünya hedefine ilerliyoruz.



İhracat ailesi, Nisan'da performans artırdı

250 milyar dolar hedefinde, 15 milyar dolar artıda olan Türk ihracatçısı, tarihi bir rekora imza attı.

TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ (TİM), T.C. Ticaret Bakanı Mehmet Muş'un katılımıyla 2022 yılı Nisan ayı ihracat rakamlarını, Ankara'da düzenlenen toplantı ile kamuoyuna açıkladı. Cumhuriyet tarihinin en yüksek ilk çeyrek performansına ulaşan ihracat ailesi, önemli bir başarı gösterdi. Geçen yılın aynı ayına göre yüzde 25 artışla 23,4 milyar dolar ihracata imza atıldı. Bu rakamlarla beraber, aylık en yüksek ihracat rakamına ulaşıldı. Ayrıca Nisan ayında ilk kez bir ülkeye 2 milyar doların üzerinde

ihracat yapıldı.

SEKİZ SEKTÖR, REKOR KIRDI
25 sektörün ihracatını artırdığını ve 21 sektörün ihracatında yüzde 10'dan fazla artış kaydettiğini açıklayan TİM Başkanı İsmail Güllü, "Bu ay 3,3 milyar dolar ile ihracatını rekor bir düzeye taşıyan kimya sektörü ilk sırada yer aldı. 2,7 milyar dolara ulaşan otomotiv sektörü ikinci ve 2 milyar dolar ihracat gerçekleştiren hazır giyim sektörü ise üçüncü oldu. Bu sektörlerin yanı sıra en dikkat

çekici artış, demir ve demir dışı metaller ile çelik sektörlerinde yaşandı. Tam sekiz sektör, Nisan ayında ihracat rekoru kırdı." dedi.

61 İL, İHRACATINI ARTIRDI
Nisan ayında 61 ilin ihracatını artırma başarısı gösterdiğini ifade eden TİM Başkanı İsmail Güllü, en çok ihracat gerçekleştiren illeri açıkladı. Sıralamada 9,4 milyar dolarla (yüzde 30 artış) İstanbul, 1,9 milyar dolarla (yüzde 48 artış) Kocaeli ve 1,4 milyar dolarla (yüzde 41 artış) İzmir, ilk üç il

"250 MİLYAR DOLARA GİDEN YOLDA, 15 MİLYAR DOLAR ARTIDAYIZ"

2022 yılı kapsamında belirlenen 250 milyar dolar hedefine ulaşmak için ihracatı, geçen yıla göre her ay 2,1 milyar dolar artırmanın önemli olduğunu söyleyen TİM Başkanı İsmail Güllü, "İhracatımız bu ay, belirlenen rakamın neredeyse iki katı kadar arttı. İhracat artışından kaynaklanan yüksek bir refah seviyesi hedefliyoruz. Çünkü ihracatla yükselen Türkiye, ihracatla yükselen 84 milyonunu işaret eder." dedi.

arasında yer aldı. TİM Başkanı İsmail Güllü, ihracatını 200 milyon dolar artıran Ankara ve 94 milyon dolar artıran Denizli'nin de ihracat artışıyla dikkat çektiğini söyledi. 16 ilin ise tarihlerinin en yüksek ihracatına imza attığını belirten TİM Başkanı İsmail Güllü, "Yeni yatırımlar devreye girdikçe Anadolu'da ihracatımız süratle artmaya devam ediyor. Nisan ayında, Yozgat'ın ihracatını dört katına, Nevşehir'in ihracatını

iki buçuk katına çıkarttığını özellikle vurgulamak istiyorum. Bu başarılı performans için tüm illerimizi tebrik ediyorum." dedi.

NİSAN AYINDA BİR İLK GERÇEKLEŞTİ

İhracat ailesinin Türk bayrağını 214 ülke ve bölgede dalgalandırmayı başardığını söyleyen TİM Başkanı İsmail Güllü, "En çok ihracat gerçekleştirilen ilk üç ülke; 2 milyar dolarla (yüzde 21 artış) Almanya, 1,8 milyar dolarla (yüzde 50 artış) ABD ve 1,2 milyar dolarla (yüzde 12,4 artış) Birleşik Krallık oldu. Aralarında Almanya, ABD, İsrail ve İspanya'nın da dâhil olduğu tam 27 ülkeye ihracatta rekor kırdık. İsrail ve İspanya'da geçen ay yoğun bir katılımı ticaret heyetleri gerçekleştirmiştik. Akabinde gelen bu başarı, bizler için sevinç kaynağı oldu. İspanya'ya ihracatımız 270 milyon dolar, İsrail'e ihracatımız 190 milyon dolar artış kaydetti. Bu ay ilk kez bir ülkeye, Almanya'ya 2 milyar doların üzerinde ihracat gerçekleştirdik." dedi.

AB'YE İHRACAT, 10 MİLYAR DOLARA ULAŞTI

Ülke gruplarına göre ihracata bakıldığında, Türkiye'nin Avrupa

Birliği'ne olan ihracatının yüzde 29 artışla 10 milyar dolara ulaştığını ifade eden TİM Başkanı İsmail Güllü, konuşmasını şöyle sürdürdü: "AB'nin ihracatımızdaki payı yüzde 42 oldu. AB haricindeki diğer Avrupa ülkelerini de dâhil ettiğimizde, Avrupa kıtasının Nisan ayı ihracatımızdaki payı yüzde 55 oldu. Diğer ülke gruplarında ise Yakın ve Orta Doğu ülkelerine 3,9 milyar dolar, Afrika kıtasına 2,9 milyar dolar, Kuzey Amerika'ya 2 milyar dolar ve Uzak Doğu ülkelerine 1,6 milyar dolar ihracat gerçekleştirdik. Sahra Altı Afrika'ya ihracatımız ise yüzde 68'in üzerinde artış kaydederek ilk defa bir ay içinde 1 milyar doları aştı."

İHRACAT DEĞERİNDE YÜZDE 20'LİK ARTIŞ

Pozitif ivmenin devam ettiğini dile getiren TİM Başkanı İsmail Güllü, geçen yılın aynı dönemine göre ihracat birim fiyatının yüzde 20 artışla 1,44 dolara yükseldiğini açıkladı. Miktar bazında ihracat yüzde 4 artarak 16,2 milyon ton olarak gerçekleşti.

Green Up Programı ile bir ilke imza atılıyor

TİM-TEB GİRİŞİM EVİ bünyesinde teknoloji girişimcilerinin sürdürülebilir büyümesini sağlamaya yönelik özgün hızlandırma programları ile bin 600'ün üzerinde girişimciyi destekleyen Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ve Türk Ekonomi Bankası (TEB), bir ilke daha imza atarak sürdürülebilirlik alanında faaliyet gösteren girişimleri, uçtan uca desteklemek amacıyla Green Up Sürdürülebilir Yeşil Büyüme Programı başlatıyor.

"GİRİŞİMLERİ DESTEKLEDİĞİMİZ İÇİN GURURLUYUZ"

"Her Alanda Sürdürülebilir Türkiye" hedefi ile Türkiye'yi sürdürülebilirlik noktasında markalaştırmak için çalışmalara hız kesmeden devam ettiklerini kaydeden TİM Başkanı İsmail Güllü, "Çalışmalarımızın sonucunda Türkiye'yi hem sürdürülebilir kalkınma modeliyle ihracatla yükseltecek hem de çevreye değer veren herkesin bir numaralı tercihi hâline getireceğiz. Türkiye'nin yeşil ekonomik dönüşümünde öncü olacağız." dedi.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Güllü, "Dünyayı tüketmeden, dünya için üretiyoruz" mesajıyla 21 Haziran 2021 tarihinde kamuoyuyla paylaşılan TİM Sürdürülebilirlik Eylem Planı kapsamında,



sürdürülebilir ihracata yönelik muhtelif çalışmaların yürütüldüğünü belirtti. İsmail Güllü, "TİM-TEB Girişim Evi olarak, sürdürülebilirlik başlığı altında kurulduğumuzdan bu yana birçok girişimi destekledik. İstanbul Girişim Evi'nden zeytin çekirdeklerinden biyo bazlı plastikler üreten Biolive, İzmir Girişim Evi'nden otomotiv sektöründe araçların hafifletilmesine yönelik doğal elyaf takviyeli termoplastik kompozit malzeme üreten B-Preg, Denizli Girişim Evi'nden

yüksek verimli tarımsal üretim için gelişmiş görüntüleme ve drone çözümleri ile yapay zekâ destekli bitki analiz yazılımı üreten Airmed, Gaziantep Girişim Evi'nden meyve ve sebze atıklarından organik boya üretimi gerçekleştiren ve boyaları hem kumaş boyamada hem de parfüm/kolonya sektöründe kullanılan Texture Orginal, Ankara Girişim Evi'nde enerji yönetim zekâsı geliştiren İnavitas, Bursa Girişim Evi'nden buhar kapanlarını, ısı eşanjörlerini, soğutma kulelerini ve makine

TİM-TEB GİRİŞİM EVİ GREEN UP PROGRAMI NEDİR?

Haziran ayında başlayacak TİM-TEB Girişim Evi Green Up Programı hem başlangıç evresinde yer alan hem de ticarileşmenin ileri seviyelerine ulaşmış, ticari sürdürülebilirliği gerçekleştirmek amacıyla temiz enerji ve temiz teknolojiler alanlarındaki girişimleri destekleyen iki ayrı programdan oluşuyor. Erken evrede yer alan girişimlere yönelik Start Up programı, küresele yönelik büyüme hedefleri olan ileri seviye girişimler için ise Scale Up programı uygulanacak. Paydaşların ve girişimcilerin bir araya geldiği program tanıtım toplantısı, strateji ve yatırım/etki yatırımcılığı eğitimi, bire bir iş modeli danışmanlıkları ve kapanış toplantısı olmak üzere dört ana bölümden oluşan program, toplam beş ay sürecek.

sağlıklarını anlık izlemeyi sağlayan, yapay zekâ entegreli kendi enerjisini üreten kablosuz sensör teknolojileri sunan BrenPower ve Mersin Girişim Evi'nden Türkiye'de ilk biyolojik gübre ve organik sıvı gübreleri üreten ürünlerinin büyük

kısmını ihraç eden Agrikey'e kadar oldukça başarılı onlarca girişimimizi desteklediğimiz için gururluyuz. Bu yıl ilk kez sürdürülebilirlik odaklı çözümler sunan girişimleri uçtan uca destekleyeceğimiz iki yeni hızlandırıcı program açıyoruz.

Bu program ile girişimleri hem eğitimler hem danışmanlıklar ile beslerken diğer taraftan küresele açılma adına geniş kapsamlı konu başlıkları ile destekleyeceğiz." diye konuştu.

GİRİŞİMLER DESTEKLENİYOR

Daha iyi bir gelecek için sürdürülebilirliğe katkı sağlayan girişimlerin yanında yer alan TEB, tarım teknolojilerinden biyo bazlı plastik üretimine, atık su artıma sistemlerinden kendi enerjisini üreten teknolojilere kadar pek çok alandaki girişime hem finansal hem de danışmanlık desteği sağlıyor. TİM ve TEB'in uzun yıllara dayanan verimli iş birliğiyle yedi farklı ilde faaliyet gösteren TİM-TEB Girişim Evleri'nde girişimcilere danışmanlık ve mentorluk, global pazarlara açılma, potansiyel müşteri ve yatırımcılarla network sağlanması gibi uçtan uca her konuda destek veriliyor. Hayata geçirilen yeni programlarla daha fazla girişimciye ulaşılması ve ülkemizde girişimciliğin daha da güçlenerek yaygınlaşması hedefleniyor.

PROGRAMLARA KATILAN TEKNOLOJİ FİRMALARINI NELER BEKLİYOR?

Danışmanlık

- Stratejik yönetim danışmanlığı
- Yatırım süreçleri danışmanlığı

Satış ve İş Birliği Geliştirme

- S2C (Scale Up to Corporate) programında yer alma imkânı
- Kurumsal firmalar ile iş birliği imkânı
- Global pazarlara erişim
- 94 ülkeyi kapsayan GAN networkü ve iş birliğine dâhil olma

Tanıtım ve Pazarlama

- Ulusal ve uluslararası etkinliklerde yer alma imkânı
- Çevrim içi ve çevrim dışı kanallarda ürün/hizmet tanıtımı

Mentorluk

- Sektörde deneyimli mentorlarla çalışma
- Speed Mentoring etkinliklerinde yer alma imkânı

Yatırım

- Ulusal ve uluslararası yatırım fonları ile bir araya gelme

Hükümetten ihracatçıya destek paketi

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından hükümete aktarılan talepler, çözüme kavuşuyor.

TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ

(TİM), ekonomi ve ticaret diplomasinin saha neferleri Türk ihracatçısının sorunlarına çözüm bulmaya devam ediyor. TİM ile ihracatçı birliklerinin kuruluş ve görevleri hakkında bazı kanunlarda değişiklik yapılmasına dair Türkiye Büyük Millet Meclisi'ne (TBMM) sunulan 12 maddelik teklif, ihracatçıların önemli sorunlarına çözüm bulacak. Fuar alanlarının ilan ve reklam vergisinden muaf olması, T.C. Ticaret Bakanlığı'na tahsis olan Dış Ticaret Kompleksi'nde ihracatçıların kullandığı bölümlerin bedelsiz olarak TİM'e devrolması teklifleri hayata geçecek. Ayrıca iflas eden, ölen, ticareti terk eden ve son beş yılda ihracat yapmayan üyelerin borçları genel kurullarda alınacak kararlar ile terkin edilebilecek.

İLAN VE REKLAM VERGİSİNDEN MUAF TUTULACAK

İhracat ailesinin sorunlarıyla yakından ilgilendiklerini ifade eden TİM Başkanı İsmail Gülle, "TBMM'ye sunulan 'TİM ile İhracatçı Birliklerinin Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanun ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması'na dair 12 maddelik kanun teklifinde, taleplerimizin yer bulması bizleri sevindirdi. Hatırlanacağı üzere son zamanlarda İstanbul'da düzenlenen ve yurt dışından gelen yabancı müşterilerin



de bulunduğu uluslararası fuarlarımıza belediye ekiplerinin ilan ve reklam vergisi için baskın yapmaları hoş bir görüntü yaratmamıştı. Bu konudaki taleplerimizi, hükümete ve T.C. Ticaret Bakanlığı'na iletmiştik. Artık Türkiye'de gerçekleştirilen fuarların iç alanlarındaki ilan ve reklamlar, ilan ve reklam vergisinden muaf tutulacak. Ayrıca İstanbul Yenibosna'da bulunan ve maliyetinin yüzde 98'ini TİM ve iki ihracatçı birliği genel sekreterliğinin karşıladığı TİM Dış Ticaret Kompleksi, T.C. Ticaret Bakanlığı'na tahsisliydi. Cumhurbaşkanımız ve Ticaret Bakanımızın destekleriyle Dış Ticaret Kompleksi'nde kullanılan bölüm bedelsiz olarak TİM'e devredilecek. Alınan kararlar ihracat ailemize hayırlı olsun." dedi.

İKİ YILDA 122 TALEP ÇÖZÜMLENDİ

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın ihracat ailesine verdiği desteğe vurgu yapan İsmail Gülle, "Cumhurbaşkanımızın bizlere açtığı yolda ihracatımız artıyor, demek ki doğru yolda ilerliyoruz. Çünkü ihracat, dünya arenasındaki gururumuzdur. Son iki yılda hükümetimize iletmiş 122 talebin tamamı, ivedilikle çözüme kavuştu. Yeni kanun teklifindeki taleplerimiz de yakında hayata geçecek. İhracatçılarımızı yol arkadaşısı addeden Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'a ve göreve geldiğinden bu yana her zaman yanımızda olan T.C Ticaret Bakanı Mehmet Muş'a verdikleri desteklerden ötürü şükranlarımızı sunuyorum." dedi.

49 YILDIR KİMYAMIZDA MÜKEMMELLİK VAR.

Daima en iyiye ulaşmak için önce kalbimizi verdik.

Ustalaşmak için zamanımızı, Sınırları aşmak için emek, ilerlemek için fikir verdik.

İyi baktık memleketimize... Çevremize değer, hayata renk verdik.

Kale gibi sağlam durduk, 80 ülkede bizi tercih edenlere güven verdik.

Biz yapı kimyasallarına adımızı işte böyle verdik.

Kalekim
YAPI
KİMYASALLARININ
ADI

#İyiBak Dünyana

TİM Export Talks'un altıncısı gerçekleşti

T.C. Moskova Büyükelçisi Mehmet Samsar'ın katılımıyla 2022'nin ilk TİM Export Talks Paneli düzenledi.

TÜRKİYE İHRACATÇILAR

MECLİSİ (TİM), pandemi süreci ve sonrasında ticaretin yönünü çizmek hedefiyle 2020 yılından bu yana büyükelçilerle düzenlediği "TİM Export Talks" çevrim içi panellerine devam ediyor. 2022 yılının ilk TİM Export Talks Paneli "Rusya'da hangi fırsatlar var?" başlığı ile düzenlendi. Panele Türkiye'nin Moskova Büyükelçisi Mehmet Samsar ve TİM Başkanı İsmail Gülle katıldı.

İHRACATÇILARIN TALEPLERİNİ DİLE GETİRDİ

Savaş nedeniyle Türk ihracatçısının maruz kaldığı, çözüm bekleyen meselelerin ve taleplerin olduğunu belirten TİM Başkanı İsmail Gülle, "Yolcu taşımacılığında hat ve sefer sayılarının artırılması, batılı ülkelere yaptırıma maruz kalan Rus vatandaşlarını Türkiye'ye çekmek adına faydalı olacak. Hava yolu ile yapılan sevkiyatlarda daha rekabetçi fiyatlar uygulanması ve Samsun üzerinden gönderilen sevkiyatlarda yaşanan gümrük sorunlarının hafifletilmesi, talepler arasında yer alıyor. Rusya'ya ihracatta, lojistik sorunlar da baş gösterdi. Deniz yolunun tamamen kapanması, Avrupa rotasının çalışmaması tüm trafiği Azerbaycan ve Gürcistan'a yöneltti. Bu rotada da gecikmeler ve maliyet artışları



TİM Başkanı İsmail Gülle, "Barış sağlanması için girişimlerini sürdüren hükümetimize ve diplomatik temsilcilerimize desteğimizi yineliyorum. İhracat ailesi olarak her karanlığın sonunda aydınlık olduğunu, en iyi bizler biliriz." dedi.

ortaya çıktı. Ayrıca ihracat bedellerinin yurda getirilmesi konusunda, yaptırımlar nedeniyle oluşan kur farkından dolayı meydana gelen birtakım sorunlar var." diye konuştu.

İHRACAT AİLESİ DESTEK VERDİ

Türkiye'nin derin ekonomik, siyasi, ticari ve kültürel ilişkilere sahip olduğu Rusya ile Ukrayna arasında yaşanan savaşı yakından takip ettiklerini belirten TİM Başkanı İsmail Gülle, "Cumhurbaşkanımızın net bir şekilde ifade ettiği gibi ne Rusya'dan ne Ukrayna'dan vazgeçmemiz mümkün değil. Mal yerine gelir, ticaret düzeler ancak kaybedilen hayatlar geri getirilemez. Bu nedenle barış sağlanması için girişimlerini

sürdüren hükümetimize ve diplomatik temsilcilerimize desteğimizi yineliyorum. İhracat ailesi olarak her karanlığın sonunda aydınlık olduğunu, en iyi bizler biliriz." dedi.

"HEYETLERİ TEŞVİK EDECEĞİZ"

Türkiye'nin Moskova Büyükelçisi Mehmet Samsar, "Rusya ile ortak hedefimiz, ikili ticarete yüzde 55'i aşan artış performansını pekiştirmek ve 100 milyar dolar üzerindeki ortak ticaret hacmine ulaşmak. Buradan ayrılan yabancı markalar, Rusya'ya dönmek için çeşitli fırsatları değerlendirmeye çalışıyor. Bu aşamada bizim tanınan markalarımızın buraya gelmesi ve alışveriş merkezlerindeki yerini almaları bizim için çok önemli." diye konuştu.

BORSA İSTANBUL'DAN, BÜYÜK DÜŞÜNENLERE ÖZEL PAZAR

Borsa İstanbul Özel Pazar, halka açılmadan finansman, likidite ve yeni yatırım ihtiyaçlarını karşılamak için var. Yatırımcıyla girişimciyi buluşturur, yenilikçi fikirleri destekler, finansal sorunlara çözümler sunar.



“Güçlü Kadın, Güçlü İhracat, Daha Güçlü Türkiye”

Türk kadın girişimciler, Academy for Women (AWE) Kadın Girişimciler Akademisi'ni başarıyla tamamladı.

KÜRESELDE BÜYÜMEYİ

HEDEFLEYEN 38 Türk kadın girişimci, TİM TEB Girişim Evi ve ABD Büyükelçiliği iş birliğinde Türkiye'de ilk kez düzenlenen Academy for Women (AWE) Kadın Girişimciler Akademisi'ni tamamladı. Süreci başarıyla tamamlayan Türk kadın girişimciler; ABD İstanbul Başkonsolosu Daria Darnell, TİM Başkanı İsmail Güllü ve TEB Genel Müdürü Ümit Leblebici tarafından ödüllendirildi. TİM Başkanı İsmail Güllü, “TİM TEB Girişim Evi bünyesinde şimdiye kadar 212'si kadın girişimci olmak üzere bin 600'ün üzerinde girişimcimize destek verdik. Destek verdiğimiz kadın girişimcilerimiz bin 700'ü aşkın kişiye istihdam sağladı. Bu desteklerimizi ülke sathına yayıp, Türkiye'nin topyekün kalkınmasına hizmet ediyoruz.” dedi.

ABD Dışişleri Bakanlığı'nın Eğitim ve Kültür İşleri Dairesi tarafından 80 ülkede yürütülen ve 2019'dan bu yana 16 bin kadının işlerini büyütürken ekonomik etkisini artırmasına destek olan Kadın Girişimciler Akademisi (AWE- Academy for Women Entrepreneurship), bu yıl ilk kez Türkiye'de TİM TEB Girişim Evleri bünyesinde uygulandı. Türkiye'deki programa katılma hakkını elde eden, ülkemizin yedi farklı ilinde faaliyet gösteren TİM



Türkiye'de ilk kez düzenlenen Academy for Women (AWE) Kadın Girişimciler Akademisi'ni başarıyla tamamlayan Türk kadın girişimciler ödüllendirildi.

TEB Girişim Evi'nin 38 kadın girişimcisi, sekiz ay boyunca mentorluk, eğitim, danışmanlık ve tanıtım desteği aldı. 10 Mayıs 2022 tarihinde ABD İstanbul Başkonsolosluğu'nda, İstanbul Başkonsolosu Daria Darnell, TİM Başkanı İsmail Güllü ve TEB Genel Müdürü Ümit Leblebici'nin katılımıyla gerçekleştirilen ödül töreninde ise Haziran ayında gerçekleştirilecek Vivatech Paris etkinliğine ücretsiz katılma hakkı kazanan yazılım, yapay zekâ, sağlık teknolojileri, IoT, gıda ve lojistik gibi farklı alanlarda teknolojik çözümler sunan başarılı kadın girişimciler açıklandı. AWE Kadın Girişimciler Akademisi'ne katılan TİM TEB Girişim Evi'nin 38 kadın girişimcisi, Speed Mentoring etkinliklerine katılırken MentorTalks'larda birbirinden değerli iş insanlarından tecrübe edinme fırsatı yakaladı. Aynı

zamanda 38 kadın girişimci, ABD pazarına açılma ve ihracat yapma konusunda özel eğitimler alırken hem ulusal hem de uluslararası ölçekte tanıtım destekleri gibi ayrıcalıklardan yararlandı.

“VERİMLİLİĞE İVME KATTI”

AWE Kadın Tekno Girişimciler Ödül Töreni konuşmasında TİM Başkanı İsmail Güllü, “TİM TEB Girişim Evi bünyesinde ABD Büyükelçiliği ile Türkiye'de bir ilke imza atarak başlattığımız Tekno Kadın Girişimciler Akademisi programı, kurduğumuz girişim ekosisteminin verimliliğine ivme kattı. İki ülke arasındaki ortak projelerin bu ivmelenmeye ve ABD ile 100 milyar dolar ticaret hacmi hedefine hizmet edeceğine yürekten inanıyoruz. Girişimcimize şimdiye kadar verdiğimiz destekleri artırarak daha fazla teknoloji girişimcimizi desteklemeyi sürdüreceğiz.” dedi.



Yeni

Kompakt Isı Merkezi

Buderus'un yeni duvar tipi yoğuşmalı kazanı Logamax plus GB272 kapsamlı ve profesyonel araştırmaların sonucunda, konutlar, kamu binaları, ticari binalar gibi çoklu yaşam alanlarında yüksek verim sağlanması için geliştirilmiştir. Özenle tasarlanan konfigürasyonu sayesinde 2400 kW'a kadar kapasitede sistem çözümleri bile kısa sürede sağlanır. Modüler iç ve dış tasarımıyla montaj, kurulum ve bakım işlemlerini yapmak daha kolaydır.

HAVADA, KARADA, AÇIK DENİZLERDE

► “DÜNYANIN REDÜKTÖRÜ”



Dünyanın tercih ettiği redüktörlerden “Dünya Kadar” üretiyor ve tüm dünyanın kullanımına sunuyoruz.

Avrupa'dan Asya'ya, Amerika'dan Afrika'ya tüm dünyada 100'den fazla ülkeye yaptığımız ihracatla "YILMAZ REDÜKTÖR" adını gururla tanıtıyor, ülkemiz ekonomisine değer katıyoruz.

www.yr.com.tr



TÜRKİYE LOJİSTİK PORTALI

Dış ticarete taşıma ihtiyaçlarına uygun çözümler için Türkiye Lojistik Portalı (TLP), Türkiye'nin ihracatçıları ve lojistik sektörünün hizmetinde.

TÜRKİYE LOJİSTİK PORTALI,

ihracatçı firmalar ve yük taşıyıcı firmalar arasında veri iletişim bağlantısını kurmayı hedefleyen teknoloji merkezli bir portaldır. Sisteme <https://turkiyelojistikportali.com/> linkinden kayıt olabilirsiniz.

Türkiye Lojistik Portalı, ihracat ve ihracatın yanı sıra ithalat, transit ticaret ve yurt içi yüklerinin en uygun araçla ve en uygun maliyetle taşınmasına aracılık etmesini sağlıyor. Ayrıca portalda kara, hava, deniz ve demir yolu yüklerinizin yanı sıra ETGB (mikro ihracat) yükleri için ilan verilebiliyor.

KİMLER ÜYE OLABİLİR?

İhracatçı birliklerine üye olan tüm ihracatçıları ile taşımacılık ve lojistik sektöründe faaliyet gösteren tüm firmalar, Türkiye Lojistik Portalı'na üye olabiliyor. İhracatçıların çevrim içi kayıt yapmaları ve kullanıcı formunu yüklemeleri yeterli. Lojistik firmalarının ise çevrim içi kayıt yapmaları ile beraber siteye kullanıcı formu ile T.C. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı'ndan alınan yetki belgelerini yüklemeleri gerekiyor.

TÜRKİYE LOJİSTİK PORTALI NASIL ÇALIŞIR?

İhracatçı üyeler, detaylı yük bilgilerini girerek yük ilanını



TİM TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ **TLP TÜRKİYE LOJİSTİK PORTALI**

İhtiyacınıza uygun lojistik çözümleri tek tıkla Türkiye Lojistik Portalı'nda

1 Ücretsiz kayıt ol
2 Yük ilanını ver
3 Taşıma tekliflerini değerlendir

www.turkiyelojistikportali.com

İHRACAT İTHALAT YURTIÇİ YURTDIŞI TRANSİT

Portal ile ilgili her türlü problem, soru ve önerileriniz için bizimle iletişime geçebilirsiniz.

+90 212 454 01 38 /
+90 212 454 04 90 (Dahili: 1138)

oluşturuyor. Lojistik sektörü üyeleri ise yük ilanlarını inceliyor, ilgilendikleri ilanlar için ilan sahipleriyle iletişime geçebiliyor. Yük sahiplerinin unvan ve iletişim bilgileri ihracatçıların izni doğrultusunda lojistik sektörü firmaları

tarafından görüntüleniyor.

TÜRKİYE LOJİSTİK PORTALI ÜCRETİ Mİ?

Türkiye Lojistik Portalı hem ihracatçılara hem de lojistik firmalarına ücretsiz olarak hizmet veriyor.

AKÇANSA'NIN YOLU GELECEKTEN GEÇİYOR

Geleceğimize sahip çıkmak vizyonu ile sürdürdüğümüz öncü uygulamalarımız ile Borsa İstanbul (BIST) Sürdürülebilirlik Endeksi'nde yer almaktan mutluluk duyuyoruz.



