

TİM

Türkiye İhracatçılar Meclisi Resmî Yayın Organı

REPORT

Sayı: 235 Eylül 2024

Yerli Ürünlerle Gelen Küresel Başarı:

Türkiye'nin Coğrafi İşaretlerdeki Gücü



Sıfır Karbonun Anahtarı
Yeşil Hidrojene
Yakın Markaj

Türkiye Lojistik
Dünyasının Yeni Odağı
Olmaya Hazırlanıyor

Torosların
Eteklerindeki Renkli
Dünya: Halı Tarlaları



YAPARLAR

yaparlar.com

77 yıllık üretim tecrübesinin son ürünü:
YAPAR Manuel Transpalet



YPT 25G

GALVANİZLİ TRANSPALET

▲ **2500 KG**



YPT 25S

TERAZİLİ TRANSPALET

▲ **2500 KG**



FLEX FPT 25

MANUEL TRANSPALET

▲ **2500 KG**



YPT 25

MANUEL TRANSPALET

▲ **2500 KG**



yaparistif.com



f @ /yaparmaterialhandling



YAPAR

İSTİF MAKİNELERİ

MANUEL TRANSPALET

İçindekiler

10

İHRACATTA 22,1 MİLYAR DOLARLIK REKOR

Türkiye'nin ağustos ayı ihracatı yüzde 2,4 artışla 22,1 milyar dolar oldu. Ocak-Ağustos dönemindeki sekiz aylık ihracat ise 170,8 milyar dolara ulaştı.

24

TÜRKİYE'NİN COĞRAFI İŞARETLERDEKİ GÜCÜ

Ekonomik anlamda da önemli bir güç unsuru olarak dikkat çeken coğrafi işaretler, dünya genelinde 300 milyar dolarlık bir katma değer oluşturuyor.

32

TÜRKİYE LOJİSTİK DÜNYASININ YENİ GÖZDESİ OLMAYA HAZIRLANIYOR

Uluslararası yatırımcılar, Türkiye'nin stratejik jeopolitik konumunu lojistik ve tedarik zinciri sorunlarının artan maliyetleriyle başa çıkmak için bir şans olarak görüyor.

44

SIFIR KARBONUN ANAHTARI YEŞİL HİDROJENE YAKIN MARKAJ

Geleceğin en değerli enerji alternatifleri olarak gösterilen yeşil hidrojene yönelik talebin 2030 yılı ve sonrasında daha da artması ve gelecekte fosil yakıtların yerini alması bekleniyor.

50

KUZEY AFRIKA'NIN KÜRESELE AÇILAN YÜZÜ: FAS

Antik dönemlerden itibaren Akdeniz'in doğu ve batı medeniyetleri arasında bir köprü görevi gören Fas, bugün de ticaretin önemli merkezlerinden biri olarak dünya sahnesindeki yerini koruyor.

64

"DOĞRU ORANDA YENİLİĞİ GELENEK İLE HARMANLIYORUZ"

Ali Muhiddin Hacı Bekir'in altıncı kuşak temsilcisi ve Yönetim Kurulu Üyesi Leyla Celalyan ile markanın 2,5 asırlık ilham veren yolculuğunu konuştuk.

68

TOROSLARIN ETEKLERİNDEKİ RENKLİ DÜNYA

Kök boya ile renklendirilmiş, milyon dolarlık halı ve kilimler her yaz Antalya'nın Döşemealtı ilçesindeki tarlalara seriliyor ve yüzlerce dönümlük tarlalarda renk cümbüşü yaşıyor.

72

TÜRK MUTFAĞININ EN İKONİK RESTORANLARI

Nesiller boyunca aktarılan ve zamana meydan okuyan tariflerin varlığına, odaklanan Taste Atlas'ın çevrim içi bir rehber olarak her yıl güncellediği "Dünyanın En İkonik Yemek Mekanları" listesinde altı Türk restoranı yer alıyor.

44



Türkiye, 2053'e kadar 70 gigawatt hidrojen üretim kapasitesi kurmayı hedefliyor.

68



Tersan Yönetim Kurulu Başkanı Osman Nurettin Paksu: "Son 11 yılda 10 kez gemi, yat ve hizmetleri sektörü ihracat lideri olan tersanemiz, 2023 yılında 430 milyon dolarlık ciro ile sektörün toplam ihracatının yüzde 22'sini tek başına gerçekleştirdi."



40

50



TİMREPORT

**TİM ADINA SAHİBİ
BAŞKAN**
Mustafa GÜLTEPE

YAYIN KURULU
Adil PELİSTER
Birol CELEP
Melisa TOKGÖZ MUTLU
F. Sevdâ MALKOÇ
Yıldırım ÖZCAN

EDİTÖR
Tayyip YAHYAOĞLU
Okan UKAV

YÖNETİM YERİ
TİM Dış Ticaret Kompleksi
Yenibosna Merkez Mahallesi Sanayi Caddesi No:
3 B Blok Kat : 9 34197 Bahçelievler / İSTANBUL
444 0 846 (TİM)
tim@tim.org.tr • www.tim.org.tr

v.i.y.a.m.e.d.y.a

AJANS BAŞKANI
Selda YEŞİLTAŞ

YAYINLAR KOORDİNATÖRÜ
Murat ERDOĞAN

ART DİREKTÖR
Serpil YENİHAYAT

GRAFİK TASARIM
Hira DOLGUN

EDİTÖR
Gizem İRİS

REKLAM MÜDÜRÜ
İlknur ULUSOY
ilknur@viyamedya.com

REKLAM SORUMLUSU
Neşe AKSEL

İLETİŞİM
Şafak Sokak No 45, Yunus Apt.
Kat: 3 (Rumeli Pasajı içi)
Nişantaşı - Şişli / İSTANBUL
+90 212 236 00 50

www.viyamedya.com | viya@viyamedya.com

/viyamedya



Türkiye İhracatla Yükseliyor

MUSTAFA GÜLTEPE

TİM Başkanı



Pusulamıza Hedeflerimizi Aldık

Satırlarına 30 Ağustos Başkanlık Meydan Muharebesi'nin 102'inci yıl dönümünü kutlayarak başlamak istiyorum. Zaferin mimarı Gazi Mustafa Kemal Atatürk başta olmak üzere, tüm kahramanlarımızı saygı ve minnetle anıyorum.

Atatürk'ün "Vatanını en çok seven, görevini en iyi yapandır" sözünü unutmadan, üretim ve ihracatta büyük hedeflerimize ulaşmak için başlattığımız yolculuğa azim ve kararlılıkla devam ediyoruz.

Ağustos ile birlikte sekiz ayı geride bıraktık. Geçen ay 22,1 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdik. Ocak-Ağustos dönemindeki ihracatımız 170,8, son 12 aylık ihracatımız 262 milyar dolara ulaştı. Aylık ihracatta yüzde 2,4, sekiz aylık ihracatta yüzde 3,9, 12 aylık ihracatta ise yüzde 3,5 artıdayız.

Geçen ay 17 sektörümüz ihracatını artırdı. Ancak lokomotif sektörlerimizden otomotiv ve kimya ekside, hazır giyim ise başa baş ihracatla ağustosunu tamamladı. Geride bıraktığımız ay 3 milyar dolar barajını aşan sektörümüz olmadı.

Oransal olarak ihracatını en fazla artıran sektörler arasında yüzde 108 ile mücevher ilk sırada yer aldı. Geçen ay 48 ilimiz ihracatını artırırken, bin 228 firmamız ilk kez ihracat gerçekleştirdi. Birim ihracat değerimiz ise 1,49 dolar oldu.

Ağustos ayının en dikkat çekici verilerinden biri 42 ülkede ihracatımızı yüzde 50'nin üzerinde artırmamızdı. 97 ülkede yüzde 10'un üzerinde ihracat artışı kaydetsek de ana pazarlarımızdaki daralma nedeniyle aylık ortalama düşük kaldı.

Bu açıdan ticaret heyetlerimizi ve yeni pazar arayışlarını çok önemli buluyorum. Geçen ay Nijerya'da geniş katılımlı bir heyet gerçekleştirdik. Bu ay da Fas'a ticaret heyeti düzenleyeceğiz.

İhracatçı birliklerimizle yıl başından bu yana da 91 heyet organizasyonuna imza attık ve bu ziyaretleri yıl sonuna kadar 150'ye çıkaracağız. Sekiz ayda 228 olan fuar katılımımız da yıl sonunda 378'e ulaşacak.

Diğer yandan, ihracatçılarımızın karşı karşıya bulunduğu sorunların çözümü için görüş ve önerilerimizi her fırsatta ilgili bakanlıklarımızla ve kurumlarımızla paylaşıyoruz.

Geçen ay Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip Erdoğan ile Dolmabahçe Çalışma Ofisi'nde bir görüşme gerçekleştirdik. Görüşmede kendilerine ihracatçılarımızın sorunlarını, beklentilerimizi, kısa, orta ve uzun vadede neler yapabileceğimiz konusunda değerlendirmelerimizi arz ettim. Son derece verimli bir görüşme oldu.

İlk sekiz ayda artıda olsak da hedefimizin gerisindeyiz. Yıl sonu hedefimizi yakalayabilmek için önümüzde dört ayda var gücümüzle çalışmaya devam edeceğiz. İhracatçılarımızın bu süreçte gösterdiği özveri, bu inancımı güçlendiriyor.

Son olarak buradan bir de hatırlatma yapmak istiyorum. 10-12 Ekim tarihleri arasında Türkiye İnovasyon Haftası'nın 11'sini gerçekleştireceğiz. Geçmiş yıllarda olduğu gibi bu yıl da iş dünyasının başarılı yöneticileri, teknoloji liderleri, girişimcileri ve gençlerimizi buluşturacağız. Hepinizi TIW2024 etkinliğimize davet ediyorum.