	<h2>Gastronomi ekonomisi</h2>			<p>işi salt para kazanma amacıyla yapan firmaların hemen tarihe karıştığını, ortak bir kültür yaratmak için çabalayanların da hayatta kaldığını görebiliyoruz. Hiç kimse mutsuz olduğu bir mekân için "Yemekleri gayet iyiydi." demez. Sektörün eğitimi zayıf ve menüdeki ayrıntılardan servis elemanları çoğu zaman haberdar değil.</p>	<p>mutfak ve servis kapasitesinin üzerine çıkacak şekilde masa sayısını artırmamak gerekiyor. Geç gelen yemek, soğumuş bir espresso, ikaz edildiği hâlde yanlış pişmiş et, sıra beklediği için başımıza dikilenler, muazzam bir tuvalet sırası, menüde yazan ama bittiği için tedarik edilmemiş ürünler, kalabalığın sesini bastırmak için yapılan yorucu müzik seçimleri hep kolaydan para kazanmanın sonucunda ortaya çıkan sıkıntılar. Avrupa gelir ortalamasının yüzde 30 üzerine çıkan Bask Bölgesi'nde bu tarz uygulamalara hiç rastlamadım. Bir zamanlar terör, adaletsizlik ve düşük eğitim ile anılan bir bölge için oldukça büyük bir aşama diyebilirim.</p>	<p>adaleti sağlamak mümkün değil. Tüm bu saydıklarım yeme-içme sektörünün hem sosyal hem hümanist hem ilerici hem de rasyonel olmasını gerektiriyor. Yani teknik olduğu kadar bir siyaset ve sanat alanı da denebilir.</p>
<p>Prof. Dr. Emre Alkin</p>				<p>Bu yılın başında boğaz kenarındaki bir mekânda, kahvaltılı bir toplantıda, kürsüye çıkmadan önce değişik bir tecrübe yaşadım. Masalara çay servisi yapılacak ama boş masanın önünde çay termosu ile bekleyen garson yanıma gelmedi. Bu eziyet, 15 dakika devam etti ve ben sonunda şef garsonu çağırdım. "Ben talimat verdim, her garson kendi masasına servis yapacak." dedi. Hepimiz güldük. Boş masadaki servis için garson beklerken dolu masaya bakacak kimse yoktu. Cevabım şu oldu: "Sizin koyduğunuz kurallar, müşteriyi mutsuz edecek sonuçlar yaratmamalı." Açıkçası mekânın sahibine de bu durumu anlattım. Hak verdi. Ancak mekân sayısı artıktıkça eğitilmiş eleman ihtiyacı da artıyor. Sektöre tavsiyem; en azından dil bilen, eğitilmiş ve en önemlisi mesleğe karşı ilgili insanlar yetiştirmeleridir.</p>	<p>Türkiye'de restoran ve kafelerin dekorasyonu ile övünenler de var. Onlara da şunu hatırlatmak gerekiyor: Dekorasyon aynen bir web sitesi gibidir. Zorluğu tartışılır ancak mekânın felsefesi ve içeriğini oluşturanlar şefler, servis elemanları ve müşterilerdir. Ambiyans, sonra gelir. Mekânlar, çok uluslu kültürde bir müşteri kitlesine sahip olmak için anavatanın kültürünü evrensel değerlerle buluşturmak zorundalar. Sadece tek bir kültüre hitap ederek kalıcı olamazlar. Ortak kültürün temel taşı, ahlak ve adalettir. Bu mekânların sahipleri müşterilerine ayrıcalık değil, adalet göstererek evrensel olabilir. Eşitlik ile adalet birbirine karıştırılmamalı. Müşterilerin yaşı, yaklaşımları, beklentileri, grup olarak gelenlerde kadın ya da erkek oranı, çocukla gelip gelmedikleri gibi etkenleri dikkate almadan</p>	<p>Şu hikâye çok önemli: Picasso'nun bir eserini satın almak isteyen emekli öğretmene sanatçı, "Pahalıdır ama ona göre" demiş... Öğretmen, "Hayatım boyunca tasarruf ettiğim tüm parayı getirdim." demiş. Picasso en güzel eserlerinden birini vermiş. Bu hikâyeyi anlattığı arkadaşı, "Deli misin? O tablo, aldığın paranın 100 katı ederdi." deyince sanatçının cevabı şu olmuş: "Tamam da bana bir tablom için servetini teklif eden hiç olmamıştı." Otomobil almaktan vazgeçip, San Sebastian ve Bilbao'da evlatlarıyla beraber ön ödemesini harcadığım dönem aklıma geldi. Otomobil her zaman alınır ama böyle bir tecrübe her zaman yaşanmaz.</p>
<p>M ayıs ayında İstanbul'daki Gastronomi Zirvesi'ne katıldım. Sadece 7 dakikalık sunum için 15 gün hazırlık yaparken katkı veren Verimetrik ve Topkapı Üniversitesi Gastronomi Bölümü'ne teşekkür ederim. Anlattıklarımın özetini paylaşıyorum.</p> <p>Her şeyden önce 2017 ve 2020'de yurt dışından gelen ziyaretçiler, dramatik şekilde azalmışken bile yeme-içme sektörünün turizm gelirleri içindeki payı yüzde 22-23'ün altına düşmemiş. Ancak ziyaretçi sayısı ile yeme-içmenin payı arasında, bir istikrar olduğunu söylemek güç. Mesela pandemi esnasında dip yapan ziyaretçi sayısına rağmen sektörün, yüzde 23,3 gibi tüm zamanların en yüksek payına çıkması ya hesaplama hatası ya da sektörün özelliğinden kaynaklanıyor diyebilirim. Ancak ne kadar yükselirse yükselsin bu oranlar, Dünya Seyahat Örgütü ortalaması yüzde 30'un çok altında.</p> <p>Şunu net olarak söyleyebilirim ki yeme-içme harcamaları, konaklama masraflarının çok üzerinde gerçekleşiyor. Bunu</p>	<p>da bayram tatilinde net olarak idrak ettik. Bir restoranda ödenen hesap, bir gecelik konaklama maliyetinden daha fazla. Elbette toplam iş yeri sayısı açısından, restoran ve kafelerin, otellere karşı ciddi bir üstünlüğü olduğunu da söylemeliyim. Yiyecek ve içecek hizmeti veren firma sayısı neredeyse 150 bin civarında. Hâl böyleyken istihdama katkı açısından da 800 bin kişiye ulaşan sigortalı bir iş gücü yaratıyor. İş yeri ve iş gücü maliyetleri, belli ki fiyatları yukarıya zorluyor. Gıda ve tarım ürünlerindeki yükselişin zaten farkındayız.</p> <p>Toplam kredi kartı harcamasında yeme-içmenin payı ilginçtir, pandemiden hemen önce yüzde 5'e yükselmiş ama 2020'nin ortasından 2021 yılının Mart ayına kadar yüzde 3'e gerilemiş. Sonra tekrar yüzde 5'lere gelmiş. Turizmin de payı aynı kalırken iç tüketimle beraber değerlendirildiğinde sektör oldukça zor günler yaşamış, denilebilir.</p> <p>İstanbul, Türkiye gastronomi ekonomisinden yüzde 40 pay alırken, İzmir yüzde 15, Antalya yüzde 13, Ankara yüzde 12, Adana yüzde 8 ile sıralanıyor. Ülkenin geri kalan kısmı</p>	<p>sadece yüzde 12 pay almakta. Alt sektörler açısından yeme-içmede hazır yemek (fast-food) yüzde 32 ile birinci. Restoranlar yüzde 28 ile ikinci olurken, otel restoranları ve kafeler yüzde 15 ile peşinden geliyor.</p> <p>Sektörün bir yandan ayakta kalma savaşı verirken diğer taraftan uluslararasılaşma çabası içinde olduğunu görüyorum. Artık Michelin Bölgesi'ne dâhil olmamız sebebiyle küresel değerlendirmelerde öne çıkmaya başlayacağımız da anlaşılıyor.</p> <p>EĞİTİM ŞART Yine de sektörün şunu öğrenmesi gerekiyor: Neredeyse Türkiye'deki kalbur üstü tüm restoranlarında ve kafelerinde mümkün olduğunca yeni tecrübeleri anlamak için vakit geçiriyorum. Her bir yemek ve kahve molası aslında yepyeni bir tecrübe. Kimi için bildiği güvendiği bir yerde, bildiği tatlarla geçirdiği bir meditasyon ya da tefekkür için kimi de mutluluğunu paylaşarak artırmak için buralarda vakit geçiriyor. Hep söylüyorum, her harcamanın, kişilere tatmin duygusu yaratması gerekiyor ki ekonomik bir mantığı olsun. Bu</p>		<p>MÜŞTERİYİ MUTSUZ ETMEYELİM Son olarak, yurt dışında kendi ülkesini başarıyla temsil eden hiçbir mekânda "kötü masa" görmedim. Türkiye'deki birçok restoranda, bir aydan önce rezervasyon yapan kişilere, son anda icat edilmiş gibi gözükten masalar veriliyor. Her şeyden önce üç vardiya çalıştıran fabrikatörler gibi davranmayı</p>	<p>evrensel değerlerle buluşturmak zorundalar. Sadece tek bir kültüre hitap ederek kalıcı olamazlar. Ortak kültürün temel taşı, ahlak ve adalettir. Bu mekânların sahipleri müşterilerine ayrıcalık değil, adalet göstererek evrensel olabilir. Eşitlik ile adalet birbirine karıştırılmamalı. Müşterilerin yaşı, yaklaşımları, beklentileri, grup olarak gelenlerde kadın ya da erkek oranı, çocukla gelip gelmedikleri gibi etkenleri dikkate almadan</p>	<p>İşte böyle, çok varlıklı olanların parasını almak için onlara ayrıcalık tanıyarak yola devam etmek isteyenler, hiçbir zaman bu mesleğin gerçek sanatçısı olamayacak. Bir çantanın ya da ayakkabının farklı renklerinden, pahalı saatler veya otomobiller alırken tereddüt etmeyen ama restoranlarda hesaba itiraz eden ve hiçbir şeyden memnun olmayıp sorun çıkaranlar mı yoksa alın terini sevdikleriyle beraber huzurlu bir tecrübe için söz konusu mekânlarda harcayanlar mı mutludur? Sektör, adaletli davranmayı idrak ettiği zaman, evrensel olmayı da başaracaktır.</p>



Para politikalarında sıkılaştırma, pariteler ve Türk lirası

FED İLE BAŞLAYAN PARA POLİTİKALARINDA SIKILAŞMA, ABD DOLARININ DEĞER KAZANMASINA NEDEN OLDU. BEKLENENDEN DAHA KUVVETLİ GERÇEKLEŞECEK PARASAL SIKILAŞMA NEDENİYLE DOLAR DA SON 10 YILIN EN DEĞERLİ SEVİYESİNE ULAŞTI VE DEĞER KAZANMAYA DA DEVAM EDECEK.

 Dr. Can Fuat Gürleşel

Küresel para politikalarında sıkılaştırma süreci başladı. Daha sıkı para politikalarının ekonomi, ticaret, finansal akımlar, varlık fiyatları, pariteler ve Türk lirası üzerinde önemli etkileri olacak. Pandemi etkisi ile başlayan ve Rusya-Ukrayna savaşı ile hız kazanan enflasyon karşısında, para politikaları da kaçınılmaz olarak sıkılaştırma sürecine girdi.

Pandemi ile ortaya çıkan yeni koşullar içinde, yaşanan arz yanlısı sıkıntılar ile enflasyon, özellikle gelişmiş ülkelerde, 2021 yılının ikinci yarısında artmaya başlamıştı. 2022 yılında ise bu kez Rusya-Ukrayna savaşının etkileri ile enflasyon, küresel ölçekte hız kazanıyor. Pandeminin yarattığı kalıcı koşullar ve savaşın uzun süreceği beklentileriyle yükselen enflasyonun katılacağı, bununla beraber uzun süreli bir enflasyon döneminin yaşanacağı endişeleri hâkim.

Para politikalarındaki sıkılaştırma, enflasyonda önce katılaşmayı engellemeyi, sonrasında da enflasyonu

doğal seviyelerine çekmeyi hedefliyor. Muhtemelen katılaşmanın engellenmesi, 2023 yılının ortalarını bulacak ve enflasyondaki hissedilir gerileme ise 2023 yılının ikinci yarısında başlayacak. Nitekim küresel enflasyon, oldukça zorlu ve iyileşmenin sağlanması zaman alacak.

Enflasyonun zorlu hâle gelmesi nedeniyle para politikalarındaki sıkılaştırmalar da beklenenden daha sert ve hızlı gerçekleşecek. Para politikasındaki sıkılaştırmada ilk adımı, ABD Merkez Bankası (FED) attı. FED, faiz oranlarını 2022 sonunda yüzde 3'e kadar yükseltecek. Faiz artışı, 2023 yılında da sürecek. FED'in politika faizi, muhtemelen 2023 sonunda yüzde 4'e ulaşacak. FED bilançosunda da küçülme, Haziran ayında başlayacak. Bilançoda aylık 95 milyar dolar daraltma hedefleniyor ve daralma 2024 yılı sonuna kadar sürecek.

ABD Merkez Bankası'nın para politikasında sıkılaştırmaya başlaması, küresel ekonomide birçok değişimi de tetikledi. Öncelikle uluslararası finansal piyasalar, FED'in

sıkılaştırma politikasını çok geç fiyatlamaya başladı. Geç başlayan fiyatlamaya, doğal olarak daha dalgalı oldu. Uluslararası finansal piyasalar da artık yeni bir döneme girildiğini kabullendi ve fiyatlamalarına başladı.

FED ile başlayan para politikalarındaki sıkılaştırma, ABD dolarının değer kazanmasına neden oldu. Beklenenden daha kuvvetli gerçekleşecek parasal sıkılaştırma nedeniyle dolar da son 10 yılın en değerli seviyesine ulaştı ve değer kazanmaya da devam edecek. 1973 yılında, 100 olarak kabul edilerek ölçülmeye başlanan ve diğer altı gelişmiş ülke para birimi karşısında sepet değeri ortaya koyan ABD doları endeksi, o tarihten bu yana en yüksek üçüncü değerini yaşıyor.

ABD doları; euro ve diğer para birimleri karşısında değer kazanıyor. Değer kazanmanın sınırını, diğer ülkelerin merkez bankalarının uygulayacakları para politikaları belirleyecek. Özellikle eğer Avrupa Merkez Bankası, parasal sıkılaştırmada gecikirse euro-

dolar paritesi 1 seviyesini de görebilir. Ancak Avrupa Merkez Bankası'nda da parasal sıkılaştırma beklentileri artıyor.

ABD Merkez Bankası FED ile başlayan sıkılaştırma, daha yüksek faiz oranlarına yol açıyor. ABD ve diğer gelişmiş ülke tahvil faizleri, oldukça yüksek bir sıkılaştırmayı fiyatlıyor. Tahvil faizleri gibi kredi faiz oranları da artış eğilimi içine giriyor. Küresel alanda, finansmana erişimde de sıkılaştırma hissedilecek. Özellikle dış kaynaklara bağımlı gelişen ülkelerde, finansal sıkılaştırmanın etkileri daha çok hissedilecek. Kamu, finansal ve reel kesimlerin finansman riskleri artacak. Sermaye hareketleri de dolar varlıklarına yöneliyor. Özellikle gelişen ülkelerdeki portföy yatırımları, faizlerin arttığı dolar varlıklarına ve daha az riskli varlıklara yöneliyor.

Para politikalarındaki sıkılaştırma, varlık fiyatlarını da etkileyecek. Öncelikle hisse senedi fiyatlarında düzeltmeler yaşanıyor. Gayrimenkul fiyatlarında da düzeltmeler görülecek. Ancak enerji ve emtia fiyatları, daha çok Rusya-Ukrayna savaşının



etkisi altında kalacak ve bu nedenle fiyatlar yüksek kalmaya devam edecek. Enerji ve emtia fiyatlarının yüksek kalması, güçlenen dolar ile birleşince enflasyon ile mücadeleyi daha zorlu hâle getirecek.

Gelişen ülkeler ise küresel para politikalarındaki sıkılaştırma karşısında para ve maliye politikalarının hareket alanı içinde önlemler almaya çalışacak. Bir yandan

makul faiz artışları, diğer yandan makro ihtiyati tedbirler ile finansal kırılganlıklarını ve risklerini en aza indirecek ve para birimlerindeki istikrarı koruyacaklar.

Türk lirası ise uygulanan ekonomi politikaları nedeniyle küresel parasal sıkılaştırma döneminde en kırılgan para birimi olacak ve yıl genelinde değer kaybedecek.



Genç TİM ile birlikte GENÇ İHRACATÇI SAYISI ARTIYOR

Türkiye ekonomisini güçlendiren Genç TİM ile yeni bir ihracat ekosistemi oluşuyor.

Daha çok gence ulaşım gençleri hem ihracata teşvik etmek hem de gençlerin ihracata olan katkısını çok daha yukarı seviyelere çıkarmak öncelikli hedefleri arasında yer alan Genç TİM, yeni pazarlar için durmaksızın çalışıyor. Kolombiya ve Panama'yla fiziki heyetlere başlayan ihracatın genç neferleri, henüz ihracat yapmayan gençleri de bünyesine dâhil edip Türkiye ekonomisine katkı sağlıyor. Türkiye ihracatının ve ihracatçısının çatı kuruluşu Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) son dönemde en etkili projelerinden biri Genç TİM, 131 üye ihracatçı ile kurulsa da üye sayısı kısa sürede katlanarak arttı. İhracatta aktif rol alan Y ve Z kuşağında yer alan üyeler, dünyadaki çok büyük bir iş sitesinin Türk versiyonunu da

kurmayı hedefliyor. Kuşak itibarıyla dijitalleşme ve hızın öne çıktığı bu dönemde önemli rol olacak TİM'de aynı zamanda Dijitalleşme Komitesi Üyesi de olan Selim Şankaya, ihracatta sürdürülebilirliğin önemine değindi. 2022 yılının ikinci yarısı için hedeflerine kilitlenen Genç TİM ile ilgili olarak Yeşim Grup Co CEO'su, Genç TİM Başkan Yardımcısı ve Uludağ Bölge Komitesi Başkanı Selim Şankaya ile görüştük.

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

Türkiye, sahip olduğu her türlü kaynağı ile son derece güçlü ve bulunduğu bölgede, denge unsuru olan bir ülke. Buna ekonomisi de dâhil. Son yıllarda

pandeminin de etkisiyle yaşanan bazı olumsuzluklar, piyasalarda eksen kayması yaşanmasına neden oldu. Ancak yine de mevcut potansiyel düşünüldüğünde Türkiye, dünyanın en büyük ekonomilerinden biri olma yolundaki en güçlü adaylar arasında yer alıyor. Bunu sağlayan en temel dinamik ise genç nüfusu ve yetişmiş insan gücü. Ülke olarak refah seviyemizin artması, bu iki etmenin koordineli olarak gelişimine bağlı. Ülkemizin üçüncü kuşak genç bir yöneticisi olarak bizim jenerasyonumuzu da ekleyerek tüm gençlerimize son derece güveniyor, bu güvenden aldığımız güçle geleceğe umutla bakıyoruz.

Gençler, bu ülkenin geleceği ve ne kadar iyi yetişirlerse geleceğimiz de o denli refah ve gelişmiş olacak. Bu yüzden en önemli kriter, iyi bir eğitim ve dünya standartlarındaki bilgiyle donanmak olmalı. Gençlerimizin kendilerinin farkında olması ve gelişim alanlarını doğru saptamaları çok mühim. Geleceğin trendlerine göre kendilerini geliştirmeli ve içlerindeki gücü hissetmeliler. Tüm bu faktörleri doğru yönettikleri takdirde, Türk gencinin aşamayacağı engelin olmadığı kanaatindeyim. Bu toprakların belki de en büyük zenginliği olan geleceğe yön verecek genç nüfusumuz, her zaman umut kaynağı olmaya devam edecek. Biz liderlere düşen sorumluluk ise gençlerimizin gelişimine vakit ve bütçe ayırmaktır. Aynı zamanda genç neslin performansını en üst seviyede ortaya koyabileceği, yaratıcılıklarını ve girişimci kimliklerini sergileyebilecekleri çalışma ortamlarını da sağlamalıyız.

Genç TİM kapsamında ne gibi çalışmalara imza atacaksınız?

Genç TİM yapılanmasında başkan yardımcılığı görevini yürütüyorum ve aynı zamanda Uludağ Bölge Komitesi Başkanım. Bununla birlikte Dijitalleşme Komitesi'nde de üye sıfatıyla bulunuyorum. Genç TİM projesi, "Dış Ticaret Fazlası Veren Türkiye" hedefine ulaşmak ve toplumun tüm kesimlerini ihracata özendirme adına 2021 yılı yaz döneminde hayata geçirildi. 2023 yılında ulaşılması hedeflenen 300 milyar dolarlık ihracat değeri için gençlerin sinerjisini de kullanmayı önceliklendiren projenin diğer hedefleri arasında iş dünyasında genç girişimciliği geliştirmek ve gençlere yönelik ulusal ve uluslararası



Selim Şankaya: "2022 yılının ikinci yarısında genç ihracatçı sayısını artıracak, ihracatta sürdürülebilirliği sağlayacak çalışmaların içinde olacağız."

muadil kuruluşlarla iş birlikleri kurmak da var. Biz de bu hedeflere ulaşılması adına üzerimize düşen görevleri yerine getirmeye gayret edeceğiz.

Genç TİM'in 2022 yılı ikinci yarısı için hedefleri arasında neler var?

2022 yılının ikinci yarısında, belirttiğim hedefler ışığında genç ihracatçı sayısını artıracak, geleceğin ihracatçı genç nesillerini yetiştirecek ve ihracatta sürdürülebilirliği sağlayacak çalışmaların içinde olacağız. Bunların yanı sıra önemli konularımızın başında dijitalleşme de var. Zira dijitalleşme yalnızca Türkiye'yi değil, tüm dünyayı etkiliyor. Kalıcı rekabet üstünlüğü elde edebilmek için dijitalleşme, sektör bağımsız bütün firmalar için kilit rol oynuyor.



Simge Soyel

Gemi ve yat ihracatçılarının pruvası neta, **DÜMENİ VİYA**

Türkiye, gemi ve yat imalatı konusunda yüksek mühendislik ile dünyada öne çıkıyor. Öyle ki önemli bir denizcilik ülkesi olan Norveç, Türkiye'nin açık ara en çok ihracat yaptığı ülke konumunda bulunuyor.



Aralıksız rekor kırmaya devam eden Türkiye gemi ve yat sektörü, ihracat değerini 199 milyon dolara yükseltti.



TÜRKİYE GEMİ ve yat sektörü, emin adımlarla büyümesini sürdürüyor. İhracatta engel tanımayan sektör, Şubat ayından bu yana aralıksız rekor kırmaya devam ediyor. Sektör ihracatı, 2022 itibarıyla Şubat'ta 67 milyon dolar, Mart'ta 140 milyon dolar ve Nisan'da 199 milyon dolar seviyesine yükseldi. İlk dört ayda, geçen senenin aynı dilimine göre yüzde 48,6 hacmini artıran sektör, toplamda 477 milyon dolar ihracat rakamına ulaştı. 2021 yılının 1-30 Nisan tarihleri arasında 109 milyon değerinde dış satıma imza atan sektör temsilcileri, 2022 yılının aynı döneminde yüzde 80,9 artış göstererek ihracat değerini 199 milyon dolara yükseltti.

EN BÜYÜK PAZAR NORVEÇ

1-30 Nisan tarihleri arasında Türk gemi ve yat sektörü en fazla ihracatını Norveç'e yaptı. 124 milyon dolar değerinde gerçekleşen ihracatta ikinci sırada 17 milyon dolarla Kenya, üçüncü sırada ise 12 milyon dolarla Yunanistan var. 1 Ocak-30 Nisan tarihlerini kapsayan süreçte ise 178 milyon dolarla Norveç yine birinci, 37 milyon dolarla Pakistan ikinci, 27 milyon dolarla Kuveyt üçüncü oldu.

İHRACATIN LİDERİ İSTANBUL

Türk gemi ve yat ihracatında, en yüksek pay sahibi şehir İstanbul oldu. Türkiye İhracatçıları

Meclisi rakamlarına göre 2022'nin ilk dört ayında İstanbul'dan 250 milyon dolar, Yalova'dan 167 milyon dolar ve İzmir'den 27 milyon dolar değerinde ihracat yapıldı. İlk beş şehir sıralamasında 12 milyon dolarla Bursa dördüncü, 7 milyon dolarla Ankara beşinci oldu.

BİRİM DEĞERİ, REKOR KIRIYOR

Türkiye'nin ihracattaki başarısı sadece miktar bazında değil, kilogram birim fiyatlarında da dikkat çekiyor. Nisan sonu itibarıyla 240,1 milyar doları bulan 12 aylık ihracat başarısında katma değerli ürünlerin büyük etkisi var. İki yıl önce 1 dolar seviyesine kadar gerileyen ihracatın ortalama kilogram değeri 1,5 dolara yükseldi. İhracat birim değerinin yükselmesinde en pozitif katkıyı sağlayan sektörler arasında gemi ve yat ihracatı bulunuyor. Nisan ayında gemi ve yat hizmetleri sektörünün ihracat birim değeri 15 doları aştı.

KÜRESEL SORUNLARDAN ETKİLENMEDİ

Gemi ve yat sektörünün en büyük ihraç pazarı Norveç olsa da Türk ihracatçısı Rusya, İngiltere, Fransa gibi ülkelere de ihracat gerçekleştiriyor. Her ne kadar dünya; pandemi, savaş, lojistik sorunlar gibi etkenlerle karşı karşıya gelse de Türk gemi ve yat hizmeti ihracatçıları bu süreçleri titizlikle yönetti. Olası zararları en az hasarla kapatan sektör temsilcileri, güvenli

DÜŞÜK KARBON SALIMLI GEMİLERE RAĞBET ARTTI

Yakın zamanda Avrupa Birliği Yeşil Mutabakatı ile ülkeler ve dolayısıyla sektörler, yeni bir döneme hazırlanıyor. Bu açıdan fosil yakıt kullanan gemiler, ülkelerin ilgi alanından çıkacak. Uzmanlar; hidrojen, biyodizel, LNG (fosil olsa da düşük karbon salımlı) ve elektrikli modellerin bu alanda geleceği yazabileceğine dikkat çekiyor.

yükselişlerini koruma eğilimini sürdürüyor. Ancak bir yanda üretimde kullanılan sac konusu var. Gemi ihracatında son dönemde rekor üstüne rekor kıran Türk tersanelerinde, Rusya-Ukrayna savaşı nedeniyle ham madde sorunu hissediliyor. Çünkü gemi inşada kullanılan sacın önemli bir kısmı Ukrayna'dan geliyordu. Ülkede yaşanan savaş nedeniyle sac tedarikinde aksama yaşanmaya başladı. Sektör yetkilileri, elbette çeşitli önlemler aldı fakat aslında bu sorunu aşmak için yerli çelik üreticilerinden destek bekliyor.

Önemli bir denizcilik ülkesi olan Norveç'e açık ara en fazla ihracata imza atan gemi ve yat sektörü temsilcileri, yerli çelik üreticilerinden destek bekliyor.

YERLİ ÇELİK ÜRETİCİLERİ İLE GÖRÜŞÜLÜYOR

Gemi Yat ve Hizmetleri İhracatçıları Birliği (GYHİB), Nisan ayında yeni dönem için Genel Kurul Toplantısı düzenledi ve mevcut Başkan Cem Seven ile yola devam kararı aldı. Ukrayna'nın sac tedarikinde hem kalite hem teslim süresi hem de rekabetçi fiyatlarla öne çıktığını ifade eden Yönetim Kurulu Başkanı Cem Seven, yaptığı açıklamada yaşanan savaşa dikkat çekti: "Savaş nedeniyle bu tedarik zinciri kesildi. Dünya genelinde emtia fiyatlarının artışı bir yandan nihai ürünlerin fiyatlarını yükseltirken Ukrayna

çelik fabrikalarının kapanması da eklenince sac fiyatları kısa bir süre içinde çok yükseldi. Şimdi hem fiyat yükselişi hem de geç teslim problemi ile karşılaşılıyor. Fakat sektörümüz ihracatçıları bu konuda temkinlidir. Bu olumsuz durumun üstesinden gelmek için çözüm üretiyorlar."

Türk tersanelerinin sac konusunda bir diğer tedarik yaptığı ülke Hırvatistan ancak o ülkede de sınırlı üretim var. Az miktarda da Uzak Doğu ülkelerinden tedarik yapıyor. Tersaneciler, sac tedariki sorununu aşmak için yerli çelik üreticileri ile görüşüyor. Cem Seven, "Bu durum esasında bize yerli üretimin ne kadar önemli olduğunu da hatırlattı. Yaşadığımız süreç, başta Erdemir olmak üzere diğer sac üreticilerimizin gemi ve yat inşa sektörümüz ile yaklaşmasına vesile olacak. Bu minvalde yerli üreticilerimizin teknik, teslim ve fiyat üçlüsünde sektöre destek vermesini bekliyoruz. Çünkü gemi inşanın stratejik bir sektör olduğuna inanıyoruz." dedi.

ÇEVRECİ GEMİ TALEPLERİ ARTTI

Türk tersaneleri, geçen yıl yüzde 18'lik artışla 1,6 milyar dolar tutarında gemi ve yat ihracatı gerçekleştirerek birlik tarihinin en yüksek ihracatına imza atmıştı. Sektör, bu yıl da en az 1,7 milyar dolar ihracat hedefi koydu.

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; konaklama, restoran 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 İhracatçıları 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 MaxiPuanların 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 ve şubelerimizde.



Çünkü özellikle AB'den gelen çevreci gemi siparişlerinde büyük artış var. Hatta siparişlerin bir kısmı da 2023'e sarkmış vaziyette. Bu olumlu ivmelenme sektöre artı katkı sağlıyor. Cem Seven, sac tedarikinde yaşanan sıkıntılar ve maliyet artışlarına rağmen henüz 2022 hedeflerini aşağı yönlü revize etmediklerine de dikkat çekti.

"SORUNLARI BAKANLIKLA PAYLAŞTIK"
Gemi, Yat ve Hizmetleri İhracatçıları

TÜRKİYE'NİN İLK ENTEGRE YAT SANAYİ BÖLGESİ

Aliağa'da 150 milyon euro'luk yatırımla 2023'te faaliyete geçmesi planlanan İzmir Tekne ve Yat İmalatçıları Yapı Kooperatifi (YATEK), 10 bin kişiyi istihdam edecek, 500 milyon dolarlık ihracata imza atacak. Kümelenme modeli ile Türkiye'nin ilk entegre yat sanayi bölgesi olması hedeflenen YATEK'in dolgu çalışmaları tamamlandı. Yıl sonuna kadar alt yapı çalışmalarının tamamlanacağı bölgede, 2023 sonunda üretime başlanacak. Proje, tamamlandığında Avrupa'nın en büyük yat imalat merkezi olacak.

Birliği Başkan Yardımcısı Başaran Bayrak bu noktada harekete geçti. Zira sektör her ne kadar olası olumsuzlukları minimize etse de gelecek süreçte piyasayı bekleyen önemli denge değişimlerinin olacağına dikkat çekti. Türk tersanelerinde üretim ve ihracatın yapıldığı kadar yüzde 30, 40'luk oranda tamir bakımlarının da yapıldığını söyleyen Bayrak, şu an için bir sıkıntı yaşanmasa da denizcilik sektörünün karşılaşılabileceği önemli durumların olduğunu altını çizdi. Özellikle Rusya-Ukrayna savaşına atıfta bulunan Başaran Bayrak, "Türkiye, üretimde kullandığı gemi sacının büyük bir kısmını Ukrayna'dan ithal ediyor. Tersanelerimizin Ukrayna'yla ilgili bağlantıları ve siparişleri var. Savaşın uzaması durumunda söz konusu siparişler zamanında teslim edilemeyeceği için gecikmeler yaşanacak. Üçüncü muhataplara karşı süre bakımından zor durumda kalınmaya başlandı. Burada bir majör durum söz konusu olduğunu bakanlıktaki yetkililere anlattık. Bakanlık da dile getirdiğimiz konuları dikkate alarak notlarını aldı. Gelecek dönemde gemi ve yat hizmetleri ihracatçıları daha temkinli adım atmalılar." dedi.

HOME SEA HOME



Hizmet ihracatçıları, yeni dönem yol haritasını çıkarttı. 2025'i 110 milyar dolar ihracatla kapatmayı hedefleyen sektör temsilcilerine E-Turquality de destek olacak.

Simge Soyel



Hedef: 110 milyar dolar

Dizi-filmlerden sağlık turizmine, liman hizmetlerinden bilişime kadar geniş bir yelpazeye sahip olan hizmet ihracatı hedef büyüttü. Geçen yıl yapılan 57 milyar dolarlık ihracatı, üç yıl içinde iki katına yakın artırmayı planlayan sektör, atağında kararlı. Bilişimin yıldızları E-Turquality destek programı ile de hedefe daha hızlı yaklaşan ihracatçılar, büyük bir gayret sarf ediyor.

Hizmet İhracatçıları Birliği (HİB) çok kısa bir süre önce sektörün 10 yıllık

projeksiyonunu ortaya koyan bir kılavuz hazırladı. Bu kapsamda kendine bağlı sektörlerin hangi pazarlara ve ürünlere odaklanması gerektiğini, rakiplerin güçlü olduğu alanların neler olduğunu ve ihracatın artması için ne gibi çalışmaların ortaya konacağına dair birtakım araştırmalara imza attı.

İHRACATTA TURİZM VE TAŞIMACILIK ATAĞI

Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası (TCMB) verilerine göre hizmet ihracatı pandeminin başı kabul edilen 2019 senesini 63,59 milyar dolarla kapatmasına



Geçen yıl yüzde 11 büyüyen Türkiye ekonomisine, ihracatın net katkısı 4,9 puan oldu. Türkiye'nin 2021 yılı büyümesinin yüzde 44,2'si ihracat başarısıyla gerçekleşti.



rağmen küresel ekonomide yaşanan olumsuzluklardan ciddi derecede etkilendi. 2020 yılında neredeyse yarı yarıya düşüş yaşayan sektör, seneyi 35,42 milyar dolarla kapatsa da 2021'de en büyük destek turizm ve taşımacılıktan geldi.

Turizm sektöründe yakalanan yüzde 104 ihracat artışı ile beraber yük ve yolcu taşımacılığında sağlanan yüzde 47'lik büyüme güç birliğinde kilit rol oynadı. Hizmet ihracatı 2021 yılında, 35,42 milyar dolardan, 56,78 milyar dolara yükseldi. İlk kez 2018 yılında birlik çatısı altına alınmasıyla daha kolektif bir yapıya ulaşan sektör, gelecek yapılanması için lokomotif olma yolunda. Mal ihracatına en büyük desteği veren hizmet ihracatı için yürürlüğe giren yeni desteklerin de sağladığı ivmeyle 2022 yılında 68 milyar dolar hedefini aşacağı öngörülüyor. Bu kapsamda 2025 hedefini güncelleyen HİB, 110 milyar dolar düzeyinde ihracatı göğüsleme sözü verdi.

2021'İN EN'LERİ

Hizmet ihracatı, geniş bir alana yayılıyor. Turizm ve taşımacılıktan sonra sektörün önemli yapı taşlarını oluşturan diğer sektörlere bakıldığında 2021 yılında yüzde 181 ihracat artışı ile 500 milyon dolar barajını geçen eğlence ve kültür hizmetleri önemli bir paya sahip. 2021 yılında yüzde 167 artış sağlayarak 2,5 milyar dolar seviyesini aşan sigorta ve emeklilik hizmetleri dikkat çekici bir başarı elde etti.

Hizmet ihracatının sektörler arası daha homojen dağılımı ve yüksek katma değerli hizmet ihracatına geçişi için bu sektörlerde sağlanan başarı, büyük önem arz ediyor. Son yıllarda istikrarlı bir ihracat büyümesi

gösteren yazılım ve bilişim hizmetleri sektörü yüzde 21 ihracat artışı ile 2,5 milyar doların üstüne çıkmayı başardı. Gelecek vadeden bir diğer sektör ise yüzde 57 ihracat artışı yakalayan ve yaklaşık 600 milyon dolar ihracat gerçekleştiren finansal hizmetler sektörü oldu. Bunların yanı sıra geleneksel açıdan güçlü olan bir diğer sektör yurt dışı müteahhitlik alanı sıralanabilir. Zira sektör temsilcileri 2021 yılında toplam değeri 29,3 milyar dolar olan 384 projeye imza attı.

MAL TİCARETİNDE DÜŞÜŞ, HİZMETTE ARTIŞ BEKLENİYOR

Türkiye, bugün dünyanın en büyük 20 ekonomisi arasında yer alıyor. Hiç kuşkusuz yaşanan büyümede, en önemli pay sahibi ise ihracatın güçlü neferleri. İhracatla yükselen Türkiye hedefinde dış ticaret fazlası veren bir yapıya kavuşmak için ihracat ailesi taşın altına elini koymuş durumda.





ekonomi radarı



2025 hedefini güncelleyen HİB, 110 milyar dolar düzeyinde ihracatı göğüsleme sözü verdi.



Ekonomistler, dünyayı bekleyen önemli bir krizin olduğuna dikkat çekiyor. Küresel mal ticaretinde dengelerin değiştiğine ve önemli süreçlerin yaşanacağına vurgu yapan temsilciler, oyunun kurallarına dikkat çekiyor. Bu noktada hizmet ihracatçıları atağa kalkıyor. Sektörel ticaret ve alım heyetleri, yurt dışı ve yurt içi fuar organizasyonları, ulusal ve uluslararası kuruluşlar nezdinde tanıtım ve iş birliği faaliyetleri ile seminer, eğitim, kongre, proje, toplantı gibi organizasyonlarla Türkiye hizmet ihracatının gelişimini her alanda destekleyen HİB, gelecek beklentileri için önlemlerini aldı.

“ÜÇ YILDA YAPABİLİRİZ”

HİB Başkanı Prof. Dr. Ahmet Bolat, “Bugüne kadar şirketlerin kendi çabaları ve stratejileriyle bir noktaya gelebilen sektörlerimiz, ortak bir hedef doğrultusunda, doğru destek mekanizmaları ile çok daha iyi yerlere gelecek. Kurulması için büyük gayret sarf edilen Hizmet İhracatçıları Birliği, kısa sürede 2 bin 300’ün üzerinde üyeye ulaştı. Doğru adımları atarsak 56,7 milyar dolar olan ihracatımızı çok hızlı bir şekilde 110 milyar dolara çıkarabiliriz, üstelik beş sene 10 sene de değil, üç yıl içinde. Bugün

110 milyar dolarlık hizmet ihracatımız olsaydı, dolar kuru 8 lira olurdu.” dedi. Bolat, Türkiye’nin yurt dışı tanıtımında özellikle dizi ihracatının oldukça önemli bir rol oynadığına işaret etti.

BACASIZ SANAYİ “TURİZM”

**2022 İHRACAT HEDEFİ:
35 MİLYAR DOLAR**

Dünyanın en çok ziyaret edilen dördüncü ülkesi Türkiye. Kendine has coğrafyası ve iklimiyle kış-yaz turizminden sağlık turizmine, doğa turizminden kongre turizmine kadar kapsamlı bir yapıya sahip. Ülkenin turizm sektörü hedefi, 2022 için 42 milyon turist ve 35 milyar dolar düzeyinde gelir.

SAĞLIK TURİZMİ

**2022 İHRACAT HEDEFİ:
5 MİLYAR DOLAR**

Son yıllarda yapılan yatırımlarla önemli bir aşama kaydeden sağlık turizmi, pazar büyüklüğünde 3 milyar dolara, ihracatta ise 2 milyar dolara ulaştı. Özellikle Avrupalılardan ciddi ilgi görmeye başlayan Türk sağlık turizminin öncelikli hedefi, 5 milyar dolara ulaşmak.

BİLİŞİM İHRACATI

**2022 İHRACAT HEDEFİ:
10 MİLYAR DOLAR**

2021 yılını yüzde 25 artışla 4 milyar dolar ihracat geliriyle kapatan yazılım sektörü, teşvik paketinin çıkmasıyla 10 milyar dolarlık ihracat gelirine ulaşmayı hedefliyor. Yazılım ve bilişim sektörleri, 2025 yılı toplam ihracat hedefini yıllık 15 milyar dolara yükseltti.

MÜTEAHHİTLİK İHRACATI

**2022 İHRACAT HEDEFİ:
30 MİLYAR DOLAR**

Türk inşaat sektörü, 2020’de üstlendiği 15,2 milyar dolarlık toplam proje bedelini, 2021 sonu itibarıyla yaklaşık iki katına çıkararak 29,3 milyar dolara ulaştırdı. Böylelikle ülkemiz müteahhitlerince bugüne kadar 131 ülkede üstlenilen toplam proje sayısı 11 bin 93’e, üstlenilen projelerin toplam değeri ise 451,5 milyar dolara yükseldi.

KUZEY REN-VESTFALYA. BİZE KATILIN.

EUROPE'S || i || HEARTBEAT

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



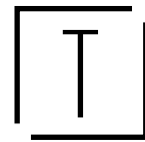
ihracatta kadın

LOKMA'S



“Markalaşma, ihracat birim değerini artırır”

Türkiye'nin geleneksel lezzetlerini günümüz modernizmiyle birleştiren Lokma's, ürün gamıyla hem ihracata hem de Türkiye imajına katkı sağlıyor.



Türkiye'nin ihracatta en hızlı büyüyen firmaları arasında yer alan Lokma's, İstanbul orijinli yapılanmasıyla dünyanın dört kıtasına ihracat gerçekleştiriyor. Türk bayrağını dünyanın pek çok ülkesinde dalgalandırmaya devam eden firmanın Yönetim Kurulu Üyesi Didem Elmas ile görüştük. İhracat, kadınların iş gücüne katılımı ve 2022 hedefi özelinde gerçekleştirdiğimiz söyleşimizde Didem Elmas, markalaşmanın önemine vurgu yaptı.

Simge Soyel

Didem Hanım, gıda sektörü ile nasıl tanıştınız?

İstanbul Üniversitesi Fizik Bölümü'nden mezun olduktan sonra İstanbul Ticaret Üniversitesi Uluslararası Ticaret Bölümü'nde yüksek lisans eğitimimi tamamlayarak çalışma hayatına başladım. Yönetici pozisyonunda hizmet verdiğim Lokma's Gıda, aslında bir aile şirkettir. Firmamızın kökleri, 1935'li yıllara kadar uzanıyor. Buradaki çalışmalarımınla doğru orantılı Türkiye İhracatçılar Meclisi ve TİM Kadın Konseyi'nde de gıda sektörü ve ülke

ihracatı konularında aktif olarak görev alıyorum.

Lokma's markası hakkında bilgi verirsiniz?

En iyi malzemelerle ve özenle hazırlanan lezzetleri herkesle buluşturma ilkesiyle yola çıktığımız Lokma's, geniş bir yelpazeye yayılan ürün gamıyla hizmet veriyor. Neredeyse 90 yıllık bir geçmişe sahip olan markamız, bugün dünyanın pek çok ülkesine ihracat yapar hâle geldi. Türkiye'nin geleneksel lezzetlerini günümüz modernizmiyle birleştiriyoruz. Çok özel tasarım tatlar oluşturduk. İhracatını yaptığımız ürünlerimizle hem ekonomiye hem de Türkiye imajına katkı sağlıyoruz.

Üretim süreçlerinizden bahsedersiniz?

Gıda konusu, üzerinde en çok emek harcanması ve titizlikle üzerinde durulması gereken önemli bir alan... Dünya, neredeyse gıdanın tamamının fabrikasyon olarak üretildiği bir sürece doğru ilerliyor. Bunun sağlık açısından ne kadar üzerine düşünülmesi gereken bir durum olduğu ise ortada... Lokma's olarak bizler, ürünlerimizi titizlikle temin ediyoruz. Organik olarak ürettiğimiz ürünlerimiz, el yapımı hazırlanıyor. Süreç; en sağlıklı şekilde paketlenmesi, depolanması ve ihrac edilmesiyle son buluyor.

Ürünlerinizde tasarımlarınızla da öne çıkıyorsunuz... Geleneksel yapıyı modernize etme farkınız, küresel boyutta nasıl ilgi görüyor?

Her geçen gün artan ihracat hacmimiz, ne kadar doğru yolda olduğumuzun bir göstergesidir. Dört kıtada dağıtım şirketleri vasıtası ile süpermarket ve yerel zincir marketlerle geniş bir kitleye ulaşıyoruz. Türkiye'nin en hızlı büyüyen ihracatçı firmalarının başında geliyoruz.

İhracat, sizin için neyi ifade ediyor?

İhracat, güçlü Türkiye, güçlü ekonominin olmazsa olmazıdır. İhracat, büyümenin



ihracatta kadın



“Türk gıda piyasasında güvenilir ve saygın bir yere sahip olan Lokma's, dünyada bilinirlik oranını her geçen gün artırıyor ve küresel bir marka olma yolunda emin adımlarla ilerliyor.”

İkonomotifidir. Türkiye'nin dış ticaret fazlası vermesi için çıkılan bu yolda, ihracat en önemli kriterdir. Lokma's markasıyla her zamankinden daha fazla üreterek, daha fazla istihdam yaratarak ve daha fazla ihracat yaparak çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Türkiye'nin dünya arenasında daha fazla söz sahibi olabilmesi adına geleneksel lezzetlerimizle katkı sunmaya devam ediyoruz.

Ürün gamınızdaki hangi ürünlerin ihracatını gerçekleştiriyorsunuz?

Türk gıda piyasasında güvenilir ve saygın bir yere sahip olan Lokma's, dünyada bilinirlik oranını her geçen gün artırıyor ve küresel bir marka olma yolunda emin adımlarla ilerliyor. Bu minvalde ihracatını gerçekleştirdiğimiz ürün grupları arasında



ihracatta kadın



lokum, fitil lokum, cezerye, çiçek helva, kurabiye, kâğıt helva, şerbetli tatlılar, pişmaniye, fındık ve fıstık ezmesi, fındık ve kakao kremaları, tatlı çerezler, macun, pekmez, sucuk, topping sos ve çeşitleri var. Bunların yanı sıra nar ekşisi, erik ekşisi gibi soslarımızla beraber çörek otu yağı ve yöresel ürünler gamımızı oluşturuyor.

Türkiye'nin marka imajına geleneksel kültürle de katkı sağlayan bir firma olarak markalaşmanın öneminden bahsedebilir misiniz?

Uluslararası arenada güçlü bir Türkiye imajı oluşturmak, firmaların topyekûn markalaşması ile ulaşılabilecek bir başarıdır. Markalı ihracatla gerçekleşen her ihracat, birim katma değerimizi artırarak küresel rekabette güçlenmemizi sağlar. Eğer markaysanız, sektörünüz ne kadar kırılgan olursa olsun, her krizin üstesinden gelebilirsiniz. Bunun sonuçlarını tüm dünya, pandemi sürecinde Türkiye'nin hızlı toparlanması ve rekor üzerine rekor kırmayla gördü. Markaysanız, tüketim rekor derecede daralsa dahi, toparlanma yine sizinle başlar.

"İHRACATTA ATILAN HER ADIM, MARKAŞMA SÜRECİNİ HIZLANDIRIYOR"

"İhracat yapan firmalar olarak bizler, bu anlamda oldukça şanslı bir coğrafyada bulunuyoruz. Farklı olmak, marka olmak bu milletin geleneğinde, toprağında, kaderinde var. Marka demek; emek, sermaye ve sabır demek. Marka olmak bazen talebi duymak, bazen de talebe liderlik, rehberlik etmektir. İhracatta daha ileriye hedeflemenin en önemli yollarından biri markalaşmaktan geçiyor. Bu konuda ülkemizin üreticileri ve ihracatçıları çok güzel çalışmalara imza attı, atmaya da devam ediyor. Bu girişimler, ihracat rakamlarımıza da yansıyor."

Kadınların iş hayatına teşvik edilmesindeki düşünceleriniz nelerdir?

Kadınların içindeki gücü fark etmelerinin en etkin ve sağlıklı yolu eğitimden geçiyor. Daha sonra cesaretle atacakları adımları, başarı takip ediyor. İhracat yapan bizler, her platformda bunun önemini anlatarak kadınlarımızı cesaretlendirmeliyiz. Zira kadının eğitim düzeyi ile sosyal statüsü arasında çok önemli bir ilişki bulunuyor. Kadınlara beceri kazandırılması, ürettikleri ürünlerden gelir elde etmelerine yardımcı olmak, onların girişimci olmalarını cesaretlendirmek çok önemli. Kadın girişimci sayısının artması için pek çok unsur gerekli. Özellikle son beş yılda çeşitli mecralarda kadın girişimcilerin daha fazla yer alması, sürdürülebilirlik faktörünü destekliyor. Bu kapsamda kurulan TİM Kadın Konseyi, kadın ihracatçılarımızın iş dünyasında karşılaştıkları sorunları hızlı bir çözüme kavuşturuyor. Ortaya koydukları projelerini daha etkin şekilde yürütmelerine olanak sağlıyor.

2022 hedefleriniz nelerdir?

Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı İsmail Güllü, 2022 hedefleri kapsamında ihracat ailesini 300 milyar dolar düzeyinde ihracata imza atmaya davet etti. Söz konusu hedef doğrultusunda çalışmalarımızı Lokma's olarak hız kesmeden sürdürüyoruz. Her geçen gün ihracat pazarlarımızın sayısını artırıyor, daha fazla ülkede Türk bayrağını dalgalandırmaya gayret ediyoruz.

GELECEĞİNE GÜÇ KAT



HÜRJET

JET EĞİTİM VE HAFİF
TAARRUZ UÇAĞI

TUSAŞ - Türk Havacılık ve Uzay Sanayii A.Ş.
TSKGV'nin Bağlı Ortaklığı ve SSB'nin İştirakidir.
tusas.com

**TURKISH
AEROSPACE**



sürdürülebilir yaşam

Lojistiğin SÜRDÜRÜLEBİLİR YOLCUĞU



Türk lojistik ve taşımacılık sektörü dönüşüyor. Daha yeşil bir dünya için sektör temsilcileri, taşın altına elini koyuyor.

Simge Soyel

Ekosistemi riske atmadan insanların istek ve ihtiyaçlarını karşılayabilmek mümkün mü? Konu lojistikse bunu iyi düşünmek lazım.

Yapılan tüm aktivitelerin sonucunda kullanılan fosil yakıtlı kaynaklar, doğaya karbondioksit salınımı yapıyor. İklim değişikliğini tetikleyen bu gaz, beşikten mezara yani ürünün ya da hizmetin tüm evrelerinde oluşuyor. Şöyle kabaca düşünecek olursak ham maddenin üretiminden, fabrikada işlenmesine, kullanılmasına, depolanmasına ve satılacak nihai yere iletilmesine kadar tüm süreçlerde etkin.

Düşük karbon ekonomisine geçiş için her bir sektör inovasyon gerçekleştiriyor. Bu inovasyonların tamamından dünya etkilendiği gibi lojistik ve taşımacılık sektörü hem direkt hem de endirekt etkileniyor.

Her hareketin, bir ayak izi var. Yani aslında kişisel olarak herkesin bir karbon ayak izi olsa da bilim çevreleri hesaplamalarını şimdilik ürün ve firma bazında yapıyor. Ancak lojistik ve taşımacılık öyle bir noktada konumlanıyor ki her iki klasmanda da hesaplamalara tabii.

LOJİSTİK, SÜRDÜRÜLEBİLİR Mİ?

Dünya genelinde kullanılan petrolün yüzde 60'ını, enerjinin ise yüzde 25'ini taşımacılık sektörü tek başına tüketiyor. Bu durum çevresel faktörlerin iyileştirilme sürecinde mecburen tüm dikkatleri bu alana çekiyor. Çünkü hava kirliliği, küresel ısınma ve emisyon değerlerindeki olumsuz gidişatta taşımacılık için kullanılan araçların payı büyük.

Çevresel açıdan sürdürülebilir lojistikte hava kirliliği, gürültü, bio-çeşitlilik, toprak kullanımı ve atık yönetimi gibi konulara odaklanılıyor. Sosyal

açıdan sürdürülebilir lojistikte sağlık, güvenlik, eşitlik, ulaşım gibi konular üzerinde duruluyor. Ekonomik açıdan sürdürülebilir lojistikte ise maliyetlerin minimize edilmesi, kârın maksimize edilmesi, büyüme, gelişme ve ilerleme gibi konular gündemi oluşturuyor.

Bir başka pencerede ise sürdürülebilir lojistik için üç öncelikli alan bulunuyor: Yeşil, tersine ve yalın lojistik. Peki bunlar ne demek?

Yeşil lojistik: Ekonomik, çevresel ve sosyal açılardan sürdürülebilir bir dengenin temin edilebilmesi için yükselen ve yüksek katma değerli ekonomilerde önemi her geçen gün artan bir uygulamadır. Kaynakların daha verimli ve etkin kullanımını yaygınlaştırmayı temel alan yeşil lojistik, doğal kaynak kullanımını en aza indirmek ve ikame madde gibi eylemlerle çevreye olan etkileri en az indirme çabasıdır. Bu sebeple yeşil lojistik, lojistik uygulamalarının çevreye olan etkilerini minimize etme şeklinde ifade edilebilir.

Tersine lojistik: Lojistik faaliyetlerini, sadece ürün ve hizmetleri üretim yerinden tüketim yerine ulaştırmaktan ibaret düşünmek son derece eksik bir yaklaşım. Çünkü ürünlerin yaşam döngüsü tüketiciye ulaşmasıyla sona ermez. Tersine lojistik, ürün ve ambalaj malzemelerinin neden olduğu zararlı ve zararsız atıkların minimize edilmesi, yönetilmesi ve yok edilmesi için yapılan lojistik uygulamalarını kapsıyor. Lojistik süreçlerinin geri dönüşümüne odaklanıyor.

Yalın lojistik: İşletmeler, ürün ve hizmetlerini hedefledikleri yere, en kısa zamanda ve en az maliyetle götürmek istiyorlarsa lojistik uygulamalarında yalın bir anlayış benimsemeli. Bunun için işletmeler lojistik uygulamalarında, katma değer oluşturmayan gereksiz bütün eylemlerden kurtulur. Yalın bir lojistik anlayışı benimsemek için israfı yol açan uygulamalardan kaçınmak, bu eylemlerin başında gelir. İşletmeler ancak bu sayede rekabetçi bir yapıya bürünebilir.



sürdürülebilir yaşam

TÜRK LOJİSTİK SEKTÖRÜNÜN, SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK SINAVI

Taşımacılık uygulamalarında karbon salınımının azaltılması, taşımacılık uygulamaları, tersine lojistik süreçlerinin optimizasyonu, yeşil depolama süreçleri derken sektör rekabetçi yapısını da kaybetmemek adına hızlıca aksiyon alma durumunda kalıyor.

Sektör pandemi sürecinde parlayan yıldızını koruyor ve hızlı bir şekilde değişime adapte oluyor. Dijitalleşme çalışmaları ile veri yönetimi, e-belgeye geçiş gibi konularda faaliyetlerini sistemlerine entegre etti. Pek çoğu ise düşük emisyonla sahip araçlar için dönüşüm sürecini başlattı. Sürdürülebilirlik konusunda ise yapılan bir araştırma çarpıcı bir konuya dikkat çekiyor: Katılımcıların yüzde 40,6'sı sürdürülebilirlik konusuna "çok önemli" gözüyle baktığını ifade ediyor. Tüketicilerin ise yüzde 76'sı iklim dostu ulaşım seçenekleri için fazladan bir gün beklemeye razı olduklarını vurguluyor. Ayrıca tedarik zinciri işletmelerinin yaklaşık yüzde 64'ü, son iki yıl içinde sürdürülebilir çözümler uyguladıklarını açıklıyor.

% 40,6

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KONUSUNA "ÇOK ÖNEMLİ" GÖZÜYLE BAKAN KATILIMCILAR

% 76

İKLİM DOSTU ULAŞIM SEÇENEKLERİNİ TERCİH EDEN KATILIMCILAR

% 64

SON İKİ YIL İÇİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİR ÇÖZÜMLER UYGULAYAN KATILIMCILAR



sürdürülebilir yaşam



Hava kirliliği, küresel ısınma ve emisyon değerlerindeki olumsuz gidişatta taşımacılık için kullanılan araçların paı büyük. Çünkü dünya genelinde kullanılan petrolün yüzde 60'ını, enerjinin ise yüzde 25'ini taşımacılık sektörü tek başına tüketiyor.



UTİKAD, YEŞİL LOJİSTİK ODAK GRUBU'NU KURDU

Lojistik ve taşımacılık sektörünün çatı kuruluşu Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik Hizmet Üretenleri Derneği (UTİKAD), 2022 itibarıyla "Yeşil Lojistik" konusuna eğildi. Bu kapsamda yılın ilk çeyreği içinde UTİKAD Yeşil Lojistik Odak Grubu'nu devreye aldı. Odak Grubu, lojistik sektörünün gelecek hedefleri kapsamında çalışmalar yapmaya başladı. Böylece UTİKAD bünyesindeki odak grubu sayısı altıya ulaştı.

"YEŞİL LİMAN PROJELERİ DESTEKLENMELİ"

Sektör her ne kadar çatı kuruluşu ile birlikte bir bütün olarak süreçleri yönetiyor olsa da finansman ve maliyet konusu önemli. Zira sürecin lojistik ve taşımacılık sektörüne mümkün olan en az maliyet yükünü getirmesi,

sektörün dönüşümü için önem taşıyor. "Sektör, filo yenileme maliyetleri ile karşı karşıya bırakılmamalı ve Türk TIR filosunun mevcutta yer alan sorunlarına yenilerinin eklenmemesi için kamu tarafından gerekli planlamalar yapılmalı." diyen Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik Hizmet Üretenleri Derneği (UTİKAD) Başkanı Ayşem Ulusoy, "Olası maliyetlerin karbon vergisi olarak ödenmesi yerine karbon azaltımına yönelik yatırımlara yöneltilmesi sektörümüzün geleceğine yönelik sürdürülebilir bir çalışma olacak. Türkiye'de lojistik sektörden kaynaklanan toplam sera gazı emisyonlarını düşürmek için demir yolu yatırımlarına gerek kamu gerekse de özel sektör tarafından daha fazla önem verilmesi gerekiyor. Özellikle demir yolu hat ağımızın elektrifikasyon oranının hızla yükseltilmesi gerek. Ağırlıklı olarak

UTİKAD Başkanı Ayşem Ulusoy: "Olası maliyetlerin karbon vergisi olarak ödenmesi yerine karbon azaltımına yönelik yatırımlara yöneltilmesi sektörümüzün geleceğine yönelik sürdürülebilir bir çalışma olacak."