DÜNYA TURU



DÜNYA

KÜRESEL ELEKTRİK TALEBİ 2024'TE YÜZDE 4 ARTABİLİR

Uluslararası Enerji Ajansı (IEA) tarafından yayımlanan "Yıl Ortası Küresel Elektrik Piyasası Raporu"na göre, küresel elektrik talebinin, güçlü ekonomik büyüme, elektrikli araçlar, ısı pompaları gibi temiz teknolojilerin hızlı genişlemesi ve yoğun ısı dalgalarıyla başa çıkmak için klima kullanımının artmasıyla birlikte, yükselmesi bekleniyor. Elektrik talebinin 2024 yılında dünya çapında yaklaşık yüzde 4 artacağını öngörüsünü paylaşan IEA, ayrıca yenilenebilir enerji kaynaklarının 2025 yılında küresel elektriğin üçte birinden fazlasını (yüzde 35) karşılamasını beklendiğini de açıkladı. Bu oran, geçen yıl yüzde 30 olarak gerçekleşmişti. Ayrıca ajans, 2025'te yenilenebilir enerji kaynaklarından elde edilen elektrik miktarının, tarihte ilk kez kömürden elde edilen elektriği geçeceğini söylüyor.



AB

ELEKTRİĞİN YÜZDE 30'U YENİLENEBİLİR KAYNAKLARDAN

Uluslararası enerji düşünce kuruluşu Ember'in analizine göre, 2024'ün ilk yarısında Avrupa Birliği'nin elektrik üretiminin yüzde 30'u rüzgâr ve güneş enerjisinden karşılandı. Fosil yakıtların elektrik üretimindeki payı ise yüzde 27 seviyesinde gerçekleşti. Böylece AB'de yılın ilk altı ayında rüzgâr ve güneş enerjisi ilk kez fosil yakıtlardan daha fazla elektrik üretti. Almanya, Hollanda, Macaristan ve Belçika dâhil olmak üzere 13 AB üyesi ülkede, rüzgâr ve güneş, fosil yakıtlardan fazla miktarda elektrik üretimine kaynak oldu. Kömürün elektrik üretimindeki payı yılın ilk yarısında yıllık bazda yüzde 24 ile oldukça düşerken doğal gazın payı ise yüzde 14'e geriledi.



KÜBA

GÜNEŞ ENERJİSİ ÜRETİMİNİ YEDİ KAT ARTIRACAK HEDEF

Küba'nın, enerji matrisini ve bu alandaki politikalarını değiştirme programının bir parçası olan makro yatırım programına yeni bir hedef belirlendi. Program aracılığıyla güneş radyasyonunun kullanılması ve bu sayede enerji üretiminin yedi katına çıkacağı bildiriliyor. Küba Enerji ve Madenler Bakanlığı, iki fotovoltaik güneş parkı projesinin tamamlanmasının ardından bu yöntemle üretilen elektrik enerjisinin 2 bin megavatın üzerine çıkacağını belirtti. Temiz enerji projeleri ve aynı zamanda ulusal gaz ve ham petrol kullanılarak üretim yapılmasıyla Küba'nın, 2030 yılına kadar yenilenebilir enerji kaynaklarının enerji portföyündeki oranını yüzde 24'e çıkarma hedefi bulunuyor.



BREZİLYA

BREZİLYA'DAN 4,1 MİLYAR DOLARLIK YAPAY ZEKÂ YATIRIM PLANI

Brezilya hükümeti sürdürülebilir ve toplum odaklı teknolojiler geliştirmeyi amaçlayan 4,1 milyar dolar büyüklüğündeki yapay zekâ yatırım planını kamuoyuna duyurdu. Latin Amerika'nın en büyük ekonomisi olan Brezilya, yapay zekâ sektöründe teknolojik bağımsızlığa ve rekabet gücüne ulaşmak isterken diğer ülkelere ithal edilen yapay zekâ araçları yerine yerli ürünler kullanmayı hedefliyor. Brezilya'nın yapay zekâ yatırım planı 2024-2028 yıllarını kapsıyor. Önümüzdeki dört yıl içinde yaklaşık 2,5 milyar doların iş geliştirme projelerine ayrılacağı, 880 milyon doların üzerinde miktarın ise yapay zekâ altyapısı ve AR-GE çalışmalarına tahsis edileceği belirtildi.



ABD

İKLİM DEĞİŞİKLİĞİYLE MÜCADELEDE AZOT OKSİTİ ETKİSİ

ABD yönetimi, Paris Anlaşması kapsamında ulusal stratejide yeni bir aşamaya girerken ülkede azot oksit gibi güçlü endüstriyel sera gazlarının emisyonlarının azaltılmaya çalışılacağını duyurdu. ABD'nin metan emisyonlarını azaltma önlemlerinin ardından endüstriyel gazlara odaklandı. Metan gibi azot oksit de küresel ısınmanın güçlü bir sebebi olduğundan ABD, bu gazı hedef alarak iklim değişikliğiyle mücadelede hızlı ve düşük maliyetli kazanımlar elde etmeyi umuyor. ABD ve Çin, geçen yıl Paris İklim Anlaşması kapsamındaki yeni ulusal iklim planlarına, karbon emisyonları dışındaki tüm sera gazlarını azaltma taahhüdünü ekleme konusunda anlaşırken bu planların önümüzdeki yıl Birleşmiş Milletler'e sunulması bekleniyor.



HİNDİSTAN

ULUSLARARASI YATIRIMDA YÜZDE 50 ARTIŞ HEDEFİ

Hindistan, ekonomik büyümeyi artırmaya yardımcı olmak için yıllık uluslararası doğrudan yatırımını yüzde 50'den fazla artırmaya çalışıyor. 2022'den bu yana uluslararası doğrudan yatırımdaki düşüşe rağmen Hindistan'ın Çin'e alternatif bir üretim merkezi olma potansiyeli hâlâ devam ediyor. Hindistan Ticaret Bakanlığı ile özel iş odaları arasındaki ortak girişim olan Invest India'ya göre, Mart 2023'e kadar geçen yedi yıl boyunca Hindistan'ın yıllık ortalama uluslararası doğrudan yatırımı 71 milyar dolardı. Invest India, yatırım için sekiz öncelikli alan belirledi. Bu alanlar elektronik üretimi, otomobil, altyapı, yeşil enerji, gıda işleme, tekstil, ilaç ve yabancı kurumsal yatırım olarak sıralanıyor.

Türkiye, 22,1 Milyar Dolarla En Yüksek Ağustos Ayı İhracatını Gerçekleştirdi

Türkiye'nin ağustos ayı ihracatı yüzde 2,4 artışla 22,1 milyar dolar oldu. Ocak-Ağustos dönemindeki sekiz aylık ihracat 170,8 milyar dolara, son 12 aylık ihracat ise 262 milyar dolara ulaştı.

Ağustos ayı dış ticaret verileri Ticaret Bakanı Ömer Bolat ve Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe tarafından İstanbul'da açıklandı.

İhracatın ağustos ayında da rekor kırmaya devam ettiğine dikkati çeken Bakan Bolat, ithalattaki azalma trendinin devam ettiğini belirterek, "Dış ticaret açığımızda güçlü bir azalış trendi devam ediyor. Cari işlemler açığımızda da güçlü bir azalış trendi devam ediyor. Bunun anlamı Türkiye'miz için daha fazla yatırım, daha fazla üretim, daha fazla istihdam ve daha fazla ihracat ve döviz biriktirmektir." diye konuştu.

TİM Başkanı Mustafa Gültepe de temmuzda takvim etkisiyle çift haneli artış gerçekleştiren ihracatın ağustos ayını da artıda tamamladığını bildirdi. Gültepe, şöyle devam etti: "Genel Ticaret Sistemi (GTS) kayıtlarına göre, ağustos ayında ihracatımız geçen yılın aynı ayına göre yüzde 2,4 artışla 22,1 milyar dolar oldu. Ocak-Ağustos dönemini kapsayan sekiz aylık ihracatımız 170,8 milyar dolara, 12 aylık ihracatımız ise 262 milyar dolara ulaştı. Sekiz aylık ihracatta yüzde 3,9, 12 aylık ihracatta yüzde 3,5 artıdayız. Ağustosta hizmet ihracatımızın da 13 milyar dolar civarında gerçekleşeceğini öngörüyoruz.

Başkan Gültepe, 2024'e 267 milyar dolar mal ve 110 milyar



dolar hizmet ihracatı hedefi ile başladıklarını da hatırlattı.

SEKTÖR SIRALAMASI DEĞİŞTİ

Sektörler özelinde baktığımızda ilk sırada 2,7 milyar dolarla otomotiv yer aldı. Otomotivi, 2,6 milyar dolarla kimya, 1,7 milyar dolarla hazır giyim, 1,5 milyar dolarla elektrik-elektronik ve 1,4 milyar dolarla çelik sektörlerimiz takip etti. Geçen ay 17 sektörümüz ihracatını artırırken, dokuz sektörümüzde düşüş yaşandı. Mücevher, yüzde 108 ile oransal olarak ihracatını en fazla artıran sektörümüz oldu. Fındıkta yüzde 78, yaş meyve ve sebze de yüzde 36, zeytin ve zeytinyağında yüzde 31, tütünde yüzde 18 ihracat artışı kaydettik. Evet bazı

sektörlerimizin ihracatında yüksek oranlı artışlar var. Ancak, bir konuya dikkat çekmek istiyorum. En fazla ihracat yapan üç sektörümüzden otomotiv ve kimya geçen ay ekside kaldı. Hazır giyim ise başa baş durumda. Fark daha çok mücevherden geldi. Mücevherdeki 500 milyon dolarlık artış, ağustos ihracatımızın pozitif kalmasında önemli bir rol oynadı.

Firmaların yasal merkezini baz alan TİM verilerine göre geçen ay 48 ilimiz ihracatını artırdı. En çok ihracat yapan beş ilimiz, İstanbul, Kocaeli, Bursa, İzmir ve Ankara şeklinde sıralandı. Geçen ay bin 228 firmamız ilk kez ihracat yaptı. Yeni firmalarımız ihracatımıza 85,5 milyon dolar katkı sundu. Birim ihracat değerimiz 1,49 dolar

olurken, parite etkisiyle 62 milyon dolar artı yazdık."

AĞUSTOSTA 129 ÜLKEYE İHRACATTA ARTIŞ OLDU

Mustafa Gültepe, en çok ihracat yapılan ülkelerin ise Almanya, ABD, Birleşik Krallık, Irak ve Birleşik Arap Emirlikleri şeklinde sıralandığını bildirdi. Gültepe, "Ağustosta 42 ülkede yüzde 50'nin, 97 ülkede yüzde 10'un üzerinde ihracat artışı kaydettik. Genel tabloda ise 129 ülkeye ihracatımızı artırdık.

En çok ihracat yaptığımız ülke grupları arasında Avrupa Birliği, 8,8 milyar dolarla yine ilk sırada yer aldı. Avrupa kıtasının toplam ihracatımızdaki payı yüzde 55,3 oldu" dedi.



TİM ve Birlikler 2024'te Toplam 378 Fuar Katılacak

Ağustos ile birlikte sekiz ayı geride bıraktıklarını ve kalan dört ayda yıl sonu hedefini yakalayabilmek için var gücüyle çalışmaya devam ettiklerini söyleyen Başkan Gültepe, "Geçen ay Nijerya'da geniş katımlı bir heyet gerçekleştirdik. Bu ay da Fas'a ticaret heyeti düzenleyeceğiz. İhracatçı birliklerimizle sekiz ayda 91 heyet organizasyonuna imza attık. Yıl sonuna kadar sayıyı 150'ye çıkaracağız. Sekiz ayda 228 olan fuar katılımımız da 378'e ulaşacak. Tüm firmalarımızı, bir kez daha düzenlediğimiz heyet ve fuarlara katılmaya davet ediyorum." dedi.

Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat: "Cari işlemler açığımızda da güçlü bir azalış trendi devam ediyor."



TİM Başkanı Mustafa Gültepe: "42 ülkede yüzde 50'nin üstünde ihracat artışı gerçekleştirdik."



İhracat Akademisi Hayata Geçiyor



İhracata yönelik eğitim faaliyetlerinin sürdürüleceği İhracat Akademisi çalışmalarını kapsamında Ticaret Bakanlığı ile Yükseköğretim Kurulu (YÖK) arasında "İhracat Akademisi İşbirliği Protokolü" imzalandı.

Türkiye'nin yetişmiş insan gücüne katkı sağlamak amacıyla YÖK ve üniversiteler ile iş birliğinde devreye alınan İhracat Akademisi İşbirliği Protokolü, Ticaret Bakanı Ömer Bolat ve YÖK Başkanı Prof. Dr. Erol Özvar'ın katılımıyla düzenlenen törende imzalandı. Ülkenin ihracat kapasitesini artırma hedefi doğrultusunda ihracatçılara yönelik kapsamlı eğitim ve bilgi desteği sunacak olan akademi, bakanlık uzmanları, sektörün tanınmış isimleri ve üniversitelerin deneyimli öğretim üyelerinden oluşacak bir kadro ile donanımlı ihracatçılar yetiştirmeyi hedefliyor. Akademi kapsamındaki eğitimlerin, Türkiye'nin yeni ihracat rekorlarına imza atmasına katkı sağlaması bekleniyor.

"İHRACATA GÜÇ KATACAK NİTELİKLİ MEZUNLAR YETİŞTİRECEĞİZ"

Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, bakanlıktaki törende yaptığı konuşmada, İhracat Akademisi ile tüm bilgilendirme ve

eğitim faaliyetlerini akademik ve kurumsal çatı altında toplamayı amaçladıklarını belirtti. Bu şekilde ihracatçıların eğitimi ve bilgilendirilmelerine yönelik yapmış oldukları çalışmaların büyük bir ivme kazanacağını ifade eden Bakan Bolat, şöyle devam etti: "Üniversiteler ile iş dünyası arasındaki iş birliği, modern ekonomik gelişmelerin temel taşlarından birisidir. İstanbul Teknik Üniversitesi ARI Teknokent, ODTÜ Teknokent gibi projelerimiz, Türkiye'nin ihracat hamlesinde katma değeri ve teknoloji payı yüksek ürünlerin üretilmesini sağlamıştır. Geçen yıl 3,5 milyar dolar yazılım ihracatı yaptık. Hedefimiz bunu 2028'e kadar 10 milyar dolara çıkarmak."

Bolat, İhracat Akademisinin stratejik bir adım olduğuna dikkati çekerek, burada bakanlık uzmanları, sektörün alanında isim yapmış temsilcileri ve öğretim üyelerinin oluşturacağı kadroyla donanımlı ihracatçıların yetiştirilmesinin amaçlandığını söyledi. YÖK'ün

koordinasyonu ile üniversitelerin sürekli eğitim merkezleri ile iş birliği gerçekleştireceklerini aktaran Bolat, şunları kaydetti: "Böylece bir network ortamı oluşturulacak ve bu eğitimler sırasında seminerlerle ihracatımızın önde gelen firma sahiplerinin öğrencilerle bir araya geleceği ve tecrübe paylaşımı programlarının yapılacağı çok iyi bir iş birliği ortamı sağlanmış olacak. Burada dış ticaretin tüm süreçleri uygulamalı şekilde anlatılacak. Katılımcıların daha sonra staj yapmalarına imkân sağlanacak. Buradaki müfredat bakanlığımız, YÖK, iş birliği yapan üniversitelerimiz ve ihracatla ilgili konularda faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının temsilcilerinden oluşan Akademik Danışma Kurulu tarafından hazırlanmaktadır. İhracat Akademisinde kendisini geliştirmek isteyen dış ticaret uzmanlarından öğrencilere, firmasını uluslararası pazarlara taşımak isteyen girişimcilerden dış ticaret alanında kariyer yapmak isteyen profesyonellere kadar geniş bir öğrenci yelpazemiz olacak. Uluslararası pazarları analiz etmekten müşteri bulmaya, lojistikten gümrükleme işlemlerine, finansmandan markalaşmaya kadar ihracatın her aşamasına ilişkin edindikleri bilgi ve deneyimlerle firmalarına güç katacak mezunlar yetiştireceğiz."

"YETİŞEN GENÇLERİMİZ İHRACAT SEKTÖRÜNE ÖNEMLİ KATKI SUNACAKLAR"

YÖK Başkanı Prof. Dr. Erol Özvar ise Türkiye'nin her geçen gün ticaret, sanayi ve teknoloji alanında önemli mesafe katettiğini, ülke olarak çitayı daha da yükseltmenin herkesin ortak hedefi olduğunu vurguladı. Dünyadaki rekabetçi ve yeni-



likçi ortama ayak uydurmanın kaçınılmaz olduğunu ifade eden Özvar, YÖK'ün Türk yükseköğretim sisteminin ve üniversitelerin bu noktada önemli sorumluluğu bulunduğunun bilincinde olduğunu söyledi.

İmzalanan protokolün ülkenin eğitim ve ekonomi alanındaki vizyonunu bir adım daha ileri taşımaya katkı sunacağına inandığını belirten Özvar, "Protokolün başlıca hedefi, iş dünyamızın ihtiyaç duyduğu nitelikli insan kaynağını yetiştirmek ve bu kaynağın özellikle ihracat alanında ülkemize katma değer sağlamasını temin etmektir. Yetişecek gençlerimiz gerek kendi işlerini kurarak gerek sektörde faaliyet gösteren firmalarda çalışarak ihracat sektörüne önemli bir katkı sunacaklar." diye konuştu.

Özvar, küresel ticaret arenasında rekabetin her geçen gün arttığı bir dönemin yaşandığını, bu rekabette başarılı olabilmenin yolunun, iyi eğitilmiş, alanında uzman, yenilikçi düşünebilen, çevresine duyarlı, üretken ve küresel trendleri takip edebilen yeni nesillere sahip olmaktan geçtiğini kaydetti. Üniversitelerle sektörler arasında köprüler kurmanın, gençleri bu yarışa hazırlamanın, mezunlar ve çalışanları çağın gerektirdiği beceri ve yetkinliklerle yaşam

boyu öğrenim felsefesi içinde donatmanın öncelikleri arasında yer aldığını söyleyen Özvar, şöyle devam etti: "İhracat Akademisi'nin kurulması, imza altına aldığımız protokolün en somut çıktılardan biri olacak. Akademinin danışma kurulunda Ticaret Bakanlığı ile YÖK tarafından belirlenen üyelerin yanında üniversitelerimizden uzman akademisyenler ve ihracatla ilgili konularda faaliyet gösteren sektör, meslek ve sivil toplum kuruluşlarından tecrübeli kişiler de yer alacak. Bu yönüyle katılımı, kapsayıcılığı ve çeşitliliği destekleyen bir danışma kurulu ortaya çıkacak."

YÖK Başkanı Prof. Dr. Erol Özvar: "Protokolün başlıca hedefi, iş dünyamızın ihtiyaç duyduğu nitelikli insan kaynağını yetiştirmek ve bu kaynağın özellikle ihracat alanında ülkemize katma değer sağlamasını temin etmektir."

Nijerya'da 150 İkili İş Görüşmesi Gerçekleştirildi



Türkiye İhracatçılar Meclisi, 20-23 Ağustos tarihlerinde Nijerya'nın Lagos şehrine ticaret heyeti düzenledi. Organizasyonda Türk ve Nijeryalı firmalar 150 ikili iş görüşmesinde bulundu.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), T.C. Ticaret Bakanlığı koordinasyonu ile 20-23 Ağustos 2024 tarihleri arasında Nijerya'ya tüm sektörleri kapsayan genel nitelikli bir ticaret heyeti

düzenledi. Lagos şehrinde düzenlenen heyette maden, halı, demir ve demir dışı metaller, elektrik-elektronik, kimya ve makine gibi çeşitli sektörlerden 15 Türk ihracatçı firma yer aldı. Türk firmalarının yeni iş birlikleri tesis etmeleri ve pazar araştırması yapmalarının yanı sıra iki ülke arasındaki dış ticaret hacminin artırılmasının hedeflendiği organizasyona 85 Nijeryalı firma katıldı. Programda Türk ve Nijeryalı firmalar arasında 150'nin üzerinde ikili görüşmesi yapıldı.