A.101
HARCA
HARCA
BİTMEZ

Hiç Tartışmasız

BÜYÜK OLDUĞU İÇİN

UCUZ

UCUZ OLDUĞU İÇİN

BÜYÜK





sürdürülebilir yaşam



Karbon yayılımı azaltılması ve yakıt tüketiminin minimize edilmesi için uygun nakliye araçlarının seçimi, bakım ve onarımlarının düzenli yapılması, taşıma mesafelerinin azaltılması, depo ya da fabrika çevresinde neden olunan trafiğin azaltılması gibi uygulamalar, sürdürülebilir lojistik için yapılabilecekler arasında yer alıyor.



kara yolu ile taşınan yükün demir yolu ve kombine taşımacılık gibi çevre dostu taşıma türlerine kaydırılması, taşıma türleri arasındaki yük aktarmalarının kolaylaştırıldığı lojistik merkezlerin doğru kurgulanması ve sürdürülebilirlik prensibi esasında getirilecek mevzuat ve uygulama değişikliklerinin gündeme alınması gerekiyor. Ayrıca Kombine Taşımacılık Yönetmeliği taslağı da çevreye duyarlı ve sürdürülebilir lojistik faaliyetler yürüterek kombine yük taşımacılığı yapacak işletmeleri teşvik etmeyi hedefliyor. Havacılık sektörü, uzun vadede daha temiz teknoloji ile emisyonları azaltmayı hedefliyor. Ancak Türk bayraklı uçak filomuzun çifte karbon vergilendirmesine maruz kalmaması için ulusal ve uluslararası düzenlemelerin

dikkatle takip edilmesi ve havacılıktan sorumlu kamu kurumlarımızın gerekli önlemleri alması önem arz ediyor. Deniz yolu taşımacılığında ise limanların enerji verimliliğinin artırılması ve sürdürülebilirliğin sağlanması için "Yeşil Liman" projeleri desteklenmeli. Yeşil liman politikası; doğal kaynakların korunması, kirliliğin azaltılması, yenilenebilir enerji ve geri dönüşümlü malzemelerin kullanımının artması ve limanların çevre üzerindeki zararlı etkilerinin azaltılması gibi faydaları amaçlıyor. Derneğimiz bünyesinde faaliyetlerini sürdüren odak gruplarımız arasına "Yeşil Lojistik Odak Grubu" da eklendi. UTİKAD yıllar öncesinden başlattığı ve konunun önemini ortaya koyan çalışmalarını sürdürmeye devam edecek." dedi.

LOJİSTİK SEKTÖRÜ, SIFIR EMİSYONLU ARAÇLARA ODAKLANACAK

Uzmanlar, ülkelerin önlerindeki iklim liderliği fırsatlarını, bir an önce fark ederek ulusal iklim politikalarını, yenilenebilir enerji ve enerji verimliliği yatırımlarını desteklenmesine, kömür ve diğer fosil yakıtları merkezlerinden uzaklaştırarak şekilde gözden geçirilmesi gerektiğine dikkat çekiyor.

"TÜRKİYE'NİN EN İYİ İŞVERENLERİ 2022 ÖDÜLÜ"NÜ ALMANIN GURURUNU YAŞIYORUZ...



İLETİŞİM:

0850 203 54 62

limalogistics.com





sürdürülebilir yaşam



Dünya genelinde kullanılan petrolün yüzde 60'ını, enerjinin ise yüzde 25'ini taşımacılık sektörü tek başına tüketiyor. Bu durum çevresel faktörlerin iyileştirilme sürecinde mecburen tüm dikkatleri bu alana çekiyor.



MÜSİAD Genel Başkanı Mahmut Asmalı: "Avrupa'nın en büyük filosa sahip Türkiye'nin, yeşil lojistik uygulamalarını görmezden gelmesi düşünülemez."

AB iklim krizi hedefleri doğrultusunda sanayiden tarıma, ulaştırmadan enerjiye kapsamlı bir dönüşüm gerçekleşecek. Bu kapsamda sera gazı emisyonunda önemli paya sahip olan taşımacılık ve lojistik sektörü için farklı taşıma türlerinin kombinasyonu, yakıt karışımındaki değişiklikler, sürdürülebilir taşımacılık türlerinin daha yaygın kullanımı, dijitalleşme ve teşvik mekanizmaları gibi araçlar ile karbon emisyonunda hedeflenen azaltıma ulaşılması sağlanacak.

Bu süreçte lojistik ve taşımacılık sektörü, altyapı dâhil olmak üzere düşük ve sıfır emisyonlu araçlarda yatırıma odaklanacak. Çevreyi daha az kirleten taşımacılık modları öne çıkartılarak alternatif yakıtların üretimi ve yayılması desteklenecek.

"YEŞİL LOJİSTİK UYGULAMALARI ÖNEMLİ"

Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği (MÜSİAD) Genel Başkanı Mahmut Asmalı, karbon salınımının, küresel ısınmanın en önemli unsurlarından biri olarak tanımlandığını anlattı: "Avrupa'nın en büyük filosa sahip olan Türkiye'nin, yeşil lojistik uygulamalarını görmezden gelmesi düşünülemez. Lojistik süreçte, taşımanın dışında verilen hizmetlerde de çevreci uygulamalar bulunuyor. Depolarda kullanılan elektrik, su ve doğalgazın daha ekonomik tüketilmesi adına yapılan çalışmalar, kullanılan elektriğin bir kısmının güneş enerjisinden elde edilmesi, deponun gün ışığını daha fazla kullanması için uygun hâle getirilmesi, depo içinde gereksiz elektrik kullanımını engellemek de bu uygulamalar arasında yer alıyor."

Derecelendirme Sonucu ve Özeti

ÜNSPED GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ VE LOJİSTİK HİZMETLER A.Ş.



2021 DÖNEM REVİZYONU

ÜNSPED Gümrük Müşavirliği ve Lojistik Hizmetler A.Ş. (ÜNSPED) için 2020 yılında 9.27 olan Kurumsal Yönetim Derecelendirme notu, 2021 yılı için 9.30 olarak yükselmiştir.

SAHA bu derecelendirme çalışmasında Sermaye Piyasası Kurulu'nun Ocak 2014 tarihinde yayınladığı tebliğde "Kurumsal Yönetim İnkeleri"ni baz alan metodolojisini kullanmıştır.

ÜNSPED Gümrük Müşavirliği ve Lojistik Hizmetler A.Ş.'nin kurumsal yönetim ilkelerine verdiği önem, bunu sürekli ve dinamik bir süreç olarak yürütmekteki isteklilik ve bu doğrultuda 15 Nisan 2021 tarihinden bu yana geçen süre içinde gerçekleştirmiş olduğu iyileştirmeler göz önüne alınarak, şirketin kurumsal yönetim derecelendirme notu 9.30 olarak güncellenmiştir.

Ayrıca, SAHA yıllık olarak Dünya Kurumsal Yönetim Endeksi yayınlamaktadır. Bu endeks ülkeleri; hem kurumsal yönetim prensiplerine uyma düzeylerine hem de kurumsal yönetimle ilgili kurumlarının gelişmişlik düzeylerine göre sıralamaktadır.

Endeksin oluşumunda uluslararası kabul görmüş standartlar, kurallar, yönetmelikler ve ülkeleri şeffaflık, yolsuzluk, iş yapma kolaylığı açısından mukayese eden endeksler dikkate alınmaktadır.

Ünsped, SAHA'nın 03 Mart 2021 tarihinde yayımlanmış olduğu Dünya Kurumsal Yönetim Endeksi'ne (DKYE) göre 1. grup içinde yer almaktadır. SAHA'nın yayımladığı Dünya Kurumsal Yönetim Endeksi'nin detaylarına <http://www.saharating.com> adresinden ulaşılabilir.



ÜNSPED
GÜMRÜK
MÜŞAVİRLİĞİ



Sürdürülebilir ve “GEN”ETİK bir tasarım

Simge Soyel

Yalın, zamansız ve iddialı kadınların tercihi Murat Aytulum, dünya pazarını odağına aldı. Sürdürülebilir moda akımını destekleyen ünlü tasarımcı, “GEN” koleksiyonuyla tüm dikkatleri üzerine çekiyor.

Tasarımlarında deriyi başarılı bir şekilde kullanan Murat Aytulum, sürdürülebilir modaı destekliyor. Toplumsal ve sosyal olaylarla beraber insana ait duygulardan ve doğaya ait olan her şeyden ilham aldığını söyleyen moda tasarımcısı, son olarak “GEN” koleksiyonunu tanıttı. Hazırladığı dijital defile ile tüm dikkatleri üzerine çeken ünlü modacı ile tasarım ve yeni koleksiyonu üzerine görüştük.

Modaya olan tutkunuzu mesleğiniz hâline ne zaman getirdiniz?

Üniversite eğitimi aldığım yıllarda, özellikle sanatla alakalı konulara ilgi duyuyordum. Modaya olan yakınlığım, bunu bir meslekten çok yaşam biçimi olarak kabullenmemi sağladı. Uzun bir hazırlık sürecinin ardından ilk kez 2010 yılında kendi isimle markamı kurdum.

Kendi markanızı oluştururken yaşadığınız süreci bizimle paylaşmısınız?

Uzun yıllar deri sektöründe, profesyonel anlamda firma koleksiyonları hazırladım ve kendimi ruhen hazır hissettiğim bir noktada, kendi markamı kurmaya karar verdim. Bu, aslında sanıldığı kadar kolay bir süreç değil... Maddi ve manevi anlamda, hayatınızdan ödün vermeniz gerekiyor. Sonucu çok iyi olabilir, kötü de olabilir. Hayata karşı duruşum ve inatçı kişiliğim, 2010 yılında kendi isimle

kurduğum markamın şu anda da var olma sebebi oldu.

“Murat Aytulum” markasını tercih eden kadınları nasıl tanımlıyorsunuz?

Tasarımlarımın tamamını yalın, zamansız ve iddialı kadınlar için hazırlıyorum. Zamana meydan okuyan bir ruh hâli, belli dengelere oturtulmuş yalınlık ifadesiyle beraber dişiliğini göz ardı etmeyen ve sergileyebilen kadınlar için tasarımlarımı oluşturuyorum.

Türkiye’de deri alanında tasarım yapmak nasıl bir duygu? Zorlukları var mı?

Deri, lüks diyebileceğimiz türden bir malzeme olarak tanımlanır. Zira yanlış yapmaya çok müsaade etmeyen bir materyal. Yaptığınız her yanlışın dönüşü, maddi bir külfeti de beraberinde getiriyor. Bu bağlamda sizi disiplinli ve özenli bir yapıya sevk ediyor. Kaldı ki her şeyin hızla tüketildiği ve yönetildiği bir dünyanın hızına yetişiyor olabilmek, zaten birçok zorluğu beraberinde getiriyor. Her meslek alanında olduğu gibi moda tasarımcısı veya deri tasarımcısı olmanın da zorlukları var tabii ki... Bunu bir yaşam biçimi olarak kabul ederseniz sisteme ayak uydurmanız daha kolay olur. Neticede bir şeyler üretmek oldukça keyifli bir durum. Deri, bana göre çok özel ve şahsına münhasır bir malzeme. Deri kokusu, benim için bir tür bağımlılık gibi... Belki de beni deriye tutku derecesinde bağlayan şey bu oldu. Aşk derecesinde sevmeseydim, bu kadar ısrarcı olmayabilirdim.

Markalaşma noktasında nelere dikkat ettiniz?

Markanın bir hikâyesi olmalı. Kendi hikâyeniz ile beraber aldığınız yolda, kurduğunuz güven ve samimiyetin, hedef aldığınız kitleye ulaşması gerekir. Oluşturduğunuz bu duygular, rekabet ortamında her zaman var olmanızı sağlar.

Koleksiyonlarımızda toplumsal, sosyal olayları konu alıyorsunuz. Modayı, burada bir araç olarak mı görüyorsunuz?

Koleksiyonlarımda sosyal ve toplumsal mesajlar vermeyi severim. Moda bir sanat dalıdır ve her sanat dalının bir anlatım dili olduğunu düşünürsek bu da benim anlatım şeklim diyebilirim. Tiyatro eğitimi aldığım için koleksiyonlarımda anlatım dili önemlidir. Detaylarla, müzikle veya koreografiyle her zaman bir şeyler hakkında mesaj vermeye çaba gösteririm. Toplumsal ve sosyal olaylarla beraber insana ait duygular ve doğaya ait olan her şey ilham kaynaklarım arasında yer alıyor.

Piyasalarda yakın zamanda hareketlenmenin olacağı konuşuluyor. Rusların Türk derisine olan ilgisini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Dünyada deri tüketiminin tek pazarı, Rusya ve bu talebe cevap verebilecek tek ülke, Türkiye’dir. Ancak yaşanan kriz, Rusya odaklı çalışan deri sektörünü büyük kayıplara uğrattı. Şimdi eski ritim yakalanmaya çalışılıyor olsa da bunu toparlamak kolay olmayacak.

Sürdürülebilir moda ve üretim konusunda marka olarak ne düşünüyorsunuz?

Sürdürülebilir moda, hızlı moda endüstrisini yavaşlatmayı hedefleyen, yüksek kaliteli ve lüks moda anlayışını benimseyen bir akım. Marka olarak kaliteli, yüksek işçilikli ve trendlerden bağımsız ürünler tasarlıyorum. Moda endüstrisinin çevreye verdiği zararların bilinciyle organik, vegan ve çevreci malzemeler tercih ederek bu akımı destekliyorum. Marka duruşunu korumaya çalışıyorum. Koleksiyonların azalması, pandemi ile birlikte sezonların kalkması, tasarım endüstrisinin bilinçlenmesi, sürdürülebilir moda anlayışının giderek daha anlaşılır olmasını sağlayacaktır.



“Sürdürülebilir moda, hızlı moda endüstrisini yavaşlatmayı hedefleyen, yüksek kaliteli ve lüks moda anlayışını benimseyen bir akım. Moda endüstrisinin çevreye verdiği zararların bilinciyle organik, vegan ve çevreci malzemeler tercih ederek bu akımı destekliyorum.”

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

Metaverse kavramı, yaşadığımız çağ ile doğru orantılı bir gereklilik gibi görünüyor olsa da sanal alanda duyguları nasıl ifade edebilirsiniz? Yaratıcılığı serbest bırakan, sınırları zorlayan, fiziksel gerçekliklerden tamamen özgür olan meta kavramı; hiçbir zaman somut olamayacak. Moda endüstrisi, geleceğin tüketicilerinden oluşan bir topluluğu ihmal etmek istemiyor. Sınırlar zorlanıyor, test ediliyor ve anlaşılır olması için dünyanın bu kavrama hazır olması gerekiyor.

GEN KOLEKSİYONU, DİJİTAL BİR DEFİLE İLE İZLEYİCİLERLE BULUŞTU

"Çok özel 34 parçadan oluşan FW22/23 koleksiyonum 'GEN', Mart ayında Fashion Week İstanbul ev sahipliğinde Soho House İstanbul'da yaptığımız dijital bir defile ile izleyicilerle buluştu. Pandemi sonrası doğaya saygı ve sürdürülebilir bir dünya arayışı ile yarattığım koleksiyon, genetik kodlarımızdaki öze dönüş yolculuğumuzu yeniden tanımlıyor. Genetik kodlarımıza işlenen zengin kültürümüz ve zanaat becerilerimiz, DNA'mızı ve düşünce yapımızı etkileyen önemli unsurlardır. Geleneksel sanatların ötekileştirildiği ve çağdaş sanatların kalın duvarlarla ayrıştırıldığı günümüze rağmen 'GEN', geçmişe ve köklerine sahip çıkıyor."

Türkiye'de moda sektörünü nasıl değerlendiriyorsunuz?

Türkiye için moda ve modaya ait kavramlar, henüz anlaşılmuş değil. Sistemsel ve teknolojik olarak ileri bir noktada olsak bile markalarımızı dünya platformuna taşıyamadığımız sürece iyi bir fason ülkesi imajından kurtulamayacağız.

Türkiye'de moda yapmanın avantaj ve dezavantajlarını söyler misiniz?

Yaşadığımız coğrafyayı ve zenginlikleri düşünce olursak Türkiye'de moda yapmak avantaj. Yaratıcılığı da sonsuz destekleyen bir hazine ancak ülkenin durumu, yaşam şartları, insanların alım gücü gibi etkenler; Türk modasının yol almasında birtakım engeller oluşturuyor. Türk tasarım markalarını, iç pazarda satamadığımız sürece moda kavramından söz edemeyiz. Türk tasarımı ve tasarımcısı desteklendiği oranda, genç yeteneklere daha fazla imkânlar sunulduğu takdirde dezavantajlar avantaja döner. Belki o zaman, uzaklar daha yakın olur.

Yeni tasarımcılara birkaç ipucu verseniz bunlar neler olurdu?

Yaşadıkları topraklara, değerlere ve geleneklere sahip çıkmalarını isterim. İlham almaları gereken nokta tam olarak burası... Yaratınlar, üretsinler ve en çok da sabırlı olmayı bilsinler.

Gelecek dönemde hangi yeniliklerle karşınızda olmayı planlıyorsunuz?

Her koleksiyonu, bir öncekinden daha ileri taşımak ve marka görünürlüğünü artırmak için dünya pazarı hedeflerini geliştiren projeler üretmek istiyorum.



GELECEK İÇİN DEĞER

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

Çiçek kadar özel, EŞSİZ MÜCEVHERLER

Hem zarif hem şık... Hem değerli hem özel... Ayşe Rodoslu imzalı tasarımlar, doğanın eşsiz güzelliğinden ilham alıyor, takı tutkunlarının vazgeçilmezi oluyor. Türk mücevher tasarımcısı Ayşe Rodoslu ile markası ve mücevher dünyası üzerine keyifli bir röportaj yaptık.

Mücevherlere olan tutkunuzu ne zaman fark ettiniz?

Kadınların doğasında bence süslenme tutkusu var ve mücevherler de süslenmenin en önemli aracını oluşturuyor. Ben de genç kızlık dönemlerimden bu yana takılara tutkunum. O zamanlar, büyükannemin ve annemin takıları ilgimi çekti ve onları takmak için can atardım. Zaman geçtikçe kendi zevkim ve bana ait bir beğeni geliştirdim.

Hayallerinizi süsleyen mücevheri sorsak...

Romantik hatıraları olan mücevherlerden birini takmak isterim. Örneğin Marilyn Monroe'nin "Erkekler Sarışın Sever" filminde taktığı küpeleri çok seviyorum. Yine Joe DiMaggio'nun evlenirken taktığı bir taşı eksik, 35 taşlı alyans da çok güzel. Kendi tasarımlarım dışında, taşmaktan en çok keyif aldığım mücevher, babaannemden kalan elmas küpe ve yüzük. Çünkü yaşamışlıkları olan parçaları kullanırken (hele ki çok sevdiğiniz birininse) büyük keyif alıyorum. Beni farklı duygulara taşıyor.

Markanızın kuruluş sürecini anlatır mısınız?

İlk olarak yaptığım resimlerde kullandığım figürleri, takı formuna uyarlayarak kendi tasarımlarımı üretmeye başladım.

"Yaz koleksiyonumuzda, değerli taşların yanı sıra özellikle mercan ve turkuaz ön plana çıkıyor. Bu sezon, tamamen el işçiliği ile ürettiğimiz, ortasında mavi topaz taşıyla süslenen çiçek figürlü tasarımlarımız koleksiyonlarımıza yansıyor."

başladım. Nar, lale, semazen gibi olgulardan oluşturduğum takılar, serinin en önemlileri arasında yer aldı. Usta ellerden güzel işler çıktığını görünce bu iş beni cesaretlendirdi ve heyecanlandırdı. Milano'da Gemological Education & Certification Institute'de tasarım ve Harmony Akademi'de taş eğitimleri aldım. 2011 yılından bu yana kendi tasarımlarımı yapıyorum.

Koleksiyonlarınızı hazırlarken nelerden ilham alıyorsunuz?

Hayatımdaki önemli konulardan biri, doğada olmak. Tabiat, benim ilham kaynağım. Örneğin gün doğumları ve gün batımlarını mümkünse hiç kaçırmak istemem. Bu iki koleksiyon, böyle çıktı.

Zeytinin mucize bir ağaç olduğunu düşünüyorum. Bu nedenle bir "Zeytin Dalı" koleksiyonu yapmazsam olmazdı. Bahçemde çiçeklerle uğraşmak ve onlarla vakit geçirmek, en çok keyif aldığım uğraşlar arasında yer alıyor. Papatyalardan ve diğer çiçeklerden oluşturduğum koleksiyonlarım bu şekilde çıktı. Şanslıyım çünkü

yaşam tarzım, aynı zamanda tasarımlarımı şekillendirdiği için iş ve özel hayatım birbirini tamamlıyor. Bu da çalışmamı çok zevkli bir hâle getiriyor. 12 yıl içinde 38 koleksiyona imza attım.

Kendi tasarımlarınızı nasıl yorumluyorsunuz?

Tasarımlarım benim için duygularımın dışavurumudur. Amacım sade, samimi, anlamlı ve bizi yansıtan tasarımları insanlarla paylaşarak, duygularımın takılarımı kullanan kişilere yansımaları sağlamak. Bu nedenle günün her saati keyifle kullanılacak, sade, ilhamını doğadan alan takılar üretmeye gayret ediyorum.

Bundan sonraki koleksiyonlarınız da yine doğadan mı ilham alacak?

Doğa, uçsuz bucaksız zenginlikler sunma konusunda oldukça cömert. Ben de doğanın bu cömert davetkarlığından her zaman ilham alıyorum. Belki bir seyahatte, belki bir kuş kanadında, yaprak ya da denizde... Aslına bakarsanız ilham her yerde.



AYŞE RODOSLU İMZALI ÜRÜNLER, YENİ SHOWROOMDA

Arnavutköy'de 2022 yılı itibarıyla yeni bir showroom açtık. Takipçilerimiz Beyazgül Caddesi No:78 adresindeki yeni showroomumuzu ziyaret edebilir. Tüm koleksiyonlarımızı sergilediğimiz showroomumuzda, misafirlerimizi ağırlamaktan memnuniyet duyuyoruz.



Mücevherde sizce en önemli olgu nedir? Tasarım mı yoksa malzeme mi?

Aslına bakarsanız bu iki kavram, birbirine çok girmiş durumda. Mücevher üretiminde kullanabileceğiniz pek çok malzeme var. Dolayısıyla üretim esnasında size oldukça geniş bir perspektif sunuyor. Fakat bana göre tasarım çok daha önemli. Zira üretkenlik, tasarım ile hayat buluyor. Takının en önemli özelliği, kişiye ne hissettirdiği ve hangi duyguyla o takıyı tercih ettiğidir. Bu noktada ise ürünü öne çıkaran başlı başına en önemli olgu tasarımdan geçiyor.

Bir koleksiyonun hazırlık süreci sizin için nasıl ilerliyor?

Her şey fikirle başlıyor. Herhangi bir yer veya zamanda, bir tasarım fikri oluşabileceği için yanımda her zaman defter ve kalem bulunduruyorum. Aklıma gelenleri not ediyorum hatta bazen kabaca da olsa çiziyorum. Sonra bu fikri olgunlaştırarak, üç boyutlu ve gerçek boyutlu çizimlerini yapıyoruz. Zihnimde başlayan

tasarımın oluşumundaki tüm aşamalar somutlaştığında, üretim süreci ustaların ellerinde hayat buluyor.

Özellikle son dönemde yaşanan dijitalleşme, markanızı nasıl etkiledi?

Pandemi, insanları evlerine kapattı. Bu nedenle tüm dünya için zorlu bir süreç oldu. Pandeminin getirdiği yasakların olduğu dönemde, yalnızca mücevher sektörü değil, hemen her sektörde dijitalleşme ön plana çıktı. Tabii bundan bizim alanımız da payını aldı. Pek çok firmada fiziki satışlar durma noktasına geldi ve insanların alışveriş eğilimleri internete doğru kayd. Biz de www.ayserodoslu.com web sitemiz üzerinden satışlarımızı gerçekleştirmeye başladık. Markamızın hikâyesini, takipçilerimizle paylaşıyoruz.

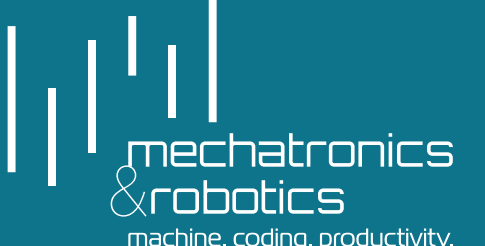
Yeni koleksiyonunuzda öne çıkan başlıklar nelerdir?

Yeni koleksiyonumuzda yüzde 100 el işçiliği ile ürettiğimiz bir çiçek figürünü, ortasında mavi topaz taşıyla süsledik. Geçmişten yadigar takılara güzellikle yaptık diyebilirim.

Tasarımlarınızda daha çok hangi taşları kullanıyorsunuz?

Tasarımlarımda pırlanta, yakut, zümrüt gibi birçok değerli taşın yanı sıra yarı değerli taşları da kullanıyorum. Yaz koleksiyonlarımda özellikle mercan ve turkuaz vazgeçilmezlerim arasında yer alıyor.




machine. coding. productivity.

ANAHTAR TESLİM OTOMASYON ÇÖZÜMLERİ

AUTHORIZED PARTNER


a coesia company




Official System Partner


Solution Partner


Automation Drives

Merkez

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

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

“Yüksek Katma Değerli Mühendislik Çözümleri”



E-Turquality Bilişim Yıldızları Programı ile bilişim sektöründeki şirketlerin ihracat faaliyetleri uçtan uca desteklenecek.



E-TURQUALITY BİLİŞİMİN Yıldızları Programı

Ü

retim ve hizmet sektörlerine sağlanan Turquality Destek Programı gibi ihracat gerçekleştiren bilişim girişimlerini bütüncül bir yaklaşımla desteklemeyi

amaçlayan "Türkiye Bilişim Sektörünün Uluslararasılaşması ve E-Turquality (Bilişimin Yıldızları) Programı Hakkında Karar" Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girdi.

Hizmet İhracatı Destek Program Paketi bünyesindeki "E-Turquality Programı", bilişim sektöründe heyecan uyandırdı. Yazılım ve tüm alt sektörlerinin desteklenmesi ve ihracatın ülke geneline yayılmasını amaçlayan programla Türk unicornların (Turcorn) artması bekleniyor.

İLK KEZ DESTEK KAPSAMINA ALINDI

Hizmet ihracatının tanımlanması, sınıflandırılması ve desteklenmesi hakkında karar ile sağlık turizmi, film/dizi ve eğitim sektörlerine ek olarak kültürel hizmetler, yaratıcı endüstriler, spor turizmi, fuarcılık, gayrimenkul, lojistik, yönetim danışmanlığı, yeşil hizmetler ve diğer hizmet sektörleri de destek kapsamına alındı. Sektörün

ihtiyaçlarıyla birebir örtüşen, "tam kalıp" destek unsurlarına yer verildi. Bu doğrultuda; eğitim sektöründe "Uluslararası Öğrenci Ofisleri Kapasite Geliştirme, Akademisyen İstihdam, Uluslararası Sıralama Destekleri", sağlık ve spor turizmi sektörlerinde "Komplikasyon ve Seyahat Sağlık Sigortası, İstihdam, Yabancı Dil ve Sağlık Turizmi Eğitimi, Sağlık ve Spor Turizmi Programının Yürütülmesi ve Sektörel Tanıtım Destekleri" ile kültürel ve yaratıcı endüstri hizmetleri sektöründe "Korsanla Mücadele Desteği" devreye girdi.

Karar ile uluslararası alanda "Türk Hizmeti" algısı ve pazar konumlanmasını güçlendirmek üzere tasarlanan "Ürün Yerleştirme Desteği" destek programı kapsamındaki tüm sektörler sunuldu. Diğer taraftan fuarcılık, gayrimenkul, spor turizmi, yeşil hizmetler ve diğer hizmetler sektörleri ilk kez destek kapsamına alındı.

BİLİŞİM SEKTÖRÜNE ÖZEL YENİ DESTEKLER

Türkiye Bilişim Sektörünün Uluslararasılaşması ve E-Turquality (Bilişimin Yıldızları Programı) Hakkında

Karar ile inovasyonun teşvik edilmesi ve uluslararası pazarlarda rekabet edebilecek bölgesel ve küresel unicornların oluşturulmasına yönelik bilişim sektörüne özel, yeni destek unsurları devreye alındı. AR-GE yoğun, yüksek teknolojiye veya katma değeri yüksek sektörlerdeki firmaların desteklenmesi amacıyla uygulamaya alınan karar, bilişim sektörünün tüm alt sektörlerini destekliyor.