Responsible Programı Kapsamında Sanayicilere Eğitim Verilecek

Yeşil Mutabakat kapsamında yeşil dönüşümün getirdiği yeni ticaret kurallarına uyum sağlanması amacıyla Ticaret Bakanlığının hayata geçirdiği Responsible Programı Tanıtım Toplantısı, TİM İstanbul Dış Ticaret Kompleksi Şehit Ömer Halisdemir Konferans Salonu'nda gerçekleştirildi. TİM ile Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu (KGK) iş birliğinde düzenlenen toplantıya Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürü Mehmet Ali Kılıçkaya, TİM Başkan Vekili Kutlu Karavelioğlu, KGK Başkanı Dr. Hasan Özçelik ile ihracatçılar katıldı.

Toplantının açılışında konuşan TİM Başkan Vekili Kutlu

Karavelioğlu, Responsible Programı'nın hedefinin, firma bazlı yol haritaları oluşturarak firmaların tescilli şekilde yeşil dönüşüm süreçlerini tamamlamaları olduğunu söyledi. Karavelioğlu, "Bu noktada, iyileştirme haritaları ile adım adım yol alınacak ve firmalarımıza danışmanlık hizmeti sunulacak. Yeşil Mutabakata Uyum Projesi Desteği ile şirketler tarafından proje kapsamında alınan danışmanlık hizmeti giderleri, beş yıl süresince yüzde 50 oranında ve toplamda 10 milyon TL'ye kadar desteklenecek. Üç fazdan oluşan programda, Faz-1'de firmanın mevcut durum analizi yapılacak. Faz-2'de projelendirme ve uygulamaya yönelik teknik destek sağlanacak." dedi.

Üç fazdan oluşan programda, Faz-1'de firmanın mevcut durum analizi yapılacak. Faz-2'de projelendirme ve uygulamaya yönelik teknik destek sağlanacak.



GALATA ALPI
TAŞIMACILIK VE TİCARET A.Ş.

**WE ALWAYS
FIND A WAY**

ON THE ROAD WITH TRUST AND QUALITY



TİM Bölgesel Sürdürülebilir İhracat Seferberliği Eğitim Programları Tamamlandı

Türkiye İhracatçılar Meclisinin (TİM), “Sürdürülebilirlik Eylem Planı” hedefleri doğrultusunda Marmara Bölgesi ile başlattığı “Bölgesel Sürdürülebilir İhracat Seferberliği Eğitim Programları”, Doğu Anadolu Bölgesi ile sona erdi.



Türkiye İhracatçılar Meclisinin (TİM), Avrupa Yeşil Mutabakatı, iklim değişikliği ve sürdürülebilirlik süreçlerine ilişkin Türkiye'nin yedi farklı bölgesindeki ihracatçıları, üreticileri ve girişimcileri bilgilendirmek amacıyla düzenlediği “TİM Bölgesel Sürdürülebilir İhracat Seferberliği Eğitim Programları”nın sonucusu Doğu Anadolu Bölgesi özelinde gerçekleştirildi. Nasıl Bir Ekonomi gazetesi Genel Koordinatörü ve Yazarı Vahap Munyar moderatörlüğünde çevrim içi olarak düzenlenen açılış programında Ticaret Bakan Yardımcısı Mustafa Tuzcu, TİM Başkanı Mustafa Gültepe ile Doğu

Anadolu İhracatçılar Birliği (DAİB) Başkanı Ethem Tanrıver katılımcılara hitap etti.

“EĞİTİMİ BİR BEKÂ KONUSU OLARAK ELE ALIRSAK YARIŞA DÂHİL OLABİLİRİZ”

Üretim ve ihracatın ülke ekonomisinin lokomotif gücünü oluşturduğunu söyleyen TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Türkiye’yi kalkındırmanın, Atatürk’ün hedef gösterdiği çağdaş medeniyetler seviyesinin üzerine çıkarmanın yolunun üretim ve ihracattan geçtiğini belirtti. TİM olarak gelecek stratejilerini ve projeksiyonlarını bu bilinçle oluşturduklarını ifade eden Gültepe, “İddialı

hedefler için donanımlı insan kaynağı şart. Japonya, Almanya, ABD ve Çin gibi ülkeler eğitim yatırımlarıyla bugünkü başarılarına ulaştı. Biz de eğitimden başlamalı, donanımlı iş gücümüzü ülkede tutarak Türkiye’yi cazibe merkezi hâline getirmeliyiz. Gençlerimizin yurt dışına gitmesini önleyip, eğitimi bekâ meselesi olarak görmeliyiz. TİM ve ihracatçı birlikleri olarak bu alanda tüm imkânlarımızı seferber ediyoruz.” şeklinde konuştu.

“DÖNÜŞÜMÜN MALİYET YAZMAYA BAŞLAYACAĞI ZAMAN YAKLAŞIYOR”

Yeşil dönüşüm konusunda



bugüne kadar en iddialı hedefin Avrupa Birliği (AB) tarafından ortaya koyulduğunu vurgulayan Gültepe, “Türkiye, AB üyesi olmamakla birlikte bu hedefe uyum sağlamak durumunda. Çünkü ihracatımızın yüzde 42’sini AB ülkelerine yapıyoruz. Diğer Avrupa ülkeleriyle birlikte oran yüzde 55’lere kadar çıkıyor. Dolayısıyla yeşil dönüşümü hızlandırmak, Asya’daki rakiplerimize karşı avantaj elde etmek durumunda. Bazı sektörler için dönüşümün maliyet yazmaya başlayacağı zaman da yaklaşıyor. Örneğin çimento, elektrik, demir, çelik ve gübre sektörleri için 2026’dan itibaren sınırda karbon mekanizması devreye girecek. Sonraki yıllarda beş sektörü diğerleri izleyecek. Yeni süreci büyük bir hassasiyetle takip ediyor gelişmeleri raporluyoruz. Bu alanda önde gelen kurumlarla iş birliklerimizi güçlendiriyoruz.” diye konuştu.

“FİRMALARIMIZI YOĞUN ŞEKİLDE BİLGİLENDİRMEYE DEVAM EDİYORUZ”

Doğu Anadolu İhracatçıları Birliği (DAİB) Başkanı Ethem Tanrıver, ihracatçılar için stratejik öneme sahip olan AB pazarında mevcudiyetlerini devam ettirebilmeleri için AB Yeşil Mutabakatına hızlı ve sağlıklı bir şekilde uyum sağla-

malarının gerektiğini söyledi. Tanrıver, TİM tarafından oluşturulan eylem planına uygun şekilde, sektör bazlı gerekli çalışmalarını hızla yapmaları durumunda bu süreci fırsata çevirebileceklerini, AB’ye ihracat yapan diğer ülkelere göre avantajlı duruma geçebileceklerini belirtti. Tanrıver, “DAİB olarak bu sürece katkı sunabilmek adına firmalarımızı bilinçlendirme ve yol gösterme yönünde sivil toplum kuruluşlarımız, üniversitelerimiz ile iş birliği halinde eğitim, seminer gibi programlarla yoğun şekilde bilgilendirmeye devam ediyoruz.” dedi.

“AB’NİN DÖNGÜSEL EKONOMİ POLİTİKALARINI TAKİP ETMELİYİZ”

Ticaret Bakan Yardımcısı Mustafa Tuzcu ise yeşil dönüşüm sürecinde, eğitimin önemini arttığını ve yeşil becerilerin, sanayinin dönüşümünde büyük rol oynayacağı bir döneme girdiklerini ifade etti. TİM ile ihracatçı birliklerinin bu konuda yoğun çaba sarf ettiğini bildiren Tuzcu, “Ülkemizin bu alandaki kapasitesi, diğer ülkelerle kıyaslandığında geride değil ve riskleri rekabet avantajına çevirebilecek potansiyele sahibiz.” diye konuştu. Bu çerçevede önemli adımlar attıklarını bildiren Tuzcu, karbon fiyatlandırma

mekanizmasının oluşturulması, enerji yoğun sektörlerde düşük karbonlu üretim için yol haritasının geliştirilmesi, temiz enerji ile enerji arz güvenliğinin sağlanması ve AR-GE teşvikleri ile finansman altyapısını güçlendirmek için çalışmalar yaptıklarını kaydetti.

Karbon ölçümleri ve doğrulamaları yapan kuruluşların TÜRKAK tarafından akredite edilmesinin ve bu akreditasyonun AB tarafından kabul edilmesinin gerekliliğine vurgu yapan Tuzcu, “Aksi hâlde, Türkiye’de yapılan karbon ölçümleri AB tarafından geçerli sayılmayacak ve Türk firmaları AB firmalarının yüksek maliyetli süreçlerine maruz kalacak. Bu nedenle AB’nin dögüsel ekonomi politikalarını takip etmeliyiz. Ayrıca plastik, atık ve batarya gibi alanlardaki gelişmeler ihracatımızı etkiliyor. AB, yıl sonunda ormansızlaşmanın önlenmesi tüzüğünü uygulamaya koyacak, bu da gıda, ahşap, mobilya, şekerleme ve kauçuk sektörlerini ilgilendiriyor. Haziran ayında AB ile bu mevzuat değişimlerine yönelik geniş kapsamlı bir toplantı gerçekleştirdik. Firmalarımızın bu süreçte ek eğitime ihtiyacı var ve biz destek sağlamaya hazırız. Atık ve geri dönüşüm ekonomisi Türkiye’de geliyor, ancak AB’nin yeni atık yönetim kuralları var. Demir çelik sektöründe hurda tedarik güvenliği için çalışmalar yürütüyoruz. Finansman konusunda Hazine ve Maliye Bakanlığı ile özel sektör bankaları altyapı geliştiriyor. Yeşil dönüşüm hedefleri için finansman imkânlarını ve desteklerini içeren bir belge hazırladık ve web sitemizde yayımladık. Turquality gibi Responsible markasının kullanımını da teşvik edeceğiz. Bu marka hem ulusal hem de uluslararası fonlara erişimde ve devlet teşviklerinde firmalarımıza katkı sağlayacak.” dedi.

Türkiye'nin En Büyük İnovasyon Buluşması 10 Ekim'de

Türkiye İhracatçılar Meclisinin (TİM) bu yıl 11'inci kez düzenleyeceği Türkiye Innovation Week 2024, "Out of the box: Human, Culture, Model" temasıyla 10-12 Ekim tarihleri arasında Haliç Kongre Merkezi'nde yapılacak.



TİM Başkanı Mustafa Gültepe: "Çabalarımızın başarılı çıktılarını son 10 yılda almayı başardık. Türkiye, Küresel İnovasyon Ligi Endeksi'nde 10 yılda 68'inci sıradan 39'uncu sıraya yükseldi."

Türkiye'nin dünyada daha fazla söz sahibi olması için inovasyon ekosistemini geliştirmek ve büyütme gerektiği bilinciyle yola çıkan Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), Türkiye Innovation Week buluşmasının 11'incisini 10-12 Ekim tarihleri arasında gerçekleştirecek. Haliç Kongre Merkezi'nde düzenlenecek Türkiye Innovation Week 2024 (Türkiye İnovasyon Haftası) her yıl olduğu gibi Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın katılımı ile yapılacak. Cumhurbaşkanı Erdoğan etkinlikte bir de konuşma yapacak.

Ticaret Bakanlığı koordinasyonu, Türkiye İhracatçılar Meclisi ev sahipliğinde hayat bulacak 11. Türkiye Innovation Week 2024, bu yıl "Out of the box: Human, Culture, Model"

temasıyla gerçekleştirilecek. Her zaman olduğu gibi "cesaret edenleri", "alışılmıştan dışına çıkanları", "kalıplarına sığmayanları" ve "ezber bozanları" buluşturacak olan Türkiye Innovation Week, tam 11 yıldır büyük bir inanç ve motivasyonla düzenleniyor. Etkinlik, ekonomik kalkınmanın inovasyonla nasıl desteklenebileceğini ve sürdürülebilir başarıya nasıl ulaşılacağını tartışmak için kritik bir platform olma özelliğini de sürdürüyor.

"İNOVASYONU YAŞAM BİÇİMİ HÂLINE GETİRİYORUZ"

Türkiye Innovation Week 2024 hakkında bir açıklama yapan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, "TİM olarak cumhuriyetimizin ikinci yüzyılına Türkiye'yi ihracatta ilk 10 ülke arasına

taşıma hedefiyle başladık. 2028 yılı için de 375 milyar dolar mal, 200 milyar dolar hizmet ihracatı hedefimiz var. Bu hedefler için daha çok üretmek durumundayız ama sadece üretmemiz yetmiyor. Halen 1,5 dolar civarında olan kilogram birim değerimizi 3 doların üzerine çıkarmalıyız. TİM olarak kilogram birim değerimizi artırmanın yolunun yüksek teknolojiden, Ar-Ge'den, inovasyondan, tasarımdan, sürdürülebilir üretimden ve markalaşmaktan geçtiğini biliyor, bu bilinçle hareket ediyoruz. Bu kapsamda ihracat ailesi olarak Türkiye'de inovasyon ekosistemini geliştirmek için çaba sarf ediyoruz. İnovasyonu KOBİ'den en büyük şirkete, öğrenciden bireysel girişimciye kadar tüm paydaşlarıyla bütünsel olarak ele alıyor, pek çok projeyi bir arada yürütüyoruz. İnovatör, İnoSuit, İnovaTİM, TİM-TEB Girişim Evlerimizle her sektörde ve her ölçekte inovasyonu destekliyoruz. Çabalarımızın başarılı çıktılarını son 10 yılda almayı başardık. Türkiye, Küresel İnovasyon Ligi Endeksi'nde 10 yılda 68'inci sıradan 39'uncu sıraya yükseldi. Endeks özelinde eşine

az rastlanır bir sıçrama gerçekleştirdik. İnovasyonu yaşam biçimi hâline getirme hedefimizde büyük mesafe kat ettik" dedi.

"BÖLGEMİZİN EN KAPSAMLI ETKİNLİĞİ"

"11 yıldır düzenlediğimiz Türkiye, Innovation Week alanında ülkemizin ve yakın coğrafyamızın en kapsamlı etkinliği olarak öne çıkıyor" diyen Gültepe, sözlerini şöyle tamamladı: "Türkiye Innovation Week ülkemizin bir gurur markası. 10 yılda 500 bini aşan katılımcımızı Türkiye'nin ve dünyanın yenilik öncüleri ile bir araya getirdik. Dünyanın en saygın organizasyon ödüllerini kazandık. Bu markayı küresel zemine oturtmak için geçen yıl bir adım daha atarak etkinliğimizi 'Türkiye Innovation Week' adıyla düzenlemeye başladık. Bu yıl 11'incisini düzenleyeceğimiz 'Türkiye Innovation Week' içinde pek çok yeniliği barındırması açısından çok değerli. İnanıyorum ki bu yıl da programımızı yoğun bir katılımı gerçekleştireceğiz. Bu inançla tüm inovasyon tutkunlarını 10-12 Ekim tarihlerinde Haliç Kongre Merkezi'ne bekliyoruz!"

Etkinliğin her aşamasında ekosistem tarafından iyi bilinen moderatör ve katılımcıların yer alacağı paneller düzenlenecek. Tüm salonlarda etkinlik boyunca gerçekleştirilecek panellerde Türkiye'den ve dünyadan inovasyon ekosistemini önemli oyuncularıyla bir araya gelmek, ilham verici konuşmaları dinlemek ve yeni gelişim fırsatlarını keşfetmek mümkün olacak. Türkiye Innovation Week 2024, dünyaca ünlü konuşmacıların yer alacağı panellerin yanı sıra master classlar, inovasyon projeleri-programları, konferanslar, sergiler, atölye çalışmaları, interaktif deneyim alanları, sergi ve enstalasyonlara ev sahipliği yapacak.

Her zaman olduğu gibi "cesaret edenleri", "alışılmıştan dışına çıkanları", "kalıplarına sığmayanları" ve "ezber bozanları" buluşturacak olan Türkiye Innovation Week'in bu yılki teması, "Out of the box: Human, Culture, Model" olarak belirlendi.



Online Kayıtlar Başladı

10 yılda gerek fiziki gerek online 11 milyona yakın kişiye erişen Türkiye Innovation Week, bu yıl da dünyada ve Türkiye'de fark yaratan inovasyon liderlerini, sektör devlerini, akademisyenleri, öğrencileri bir araya getirecek. www.turkiye-innovationweek.com adresinden online kayıt yaptırmanın zorunlu olduğu etkinlik ücretsiz ziyaret edilebilecek.

Türkiye Innovation Week'te 10 Yılda Neler Oldu?

500+
katılımcı

11
milyon
izleyici

İhracat Ailesi, Dış Ticaret Kompleksi'nde Buluştu



İhracata yönelik çalışmalar, ihracatçıların karşılaştığı sorunlar ve çözüm önerileri, Türkiye İhracatçılar Meclisi Genişletilmiş Başkanlar Kurulu Toplantısı'nda değerlendirildi.

Türkiye İhracatçılar Meclisi Genişletilmiş Başkanlar Kurulu Toplantısı, İstanbul Dış Ticaret Kompleksi Şehit Ömer Halisdemir Konferans Salonunda gerçekleştirildi. TİM Başkanı Mustafa Gültepe başkanlığında düzenlenen toplantıya, TİM Başkan Vekilleri, İhracatçı Birlik Başkanları, TİM Yönetim Kurulu ile Sektör

Kurulu Üyeleri katılım sağladı. Geniş katılımı gerçekleştirilen programda ihracata yönelik çalışmalar, ihracatçıların karşılaştığı sorunlar, çözüm önerileri ve gelecek dönem hedefleri kapsamlı şekilde ele alındı.

Toplantı ile ilgili değerlendirmelerde bulunan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, "İhracatımızı büyütmek, orta ve uzun vadeli hedeflerimizin alt yapısını hazırlamak için yapılacak daha çok iş var. Özellikle stratejik konularda istişare etmenin, ortak akılda buluşmanın çok önemli olduğunu düşünüyorum. Bugüne kadar olduğu gibi, bundan sonra da tüm zorlukları birlik ve beraberlikle aşacağımıza inanıyorum." diye konuştu.

YOİKK Toplantısı Cumhurbaşkanlığı Külliyesi'nde Yapıldı

TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Cumhurbaşkanı Yardımcısı Cevdet Yılmaz başkanlığında, Cumhurbaşkanlığı Külliyesi'nde gerçekleştirilen ve Kurul üyesi bakanlar ile özel sektör temsilcilerinin de hazır bulunduğu "Yatırım Ortamını İyileştirme Koordinasyon Kurulu" (YOİKK) toplantısına katıldı. Toplantı öncesi açıklamalarda bulunan Cumhurbaşkanı Yardımcısı Cevdet Yılmaz, "Makroekonomik istikrarı güçlendirmeyi, yüksek katma değerli üretimi teşvik etmeyi, yeşil ve dijital dönüşümü odağımıza alarak verimlilik ve ihracat artışını

sağlamayı amaçlıyoruz. Bu doğrultuda cari işlemler dengesinde kalıcı iyileşme ve tek haneli enflasyon rakamlarına ulaşmak, temel hedefimizdir." dedi.