Karar ile yazılım, dijital oyun, finansal yazılım ve teknolojiler, blok zinciri yazılım ve teknolojiler, yapay zekâ, büyük veri, siber güvenlik, akıllı şehir ile yeşil dönüşüm yazılım ve hizmetleri, telekomünikasyon, 5G kapsama alındı. Ayrıca bulut iletişim hizmetleri, veri merkezi, bilişim hizmetleri, sistem bakım ve destek hizmetleri ile dijital aracılık ve hizmet platformları yeni karar kapsamına dâhil oldu.

İnovasyonun teşvik edilmesi ve uluslararası pazarlarda rekabet edebilecek bölgesel ve küresel unicornların oluşturulmasına yönelik bilişim sektörüne özel yeni destek unsurlarını içeren E-Turquality Programı'nda uygulamada edinilen tecrübeler, sektörel talepler çerçevesinde, uygulanan çeşitli destek unsurlarının kapsamı genişletildi. Bazı destek uygulamalarında etkinlik ve hız artırıcı tedbirlere yer verildi. Böylelikle destek unsuru kapasitesi ve çeşitliliğinin artırılması amaçlandı. Ayrıca yerli ve millî yazılımların kullanılması için yerli malı kullanımı desteği oluşturuldu.

YURT DIŞI LOJİSTİK AĞLAR DESTEKLENECEK

Tedarik zincirinin önemli bir bileşeni olan yurt dışı lojistik ağlarının baştan

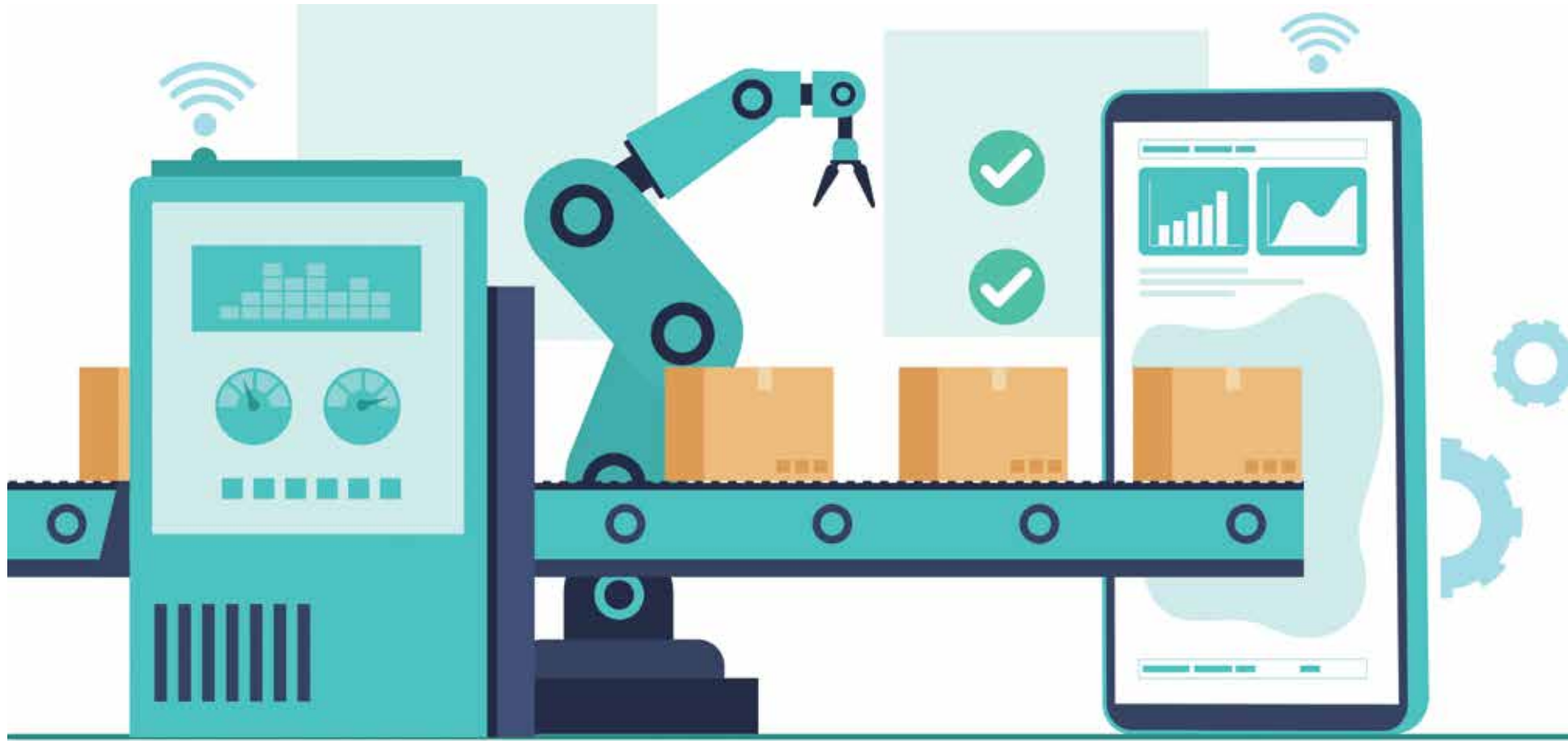


VERİMLİLİK ÖLÇÜLECEK

Desteklerin sürdürülebilir biçimde yönetilmesi ve kurumsallaşması, izleme ve performans analizinin takibini teminen E-Turquality (Bilişimin Yıldızları) Programı'nın kurumsallaştırılması ve sürdürülebilirliği ile ilgili mekanizmalar da tesis edildi. Bu kapsamda, bilişim sektörüne verilen desteklerin etkinliği ve verimliliği ölçülerek kamu kaynaklarının uygun biçimde kullanılması hedefleniyor.

sona bir sistem olarak ele alınmasını ve aşamalarına göre desteklenmesini sağlayacak destek programı da kapsama dâhil edildi. Yurt Dışı Lojistik Dağıtım Ağlarının Desteklenmesi Hakkında Karar, yurt dışı lojistik dağıtım ağlarının kurulması veya işletilmesine yönelik Türkiye'de yerleşik iş birliği kuruluşlarına ve kullanıcılara sağlanacak desteklere ilişkin hükümleri içeriyor. Karar ile yurt dışı lojistik dağıtım ağlarının kurulması veya işletilmesi bakımından stratejik önem arz eden tesis ve kuruluşların "yurt dışı stratejik varlık" (YSV) olarak kiralama ve işletme harcamalarının desteklenmesi öngörülüyor. Karar ile lojistik maliyetlerinin yıkıcı fiyat ve rekabet riskinden arındırılması, lojistik firmalarının finansmana erişiminin kolaylaştırılması ve navlun işlem maliyetlerinin azaltılması amacıyla yük sahiplerini ve taşımacılarını aynı platformda buluşturmak üzere navlun borsalarının kurulumu ve teknik altyapısının oluşturulmasına yönelik giderler destek kapsamına alınıyor.





T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'na bağlı 15 farklı sektör için Sanayi Teknik Komiteleri oluşturulacak.

15 SEKTÖRDE, SANAYİ teknik komiteleri kuruluyor

Türkiye'nin güçlü ekonomiye geçiş programı kapsamında T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, çalışmalarını hızlandırdı. Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren Sanayi Teknik Komiteleri için 15 farklı sektörde düğmeye basıldı.

Komiteler, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'na bağlı Sanayi Genel Müdürlüğü bünyesinde oluşturulacak. Genel Müdürlük tarafından belirlenen toplantı gündemi, yazılı veya elektronik ortamda üyelerine gönderilecek. Üyelerin, gündeme ilişkin talepleri yazılı

veya elektronik ortamda Sanayi Genel Müdürlüğü'ne iletilecek. Komite Başkanlığını Sanayi Genel Müdürü veya Genel Müdürlük Temsilcisi yürütecek. Komitelerde Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın yanı sıra ilgili diğer bakanlıklardan ve bakanlıkların ilgili genel müdürlüklerinden birer üye ile sektörden ihracatçı birlikleri, oda ve derneklerden üyeler görev alacak.

SANAYİ TEKNİK KOMİTELERİNİN AMAÇLARI

15 sektörde faaliyete başlayan tüm Sanayi Teknik Komiteleri; plan, program ve

stratejiler kapsamında ilke ve hedefler doğrultusunda harekete geçecek. Sanayi ve teknoloji politikalarının hazırlanmasında etkin rol alacak komite kurulları, ilgili mevzuatın hazırlanmasında ve uygulanmasında yapılacak çalışmalara altyapı oluşturacak. Sanayi Teknik Komiteleri aynı zamanda sektörün sorunlarını tespit ederek bu sorunların çözüm yollarını araştıracak. Gerekli hallerde teknik komite oluşturulmasını sağlayarak bu teknik komitenin çalışma usul ve esaslarını belirleyecek.

KOMİTELERİN GÖREVLERİ

İlgili sektörde sanayi politikasının, döngüsel ekonominin gereklerine uyumlu, dengeli ve süratli bir şekilde gelişmesini sağlamak. Yenilikçi çalışmaları teşvik etmek ve sanayiye yönelik vizyon oluşturmak, gerekli desteklerin sağlanması için ilgili kurum

FAALİYETE GEÇMESİ PLANLANAN SANAYİ TEKNİK KOMİTELERİ

- Basınçlı Ekipmanlar Sanayi Teknik Komitesi
- Deniz Teknolojileri ve Sanayisi Teknik Komitesi
- Deri ve Deri Ürünleri Sanayi Teknik Komitesi
- Elektrik-Elektronik Sanayi Teknik Komitesi
- Gaz Yakan Cihazlar Sanayi Teknik Komitesi
- İklimlendirme Sanayi Teknik Komitesi
- Makine Sanayi Teknik Komitesi
- Asansör Sanayi Teknik Komitesi
- İlaç Sanayi Teknik Komitesi
- Kimya Sanayi Teknik Komitesi
- Tekstil ve Hazır Giyim Sanayi Teknik Komitesi
- Toprak Ürünleri Sanayi Teknik Komitesi
- Orman Ürünleri, Kâğıt ve Mobilya Sanayi Teknik Komitesi
- Metal Sanayi Teknik Komitesi
- Raylı Sistemler Sanayi Teknik Komitesi hedefleniyor.

ve kuruluşlar arasında koordinasyonu sağlamak.

- İlgili sektöre ilişkin üretim, ithalat, ihracat bilgileri ile birlikte mevcut durumu tespit ve analiz etmek, değerlendirmelerde bulunmak.
- Kalkınma planları, program hedefleri ve stratejik planlarda yapılacak çalışmalara görüş ve öneriler sunmak.
- İlgili mevzuatta yapılacak çalışmalara görüş ve öneriler hazırlamak.
- Olağanüstü ve acil durumlarda sektörde yaşanan sorunları analiz ederek çözüm önerileri oluşturmak, ilgili kurum ve kuruluşlara önerilerini iletme.
- Avrupa Birliği teknik mevzuatı, ulusal mevzuat ve standardizasyon konularında bakanlık tarafından yürütülen uyumlaştırma, uygulama, etki analizi, piyasa gözetimi ve denetimi faaliyetlerinde gerekli iş birliğini sağlamak.



GİRİŞİM EKOSİSTEMİ



Baibars Kurucu Ortağı: Celal Çağlayan Erguvan

İlk İHA ihracatçısı olma yolunda: BAIBARS

2023'ün ikinci çeyreğinde yüzde 70 millilik oranını hedefleyen Baibars, Amerika Birleşik Devletleri'nde kurduğu "Baibars Mechatronics and Aviation Limited" şirketi ile hizmet vermeye başlayacak.

Tarımda otonom havacılık sistemlerinin geliştirilmesine 2015 yılından bu yana katkı sağlayan Baibars, ABD pazarında söz sahibi olmayı hedefliyor. Firmanın ürettiği drone'lar tarla bitkilerinde yüzde 30 ilaç, yüzde 80 su, yüzde 800 zaman tasarrufu imkânı tanıyor. Bununla beraber yüzde 15'lik mahsul kaybının da önüne geçen yeni jenerasyon sistemlerle Baibars, bugün Türkiye'nin en yüksek kapasiteli yerli üretim zirai insansız hava aracı olma unvanına sahip.

Baibars'ın kuruluş hikâyesi nasıl başladı?

Celal Çağlayan Erguvan ve İsmail Geyik tarafından 2015 yılında, Türk çiftçilerinin teknolojik ihtiyaçlarını, millî imkânlarla karşılamak için temellerimiz Mersin'de atıldı. 2021 yılında Baibars Mekatronik Havacılık ve Tarım Sanayi çatısı altında birleşerek tarımda otonom havacılık sistemlerinin geliştirilmesi, üretimi, sistem entegrasyonu ve yaşam döngüsü destek süreçlerinde Türkiye'de öncü konuma gelmeyi hedefliyoruz. İthal cihazdan sonra Türkiye'de en çok tercih edilen

marka Baibars olarak, dayanıklılığı ve performansı ile öne çıkan, çevreye ve insana duyarlı bir millî teknoloji firması olma vizyonunu benimsiyoruz.

Ana ürününüz Baibars drone hakkında bilgi verir misiniz? Ne gibi avantajlar sunuyor?

Baibars drone, herhangi bir devlet kurumu veya fon desteği almadan, Türk hava sahasında 50'nin üzerinde aktif insansız hava araçları ile 10 bin saatin üzerinde operasyon tecrübesine sahip. Sistemler özellikle tarla bitkilerinde yüzde

30 ilaç, yüzde 80 su, yüzde 800 zaman tasarrufunun yanı sıra konvansiyonel yöntemde çığneme sonucu ortaya çıkan yüzde 15'lik mahsul kaybının da önüne geçiyor. Baibars zirai insansız hava araçları Edirne, Tekirdağ, İzmir, Manisa, Aydın, Konya, Adana, Mersin, Şanlıurfa ve Mardin'de muhtelif tarla bitkilerinde bitki besleme ve bitki koruma uygulamaları yapıyor.

Zirai insansız hava araçlarının sektöre ne gibi katkısı var?

2022'nin ilk çeyreği itibarıyla yüzde 40 yerlilik oranı yakalayan Baibars, 2023'ün ikinci çeyreği ile beraber yüzde 70 millilik oranı hedefliyor. Uluslararası havacılık ve otonom uçuşla ilgili gelişmeleri çok yakından ve devamlı takip eden Baibars, yaşanan etkileşimleri şirket uygulamalarına daimî olarak yansıtıyor. Karbon salımının gezegene olan zararının bilincinde olan Baibars, tarımda otonom havacılık sistemlerin gelişmesine öncülük etme misyonu doğrultusunda 2023 yılı itibarıyla ürünlerinin operasyonunda "sıfır" karbon emisyonu doğrultusunda çalışmalarını sürdürüyor. Baibars Mekatronik Havacılık, çiftçilerin ve tarımın ihtiyaçlarını öngörmüş teknoloji ve sistemsel yatırımlarıyla ihtiyaçlara anında çözüm üretiyor. Şirketimiz, üretiminin gelecek vizyonu kapsamında cihaz, malzeme, yazılım ve makine yatırımlarına devam ediyor.

Son yaptığımız projenizi kısaca anlatır mısınız?

2015 yılında Türkiye'de ilk olarak 10 litre kapasiteli birinci jenerasyon zirai insansız hava araçlarının AR-GE sürecini



başlatan Makine Mühendisi İsmail Geyik, 2019 yılında ikinci jenerasyon sistemleri üretmeye başladı. 2020 yılında pandemi sonrası ABD'den Türkiye'ye dönen Mekatronik Mühendisi Celal Çağlayan Erguvan ile üçüncü jenerasyon tam otonom sistemlerin AR-GE sürecini geliştirdi. Vecihi Hürkuş tarafından 1923 yılında inşasına başlanıp 1924 yılında tamamlanan ve ilk Türk uçağı olma unvanına sahip VECİHİ K-VI Baibars'ın ilk seri üretim cihazı olan Baibars K-VI'ya ilham ve isim kaynağı oldu. Seri üretimi, 2021 yılında başlayan Baibars K-VI, ilaçlama firmaları ve çiftçiler tarafından yoğun ilgi gördü. Filo olarak Ege Bölgesi'nde binlerce saat uçtu. Baibars K-VI, saha ve çiftçi talepleri doğrultusunda bitki sistemleri aynı kalarak yine Vecihi Hürkuş'un isminden esinlenerek VH-10 olarak yeni bir kompozit gövde üzerinde konuşlandı. Baibars VH-10 hâlâ Türkiye'de en çok tercih edilen tam otonom yerli üretim zirai insansız hava aracıdır. Ardından 20 ve 30 litre kapasiteye sahip VH-20 ve VH-30 serilerinin üretimine başlandı. VH-30 hâlihazırda en yüksek kapasiteli yerli üretim zirai insansız hava aracı olma unvanına sahip.

2022 hedefleriniz arasında neler var?

Baibars, 2022'nin son çeyreğinden itibaren Amerika Birleşik Devletleri'nde kurduğu "Baibars Mechatronics and Aviation Limited" şirketi ile hizmet vermeye başlayacak. Bu, aynı zamanda Türkiye'nin ABD'ye ilk insansız hava aracı ihracatı olacak. Baibars'ın söz sahibi olmayı planladığı pazar ABD pazarıdır.

TİM TEB Girişim Evi, Türkiye ekosistemine katkı sağlıyor.



SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RÖPORTAJ

Simge Soyel

Tarımda sürdürülebilirlik, verimlilik ve otonomi

MOVE ON

Yapay zekâ destekli geliştirdiği teknolojilerle tarımda verimsizliğin önüne geçen MOVE ON, tarımsal veri analizi ve öngörü platformu çözümleri sunuyor.

T

ASAI ve TAS çözümleriyle dikkat çeken MOVE ON, tarım sektörünün standartlarını yeniden belirliyor. Çiftçi çocuğu bir grup mühendis ekibin

kurduğu yalın girişim; bilgisayarlı görüş, yapay zekâ yazılımları, sensör füzyonu ve IoT teknolojileri ile yeni nesil tarımsal çözümler geliştiriyor.

MOVE ON, hangi fikirden yola çıkarak kuruldu?

MOVE ON, 2019 yılında TÜBİTAK BIGG desteği ile çiftçi çocuğu mühendis ekiplerin kurduğu bir girişimdir. Tarımın vazgeçilmezi traktörlerin efektif kullanılmamasından kaynaklı gerçekleşen, gereksiz yakıt/tohum/gübre ve verimsizlik maliyetleri fikrin gelişmesini sağladı. Küresel nüfus artışına karşı tarımsal nüfus azalışı ile oluşan kalifiye operatör gerekliliğini azaltmak ve tarımda insan gücü kullanımını sifra indirmek üzere traktörler için otonom sürüş kitleri geliştirmek, yapay zekâ tabanlı tarımsal veri analizi ve öngörü platformu çözümleri sunmak üzere çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Teknolojiyi bilen ve geliştiren çiftçi çocukları olarak, tarımda tespit ettiğimiz problemler ve geliştirdiğimiz/geliştireceğimiz çözümlerin tamamı kendi çiftliklerimizde tarım hayatının içinde karşılaştığımız konulardır. Yüksek mühendisler olarak teknolojiyi de bilmemizle tarımsal yapay zekâ teknolojileri üzerine ürünler geliştiriyoruz.

Markanız özelinde, sürdürülebilirlik ile neyi amaçlıyorsunuz?

MOVE ON, adından da yola çıkarak tarımda gelişimi ve geliştirmeyi sürdürmek üzere çalışıyor. Tarımda insan gücü kullanımını, seviye 4 otonomi ile sifra indirmeyi ve verimlilik artırıcı yazılım çözümlerini yapay zekâ tekniklerini kullanarak tarıma sunmayı hedefliyoruz. Çiftçi çocuğu mühendis ekipler olarak tarımda geçmiş yüzyılda gerçekleşen yeşil devrimi, günümüzde ve gelecekte yapay zekâ teknolojisi ile yeşil mutabakat kapsamında uygulamak ve yeni nesil teknolojilerle tarımın sürdürülebilirliğini, verimliliğini ve otonomi kazanmasını amaçlıyoruz.

Yapay zekâ üzerinden tarım teknolojileri ile sağladığınız avantajlar neler?

MOVE ON olarak yapay zekâ, bilgisayarlı görüş yazılımları ve sensör füzyonu, IoT teknolojilerini kullanarak yeni nesil tarımsal çözümler geliştiriyoruz. Traktörleri otonom hâle getiren TASAI adlı kitimiz ve traktörleri eller serbest sürüş yaptrabilen TAS adlı kitimiz ile marka-model-eski-yeni ve sıfır-ikinci el olmak üzere bütün traktörlerin üzerine kameralar ve sensörler ekleyerek traktörlere yapay zekâ ile otonom sürüş kabiliyeti kazandırabiliyoruz. Traktörün üzerinden anlık aldığımız kamera görüntülerini, yapay zekâ ile anlamlandırarak dinamik bir şekilde rota çıkarımı



TİM TEB GİRİŞİM EVİ, İLK DESTEKÇİMİZ OLDU

TİM TEB Girişim Evi, ihracat kanadında TİM, girişim bankacılığı kanadında TEB olmak üzere yeni nesil start-up'ların en büyük destekçileri arasında yer alıyor. MOVE ON'un hikâyesinin başlangıcı, MVP ve patentimizle 2017 yılına kadar uzanıyor. 2019 yılında ise TİM TEB Girişim Evi, TÜBİTAK'ın uygulama kuruluğu olarak MOVE ON'un ilk destekçisi oldu. Bu anlamda MOVE ON gibi yenilikçi teknolojiler geliştiren ve çıkıcı inovasyonun liderleri olan girişimlerin ve start-up'ların desteklenmesi, yol alması ve ilerlemesine katkı sağlanması çok önemli.

yapabiliyoruz. Otonom sürüş sırasında traktörün önüne bir engel (insan, hayvan, sulama kuyusu, elektrik direği gibi) çıkması durumunda traktörü durdurabiliyoruz. Ekim sırasında tarlayı/toprağı gördüğümüz için toprak analizi, ekim sonrası operasyonlar sayesinde bitki sağlığı analizi, verim tahmini, değişken oranlı ilaçlama/gübreleme gibi yapay zekâ tabanlı çözümler geliştiriyoruz. Tarımsal veri analizi ve öngörü platformu ile 5G teknolojisi üzerinden sahada çalışan TASAI ve TAS kitlelerimizle uzak haberleşme çözümleri çalışabiliyor ve sahada otonom çalışan traktörlerden alınan görseller ve sensör verileri ile bulut tabanlı çalışan SaaS yapay zekâ yazılımları geliştiriyoruz.

Bugün tarımın en büyük problemi veri(m) sızlık konularına sahada TASAI ve TAS kitlelerimizden alınan verileri, meteoroloji verilerini, uydudan alınan verileri, çiftçilerin kullandıkları mobil uygulamalardan alınan verileri depolayarak, geçmiş verilerden öğrenerek geleceğe dair öngörüler/aksiyonlar çıkaran yapay zekâ tabanlı çözümümüzü platform olarak sunuyoruz.

Tarım sektörü, beklenen gıda krizi ile beraber çok daha önemli bir hâle geldi. Sizin bu konudaki düşünceleriniz nedir?

Tarımı bilen kişiler olarak bizim tarafımızdan bakıldığında, tarım aslında hep önemliydi. İnsanoğlunun ilk mesleği tarımın temelleri ile insanlık, bugün uzay teknolojileri geliştirebiliyor. "Millî ekonominin temeli ziraattir." cümlesi ile değişim ve dönüşümün tarımdan başladığı, temelin tarım olduğu bilincini tüm insanlık olarak 50 yıl öncesine kadar biliyorduk. Bir nesil öncesine kadar tarım toplumuyduk. Fakat son yıllarda tarımdan uzaklaştık. İnsanların tarıma olan bakışı, tarımsal bilgisizlik temelliydi. Son dönemde gerçekleşen pandemi ve Rusya-Ukrayna krizi, tarımın önemini dünyaya tekrar hatırlattı. Burada tarımın, yeşil devrimin, tarımsal mekanizasyonun ve gelişimin hikâyesini bilerek, aynı zamanda yapay zekâ ve IoT gibi günümüz teknolojilerinin de tarımı kalkındırabilme potansiyelini görerek çalışmaya, tarımsal çözümler geliştirmeye, teknolojilerin tarıma uyarlanmasına devam etmemiz gerekli.



MOVE ON Kurucu ve CEO'su
Ömer Faruk Koç



Binlerce yıldan günümüze gelen gizemleriyle MISIR

O kadar eski, o kadar sırlarla dolu ki... Mısır'ın gizem dolu tarihini kimileri 3 bin, kimileri 5 bin, kimileri de 7 bin yıl öncesine dayandırıyor.

NEDEN Mİ GİZEMLİ? Mumyaları, piramitleri, lahitleri, şifa yöntemleri, etkileyici renkli hiyeroglif yazıları, tanrıların temsilcisi ve oğlu olduğuna halkı ikna edebilen firavunları, çirkin olmasına rağmen kralları ve imparatorları kendine aşık eden Kleopatra'sı... Yetmez mi?

İŞTE SİZE GİZEMLİ MISIR UYGARLIĞI
Haydi gelin önce onlarca filmle, yüzlerce kitaba konu olan Mısır halkının inanışlarına ve tanrılarına bir göz atalım.

Mısır inanç sisteminde, pek çok tanrı var. Mısırlılar da karşısında güçsüz olduğuna inandığı her şey için bir tanrı belirlemiş. Ateşin, suyun, güneşin, avın, sağlığın, üremenin, ürünün onlarca tanrısı var.

İşte kutsal kabul edilen firavun hem tüm bu tanrıların temsilcisi hem de yönetimin başı. Aslında kendisini tanrı kabul etmiş, ettirmiş. Öyle ya o tanrılara bir temsilci lazım. O temsilci kim olacak? Elbette firavun. Böylece aynı anda hem çok tanrı hem de tek tanrı kavramı yaratılmış.

Yüzyıllar boyunca Mısır'ı yöneten firavunlar, toplamda 26 hanedandan gelmiş. Ptolemaios Hanedanı'nın son hükümdarı, Kleopatra'nın ölümüne kadar da devam etmiş.

Bu firavunlar, tanrılar ve insanlar arasında aracılık ediyorlarmış. Bu şekilde hem dini hem ülkeyi hem de insanları yönetiyorlarmış. Yasaları onlar çıkarıyor, vergileri onlar topluyor, tapınakları ve mezarları onlar yaptırıyor, tanrılar aracılığıyla iklimi, ürünlerin verimliliğini, dengeyi, düzeni, uyumu, ahlaki hep onlar belirliyormuş.

Firavun olmak için anneden soylu bir kan taşımak zorunluymuş. Soylu erkekler, soylu bir kadınla evlenerek tahtta yükseltilirlermiş.

Eski Mısır siyasi tarihi, temelde üç kısma ayrılmış: Eski Krallık, Orta Krallık, Yeni Krallık. Aralarda da bir önceki krallık dönemi ile bir sonraki arasında geçişin olduğu "Geçiş Dönemleri" olmuş.

Gelelim o gizemli tanrılara. Mısır'da tanrıların farklı görevleri var. En





çok tapınılan, bulmacalardan adını bildiğimiz “Ra”.

Başlangıçta gökyüzü tanrıçası “Nut” ile yeryüzü tanrısı “Geb” arasındaki birliktelikten Osiris, İsis, Seth ve Neftis adında dört çocuk doğuyor.

Yüzyıllar boyunca Mısır'ı yöneten firavunlar, toplamda 26 hanedandan gelmiş. Ptolemaios Hanedanı'nın son hükümdarı, Kleopatra'nın ölümüne kadar da devam etmiş.

Başlıca büyük tanrıları; Tanrı Osiris, eşi İsis ve oğulları Horus. Ama Osiris, kardeşi Seth tarafından öldürülüyor ve yeraltı dünyasının hükümdarı oluyor. Neyse ki oğlu iyi evlat Horus, amcasını devirip dünyanın hükümdarı oluyor ve bütün firavunlar onun vücutlaşmış

şekli sayılıyor. Ülkede, bu tanrılara adanmış pek çok tapınak var.

DÜNYANIN EN BÜYÜK TAPINAĞI

Baş tanrı, ilk tanrı, tanrıların tanrısı Amon için yapılan Karnak'daki tapınak, dünyanın en büyük dini yapısı kabul ediliyor.

Tamamlanması 2 bin yıldan fazla süren 20 metre yüksekliğinde duvarlarla çevrili tapınak, 800 metre genişliğinde ve 1,5 kilometre uzunluğunda bir alan üzerinde kurulu. Tapınakta şu ana dek 8 bin adak taşı, 450 heykel ve 10'a yakın sfenks keşfedilmiş.

Her firavun, kendinden önceki firavunun yaptığı eklemelerden fazlasını yapınca böylesine büyük bir tapınak ortaya çıkmış.

EPAL palet üretimi 2021'de rekor seviyeye yükseldi

AVRUPA PALET BİRLİĞİ (European Pallet Association e.V.-EPAL), 2021'de EPAL Euro palet havuzu büyümesini sürdürdü. İlk kez bir yıl içinde 100 milyondan fazla yeni EPAL Euro palet üretildi.

101,3 MİLYON YENİ EPAL EURO PALET İLE REKOR SONUÇ

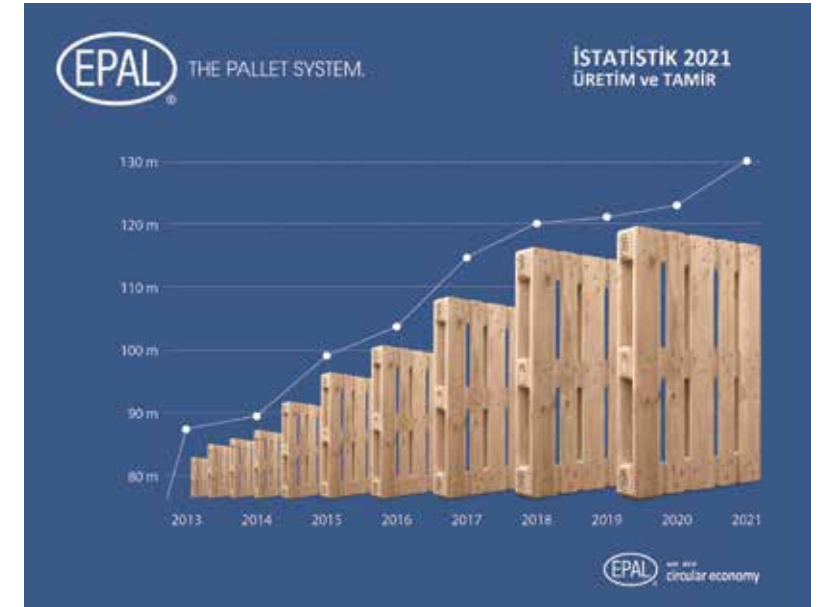
101,3 milyon yeni EPAL Euro paletin rekor sonucu, bir önceki yıla göre (üretim 2020: 96,1 milyon EPAL Euro palet) yüzde 5,5'lik bir büyümeye karşılık geliyor. Onarım alanında da yüzde 7,6'lık önemli bir artış kaydedildi. Özellikle dikkat çeken, yüzde 66,7 artışla 288.149 EPAL Gitterbox (Telli kasa) üretimi oldu. 2021 yılında tüm EPAL yük taşıyıcılarının toplam üretim ve onarım hacmi 130,8 milyon palet (+ %6) idi.

EPAL Başkanı Robert Holliger: “2021, büyük zorluklarla dolu bir yıldır. Bir yandan korona pandemisinin beklenen gelişmesinin ardından ekonomik iyileşme ile EPAL yük taşıyıcıları için önemli bir talep yarattı. Öte yandan ahşap fiyatlarındaki ciddi artışlar ve kıtlık, EPAL Euro palet üreticileri ve tamircileri için durumu oldukça zorlaştırdı. Ahşap kıtlığına rağmen EPAL Euro paletlerin üretimini artırmanın mümkün olmasından özellikle gurur duyuyoruz. Bu olağanüstü sonuç için EPAL lisans sahiplerine ve EPAL Euro palet kullanıcılarına teşekkür ederiz.”

SANAYİ VE TİCARETİN TEDARİK ZİNCİRLERİNİN GÜVENCE ALTINA ALINMASI

2021 baharında ahşabın kıtlığı ve fiyatındaki artış nedeniyle endüstriyel ve perakende kullanıcılar için yeterli sayıda EPAL Euro palet tedarik etmenin mümkün olmayacağına dair endişeler vardı. Geriye bakıldığında bu endişenin yersiz olduğu kanıtlandı. EPAL Euro palet havuzu, 2021'de sanayi ve perakende ile tedarik zincirleri için güvenilir bir ortak olmaya devam etti ve EPAL Euro paletlerinin sürekli kullanılabilirliğini sağladı.

EPAL CEO'su Bernd Dörre: "Kullanıcıların açık EPAL Euro palet havuzuna duydukları yüksek güven, EPAL Euro palet-



lerinin uluslararası lojistik sektörü için ne kadar önemli olduğunu da kanıtıyor. EPAL Euro paletlerinin kullanımı, lojistik süreçlerin verimliliğini ve güvenliğini sağlamanın yanı sıra kullanıcıların sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmalarına da yardımcı olur. EPAL Euro paletlerinin yeniden kullanılması, ahşap kaynaklarını korur; üretim ve nakliyeden kaynaklanan CO₂ emisyonlarını azaltır. EPAL Euro palet havuzu, sürdürülebilir döngüsel ekonominin başlıca örneğidir. Bu sebeple açık palet alışverişindeki katılımcı sayısının sürekli artması ve bu-

nun EPAL Euro palet üretiminde rekor sonuca yol açması pek şaşırtmadı.”

Ukrayna'daki savaşın önemli etkileri nedeniyle rekor sonucunun 2022'de tekrarlanıp tekrarlanamayacağını değerlendirmek şu anda zor. Ancak EPAL Euro palet üretimindeki büyüme, 2022 yılının ilk çeyreğinde de devam etti. Bu da EPAL Euro paletlerinin güvenli temini garanti ediyor.



EPAL HAKKINDA

Uluslararası bir dernek olan Avrupa Palet Birliği [European Pallet Association e.V. (EPAL)], EPAL Euro palet değişim havuzunu düzenler. EPAL Euro paletleri, Avrupa'daki sanayi ve ticaret tedarik zincirlerinin temelini oluşturur. EPAL markası, lojistikte kalite, güvenlik ve sürdürülebilirliği temsil eder. Şu anda dolaşımda olan yaklaşık 625 milyon EPAL Euro paleti ve yaklaşık 20 milyon EPAL Gitterbox (Telli Kasa) 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. 1991 yılında değiştirilebilir Euro paletler için uluslararası bir dernek olarak kurulan EPAL, şu anda 30'dan fazla ülkede Ulusal Komiteler ve Temsilciler ile aktif çalışıyor. EPAL'in faaliyetlerinin odak noktası, uluslararası EPAL Euro palet değişim havuzunun organizasyonu ve EPAL Euro paletleri, EPAL Gitterbox (Telli Kasa) ve diğer EPAL yük taşıyıcılarının üretim ve onarımının kalite güvencesidir. Yeniden kullanım, değişim, onarım ve geri dönüşüm ilkelerine sahip EPAL Euro palet değişim havuzu, otuz yılı aşkın süredir sürdürülebilir döngüsel ekonominin başlıca örneği olmuştur. Aşıptan yapılan EPAL Euro paletler, iklim korumasına önemli bir katkı sağlar. CO₂ depolar, israfı önlerler ve yeniden kullanım, değişim, onarım ve geri dönüşüm yoluyla endüstri, ticaret ve lojistikteki kullanıcıların karbon ayak izi olan CO₂ dengesini iyileştirir.



Belçika asıllı mühendis ve piramit araştırmacısı Robert Bauval, Gize Piramitleri'nin dizilişleri ile ilgili müthiş bir keşifte bulundu. Robert Bauval'ın araştırmalarının sonucunda Orion yıldızının kemer yıldızları olan Alnilam, Alniak ve Mintaka yıldızlarının gökteki konumu, Keops, Kefren ve Mikerinos piramitlerinin dizilişinin iz düşümüdür.

Firavunlar temsil ettikleri tanrılara tapınaklar inşa ettirirken içleri öteki dünyada kullanacağı kıymetli eşyalarla dolu lahitler için de o gizemli piramitleri yaptırmayı ihmal etmemiş.

PİRAMİTLER

Şu ana dek yaklaşık 140 tanesi bulunan piramitlerin en ünlüleri Kefren, Keops ve Mikerinos isimli piramitlerden oluşan Gize Piramitleri'dir.

İçlerinden Keops, dünyanın yedi harikısından biri kabul ediliyor. Üstelik de o harikalardan günümüze kadar gelebilen sadece bu piramit olmuş.

Arkeologların ve bilim insanlarının hesaplamalarına göre Keops, zamanda "dünyanın merkezi" noktasını



oluşturuyor. Milattan önce 2500'lü yıllarda tamamlanan piramidin yapımında, tam 2 milyon 300 bin tane taş blok kullanılmış. Sanılanın aksine bu piramidi de diğerleri gibi köleler değil, maaşlı işçiler inşa etmiş.

6 milyon tonluk, 140 metre yüksekliğe sahip olan piramidin açılı Nil Nehri'nin deltasını iki eşit parçaya bölüyormuş. Bir başka şaşırtıcı bilgi ise piramidin taban çevresinin yüksekliğinin iki katına bölünmesinin Pi Sayısı'nı veriyor olması. Hani şu ünlü 3,14 sayısı. Bitmedi, bu piramit aynı zamanda dev bir güneş saati de... Ekim ortasından mart başına dek düşürdüğü gölgeler, yılın uzunluğunu ve mevsimlerini gösteriyor. Piramidi çeviren taş levhaların uzunluğu ise bir günün gölge uzunluğuna eş değer.

Türkiye'den Tüm Dünyaya



70 AR-GE
MÜHENDİSİ



DÜNYANIN 69
ÜLKESİNE İHRACAT



ALANINDA TÜRKİYE İHRACATININ
TEK BAŞINA %75'İ



ŞİRKET GRUBU VE
TEDARİKÇİLERİMİZ İLE
1.500 KİŞİLİK EKOSİSTEM



650 KİŞİLİK
İSTİHDAM



ALANINDA AMERİKA'YA
TÜM DÜNYADAN İHRACATTA
3. EN BÜYÜK FİRMA



TAM OTOMASYONA
SAHİP 3 TESİS



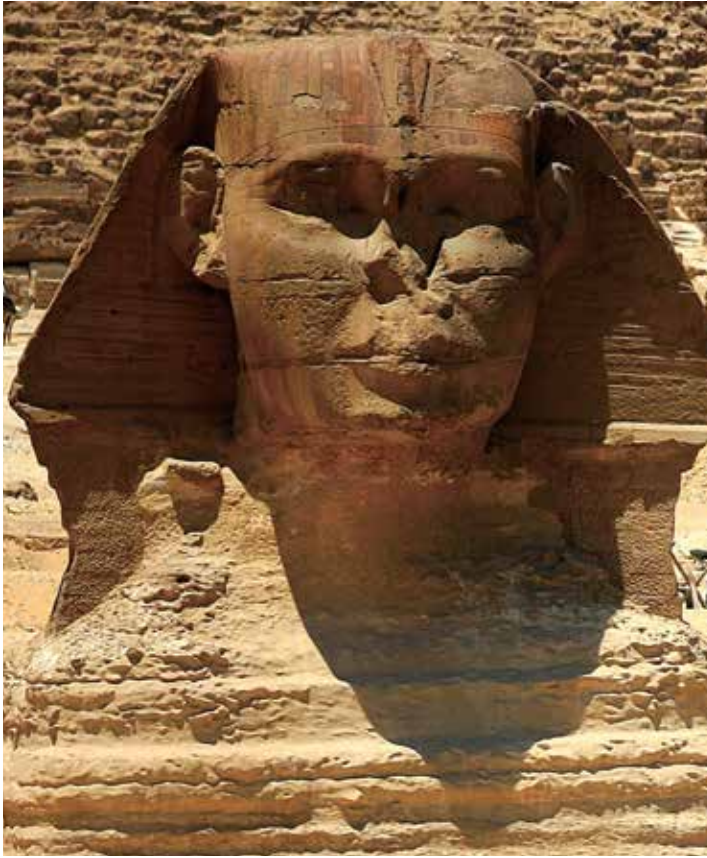
1 AR-GE MERKEZİ



YILDA 450.000 ÜRÜNLÜK
ÜRETİM KAPASİTESİ



ALANINDA AMERİKA'DA
3 KEZ YILIN ÜRÜNÜ ÖDÜLÜ



Diğer piramit Kefren de tıpkı Keops gibi gizemlerle dolu. O da pusulanın yönlerine oturtulup, aynı yükseklik oranıyla Pisagor'un ünlü 3:4:5 üçgenine uyumlu inşa edilmiş. Tüm piramitler gibi Kefren'in de girişi, kuzey yönüne bakıyor.

SFENKS

Mısır turlarının vazgeçilmezlerinden Sfenks de yine bu bölgede yer alıyor. Yarı aslan yarı insan formundaki yapıda oluşan aşınmaların, sudan kaynaklı olduğu biliniyor. Böylesi bir aşınma oluşabilmesi için bölgenin, o çağlarda aşırı yağışlı hatta su baskınları yaşayacak kadar çok yağışlı olması gerekiyor.

Güneş ile bağlantılı olduğu düşünüldüğü için aslan, Mısırlılar tarafından kutsal sayılan önemli bir hayvan. Belki de bu sebeple 20 metre yüksekliğinde, 73 metre uzunluğundaki sfenksin gövdesi de aslana benziyor olabilir. Sfenksin ön ayaklarının arasında ise bir tapınak bulunuyor.



MUMYALAMA

Gelelim o piramitlere, firavunların nasıl uğurlandığına... Yani mumyalamaya... Bir cesedin mumyalanma sürecinin tamamlanması, yaklaşık 70 gün sürüyor. Vücut öldükten sonra birkaç gün bekletilir sonra potasyuma batırılır ve yedi gün kadar daha bekletilir. Öteki dünyada yargılamada kullanılacak en değerli organ kalp ayrıca saklanır, diğer tüm organlar bedenden koltuk altında açılan bir kesikten çıkarılmış. Beyin ise çok önemli kabul edilmediğinden burundan sokulan bir pipet ile çekip çıkarılmış. Çıkarılan iç organlar, dört özel çömleğe konurmuş.

Vücudun kalanı 40 gün tuzda bekletilir, kuruması için bolca yağlanmış. En sonra da reçine ve uçağa batırılan talaş ile doldurulan vücut aralarına değerli madenlerin ve taşların bulunduğu sargılarla sarılır böylece mumyalama işlemi tamamlanmıştır.

MARKAYI

başarıya götüren yol...

adres patent
"Katma Değerli Hizmet Merkezi"



Adres Patent		Levent Cd. Krizantem Sk. No:33 Levent / Beşiktaş / İSTANBUL - info@adrespatent.com		www.adrespatent.com.tr	
İSTANBUL - LEVENT	0(212) 347 89 89	İSTANBUL - BEŞİKTAŞ	0(212) 272 60 48	MERKEZ	0(212) 890 55 50
ANKARA	0(312) 232 62 85	İZMİR	0(232) 425 20 40	DENİZLİ	0(258) 265 69 12
ANTALYA	0(242) 321 00 89	LONORA	+44(0)735 272 59 53	ERZURUM	0(431) 549 43 70
MANİSA TEKNİK MERKEZİ	0(262) 676 82 45	ANADOLU	0(216) 386 26 88	ERZURUM	0(431) 549 43 70

adres patent
"Katma Değerli Hizmet Merkezi"
www.adrespatent.com.tr

TEPAV araştırması, hedef alınan sektörlerde kaydedilmesi gereken çok mesafe olduğunu gösteriyor.

tepav

Türk şirketleri Yeşil Mutabakat'a ne kadar hazır?

T

ürkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı (TEPAV), Avrupa Birliği'nin (AB) Sınırdaki Karbon Düzenlemesi Mekanizması (SKDM)

kapsamına alınan demir-çelik, alüminyum ve çimento sektörlerinin, Yeşil Mutabakat ve yeşil dönüşüm süreçlerine hazırlık düzeylerinin ölçülmesini hedefleyen bir çalışma gerçekleştirdi.

Türkiye ekonomisi için hayati önem taşıyan bu üç sektör, enerji kullanımı ve karbon salımı görece yoğun sektörler olma niteliğinden ötürü AB tarafından Sınırdaki Karbon Düzenlemesi kapsamına alındı. AB dışında üretilen ürünlere, üretimlerinin yol açtığı karbon ayak izi ölçüsünde ilave maliyet getiren mekanizma, Türkiye'nin rekabet gücünü etkilemesi olasılığı bulunduğundan sanayimizi iklim değişikliği ve karbon salımları konusunda acil adım atmaya zorluyor.

Çalışma kapsamında, Yeşil Mutabakat'a hazırlık düzeyini ölçme amacıyla söz konusu üç sektörde toplam 68 firmanın

katılımıyla genel üretim verileri, karbon ayak izi hesaplaması ve kullandıkları enerjinin dağılımına ilişkin soruları içeren bir anket çalışması yapıldı. Ayrıca toplam 23 firmayla sektörlerin iklim krizine ilişkin farkındalıkları, temiz enerjiye geçiş süreçleri, Yeşil Mutabakat ve yeşil dönüşüm gibi konulardaki beklentilerine ilişkin derinlemesine mülakatlar gerçekleştirildi.

TEPAV ANKET BULGULARINA GÖRE:

- Ankete katılan şirketlerin yüzde 46'sı ihracat yaptığını, bunların yüzde 90'ı ise AB'ye de ihracat yaptığını belirtti. Bu oranlar, söz konusu firmalar için yeşil dönüşümün önemini gözler önüne seriyor.
- Ankete katılan her dört şirketten yalnızca biri karbon ayak izini hesapladığını ifade ediyor. Demir-çelik ve çimento sektörlerinde karbon ayak izini hesaplayan şirket oranı yüzde 40 civarındayken alüminyum sektöründe bu oran yüzde 10 düzeyinde kalıyor.
- Benzer biçimde, demir-çelik ve çimento sektörlerinde kurumsal karbonsuzlaşma politikası olduğunu ifade eden şirketlerin oranı üçte bir düzeyindeyken, alüminyumda bu oran yüzde 15.
- Üretim işlemlerinde hidrokarbon kullanımı demir-çelik sektöründe daha yaygınken şirketlerin mevcut enerji kaynaklarını değiştirmekte isteksiz olduğu da tespit edildi. Ankete katılan tüm şirketlerin yalnızca yüzde 18'i gelecekte yenilenebilir enerji kullanmak istediğini belirtti.

TEPAV'IN YEŞİL MUTABAKAT SÜRECİNE İLİŞKİN DERİNLEMESİNE MÜLAKATLARINDA:

- 23 firmanın yalnızca dördünün

TEPAV ANKETİ VE DERİNLEMESİNE MÜLAKATLAR

TEPAV çalışması kapsamında düzenlenen ankete 35'i alüminyum üreticisi, 20'si çimento üreticisi ve 13'ü demir-çelik üreticisi 68 firma katıldı.

TEPAV çalışması kapsamında yapılan derinlemesine mülakatlar; 11'i alüminyum üreticisi, 10'u çimento üreticisi ve ikisi demir-çelik üreticisi olmak üzere toplam 23 firma ile gerçekleştirildi.



TEPAV Kurucu Direktörü
GÜVEN SAK

"ŞİRKETLER, TÜRKİYE'DE YAPILACAK DÜZENLEMELERİ GÖRMEK İÇİN BEKLİYOR"

Araştırmamızın en can alıcı sonuçlarından biri şu: Firmalarımızda sürdürülebilirlik ve yeşil dönüşüm konusunda uzmanlaşan bir birim yok. Demir-çelik ve çimentoda firmaların üçte birinin, alüminyumda ise ancak onda birinin karbonizasyon konusunda bir çerçevesi var. Şirketlerde karşı karşıya olunan meseleyle ve bu meselenin kalıcılığıyla ilgili farkındalığın olmadığını görüyoruz.

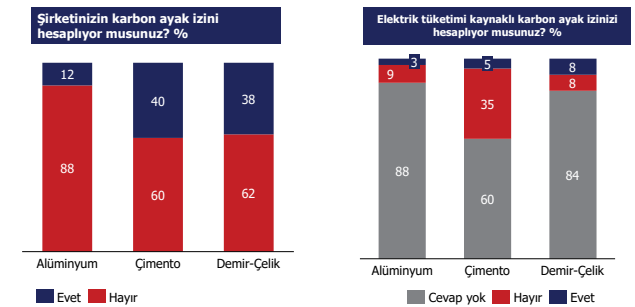
Diğer bir konu şu: Şirketler, Türkiye'de yapılacak düzenlemeleri görmek için bekliyor. Paris İklim Anlaşması çerçevesinde Türkiye'nin karbon salımındaki azaltım için 2053 net sıfır hedefiyle uyumlu yeni niyet beyanını açıklamasını bekliyoruz. Gelecek yıl emisyon ticaret sisteminin nasıl tasarlanacağına ilişkin çerçeve ortaya çıkacak. Türkiye'nin iklim politikasının ne olduğunu, nasıl işleyeceğini idare açıklayacak. Elektrik sektöründe kömürden hızla çıkmazsak şirketlerin canını yakacak bir karbon fiyatı düzenlemesi tasarlamak zorunlu hâle gelecek. Bu siyasi kararların acilen alınması gerekiyor.

Avrupa Birliği'nin ne istediği şekillenmeye başladı. İlk olarak bu sınırdaki karbon düzenlemesi mekanizmasını nasıl işleteceğini takip etmek gerekiyor. Ama bunun dinamik bir süreç olduğunu, ileride ürün bazında değer zinciri boyunca karbon ayak izini, su ayak izini, atık yönetimini içerecek şekilde genişleyeceğini de görmemiz lazım. Atlantik'in iki tarafında şekillenen bu piyasa dünyanın en zengin piyasası; G7 ülkeleri bizim ihracatımızın yüzde 60'ını oluşturuyor. Bu iş ciddi ve bu iş devam edecek.

- sürdürülebilirlik birimi bulunduğu,
- Firmaların yeşil dönüşüm sürecine yaklaşımlarının farklılık gösterdiği,
- Firmaların yarısından fazlasının karbon ayak izlerini hesapladığı,
- Karbon ayak izi hesaplaması yapmadıklarını belirten firmaların çoğunun yakında hesaplama çalışmalarına başlamayı planladığı,
- Firmaların enerji dönüşüm öngörülerinin sektörel farklılık gösterdiği,
- AB ile ihracat ilişkileri daha zayıf olan bazı firmaların kömür kullanmaya devam etmeyi düşündüğü,
- Firmaların enerji yatırımı yapmak için devlet destek ve teşviklerinin önemine ve kamu tarafından atılacak adımlar konusundaki belirsizliğe vurgu yaptıkları,
- Firmaların büyük çoğunluğunun Yeşil Mutabakat ve Sınırdaki Karbon Düzenlemesi hakkındaki bilgisinin çok sınırlı olduğu,
- Firmalar için doğru bilgiye ulaşım ve bilginin yayımı konusunda en güvenilir kurumların ilgili sektörel çatı örgütleri olduğu saptandı.

Sonuç olarak, TEPAV çalışması, sektörel açıdan farklılık göstermekle birlikte, firmaların gerek Yeşil Mutabakat'a hazırlık düzeylerinin gerekse yeşil dönüşüm alanındaki bilgi birikimlerinin yetersiz olduğuna dikkat çekiyor. Firmaların özellikle kamu kurumlarının bu konuda atacağı adımları bekledikleri, bu alandaki belirsizliklerin de şirketlerin hazırlık süreçlerini etkilediği anlaşılıyor.

Ankete katılan şirketlerin % 74'ü karbon ayak izi hesaplamıyor



Kaynak: TEPAV Hesaplamaları

	<h2>Lekeleri mercek altına alalım</h2>				<p>CİLDİMİZİ GÜNEŞTEN VE LEKELERDEN KORUMALIYIZ. SİZ KENDİNİZİ KORUMAK İÇİN AZAMI HASSASIYET GÖSTERİRKEN BEN DE SİZLERE LEKE OLUŞUMUNUN ÖNÜNE GEÇMEK İÇİN NELER YAPACAĞINIZI ANLATMAK İSTERİM.</p>	
<p>Op. Dr. Dilek Avşar</p>	<p>Değerli TIMReport okuyucuları, artık leke oluşumunun önüne geçebileceğimiz uygulamalar mevcut. Dolayısıyla güneşe çıkmadan önce güneşe karşı kendimizi güçlendirmemiz mümkün. “Lekeler bir tek güneşten oluşmuyor.” diyebilirsiniz. Çok haklısınız; ancak güneş ve güneşlenme de çok büyük bir etken. Bunların oluşumunda kullanılan ilaçların tetikleme, yaşla birlikte artması ya da hamilelik gibi birçok faktör var. Sebebi her ne olursa olsun leke tedavisi mümkün. Yine kontrolsüz olarak güneşe çıkmanın, uzun süreler güneşlenmenin ciltte yarattığı tahribat ve lekelerin kalıcı olmaması için öncelikle ciltte var olan leke görünümünün iyileştirilmesi şart. Çünkü tedavi yapılmamış lekelerle güneşe çıkılıyorsa lekelerin derinleşmesine sebebiyet verebiliriz. Var olan lekelerin iyileştirilmesi için yaz mevsimi geldiğinden çok vaktimiz yok. Güneş ışınlarının etkisinin azaldığı bahar ve kış mevsimlerinde lazer, peeling mezoterapi, nem aşısı uygulamaları ile var olan lekelerin iyileştirilmesini</p>	<p>yapabiliyoruz. Ancak hâlâ vakit varken cildi korumak, cilt bariyerini güçlendirmek için somon DNA ve hyaluronik asit kombinasyonu ile cildin nem tutma kapasitesini artırarak cildin minimumda güneşten etkilenmesini sağlayabilirsiniz. Bunun yanı sıra içeriğinde çeşitli vitaminler, çapraz bağlı hyaluronik asit ve birçok mineral, peptit bulunduran nem aşılarını kür hâlinde uygulatarak cildin güneşten daha az etkilenmesini sağlayabilirsiniz.</p> <p>Eğer göz çevresinde, kaş arasında ince çizgiler varsa bunlar yazın kaş çatma ve göz kısma refleksi ile birlikte artabileceği için botoks yaptırarak çizgilerin derinleşmesinin önüne geçilmesini öneririm. Bronz teni seviyorsanız da homojen ve sağlıklı bir bronzluk için yeni nesil cilt bakımları ile ciltte birikmiş sebumu arındırarak, gözeneklerin sıkılaşım, küçülmesini sağlayarak güneşe çıkmazı öneririm. Değerli okuyucularım, belirtmek isterim ki uzun süre güneşlenmek lekelenme dışında erken yaşlanmaya da yol açar. Kuruyan, nemini yitiren cilt, daha erken</p>	<p>kırışmaya başlar. Dolayısıyla güneşe çıkma saatleri iyi belirlenmeli, sağlıklı bir cilt için yapılan önerilere kesinlikle dikkat edilmeli.</p> <p>Güneşlenmek için en ideal saatler, güneş ışınlarının dünyaya dik gelmediği zaman dilimini oluşturuyor. Sabah saat 11.00 ve akşamüstü 16.00'dan sonrası tercih etmek gerekir. İlk seferde saatlerce güneş altında kalmak yerine her gün süreyi biraz daha uzatarak kontrollü bir şekilde güneşlenmelerini yaz tatiline gidecek danışanlarıma, hastalarıma öneririm.</p> <p>“CİLDİM İÇİN HANGİ ÜRÜNÜ TERCİH ETMELİYİM?”</p> <p>Güneşlenirken kullanılacak ürünü mutlaka bir uzman önerisi ile cilt tipinize göre seçmelisiniz. Kuru bir cilde sahip olanlar nemlendirici özelliği olan bir kremi, yağlı bir cilt yapısına sahip olanlar ise su bazlı bir koruyucu kullanmalı. Güneş ışınlarına karşı UVA ve UVB koruma sağlayan, içeriğinde koruma faktörünün yanı sıra cilde nem verecek E vitamini, hyaluronik asit ve çeşitli minerallerle formüle edilmiş ürünleri tercih</p>	<p>ederek hem cildinizi korur hem de cildin nem kaybının önüne geçebilirsiniz. Eğer bronzlaşma amaçlı güneşe çıkıyorsanız kullanacağınız ürünlerin koruma faktörünü kademeli olarak düşürerek istediğiniz sağlıklı bronzluğu elde edebilirsiniz. Bir de daha ileri yaş grupları anti aging etkisi sağlayan koruyucu ürünleri bir alternatif olarak öneririm. Burada belirtmek istediğim önemli bir nokta geçen yıldan evde kalmış, açılmış ürünlerin katıyen kullanılmaması gerektiğidir. Çünkü ürünler açıldıktan sonra havayla temas ettiğinde oksidasyona uğruyor ve koruma faktörleri azalıyor. Bu ürünlerin kullanımı da leke oluşumunu tetikleyebiliyor.</p> <p>HASAR AZALTILABİLİR</p> <p>Değerli okuyucularım, aşında güneş hasarını, yaz boyunca en aza indirmek bizlerin elinde... Güneşlenme saati ve süresine uyarak, süreleri kontrol altında tutarak, cilt yapınıza uygun koruyucu krem ya da losyonla koruma sağlayarak güneş hasarı oluşumun önüne geçebilirsiniz. Bununla birlikte güneşin dünyaya dik geldiği saatlerde siperlikli bir şapka ile gölgede kalmalısınız. Cildin su kaybının önüne</p>		
					<p>geçmek için sıvı tüketimine dikkat etmeliyiz. Güneş kremlerini güneşe çıkmadan 20 dakika önce sürüp güneşe çıkmalı ve gün içinde muhakkak belirli aralıklarla güneş kremi tazelemeliyiz. Cilt bakım ürünlerinde, uygun formüllü ürünlerle güneşin yaşlanma etkisini azaltmak da bizlerin elinde.</p> <p>Öncelikle cilt bakım kremi seçerken yaş grubuna ve cildin yapısına uygun seçilmiş ürünleri tercih etmeliyiz. Kışın kullanılan ürünlerin yanı sıra cildin nem tutma kapasitesini artıracak ve güneşin cildi yaşlandırabilecek etkilerinden koruyacak anti aging etkili ürünleri günlük rutininize eklemeliyiz. Bunun yanı sıra cildi inceltecek; içeriğinde cildi soyucu, leke tedavilerinde kullanılan A</p>	<p>vitamini barındıran ürünleri yaz sonuna kadar rafa kaldırmalıyız. Sizlerin de bildiği gibi göz çevremiz en hassas bölgemiz ve Türk kadınlarının ilk yaşlanma belirtileri ne yazık ki göz çevresinde görünüyor. Yaz boyunca göz çevresi bakımında daha özenli olmak gerekir. Cilt yapısına uygun bir serumu ve göz çevresi nemlendiricisini güneş sonrası bakım rutinine eklemek kesinlikle faydalı olacaktır.</p> <p>Değerli okuyucularım, yazı hepimiz çok özledik, keyifle geçirmek de hepimizin hakkı. Yazımda hatırlatma amaçlı yer alan bilgilere de uyarak çok keyifli bir yaz geçireceğinizden hiç şüphem yok.</p> <p>Sağlıkla kalmanız dileği ile...</p>



Obeziteye kentsel planlama

AVRUPA'DA YETİŞKİNLERİN YÜZDE 59'UNUN VE HER ÜÇ ÇOCUKTAN BİRİNİN FAZLA KİLOLU OLDUĞU, RAKAMLARLA ÖRTAYA KONULDU. ERKEK ÇOCUKLARININ YÜZDE 29'UNUN, KIZ ÇOCUKLARININ YÜZDE 27'SİNİN OBEZİTEYLE YAŞADIĞINI BELİRTEN RAPORDA, EN ÇARPICI NOKTA İŞE BİZİMLE İLGİLİ.