Toplantının ardından yapılan yazılı açıklamada ise YOİKK Eylem Planı gelişmelerinin, Türkiye Uluslararası Doğrudan Yatırım Stratejisi'nin, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın başkanlığında 28 Eylül'de gerçekleştirilecek Yatırım Danışma Konseyi toplantısı hazırlıklarının, Orta Vadeli Program (OVP) ile ilgili gelişmelerin ve 2025-2027 dönemi OVP çalışmalarının değerlendirildiği belirtildi.

TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Cumhurbaşkanlığı Külliyesi'ndeki "Yatırım Ortamını İyileştirme Koordinasyon Kurulu" (YOİKK) toplantısına katıldı.

Unutulmaz Wome Yazı Devam Ediyor!

Sevdiklerinizle
huzur dolu bir tatilin
adresi Wome Deluxe!



444 8 330
wome.com.tr



ÇOK TARAFLI TİCARETTEN KURALSIZ TİCARETE

Türkiye uzun yıllardır AB ile gümrük birliğini güncelleme çabası gösterirken dünyanın giderek kuralsız ticarete evrilmesini yakından izlemelidir. Kuralsız ticaretin genişlemesi, Çin'in ihracatta Türkiye gibi ülkelere karşı daha agresif olmasına neden olacaktır. Türkiye böyle bir dalgaya da hazır olmalıdır.



CAN FUAT GÜRLESEL

Küresel ekonomi uzun yılların çabası sonrası oluşturulan çok taraflı ve kurallı ticarettten giderek kuralsız ticarete doğru yönelmektedir. Çok taraflı anlaşmalarda yer alan ülkeler şimdi Amerika Birleşik Devletleri (ABD) liderliğinde Batı ülkeleri ve Çin liderliğinde Güney ülkeleri olarak ayrılmaktadır. Ve oluşan iki kutup arasında kuralsız ticaret öne çıkmaktadır.

Uzun yıllar boyunca süren ticaret görüşmeleri sonrası 2005 yılında vergiler, kotalar ve tarifeler ile ilgili çok önemli kararlar alınmış ve dünya mal ticareti büyük ölçüde serbestleşmişti. Ticaret anlaşmasının son hâline ABD, Avrupa Birliği (AB) ve Çin başta olmak üzere hemen tüm ülkeler o tarihte veya daha sonra taraf olmuştur. Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) resmen kurularak kuralların belirlenmesinde ve ticaret anlaşmazlıklarının çözümünde yetkili olmuştur.

Çok taraflı kurallı ticaret 2015 yılına kadar aksamadan uygulanmıştır. Ancak Çin ve diğer gelişen ülkelerin giderek artan rekabet baskısı öncelikle ABD'yi rahatsız etmeye başlamıştır. ABD ve AB, Çin'e karşı öngörülenin üzerinde ticaret açıkları vermiştir. 2016 yılı ABD başkanlık seçimlerine aday

olan Donald Trump, Çin'e karşı kuralsız ticaret önlemleri almayı vaat etmiş ve başkan seçildikten sonra da 2018 yılından itibaren önce Çin'e sonra AB ülkeleri ile Endonezya, Güney Kore ve Japonya gibi ülkelere yine kuralsız koruma önlemleri almıştır. ABD, Trump yönetiminde Kanada ve Meksika ile NAFTA anlaşmasını güncellemiştir.

2020-2024 döneminde ise ticarete korumacılık, metal ürünleri gibi ana sanayi ürünlerinden yüksek teknoloji kritik ürünlerin ticaretine kaymıştır. Ticarete yepyeni ürünler ağırlık kazanmaya başlamıştır. Elektrikli araçlar, bataryalar ve piller, güneş enerjisi ve yenilenebilir enerji malzemeleri, sensörler, yarı iletkenler, robotikler, yapay zekâ, veri merkezleri-bulut teknolojileri gibi alanlar ile bu alanlarda kullanılan nadir mineraller öne çıkmaya başlamıştır. Artan jeopolitik riskler nedeniyle savunma sanayi ürünleri ile uzay ve havacılık alanındaki ürünler de bu alanlar içinde yer almaktadır. Savunma sanayisinde yapay zekâ kullanımı gibi ileri aşamalar test edilmektedir.

2020 yılında yaşanan salgının ardından tedarik güvenliği büyük önem kazanmıştır. Bu nedenle yukarıda belirtilen yeni

alanlarda ülkeler bir yandan kendi yatırımlarını yaparken diğer yandan kritik ürünlerin rakiplere satışlarına sınırlamalar ve çok sayıda yasaklar getirmektedir. Yarı iletkenler bunların başında gelmektedir. Ülkeler yarı iletken yatırımları için destek kanunları çıkarmakta ve kamu finansmanları sağlamaktadırlar. Diğer yandan yarı iletken ihracatları sınırlanmaktadır.

Yukarıdaki birçok ürün için ithalatta da korunma önlemleri artırmaktadır. Çin elektrikli araçlarda önemli bir rekabet gücü elde etmiştir. Bu nedenle AB ve Kanada, Çin menşeli elektrikli araçlara yüksek ithalat vergileri getirmektedirler. Çin ise buna karşın ithal ettiği ürünler için vergileri artırma tehdidinde bulunmaktadır. ABD, Çin ve Kanada, Çin'in bu kez yüksek teknoloji ürünlerde sübvansiyon uyguladığını iddia ederek kuralsız korunma önlemleri getirmektedirler.

Kurallı ticaretin düzenleyici ve denetleyici kurumu DTÖ kuralsız ticaret girişimleri karşısında yeterince etkili olamamaktadır. Kuralsız ticaret önlemleri alan ülkeler DTÖ yönetiminde olduğu

Küresel ekonomi uzun yılların çabası sonrası oluşturulan çok taraflı ve kurallı ticarettten giderek kuralsız ticarete doğru yönelmektedir. Çok taraflı anlaşmalarda yer alan ülkeler şimdi ABD liderliğinde Batı ülkeleri ve Çin liderliğinde Güney ülkeleri olarak ayrılmaktadır. Ve oluşan iki kutup arasında kuralsız ticaret öne çıkmaktadır.

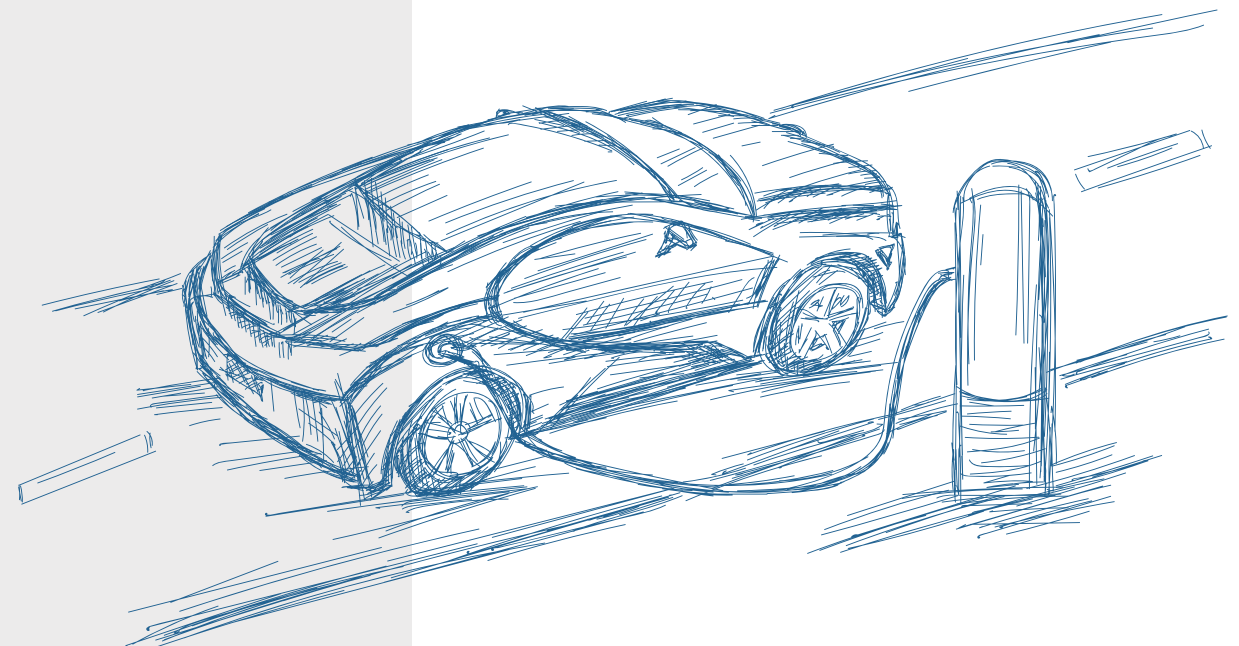
için istenilen kararlar alınamamaktadır.

Önümüzdeki süreçte kuralsız ticaretin genişleme olasılığı ve riski artmaktadır. ABD'de yaklaşan başkanlık seçimlerinde yeniden aday olan Trump, Çin ithalatına yüzde 60, diğer ülke ithalatlarına ise yüzde 10 vergi koymayı planlamaktadır. Trump'ın seçimleri kazanması halinde kuralsız ticaret çok daha yaygınlaşabilecektir. Bu da küresel ekonomide ve ticarete ilave yavaşlamaya neden olacaktır. Trump'ı seçimleri kazanamaması hâlinde de kuralsız ticaret genişleme eğilimi içinde olacaktır.

Küresel hegemonya ve rekabet gücü teknoloji geliştirmeye, yüksek teknolojiye sahip olmaya ve teknolojiyi koruma-

ya bağlı olacaktır. Bu nedenle ülkeler büyüme ve refah için daha önce kurallı ve çok taraflı ticareti seçmişken, yeni dönemde korumacı ve kuralsız ticareti tercih edeceklerdir. Bu süreç de en çok Avrupa Birliği'ni olumsuz etkileyecektir.

Türkiye uzun yıllardır AB ile gümrük birliğini güncelleme çabası gösterirken dünyanın giderek kuralsız ticarete evrilmesini yakından izlemelidir. Bu süreçte, içeride sektörlerin rekabet gücünü bozmayacak şekilde ithalatta koruma önlemlerini daha hedef odaklı kullanabilmelidir. Kuralsız ticaretin genişlemesi, Çin'in ihracatta Türkiye gibi ülkelere karşı daha agresif olmasına neden olacaktır. Türkiye böyle bir dalgaya da hazır olmalıdır.





kişilere bağlanamıyor.

- Farklı bölgelerde üretilen ürünlerle karışmalarının önüne geçiliyor.
- Ürünlerin yurt içinde ve yurt dışında kolayca reklamı yapılabiliyor.

KATMA DEĞERLİ ÜRÜN İHRACATIN ÖNÜNÜ AÇAR

Coğrafi işaret, ürünlerin yüksek fiyatla pazarlanması gibi önemli bir olanak sağlıyor. Bu da özellikle ihracat noktasında ülkelerin elini güçlendiriyor. Coğrafi işaret tescilli alan bir ürünün bilinirliği artar, marka değeri kazanır ve fiyatı yükselir. Böylece ürün katma değerli bir hâle gelir. Coğrafi işaretler, yarattıkları katma değer ve iş olanakları ile kırsal nüfusu yerinde tutarak kırsal göçün engellenmesinde de ciddi rol oynar. Aynı zamanda çok önemli bir istihdam kaynağı oluşturur. Bu konuda en gelişmiş ülke olan Fransa'nın hem üretim hem de istihdam alanında coğrafi işaretlerden büyük kâr elde ettiği biliniyor.

Bugün Türkiye'nin 1.627 adet tescilli coğrafi işareti bulunuyor. Coğrafi işaret açısından potansiyeli fazlasıyla yüksek olan Türkiye, tescil zengini bir ülke olmasına rağmen bu avantajını ne yazık ki yeterince iyi değerlendiremiyor. Ülkemiz özellikle katma değer oluşturma noktasında dünyadaki rakiplerine göre oldukça geride kalmış durumda. Bu da başta Türkiye'nin coğrafi işaret konusundaki sistemsizliği olmak üzere tescil konusuna gereken önemin verilmemesi ve yönetimsel eksiklikten kaynaklanıyor.

Türkiye'nin elinde bulundurduğu bu eşsiz avantajı fırsata dönüştürebilmesi ve coğrafi işaretlerin oluşturduğu ekonomiyi artırabilmesi için coğrafi işaretlerin tescilinden üretimine markalaşmasından pazarlamasına kadar olan tüm süreçlerini kontrol altına alması şart.

TURİZM BÖLGELERİNE COĞRAFI İŞARET ETKİSİ

Türkiye'de turistler tarafından en çok ziyaret edilen illerin ilk 10'u, sınai haklara yönelik çalışmalarda da Türkiye'nin zirvesine yerleşmiş durumda. İstanbul, Antalya, Muğla, Ankara, İzmir, Nevşehir, Bursa, Aydın, Balıkesir ve Çanakkale'den 2023 yılı ve 2024'ün ilk beş ayında gerçekleştirilen marka başvurusu sayıları Türk Patent ve Marka Kurumu (TÜRKPATENT) verilerine göre artış kaydetti. 2023 yılında Türkiye genelinde 168 bin 850 yerli marka başvurusu yapılırken turizmin ilk 10 ili, bu başvuruların 117 bin 767'sini gerçekleştirdi. 2024 yılının ilk beş ayında ise Türkiye genelinde 65 bin 295 marka başvurusu gerçekleştirilirken bu sayının 45 bin 478'i söz konusu illerden geldi. Bu iller aynı zamanda coğrafi işaretli ürünler özelinde de ciddi pay sahibi. 10 ilde toplam 351 coğrafi işaret dosyası işleme koyuldu

ve bunların 94'ünün süreci hâlâ devam ediyor.

Söz konusu turizm bölgelerindeki en değerli artışın coğrafi işaretler olduğunu belirten Destek Patent Yönetim Kurulu Başkanı Kemal Yamankaradeniz, bu artışın ürün ile o ürünün coğrafi alanı arasındaki bağlantıyı açıklayan bir kalite göstergesi olduğunu vurguladı ve ekledi: "Bugün dünyada adına gastronomi turizmi dediğimiz bir olgu var. İnsanlar meşhur bir yiyeceği veya ürünü yerinde tüketmek için uzun mesafeler katediyor ve ciddi harcamalar yapıyor. Öte yandan yerel üreticileri koruyarak gerek iç piyasada gerekse küresel piyasada kırsal kalkınmayı ve yerel markalaşmayı desteklemek mümkün. Peynir tadımları için Fransa'ya, makarna ya da pizza yemek için İtalya'ya turlar düzenleniyor. Dolayısıyla coğrafi işaretli ürünlerimizi ne kadar artırır ve ne kadar tanıtırsak ekonomik büyümeye ve turizm gelirlerindeki artışın devamlılığına o kadar katkı sağlamış oluruz."

"MAHREÇ" TESCİLİ KATEGORİSİNDEKİ ÜRÜNLER DİKKAT ÇEKİYOR

Bu ürünün üretim işlemlerinden "en az birinin" belirli bir yöre alan ya da bölge sınırları içinde yapılması durumu ise "mahreç" işaretini bildiriyor. Yöresel bir hammadde kullanılan ya da üretim aşamalarından birisinin ilgili yörede gerçekleştiği ürünler "mahreç" işaretiyle tescil edildiğinde, diğer üretim sürecinin yöre dışında da gerçekleşmesi mümkün kılınıyor.

Örneğin, Adana'da asırlardır üretilen, yöreyle ünlenmiş, mor-kırmızı renkte, bulanık, tadı ekşi fermente bir içecek olan Adana Şalgamı, "mahreç" tescilli ürünlerimizden biri. Temel olarak bulgur unu, ekşi maya, içme suyu ve tuz karışımıyla siyah havuç (Daucus carota) ve şalgamdan

(Brassica rapa) üretiliyor. Ancak bu ürünün tüm aşamalarında coğrafi sınırlara bağlı kalınmaya biliyor. Örneğin siyah havuç ya da bulgur unu dışarıdan gelebiliyor ya da üretimi yöre dışında gerçekleştirilebiliyor.

Ayrıca Adapazarı Kabak Tatlısı, Adana Analı Kızılı, Adıyaman Etsiz Çiğ Köfte, Akhisar Köfte, Konya Etlikek, Bursa Cantık, Bursa Döner Kebabı da "mahreç" tescilli alan işaretli ürünlerimiz arasında yer alıyor. Tescil kategorisinde yüzde 74,5 ile en çok ürünümüz "Mahreç" işaretinde bulunuyor.

Coğrafi işaretli ürünler elbette yalnızca yemek ve gıda kategorisinde bulunmuyor. Mermer türlerimizden; Afyon Mermeri, Oltu Taşı, Eskişehir Lüle Taşı, Amasya Beji Taşı, Denizli Traverteni, Çubuk Agat Taşı ve Bayburt Taşı, hayvan cinslerimizden Kars Türk Çoban Köpeği; el sanatlarımızdan Amasya Semaveri, Yahyalı El Halısı, Senirkent Gelin Fesi, Evrenye Bıçağı, Kastamonu Örme Fanılası, Bayat Türkmen Kilimi, Edirne Mis Meyve Sabunu, Nallıhan İğne de "coğrafi işaretli ürünlerimiz" arasında yer alıyor.

Türkiye'nin Tescilli Coğrafi İşaretlerinin Ürün Grupları

%20,3

Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar (330 adet)

%5,0

Halılar, kilimler ve dokumalar dışında kalan el sanatı ürünleri (81 adet)

%5,3

Diğer ürünler (86 adet)



Türkiye'nin 24 Ürünü AB'den Tescil Aldı

Türkiye'nin, Avrupa Birliği tescil süreci devam eden 53 coğrafi işaret ve beş geleneksel ürün adı bulunuyor. Güncel olarak Avrupa Birliği'nden (AB) coğrafi işaret tescilli alan 24 ürün ise şunlar: Gaziantep baklavası, Aydın inciri, Malatya kayısı, Aydın kestanesi, Milas zeytinyağı, Bayramiç beyazı, Taşköprü sarımsağı, Giresun tımbul fıncığı, Antakya künefesi, Suruç narı, Çağlayancerit cevizi, Gemlik zeytini, Edremit zeytinyağı, Milas yağlı zeytini, Ayaş domatesi, Kahramanmaraş tarhanası, Edremit Körfezi yeşil çizik zeytini, Ezine peyniri, Safranbolu safranı, Aydın memecik zeytinyağı, Araban sarımsağı, Osmaniye yer fıstığı, Bingöl balı ve Bursa şeftalisedir.

Türkiye'nin Tescilli Coğrafi İşaretlerinin Ürün Grupları

%27,7

Yemekler ve çorbalar (450 adet)

%20,8

İşlenmiş ve işlenmemiş meyve sebze ve mantarlar (338 adet)

“ULUSLARARASI ALANDA ALINAN TESCİLLER TÜRKİYE’DE KATMA DEĞER YARATMIYOR”



Prof. Dr. Yavuz Tekelioğlu
Yöresel Ürünler ve Coğrafi İşaretler Türkiye Araştırma Ağı (YÜciTA) Başkanı

Türkiye’de coğrafi işaretlerle ilgili uygulama, ne yazık ki sonuç doğurmayan bir uygulama. 30 yıldır tedbirler alınıyor ama henüz gerçek sistemle ilgili bir adım atılmış değil. Türkiye’de şöyle bir gerçek var; ne TÜRKPA-TENT tarafından, ne de Avrupa Birliği’nden (AB) alınan tesciller katma değer yaratmıyor. Bu çok önemli, bunun üzerinde durmak gerekiyor. Çünkü coğrafi işaretler sistemi tescil, yönetim ve denetimden oluşur. Biz sadece 30 yıldır tescillerle uğraşıyoruz. Yönetim ve denetimde gerekli yasal düzenlemeleri yapamadığımız için de verilen tesciller katma değer yaratmıyor.