Prof. Dr. Berrin Pehlivan

Vücuttaki fazla yağ birikimi, insanlarda sağlık açısından risk oluşturur. Öyle ki vücut kitle indeksi, 25'in üzerindeyse o kişi fazla kilolu, 30'un üzerindeyse obez olarak kabul edilir. Her yıl obezite sebebiyle 4 milyondan fazla insanın ölmesi ise bu sorunu 2017 yılında salgın boyutuna taşıdı. Çocuk ve yetişkinlerde, aşırı kilo ve obezite oranları da yıllar içinde artmaya devam etti ve 1975'ten 2016'ya kadar 5-19 yaş arasındaki çocuklarda bu oran yüzde 4'ten yüzde 18'e ulaştı, yani dört kattan fazla arttı. Savaş ve ekonomik sorunlarla uğraşırken geçen ay Avrupa Obezite Kongresi'nde sunulan obezite rakamları ise bizi obezite gerçeği ile tekrar yüzleştirdi. Avrupa'da yetişkinlerin yüzde 59'unun ve her üç çocuktan birinin fazla kilolu olduğu, rakamlarla ortaya konuldu. Erkek çocuklarının yüzde 29'unun, kız çocuklarının yüzde 27'sinin obeziteyle yaşadığını belirten raporda, en çarpıcı nokta ise bizimle ilgili. Rapora göre Türkiye, obezite açısından Avrupa'da en riskli ülke!

Aşırı kilo ve obezite, Avrupa'da önde gelen ölüm ve sakatlık nedenleri arasında. Kıtadaki toplam ölümlerin yüzde 13'ünden fazlası -ki bu 1,2 milyon ölüme tekabül ediyor- obezite kaynaklı. Kalp ve damar, diyabet, kanser ve stres gibi bulaşıcı olmayan hastalıkların başlıca nedeni de olan obezite; şimdiye kadar 13 farklı kanser tipine sebep olmakla suçlanıyor. Bunun rakamsal karşılığı da yıllık 200 bin yeni kanser vakasıdır.

Fazla kilo ve obezite ayrıca tüm engelli bireylerin yüzde 7'sinden sorumlu. Pandemi sırasında da hepimiz gözlemledik; en çok etkilenen gruplardan biri de obezlerdi. Pandemiyle birlikte gıda tüketiminde ve fiziksel aktivitelerde bazı değişiklikler meydana geldi. Bu değişim, aynı zamanda gelecek yıllarda daha da artacağını düşündüğümüz obezite ve obezitenin sebep olduğu hastalıkların habercisi.

OBEZİTE DE BİR SALGIN HASTALIK

Tüm bu sebeplerden dolayı obezite ile küresel bir savaş gerekiyor. Modern çağın getirdiği yaşam biçimi ve yaşlanan nüfus, artık bulaşıcı hastalıklardan,

bulaşıcı olmayan hastalıklara kaymaya sebep oldu. Tip 2 diyabet, kanser, kronik obstrüktif akciğer hastalığı, kardiyovasküler hastalıklar, depresyon, anksiyete gibi hastalıklara bulaşıcı olmayan hastalıklar deniliyor. Yeni yüzyılda hızla gelişen bir sağlık tehdidi olarak karşımıza çıkan bu hastalıklar, dünya genelinde tüm ölümlerin yüzde 68'ini oluşturuyor. Bulaşıcı olmayan hastalıkların artan görülme sıklığı ise hızlanan kentleşme ile direkt bağlantılı ve kentsel sağlığın önemli ölçütlerinden biri. Kentte yaşayanların yaşam biçimi, bulaşıcı olmayan hastalıkların da bir salgın şeklinde karşımıza çıkmasına sebep oluyor. Önceden zengin hastalığı olarak bilinen bu hastalıkların çoğu, artık gelişmemiş ya da az gelişmiş bölgelerde daha çok ortaya çıkıyor.

Dünyada kentsel nüfusun yılda ortalama yüzde 2,6 oranında artış gösterdiği ve 2050 yılında toplam nüfusun yüzde 50'sinin kentlerde yaşayacağı öngörülüyor. İyi bir planlama yapılmazsa hızlı kentleşmenin yanı sıra yaşlanan nüfus, sosyo-ekonomik eşitsizlikler, sağlıksız beslenme, alkol ve sigara bağımlılığı, teknoloji bağımlılığı bu hastalıkların

epidemi düzeyinde görülmesine yol açacak hatta hâlihazırda yol açtı bile.

Uzmanlara göre kentsel özellikler, sağlıkla ilgili davranışlar ve genel sağlığımız üzerine oldukça etkili. Durum bu olunca kent sağlığını geliştirebilecek müdahalelerin, ülkeler tarafından ivedilikle yapılması gerekiyor. Yeşil alanların artırılması, bisiklet ve yürüyüş yollarının açılması, barınma, iletişim, sağlık koşullarının iyileştirilerek toplumsal eşitliğin sağlanması ilk aklı gelen tedbirler arasında. Amerika Birleşik Devletleri, Hollanda ve Yeni Zelanda'da yapılan çalışmalarda, şehirlerdeki yeşil alanların varlığı ile diyabet ve kardiyovasküler hastalıklar arasındaki doğrudan ilişki gösteriliyor. Aynı şekilde yürümeye elverişli yerlerde de bu hastalıkların oranı azalıyor. Yapılan çalışmalarda, hava kirliliği ile diyabet arasındaki doğrudan ilişkiyi de görebiliyoruz. Kentsel planlamalarda, insan sağlığını da göz önünde bulunduracak şekilde yapılan yeni yüzyılın olmazsa olmazları arasında artık. Aksi takdirde gelecek yıllarda bulaşıcı olmayan hastalıklar, daha

büyük salgınlar yaratacak gibi görünüyor.

Bireysel olarak yapabileceklerimizden bahsederek, sorunun farkına varmak ve obez olmamak için gerekli önlemleri almak ilk adımlarımız olmalı; yani genetiğimize uygun beslenip, hareketsiz yaşamı bırakarak aktif yaşamı benimsemek gerekiyor. Yaşam tarzı değişiklikleri ile obeziteyi yönetmek mümkün. Genetik test yapamıyorsak da karbonhidrattan az, yeterli ve dengeli beslenmeye çalışmak ve egzersiz yapmak, bu konuda alacağımız en hayati önlemlerdir. Sigara içmemek, kan şekeri ve kolesterol seviyesi ile kan basıncını periyodik olarak kontrol ettirmek dikkat edilmesi gerekenler arasında.

TEDBİR ALMALIYIZ

Obezite, çok sayıda nedeni ve yarattığı sağlık sorunları ile karmaşık bir hastalıktır. Tek bir önlemle büyüyen bu salgını durduramayacağı aşikâr. Bu sorunu ele almaya çalışan politikaların hem çok yönlü düşünülmesi -bireyi her yönüyle ele alırken diğer

tarafından da sadece bireylerle odaklanmaması- hem de yüksek siyasi desteğe sahip olması gerekiyor.

Dünya Sağlık Örgütü, geçen ay açıklanan obezite raporuyla birlikte umut vad edebilecek birkaç politikayı da vurguluyor:

- Mali müdahaleler ile şekerle tatlandırılmış içeceklerin vergilendirilmesi veya sağlıklı gıdalar için sübvansiyonlar.
- Sağlıksız gıdaların çocuklara pazarlanmasına ilişkin kısıtlamalar.
- Sağlık sigortaları kapsamında, birinci basamak sağlık hizmetlerinde obezite ve fazla kilo yönetimi hizmetlerine erişimin iyileştirilmesi.
- Yaşam boyu diyet ve fiziksel aktiviteyi iyileştirme çabaları; gebelik öncesi ve hamilelik bakımı, emzirmenin teşviki, okul temelli müdahaleler, sağlıklı yiyeceklerin erişilebilirliğini ve satın alınabilirliğini, fiziksel aktivite fırsatlarını iyileştiren ortamlar yaratmaya yönelik müdahaleler.

Bilginin ve bilimin ışığında sağlıklı günler dilerim.

AKİB, İHRACAT ARTIŞINDA ZİRVEDEKİ YERİNİ KORUDU

Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) Nisan ayında, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 46 artış sağlayarak 1,92 milyar dolar ihracat gerçekleştirdi. Yılın dördüncü ayında en yüksek ihracat değerlerine kimya, demir-çelik ve hububat, bakliyat ve yağlı tohumlar sektörlerinde ulaşan AKİB'in en fazla dış satım yaptığı ülkeler Güney Afrika Cumhuriyeti, ABD ve Irak oldu.

AKİB Genel Sekreteri Mehmet Ali Erkan, Nisan ayında da Türkiye genelindeki 14 genel sekreterlik arasında dış satım hacminde en yüksek artışı elde eden Akdenizli ihracatçıların, bu dönemdeki 23,4 milyar dolarlık ülke geneli ihracata yüzde 9,1 oranında destek verdiğini belirtti. 2021 yılında yüzde 46 artışla 16,3 milyar dolarlık ihracat değerine ulaşan AKİB'in küresel ekonomide son dönemde yaşanan olumsuz gelişmelere rağmen 2022'nin ilk dört ayında da güçlü performansını devam ettirdiğini vurgulayan Genel Sekreter Mehmet Ali Erkan, yıllık 20 milyar dolarlık ihracat hedefine emin adımlarla ilerlediklerini bildirdi. Mehmet Ali Erkan,



“Birliğimizin Nisan ayı ihracatını ülkelere göre ele aldığımızda yüzde 10 bin 242 artış ve 188,3 milyon dolar değer ile Güney Afrika Cumhuriyeti en fazla dış satım gerçekleştirdiğimiz pazar oldu. Bunu yüzde 224 artış ve 172,3 milyon dolar değer ile ABD yüzde 31 artış ve 116,9 milyon dolar değer ile Irak takip etti.” dedi.

TÜRK SOMONUNA, DÜNYADAN YOĞUN İLĞİ

Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği (DKİB), tescilli markası “Turkish Salmon from Black Sea” ile su ürünleri sektörünün en önemli fuarı Seafood Expo Global'e damgasını vurdu. Bölgenin su ürünleri sektöründeki tüm ürünlerinin tanıtımını yapan DKİB, Türk somonuna özel bir parantez açarak “Turkish Salmon from Black Sea” markası altında, üreticilerinin ürünlerini sergileyerek tadım etkinlikleri düzenledi.



İç Su Ürünleri Yetiştiricileri Birlik Başkanı ve Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği Denetim Kurulu Üyesi olmanın yanında aynı zamanda proje katılımcısı da olan İlker Yıldırım, “DKİB su ürünleri UR-GE Projesi katılımcıları olarak kümeleme çalışmalarının sonucunda bir güç birliği oluşturduk. DKİB'in de katkısıyla önemli bir marka yaratarak farkın-

dalık sağladık. Balığımızın tadına bakan her katılımcının yüzündeki keyif ve Norveç standında bile Turkish Salmon from Black Sea'den bahsediliyor olması, doğru yolda olduğumuzun bir işareti. Yaptığımız bu başarılı tanıtım faaliyeti ile Türk somonunun dünya sofralarına ulaşması için önemli bir eşiği arkamızda bıraktığımızı düşünüyoruz.” diye konuştu.

Fuar ziyareti için Barcelona'da bulunan DKİB su ürünleri UR-GE Projesi'nin katılımcı firmaları da bir yandan Türk somonu konusunda katılımcıların sorularını yanıtlarken diğer yandan ikili görüşmeler gerçekleştirerek sezon için bağlantı kurma şansı buldu. Trabzon

GENÇ MUCİTLER YARIŞMASI'NIN FİNALİSTLERİ AÇIKLANDI

Denizli İhracatçıları Birliği ve İl Millî Eğitim Müdürlüğü organizasyonunda, Denizli'de ilkökul, ortaokul ve lise eğitimi gören öğrenciler arasında bu yıl beşincisi düzenlenen Genç Mucitler Yarışması'nın proje başvuru süreci 11 Nisan 2022 tarihinde sona ermişti. Gelen yoğun başvuruların ön elemesi, jüri tarafından değerlendirilerek her kategori için finalistler belirlendi. Konuyla ilgili değerlendirmelerde bulunan DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu şunları söyledi: “Öncelikle Ulu Önder Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ü ve egemenliğimiz için mücadele eden tüm kahramanlarımızı saygıyla, rahmetle, minnetle anıyoruz. 31 Mayıs 2022 tarihinde finali gerçekleşecek yarışmamıza katılan tüm öğrencilerimize ilgilerinden dolayı teşekkür ediyor, finale



kalan proje sahibi öğrencilerimize tebriklerimizi sunuyoruz. Bu projeye çocuklarımıza, gençlerimize ihracat bilincini aşılamaya çalışıyoruz. Bu bakış açısıyla yarışmamıza başvuran tüm öğrencilerimiz bizler için

ilimiz ve ülkemiz için aslında gerçek kazananlardır. Daha önce de ifade ettiğim gibi bu seneki yarışmamızda diğer yıllardan farklı olarak 'İhracatı ile Büyüyen Denizli' temalı dijital oyun kategorisi de mevcut. Öğrencilerimiz, ilimizin ve ülkemizin ihraç ürünlerinin yer aldığı ihracat temalı dijital oyunlara katılarak yeteneklerini gösterdi. Bu kategoriye Denizli olarak ürün ihracatında ülkemize sunduğumuz katkıların yanı sıra hizmet ihracatında da ülkemiz ekonomisine katkı sağladıklarını belirtiyoruz.”

İHRACATTA 1 MİLYAR DOLARA KOŞUYOR

Türkiye'nin ihracat yolculuğunu başlatan kuru meyve sektörü için 2021-2022 sezonunda tarihi bir değişim yaşanıyor. İhracatta üzüm, kayısı, incir şeklindeki sıralama; bu sezon kayısı, üzüm, incir şeklinde değişti. Ege İhracatçı Birlikleri'nin Mayıs ayında yayımladığı sirkülere göre 2021-2022 sezonunun geride kalan diliminde Türkiye, yüzde 10'luk artışla 835 milyon dolarlık kuru kayısı, kuru üzüm ve kuru incir ihraç etti. Kuru meyve sektörü, üç üründe sezon sonunda 1 milyar doların üzerinde döviz Türkiye'ye kazandırmayı hedefliyor.

Kuru kayısı ihracatı yüzde 30'luk artışla 246,8 milyon dolardan, 321,7 milyon dolar oldu ve ilk sırada yer aldı. Çekirdeksiz kuru üzüm ihracatı yüzde 1 artarken 309,6 milyon dolardan 312 milyon dolara yükseldi. Cennet meyvesi olarak tanımlanan kuru incir ise sezonun kalan diliminde 201 milyon dolarlık ihracat performansı ortaya koydu.

Çekirdeksiz kuru üzüm, kuru kayısı ve kuru incir ihracatını artırmak için ürün bazlı komiteler



kurduklarını, sektördeki tüm bileşenleri bir araya getirerek 95 bin üreticiye ulaştıklarını dile getiren Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Mehmet Ali Işık, gelecek dönemde sektörün daha fazla katma değerli ihracat yapması için bu birlikteliği sürdüreceklerini kaydetti.

EİB, 198 ÜLKE VE BÖLGEYE İHRACAT GERÇEKLEŞTİRDİ

Ege İhracatçı Birlikleri (EİB), 2022'nin Ocak-Nisan döneminde, 198 farklı ihracat pazarına ulaşarak 126 ülke ve bölgeye ihracatını yükseltti. 2022 yılının Ocak-Nisan döneminde ihracatını yüzde 27 artırarak 6 milyar 205 milyon doları Türkiye'ye kazandıran EİB, son bir yıllık dönemde yüzde 27 ilerlemeyle ihracatını 17 milyar 629 milyon dolara taşıdı.

Ege İhracatçı Birlikleri Koordinatör Başkanı Jak Eskinazi, "2022 yılı Ocak-Nisan döneminde ihracat gerçekleştirdiğimiz 198 ülke ve bölgeden 126'sına ihracatımızı artırdık. Avrupa Birliği'ne ihracatımız 2022'nin ilk dört ayında yüzde 28 artışla 2 milyar 950 milyon dolarlık hacme ulaştı. 26 AB ülkesine ihracatımız artarken EİB'nin toplam ihracatında AB'nin payı yüzde 47, Avrupa kıtasının ihracatımızdaki payı ise yüzde 54 olarak kayıtlara geçti." dedi.

EİB'in ihracatında 2022 yılının ilk dört ayında ülke gruplarına göre dikkat çeken artışlar yaşandığına değinen Eskinazi, bölgeler bazında ihracatta en fazla artışın yüzde 65 ile Türk Cumhuriyetleri'ne yaşandı-



ğını ve ihracatlarını 106 milyon dolara taşıdıklarını açıkladı.

Ocak-Nisan döneminde EİB'in ihracat listesinde, yüzde 22'lik artışla (673 milyon dolar) Almanya ilk sırada yer aldı. Yüzde 29 artışla (486 milyon dolar) ABD ikinci, yüzde 32 yükselişle (379 milyon dolar) İtalya üçüncü oldu.

İHKİB ÖDÜL TÖRENİ DÜZENLENDİ

İhracatta 2021 yılında 20,3 milyar dolarlık rekora imza atan firmaların ödüllendirildiği İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Ödül Töreni, İstanbul'da 12 Mayıs'ta düzenlendi. Törende yaptığı konuşmada aylık ihracatta 2 milyar dolar çitasını ilk kez Mart ayında geçtiklerini bildiren Mustafa Gültepe, Nisan ayında 2 milyar 42 milyon dolarla rekorun yenildiğini söyledi. İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, sektör olarak bu yıl cari açığın kapatılmasına 21 milyar dolar katkı vereceklerini söyledi. Mustafa Gültepe, konuşmasında hazır giyim ve konfeksiyonun katma değerli üretimi, istihdama katkısı ve ihracatı ile Türkiye ekonomisi için stratejik öneme sahip olduğunu



altını çizdi. Sektör olarak 2021'de başarılı bir performans sergilediklerini belirten Gültepe, sözlerini şöyle sürdürdü: "Ham madde tedarikindeki sıkıntılara, yüksek maliyet artışlarına rağmen 2021'de yatırıma, üretmeye ve

insanımıza iş imkânı yaratmaya devam ettik. Sektör olarak geçen yıl 7 milyar TL'lik yatırım yaptık. 70 bin insanımız için ilave istihdam yarattık. 2022'de de aynı hızla yolumuza devam ediyoruz. Sadece Şubat ayında 11 bin insanımıza iş sağladık. SGK verilerine göre Şubat'taki 47 bin kişilik istihdam artışının neredeyse yüzde 25'ine sektör olarak biz imza attık. Pandemi ile geçirdiğimiz iki yılda ülkemize kazandırdığımız ilave istihdam 100 bine ulaştı."

AYAKKABIDA HEDEF 1,5 MİLYAR DOLAR İHRACAT

Ayakkabı sektörünün küresel vitrini olarak nitelendirilen Eksposhoes Ayakkabı Moda Saracıye Fuarı, Antalya'da kapılarını açtı. Fuarın açılışını İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Başkanı Güven Karaca, Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD) Başkanı Berke İçten, Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği (AYSAD) Başkanı Sait Vakkas Salıcı ve Eksposhoes Yönetim Kurulu Başkanı Erkan Demir yaptı.



Gürcistan, İsrail, İtalya, Karadağ, Kazakistan, Kırgızistan, Kosova, Litvanya, Lübnan, Macaristan, Moldova, Özbekistan, Polonya, Romanya, Rusya, Sırbistan, Slovakya, Türkmenistan, Ukrayna ve Ürdün'den toplam 800 yabancı alıcı ziyaret etti.

İDMİB Başkanı Güven

Karaca fuar esnasında yaptığı konuşmada: "Yıl sonuna kadar hedeflerimize ulaşmak için çalışmalarımıza hızla devam edecek ve ülke ekonomimize kesintisiz katkı sunacağız. Deri ve deri mamulleri sektörünün ilk dört ay ihracat rakamı genel ihracat rakamının yedi puan üzerinde. Sektör olarak ihracat rakamlarımızı gelecek dönemlerde daha da artırmak ve katma değeri yüksek ihracata ulaşmak ana hedefimizdir." dedi.

Yılın ilk çeyreğinde 328 milyon dolar ihracata imza atan ayakkabı sektörü, yıl sonunda 1,5 milyar dolar hedefine ulaşmak istiyor. Bu yıl 12'ncisi düzenlenen fuarı Arnavutluk, Azerbaycan, Amerika Birleşik Devletleri, Avusturya, Bulgaristan, Beyaz Rusya,

İSİB, POLONYA FUARI'NA KATILDI

Türk iklimlendirme sektörünün global alandaki en büyük paydaşı İklimlendirme Sanayi İhracatçıları Birliği (İSİB), 25-27 Nisan 2022 tarihleri arasında Polonya'nın Poznan kentinde düzenlenen Instalacje Fuarı'na info stand ile katıldı.

İklimlendirme sektörü adına Polonya'da düzenlenen uluslararası fuar olan Instalacje Fuarı'na 400'ü aşkın firma katıldı. MTP Poznan Expo Fuar alanında gerçekleşen fuarda yer alan İSİB, standında Türk iklimlendirme sektörüne yönelik tanıtımlar yaptı. Ayrıca Türk üretici firmalarına ulaşmak isteyen ziyaretçilere ürün arama motoru ile istedikleri ürün gruplarında Türk firmalara ulaşmanın kolaylığı tanıtıldı. Fuarda, Polonya Tesisat ve Hizmet Şirketleri Birliği (OSFIS) yöneticileri ve MTP Fuar firması yetkilileri ile İSİB



standında toplantı yapıldı. T.C. Varşova Ticaret Müşaviri Atilla Kızılaslan da fuarda İSİB standını ziyaret etti. Ayrıca fuar süresi boyunca, fuar alanı içinde aynı bir salonda seminer, panel ve konferans organizasyonları yapıldı. İSİB Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Şanal, iklimlendirme sektörü ile ilgili olarak şu değerlendirmede bulundu: "Türk iklimlendirme sektörü, son dört yılda yurt dışı pazarlarda çok iyi bir büyüklüğe

ulaştı. Türk iklimlendirme sektörü olarak ihracat büyüklüğümüzü sürdürülebilir şekilde yükseltiyor ve Türkiye'nin büyümesine ve gelişimine sektör olarak büyük bir katkı sağlıyoruz. 2021 yılını 6,2 milyar dolarlık ihracat büyüklüğü ile kapatan sektörümüzün 2022 yılını ise 7 milyar doları aşan bir büyüklük ile kapatacağını öngörüyoruz."

KORNIŞON İHRACATINDA HEDEF: KALINTISIZ ÜRETİM

Türkiye, 2021 yılında turşu ihracatından 310 milyon dolarlık döviz geliri elde ederken kornişon turşu 150 milyon dolarlık ihracatla turşu ihracatının yıldızı oldu. Sektör, pestisitsiz üretimle ihracatta 200 milyon dolara ulaşmayı hedefliyor.

Türkiye'nin turşu ihracatının yüzde 80'ini gerçekleştiren Ege Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği, üretim ve ihracatta sürdürülebilirliği sağlamak için kornişon sektörünü, Türkiye'nin kornişon üretiminde başkent konumundaki Ödemiş'te bir araya getirdi. Toplantıya kornişon üreticisi, komisyoncusu, zirai ilaç bayileri ve ihracatçılar yoğun ilgi gösterdi.

Ödemiş Bademli'de düzenlenen Kornişon Sektörel Değerlendirme Toplantısı'nda konuşan Ege Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Başkanı Hayrettin Uçak, Ege Bölgesi'nin en önemli ihraç ürünlerinin başında hıyar ve kornişonun geldiğini vurguladı. Ege Bölgesi'nin işlenmiş ürün sektörünün göz bebeği olduğunun altını çizen Uçak, "Ödemiş hıyar ve kornişon üretiminde ülkemizin en önemli üretim



alanlarından biri durumunda. Son yıllarda yurt dışındaki alıcıların talepleri doğrultusunda kalıntı konusu, sürdürülebilir tarım ve ihracatımız için kritik öneme sahip duruma geldi. Biz de Ege İhracatçı Birlikleri olarak yürüttüğümüz "Kullandığımız Pestisitleri Biliyoruz Projesi" ile Ödemiş ilçesinde numuneler alarak bölgenin pestisitlerle mücadelesi konusunda farkındalık yaratmaya çalışıyoruz." şeklinde konuştu.

TÜRK-ALMAN OTOMOTİV SEKTÖRÜ BULUŞTU

Uludağ Otomotiv Endüstrisi İhracatçıları Birliği (OİB) ve Taşıt Araçları Tedarik Sanayicileri Derneği (TAYSAD) tarafından Türk ve Alman otomotiv sektörleri arasındaki iş birliğini geliştirmek amacıyla düzenlenen Türk Otomotiv Sanayisinin Yeni Teknolojilere Uyum Konferansı'nda yenilikçi teknolojiler ile sektördeki değişim ele alındı.



Türkiye Tanıtım Grubu Otomotiv Projesi Almanya Proje Lideri Alper Kanca moderatörlüğünde çevrim içi gerçekleşen konferansın konuğu, Ford Otosan Genel Müdürü Özyurt oldu. Konferansın açılışında TAYSAD Başkanı Albert Saydam ve OİB Yönetim Kurulu Başkanı Baran Çelik birer konuşma gerçekleştirdi.

OİB Başkanı Baran Çelik: "Türk otomotivi, yenilikçi teknolojileri ile sektördeki değişime aktif olarak kat-

kıda bulunabilecek bir yapıya sahip. Ülkemizin Avrupa'ya komşu olması, yüksek üretim ve ihracat deneyimi gibi özellikleri, bu gelişmeleri fırsata çevirebileceğimizi gösteriyor."

TAYSAD Başkanı Albert Saydam: "Otomotivde teknolojik değişimler yaşansa da değişmeyen

bir konu var, o da iletişim ağlarının gücü. Türk ve Alman otomotiv sektörü temsilcileri de gelişmeleri karşılıklı birbirlerine aktarma konusunda bizim için önemli."

Ford Otosan Genel Müdürü Özyurt: "Sürdürülebilirlik, dijital dönüşüm, değişen müşteri beklentileri, elektrikli ve bağlantılı araçlar ile mobilite, sektörde öne çıkan başlıklar ve bunların hepsi, birbiri ile bağlantılı. Ürettiği araçların çoğunu AB'ye ihraç eden Türkiye için de Avrupa Yeşil Mutabakatı sayesinde bu dönüşüm kaçınılmaz."

10 yıldır birlikte
hep daha iyiye...



Üst düzey işçilikleriyle lüks ve güvenilirliği birleştiren saat markaları, kişiselleştirilebilir özelliklere de sahip modelleri içeriyor.

 Simge Soyel

DÜNYANIN EN LÜKS saat markaları



En iyi lüks saat markaları, kullanıcılarına ömür boyu dayanacak şekilde tasarlanmış, mükemmel işçiliği ile en üst düzey kaliteyi sergileyen saatleri üretiyor. Bu lüks saatler, binlerce hatta milyonlarca dolara satılsa da tutkunları asla bu zevkten vazgeçmiyor.

Bu amaçla, piyasada bulunan en lüks saat markalarını ve en pahalı saat modellerini inceleyerek lüks saat markaları listesini hazırladık. Aşağıda, piyasada bulunan en lüks saat markalarını ve satılan en pahalı saat

modellerini inceledik. Bu markalar, saat olarak ürettikleri ürünlerle oldukça iddialı.

1. PATEK PHILIPPE

Patek Philippe, dünyadaki en özel ve yüksek kaliteli saatlerden bazılarını üretiyor. Çok köklü bir saat markası olan Patek Philippe, yenilikçi tasarımları ile kraliyet ailelerinin de kullandığı bir marka olarak ün yaptı.

Tercih eden ünlüler: Kraliçe Victoria, Ellen DeGeneres, Robert Downey Jr., John Mayer, Nicolas Sarkozy

Fiyat aralığı: 15.000 \$ - 1 milyon \$ +



2. AUDEMARS PIGUET

Bugün hâlâ kurucu aileler tarafından işletilen nadir markalardan olan Audemars Piguet, dünyanın en eski saat üreticilerinden biridir.

Tercih eden ünlüler: James Corden, Tom Cruise, LeBron James, Usher

Fiyat aralığı: 7.000 \$ - 850.000 \$ +



5. JAEGER-LECOULTRE

Karmaşık saat tasarımları ile ünlü olan Jaeger-LeCoultre, dünyanın en küçük saat ayarını yaratmayı başardı.

Tercih eden ünlüler: Robert Downey Jr., January Jones, Matt Damon

Fiyat aralığı: 5.000 \$ - 20 milyon \$ +



3. VACHERON CONSTANTIN

Klasik İsviçre saat üreticisi olan Vacheron Constantin'in tarihi 1755 yılına kadar uzanıyor.

Tercih eden ünlüler: Marlon Brando, Donald Trump, Kate Bosworth, Rick Ross

Fiyat aralığı: 18.000 \$ +



6. ROLEX

Rolex saat markasının hem kadın hem de erkek modelleri yıllar geçtikçe popülaritesini artırmaya devam ediyor.

Tercih eden ünlüler: Justin Timberlake, Orlando Bloom, David Beckham, Kanye West

Fiyat aralığı: 5.000 \$ - 650.000 \$ +



4. A. LANGE & SOHNE

1845 yılında kurulan Alman saat markası A. Lange & Söhne, 1948 yılında kapansa da 1990 yılında saat üretimine tekrar dönmeyi başardı.

Tercih eden ünlü: Vladimir Putin

Fiyat aralığı: 15.000 \$ - 1 milyon \$ +



7. HUBLLOT

LVMH grubunun bünyesinde bulunan Hublot, 2010 yılından itibaren Formula 1'in resmi saatçisi olarak atandı.

Tercih eden ünlüler: Kylie Jenner, Kobe Bryant, Jay Z

Fiyat aralığı: 4.200 \$ - 5 milyon \$ +



kültür sanat



CHE'NİN VEDASI

"Büyük ve kirli düzene açtığımız bir savaştı bizimkisi. Eşitlik ve özgürlüktü istediğimiz; tüm insanlar için! Sesim çıkmayana, zayıf vücudum delik deşik olana dek sürdürdüğüm mücadelede belki de en zoruydu uğruna savaştıklarımın beni sırtımdan vurması..." Che Guevara'nın son 24 saatini ve hayatını konu alan oyun, 2 Haziran'da Kadıköy Halk Eğitim Merkezi'nde seyirciyle buluşuyor.



WOLFGANG AMADEUS MOZART'IN EŞSİZ HİKÂYESİ

Dünya müzik tarihinin unutulmaz bestecilerinden Mozart'ın eşsiz hikâyesi, Zorlu PSM Turckcell Sahnesi'nde 7 Haziran'da sahnelenecek. Peter Shaffer tarafından kaleme alınan ve usta yönetmen Işıl Kasapoğlu'nun yönettiği oyunun başrollerini Selçuk Yöntem, Okan Bayülgen ve Özlem Öçalı paylaşıyor. Kalabalık oyuncu kadrosu, koro ve canlı orkestradan oluşan 35 kişilik dev kadrosuyla oyun, sezonun ses getiren prodüksiyonları arasında.



BİR DELİNİN HATIRA DEFTERİ

Yaşadıklarıyla baş etmeye çalışan bir adamın hatıra defterinde yazanları konu alan "Bir Delinin Hatıra Defteri", Erdal Beşikçioğlu'nun muhteşem performansı ile Derince Belediyesi Gösteri Merkezi'nde 11 Haziran'da tiyatroseverlerle buluşuyor. Bir delinin değil, adım adım deliliğe giden, yaşadığı gerçeklerle baş edemeyen bir adamın hatıra defterini Nikolay Vasilyeviç Gogol kaleme aldı, Cem Emülürşık ise yönetmen koltuğuna oturdu.



CHARLIE'NİN ÇİKOLATA FABRİKASINDA

Pedagog onaylı müzikli çocuk oyunu Charlie'nin Çikolata Fabrikası, Watergarden Performans Merkezi'nde 11 Haziran'da izleyicisiyle buluşuyor. Çocukların eşlik ederek eğleneceği oyunda, beş farklı çocuğun yarışmadaki hallerine, büyükbabanın sevgisine ve Bay Wonka'nın danslarına şahit olacaksınız. Sinem Şahin'in yazdığı oyun, dünyanın en ünlü çikolatacısı olan Bay Wonka'nın fabrikasında yaşanan maceraları konu ediniyor.



JOHN O'CONOR İSTANBUL RESİTALLERİ

Günümüzün önde gelen Beethoven yorumcularından İrlandalı piyano virtüözü John O'Connor, İstanbul Resitalleri'nin muhteşem sezon finali için 10 Haziran Cuma akşamı Sakıp Sabancı Müzesi the Seed'de sahne alacak. "Beethoven zirvesinde en yüksek kalibredeki kayıtlar" şeklinde yorumlar alan Telarc etiketli muhteşem Beethoven albümleri ile tanınan sanatçının Mozart, Schubert, Haydn ve John Field seslendirdiği 30'dan fazla albümü bulunuyor.



METİN AKPINAR İLE MUHABBET

"Keşke bir kere sohbet edebilseydim." Metin Akpınar akıllara geldiğinde, sevenlerinin en çok kurduğu cümle bu olsa gerek... Ancak artık bu mümkün! Metin Akpınar, verdiği uzun aradan sonra yeniden seyircisiyle buluşuyor. Mizahtan siyasete, müzikten yemeğe, umuttan aşka konuşacak çok konu var. O anlatacak, seyirciler dinleyecek. 9 Haziran'da Maximum Uniç Açıkhava'daki gösteri için yerinizi şimdiden alın.



kültür sanat



SENİ UNUTMAK İSTEMEDİM Kİ

11 yıllık bir evliliği ayakta tutmak için en fazla ne yaptınız? Kadınlar aslında ne ister? Erkekler bu isteklerin ne kadarını doğru anlar? Madem evlilik uzun bir oyun, o zaman haydi oynamaya başlayalım ama kurallara dikkat edin. Zira bazıları size çok da uymayabilir. Temaşa Gösteri Sanatları uzun ömürlü bir evliliğin tarifini sizler için yaptı.



YARATICI ÇOCUK FESTİVALİ

Türkiye'nin en büyük çocuk ve aile organizasyonu Yaratıcı Çocuk Festivali, aile boyu eğlence için herkesi, 4-5 Haziran'da KüçükÇiftlik Park'a bekliyor. Festival sanat atölyeleri, enerji farkındalığı, ekoloji, tasarım, bilim ve ileri dönüşüm atölyeleriyle 30'un üzerinde konser ve eğlenceli gösteriye ev sahipliği yapacak. Sunay Akın, Dr. Özgür Bolat, Ceyda Düvenci gibi seçkin konuklar söyleşileriyle ebeveynlerle buluşacak.



SENİNLE EVLENİR MİYİM?

Türk tiyatrosunun duayen ismi Haldun Dormen'in öğrencileri Şebnem Özinal ve Yosi Mizrahi, yılın komedisine imza atıyor. Tanışma, heyecan içinde gerçekleşen ilk buluşma, kıskançlık, aldatma, evlilik hazırlıkları, düğün, evlilikte akrabaların çiftlere etkisi, bir birlikteliği yürütmenin zorlukları gibi konuların tümü, komedi dozu yüksek bir üslup ile sahneye taşınıyor. Kahkaha garantili oyun 3 Haziran'da Kadıköy Halk Eğitim Merkezi'nde sahnelenecek.



MSA-SUSHI

Mutfak Sanatları Akademisi'nin eğitimci şefleri, Sushi'yi anlatıyor. Sushi pirinci pişirmeyi ve sushi yapım tekniklerini öğrenip hayalinizdekinden bile daha lezzetli sushi'ler yapmayı deneyimleyeceğinize bu eğitim, 1 Haziran'da Mutfak Sanatları Akademisi'nde (MSA) düzenlenecek. Sushi pirinci hazırlama, nori kullanım şekilleri, maki ve roll, hazırlarken dikkat edilmesi gerekenler ile sushi sunumu teknikleri anlatılacak.



DREAM THEATER-DEVİN TOWNSEND

Müziğin yaşayan efsanelerinden Dream Theater, Top Of The World turnesi kapsamında onları uzun zamandır özlemlerle bekleyen dinleyicileri ile 1 Haziran 2022 tarihinde İstanbul KüçükÇiftlik Park'ta buluşacak. Dream Theater'ın progresif metal evrenine ziyaretçilerini davet ettiği konserde, metal müziğin keyfi hissedilecek. Konserin çok özel konuk sanatçısı ise Devin Townsend olacak. Townsend'in kafasının içinde neler olduğuna canlı tanıklık edeceksiniz.



GIPSY KINGS BY ANDRÉ REYES

İstanbul'un en prestijli konser mekânlarından Harbiye Cemil Topuzlu Açıkhava Tiyatrosu, 34 Calling konser serisi kapsamında, uluslararası çapta geniş dinleyici kitlesine sahip isimleri ağırlıyor. İstanbul Büyükşehir Belediyesi işbirliğinden Kültür AŞ'nin organizasyonu ile Haziran 2022'de başlayan konserlerde, Türkiye'deki sevenleriyle buluşacak gruplardan biri de Gipsy Kings by André Reyes! Konser, 28 Haziran'da saat 21.00'de başlayacak.

10 BİN
Krone TIRE FABRİKASI
YILLIK ÜRETİM KAPASİTESİ



Krone Türkiye'nin Tire fabrikasında yönetim değişti

Krone Türkiye fabrikasında uzun süre boyunca CEO görevini üstlenen Rıza Akgün, 31 Temmuz 2022 itibarıyla Krone Ticari Araçlar Grubu'ndan ayrılacak. Tire'deki Krone üretim tesisinin yönetimini Mayıs 2022'den itibaren kademeli olarak Üretim Genel Müdürü Kartal Erköy ve Finans/Satış Genel Müdürü Semih Pala'ya devredecek. Krone, 2012 yılı sonundan bu yana Tire fabrikasında, Türkiye ve etrafında bulunan pazarlar için treyler üretiyor.

Uluslararası üretim ağını tamamlayan Tire fabrikası ile Krone, jeostratejik yaklaşımını ortaya koyuyor. Ayrıca Akdeniz ülkeleri ve Avrupa dışındaki diğer pazarlar için de treylerleri

Tire'de üretiliyor. Yıllık 10 bin adet üretim kapasitesi bulunan Krone Tire tesisinde, şu anda yaklaşık 400 kişi çalışıyor. Krone Commercial Vehicle SE CTO'su Alfons B. Veer, "Rıza Akgün'e uzun süreli, başarılı iş birliği için içtenlikle teşekkür ediyor, bundan sonraki görevlerinde kendisine başarılar diliyor ve en iyi dileklerimizi sunuyoruz. Rıza Akgün ve Türkiye'deki ekibine Tire tesisimizin son yıllardaki fevkalade olumlu gelişimi için teşekkür borçluyuz. Rıza Akgün, Krone'nin Türkiye'deki ilk satış ortaklıklarının kurulmasına yardımcı olmakla kalmadı, aynı zamanda Tire'deki Krone fabrikasının mevcut çok yönlü üretimine başarılı bir şekilde ulaşmasında belirleyici oldu." dedi.

2022
İTİBARIYLA
SERVIS AĞI GENİŞLEYECEK.

seluz.

Seluz, ihracat birincisi oldu

Ülke ekonomisine büyük bir katkı sağlayan ve Türkiye'nin en çok ihracat yapan ikinci sektörü olan kimya sektöründe 2021 yılının ihracat yıldızları belli oldu. İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği'nin (İKMİB) her yıl düzenlediği İhracatın Yıldızları Ödül Töreni'nde Seluz Fragrance&Flavor Company, Koku Kimyasalları kategorisinin üst üste dördüncü kez en fazla ihracat yapan lider firması oldu. Seluz Kurucusu ve CEO'su Murat Öztürk, "İhracat yapmanın, Türkiye'nin ve Türkiye'deki firmaların büyümesi ve rekabet gücünü artırması bakımından önem arz ettiğinin bilincindeyiz. İhracat rakamlarımızın yükselmesi, daha fazla istihdam yaratmak ve dış ticaret açığının kapanmasına yardımcı olmak demektir. Türkiye'deki

yatırımcılar olarak dünyaya ülkemizde de nitelikli ürün geliştirilebileceği ve üretilebileceğini kanıtlamamız gerekiyor. Yüzde 100 Türk sermayesi ile kurulan bir firma olarak her yıl AR-GE çalışmalarına, üretim proseslerine, insan kaynaklarına, teknolojiye ve yeni üretim alanlarına yatırım yaparak büyümeye ve güçlenmeye devam ediyor; 'Created in İstanbul' imzalı ürünlerimizi katma değerle ülkemizden ihraç ederek kategorimizin yıldızı olmaktan gurur duyuyoruz. Esans sonrasında 2018 yılında yaptığımız büyük yatırımla girdiğimiz aroma sektöründe de ihracat rakamlarımız her geçen gün artış gösteriyor. Bu sektörde de adımızı dünyaya duyurmak için yatırımlarımız hız kesmeden devam ediyor ve çalışmalarımızı sürdürüyoruz." şeklinde konuştu.

Sanmar Tersaneleri, güçlü bir römorkör teslim etti

Sanmar Tersaneleri, Dominik Cumhuriyeti'ndeki faaliyetlerine katılacak küresel çekme devi Svitzer'e güçlü ve yüksek manevra kabiliyetine sahip, yeni yapılı RAmports 2400SX sınıfı Z-drive römorkör teslim etti.

Sanmar'ın Türkiye'deki özel amaçlı tersanelerinde inşası devam eden Boğaçay XLVI olarak bilinen SVITZER RIVAS, Sanmar'ın dünyanın en büyük römorkör operatörüne teslim ettiği 27. römorkör

olma özelliğini taşıyor. Kanadalı deniz mimarları Robert Allan Ltd.'nin Sanmar'a özel RAmports 2400SX tasarımına dayanıyor. Sanmar Tersaneleri Başkan Yardımcısı Ali Gurun, "Svitzer'in filosunu geliştirmek

için Sanmar'ı seçmesinden bir kez daha memnunuz. SVITZER RIVAS, Dominik Cumhuriyeti'ndeki hizmetlerine güçlü bir katkı sağlayacaktır. Römorkör, Sanmar'ın çok eski bir müşterisi ve aynı zamanda arkadaşımız olan



Kaptan Dickson Rivas'ın adını taşıyor. Hatta yıllar önce Sanmar yapımı römorkörlerle Kaptan ve Genel Müdür olarak Türkiye'den Dominik Cumhuriyeti'ne gitti.

Dickson, Towage endüstrisinde uzun yıllar hizmet verdikten kısa bir süre sonra emekli olacak. Svitzer'i, yeni römorkörü çok sevgili bir dostumuz olarak adlandırdığı için tebrik ediyoruz." dedi.

27.
RÖMORKÖR
TESLİM EDİLDİ

Turkish Cargo Ödüle layık görüldü

Turkish Cargo, mükemmeliyetçi hizmet anlayışıyla sürdürdüğü sağlık taşımacılığı süreçlerini ödül ile taçlandırdı. Hava kargo taşıyıcısı, dijital olarak Singapur'da gerçekleştirilen 2022 Asya-Pasifik Biyoişlem Mükemmellik Ödül Töreni'nde, Pharma-Lojistik kategorisinde "Dikkat Çeken Hava Kargo Markası" ödülünün sahibi oldu.

Türk Hava Yolları Genel Müdür (Kargo) Yardımcısı Turhan Özen, "Mükemmeliyetçi bir anlayışla sürdürdüğümüz sağlık taşımacılığında lider bir lojistik çözüm ortağı olarak tanınmak bizim için son derece sevindirici. Turkish Cargo olarak Asya-Pasifik'teki ilaç ve biyoteknoloji üreticilerine en

iyi hizmetleri sunmaya devam edeceğiz. Bu başarıda pay sahibi olan arkadaşlarımıza da teşekkür ediyorum." ifadelerini kullandı.

Asya-Pasifik Biyoişlem Mükemmellik Ödülleri gelişmiş hız, düşük maliyet ve üstün kalitede biyo-üretim mükemmelliğini kolaylaştıran istisnai biyoişlem uzmanlarına, kuruluşlara ve teknolojilere tanınırlık kazandırıyor. Endüstrideki en iyi biyoişlem ve biyo-üretim liderlerinin yanı sıra teknolojilerdeki en son gelişmeler ve üretimdeki en iyi uygulamaların yer aldığı Asya-Pasifik Biyoişlem Mükemmellik Ödülleri, bugünün önde gelen liderlerini ve trend belirleyicilerini destekliyor ve yarının yenilikçilerine ilham veriyor.

2022
ASYA-PASİFİK
ÖDÜLÜ ALDI



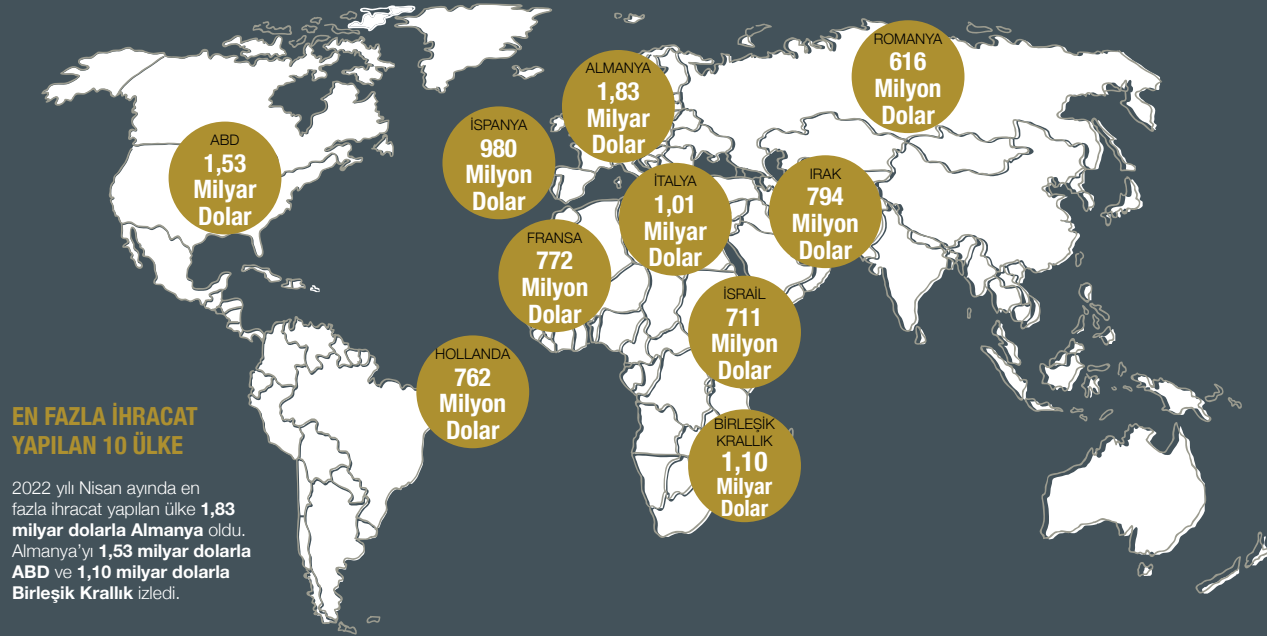
tablolar

2022 YILI NİSAN AYI İHRACATI 23,4 MİLYAR DOLAR OLDU.

2021 YILINA GÖRE 2022 NİSAN AYI İHRACATI YÜZDE 24,6 ARTTI.

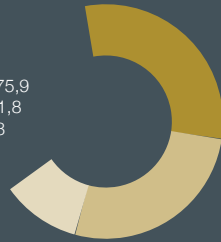
2022 YILI NİSAN AYINDA 25 SEKTÖR İHRACATINI ARTIRDI.

2 BİN 80 FİRMA NİSAN AYINDA İLK KEZ İHRACAT GERÇEKLEŞTİRDİ.

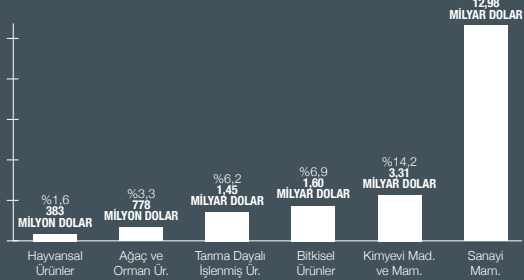


ANA ÜRETİM GRUPLARININ 2022 YILI NİSAN AYINDA İHRACATTAN ALDIĞI PAY

Sanayi %75,9
Tarım %11,8
Maden %3



ALT ÜRETİM GRUPLARININ 2022 YILI NİSAN AYINDA İHRACATTAN ALDIĞI PAY



2022 YILI NİSAN AYINDA İL BAZINDA EN DİKKAT ÇEKEN İHRACAT ARTIŞI



4,190 MİLYON DOLAR

İLLERE GÖRE 2022 YILI NİSAN AYI İHRACAT DAĞILIMI



1-30 NİSAN İHRACAT RAKAMLARI SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI - 1.000 \$

SEKTÖRLER	1-30 NİSAN				1 OCAK-30 NİSAN			
	2021	2022	Değişim ('22/'21)	Pay (22) (%)	2021	2022	Değişim ('22/'21)	Pay (22) (%)
I. TARIM	2.351.177	2.765.387	17,6	11,8	8.963.095	11.127.021	24,1	13,3
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	1.489.324	1.603.558	7,7	6,9	5.914.799	7.033.813	18,9	8,4
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	749.921	819.394	9,3	3,5	2.768.298	3.644.546	31,7	4,4
Yaş Meyve ve Sebze	201.459	210.446	4,5	0,9	975.631	974.160	-0,2	1,2
Meyve Sebze Mamulleri	157.735	207.225	31,4	0,9	597.094	813.400	36,2	1,0
Kuru Meyve ve Mamulleri	121.883	139.387	14,4	0,6	468.312	542.123	15,8	0,6
Findık ve Mamulleri	165.698	126.825	-23,5	0,5	740.915	624.526	-15,7	0,7
Zeytin ve Zeytinyağı	24.838	29.744	19,8	0,1	93.558	145.541	55,6	0,2
Tütün	52.378	52.441	0,1	0,2	209.967	226.258	7,8	0,3
Süs Bitkileri ve Mamulleri	15.412	18.096	17,4	0,1	61.024	63.259	3,7	0,1
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	280.589	383.680	36,7	1,6	954.177	1.382.693	44,9	1,7
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	280.589	383.680	36,7	1,6	954.177	1.382.693	44,9	1,7
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	581.264	778.148	33,9	3,3	2.094.119	2.710.515	29,4	3,2
Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri	581.264	778.148	33,9	3,3	2.094.119	2.710.515	29,4	3,2
II. SANAYİ	14.141.633	17.741.156	25,5	75,9	51.289.287	62.902.421	22,6	75,3
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	1.325.091	1.445.069	9,1	6,2	4.833.670	5.305.673	9,8	6,3
Tekstil ve Hammaddeleri	877.321	995.049	13,4	4,3	3.220.810	3.643.301	13,1	4,4
Deri ve Deri Mamulleri	142.855	187.593	31,3	0,8	538.870	690.144	28,1	0,8
Hali	304.914	262.427	-13,9	1,1	1.073.990	972.228	-9,5	1,2
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAMULLERİ	2.165.955	3.314.414	53,0	14,2	7.473.477	10.816.569	44,7	12,9
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	2.165.955	3.314.414	53,0	14,2	7.473.477	10.816.569	44,7	12,9
C. SANAYİ MAMULLERİ	10.650.587	12.981.673	21,9	55,6	38.982.140	46.780.179	20,0	56,0
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1.625.138	2.041.674	25,6	8,7	6.323.409	7.494.189	18,5	9,0
Otomotiv Endüstrisi	2.462.171	2.744.092	11,5	11,7	10.149.168	10.192.633	0,4	12,2
Gemi, Yat ve Hizmetleri	109.911	198.884	80,9	0,9	320.942	476.962	48,6	0,6
Elektrik ve Elektronik	1.251.393	1.401.390	12,0	6,0	4.464.537	4.926.134	10,3	5,9
Makine ve Aksamları	821.117	909.655	10,8	3,9	2.939.447	3.346.740	13,9	4,0
Demir ve Demir Dışı Metaller	1.048.711	1.501.629	43,2	6,4	3.619.345	5.309.759	46,7	6,4
Çelik	1.647.166	2.040.594	23,9	8,7	5.417.854	7.710.850	42,3	9,2
Çimento, Cam, Seramik ve Toprak Ürünleri	401.912	569.249	41,6	2,4	1.413.060	1.865.363	32,0	2,2
Mücevher	406.145	530.755	30,7	2,3	1.389.067	1.812.750	30,5	2,2
Savunma ve Havacılık Sanayii	302.515	392.187	29,6	1,7	949.238	1.351.144	42,3	1,6
İklimlendirme Sanayii	561.086	637.272	13,6	2,7	1.953.030	2.249.686	15,2	2,7
Diğer Sanayi Ürünleri	13.319	14.291	7,3	0,1	43.043	43.970	2,2	0,1
III. MADENCİLİK	557.406	705.744	26,6	3,0	1.770.761	2.231.938	26,0	2,7
Madencilik Ürünleri	557.406	705.744	26,6	3,0	1.770.761	2.231.938	26,0	2,7
TOPLAM (TİM*)	17.050.216	21.212.286	24,4	90,8	62.023.143	76.261.380	23,0	91,3
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat ile Antrepo ve Serbest Bölgeler Farkı	1.706.906	2.151.497	26,0	9,2	6.646.673	7.303.417	9,9	8,7
GENEL İHRACAT TOPLAMI	18.757.122	23.363.783	24,6	100,0	68.669.816	83.564.797	21,7	100,0

BİRLİK ADRESLERİ

<p>AKİB Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Limonluk Mah. Vali Hüseyin Aksay Cad. No: 4 Yenışehir/Mersin Tel: 0 324 325 37 37 Faks: 0 324 325 41 42 E-Posta: akib@akib.org.tr Web Adresi: www.akib.org.tr Genel Sekreter: Mehmet Ali Erkan Genel Sekreter Yrd.: Canan Aktan Sarı</p>	<p>HİB 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</p>
<p>BAİB Batı Akdeniz İhracatçı 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</p>	<p>İİB 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.: Doğu Tozanlı Genel Sekreter Yrd.: İsmail Bozdemir Genel Sekreter Yrd.: Kutay Oktay</p>
<p>DENİB Denizli İhracatçı Birliği Genel Sekreterliği Akhın 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</p>	<p>İMİB 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 Kıriloğlu Genel Sekreter Yrd.: Muharrem Kayılı</p>
<p>DAİB Doğu Anadolu İhracatçı 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</p>	<p>İTKİB 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</p>
<p>DKİB Doğu Karadeniz İhracatçı 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</p>	<p>KİB 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</p>
<p>EİB Ege İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Atatürk Cad. No:382 Alsancak/İzmir Tel: 0 232 488 60 00 Faks: 0 232 488 61 00 E-Posta: eib@egebirlik.org.tr Web Adresi: www.egebirlik.org.tr Genel Sekreter: İ. Cumhur İşbirakmaz Genel Sekreter Yrd.: Kemal Coşkun Genel Sekreter Yrd.: Çiğdem Önsal Genel Sekreter Yrd.: Serap Ünal</p>	<p>OAİB 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</p>
<p>GAİB Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Gazimuhtarpaşa Bulvarı Mücahitler Mah. 52012 No'lu Sk. No: 6 27090 Şehitkamil/Gaziantep Tel: 0 342 211 05 00 Faks: 0 342 221 05 09-10 E-Posta: gaibevrak@gaib.org.tr Web Adresi: www.gaib.org.tr Genel Sekreter: Bülent Kayalı Genel Sekreter Yrd.: Ahmet Şahbudak Genel Sekreter Yrd.: Aydın Kutlu Genel Sekreter Yrd.: Serdar Hasan Aydoğan</p>	<p>UIB 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</p>



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

Römorkörcülük ve kılavuzluk hizmetlerinde
45 yıllık Sanmar deneyimi



sanmar.com.tr



SMART **IST**

DÜNYANIN YENİ LOJİSTİK MERKEZİ

DÜNYANIN EN ÇOK NOKTASINA UÇAN TURKISH CARGO'NUN YENİ EVİ;
KITALARI BİRBİRİNE BAĞLAYARAK HAVA KARGO LOJİSTİĞİNİN
YENİ MERKEZİ OLUYOR.



TURKISH CARGO