Coğrafi işaretlerde “tescil” hemen bir katma değer yaratır. Şöyle bir örnek vereyim, 2012 yılında AB’den tescil alan Çin’in Pinggu şeftalisinin fiyatı 1,5 yuandan 4 yuana çıktı. 2017 yılında AB’den tescil alan Malatya kayısının fiyatı ise o sene yüzde 35 düştü. Bu coğrafi işaretler tarihinde ilk kez olan bir şey. Bunun da nedeni yönetim ve denetim konusunda hiçbir şey yapılmıyor olması. Türkiye’de bir coğrafi işaretler sistemi yok. Sistem olmadığı gibi böyle bir sistemin yerleştirilmesi konusunda ne bir irade oluştu, ne bir arzu, ne de bir istek var. Tam tersine korkunç bir ilgisizlik ve duyarsızlık söz konusu.

GÜNCEL COĞRAFI İŞARET SAYIMIZ: 1.617

Bugün itibarıyla 1.617 tane tescilli coğrafi işaretimiz bulunuyor. Bunların 13’ü yabancı, 10’u normal tescillenmiş, üçü de ikili sözleşmelerle tescillendi. Şu an itibarıyla AB’den alınmış tescil sayımız ise 24. AB’ye yapılmış 82 başvurumuz var ve bunun 24’ü

tescillenmiş durumda. Altı coğrafi işaretimiz ise şu anda askıda bekliyor. Bu konudaki itiraz süreleri üç aydır. 24-25 Temmuz itibarıyla üç ürünümüzün süresi doldu. Bunların içinde Bursa siyah inciri, Söke pamuğu ve Konya hüyük çileği bulunuyor.

27 ülkeli AB’nin hâlen tescilli 1.498 coğrafi işareti var. Bunun 217’si AB dışı ülkelere ait (Çin 99, Birleşik Krallık 77, Türkiye 24) AB tescillerinde başı İtalya (324) çekiyor. İtalya’yı Fransa (272), İspanya (216), Portekiz (149) ve Yunanistan (119) izliyor. Dikkat ederseniz bu ülkelerin hepsi Akdeniz ülkeleri. Bu beş ülke, AB’de alınmış tescillerin yüzde 72’sini oluşturuyor. Türkiye de coğrafi işaretler konusunda son derece yüksek potansiyele sahip. Ancak önemli olan bu eşsiz potansiyelin değerlendirilmesi.

İHRACATÇI BİRLİKLERİNE BÜYÜK GÖREV DÜŞÜYOR

Ben her yurt dışına gittiğimde bütün AVM’leri dolaşıyorum. Raflardaki Türk ürünlerini incelediğimde çok büyük eksik olduğunu görüyorum ve üzülüyorum. Örneğin, raftaki Aydın incirinin üzerinde sadece “menşei Türkiye” yazıyor. Ne coğrafi işaretin adı (Aydın inciri) ne de AB logosu var. Bu büyük bir eksiklik. AB tescilli coğrafi işaretlerimiz olan Malatya kayısı, Giresun tımbul fındığı gibi diğer ürünlerimiz için de aynı durum söz konusu. Herkes için kolayına gidiyor ama ihracatta yapılan bu hatalar yüzünden Türkiye her yıl milyonlarca dolar kaybediyor. AB’nden tescil almış ürünlerimizin yurt dışındaki raflarda kendi logolarıyla yer almasının sağlanması gerekiyor. Aksi hâlde onca emek, zaman ve para sarf ederek

tescil almanın hiçbir anlamı yok. Bu noktada ihracatçı birliklerine büyük görev düşüyor. Bunlar bizim öz varlıklarımız, bu ürünler için hepimiz çaba harcamak zorundayız.

COĞRAFI İŞARETLER SİSTEMSİZLİK NEDENİYLE GELİŞME KAYDEDEMİYOR

Cumhurbaşkanı, 19 Kasım 2019’da Tarım Orman Şurası Kararları Bildirgesi sonuçlarını açıkladı. Bildirgenin 38. maddesi şöyle: “Coğrafi işaretlerde yönetim ve denetim konusunda gerekli mevzuat düzenlemesi yapılacaktır.” Aradan dört yıl geçti ama henüz bir şey yapılmadı. Bu nedenle de coğrafi işaret tescilleri hâlâ katma değer yaratmıyor.

Coğrafi işaretler sistemi bir binek arabasına benzer. Kaporta tescildir, arabayı dışardan gelen tehlikelere karşı korur. Yönetim arabanın direksiyonu ve motorudur. Frenler de denetimdir. Bunlar olursa o araba yürür, yoksa yürümez. Görüldüğü üzere coğrafi işaretler konusunda sistemsizlik nedeniyle gelişme kaydedilemiyor. Üstelik tescil furyalarıyla da güzelim coğrafi işaretlerimiz itibarsızlaştırılıyor.

Biz YÜciTA olarak ülkemizde etkin bir coğrafi işaretler sisteminin kurulabilmesi için yıllardır mücadele veriyoruz. Umarım Türkiye’de bu sistem bir gün kurulur. Çünkü hem tarımsal hem de gastronomi boyutuyla Türkiye’nin potansiyeli çok yüksek. Mütahiş bir coğrafyada yer alıyor. Türkiye bir Vavilov merkezi, bu da bize müthiş bir biyoçeşitlilik sağlıyor ve her biri özgün bir ürünün üretilmesine olanak veriyor. Anadolu bir medeniyetler beşiği ve her medeniyet kendisinden



Kadın Kooperatifleri Mersin Kan Portakalının Kurtarıcısı Oldu

Mersin’in kaybolmak üzere olan kan portakalı, Mersinden Kadın Kooperatifi sayesinde yaşama döndü. Kooperatif aracılığıyla kan portakalı ağaç sayıları ve üretimi arttı. Kooperatif sadece üretim için çalışmakla kalmayıp YÜciTA ve Metro’nun destekleriyle tescil başvurusunda da bulundu. Sonuçta Mersin Kan Portakalı coğrafi işaret tesciline kavuştu. Böylece Taşköprü Sarımsağı gibi bir özvarlığımız daha koruma altına alınmış oldu.

sonrakine bir şeyler bırakmış. Bu bakımdan gastronomi yönünden çok zengin bir ülkeyiz. Ama bunların değerlendirilmesi için popülist uygulamalardan uzak, etkin bir coğrafi işaretler sistemi ne yazık ki yok.

Gönüllü bir araştırma ağı olan YÜciTA Türkiye’nin coğrafi işaretlerdeki en önemli sivil aktörü. Araştırma ağıımız 2021 yılından beri dünyanın ilk coğrafi işaretler dergisini yayımlıyor. Cumhuriyetimizin 100. yılına armağan olarak yayımlanan üçüncü sayımız, 205 ülkenin katıldığı prestijli “Gourmand Awards” yarışmalarında “Dünyanın en iyi ikinci dergisi” seçildi. Cumhuriyetimize yakışan bu ödülü Türk halkına armağan ettik. Her şey Türkiye için.

Hem tarımsal hem de gastronomi boyutuyla **Türkiye, potansiyeli çok yüksek bir ülke.**

Her şey var ama bunların değerlendirilmesi için **etkin bir coğrafi işaretler sisteminin kurulması şart.**

Avrupa Birliği’nden tescil almış ürünlerimizin yurt dışındaki raflarda kendi logolarıyla yer alması gerekiyor. **Bu noktada ihracatçı birliklerine de büyük görev düşüyor.** Bunlar bizim öz varlıklarımız, bu ürünler için hepimiz çaba harcamak zorundayız.

ENFLASYONUN SEBEBİ KİM?

Bugünkü ekonomi yönetimi ortaya çıkan yüksek enflasyonun suçlusunu olarak kamuyu değil, vatandaşı ve iş insanlarını görüyor. Bu sebeple onlara nefes aldirmayan bir reçeteye yola devam ederken, kamu harcamalarını dizginlemek için radikal bir adım atmıyor.



PROF. DR. EMRE ALKIN

Ünlü İktisatçı Milton Friedman'ın hepimizin aklında kalan bir sözü var. Özet olarak şöyle ifade edilebilir: "Enflasyonun sebebi tüketiciler, üreticiler, ithalat, enerji değil, aşırı hükümet harcaması ve hükümetlerin aşırı para yaratmasıdır..."

Elbette bazıları bu sözü alıp, "Demek vergiler enflasyon yaratmıyor." gibi bir sonuç çıkarabiliyor. Ancak hepimiz biliyoruz ki bir mal ya da hizmetin üzerine konan vergiler enflasyonu tetiklediği gibi başka ürün ve hizmetlerde de fiyat artışlarına sebep olabiliyor. İşin gerçeği şu ki gelirden bağımsız harcama yapmakta kimse kamuya yetişemez. Özel sektör borçlanarak yatırımlarını yapar ancak hesabını kâr prensibi üzerine kurular. Kamu ise kâr amacı gütmeyen gibi verimlilik de aramaz. Dolayısıyla hem vergi toplarken hem de harcarken enflasyon yaratır.

İthalat kendi başına enflasyon yaratmaz, ta ki hükümet korumacılık önlemleri ile pahalı hâle getirene kadar. Böylelikle üretici ucuz ham madde arar ya da yatırım malına ulaşamadığı için yükselen maliyet karşısında fiyatlarını artırır. Toplanan vergiler ve piyasadan borçlanarak çekilen tasarruflar, toplumun refahı değil gösterişli işlere ya da rantabl olmayan faaliyetlere aktarılınca kaynak maliyetleri hızla yükselirken ülkenin ulusal parasının değeri düşer. Paniğe kapılan hükümetler döviz tutmak için rezervleri harcarken faizleri de yükselterek kaynakları heba ederler. Tüm bunların sonucunda nispi fiyat dengesi bozulur, hayat pahalılığı yapışkan hâle gelir, ücretler yaşam kalitesini sağlayamaz.

Bu zincirleme olumsuzluğun sebebi stratejiye karar verenlerin günlük düşünmesidir. Oluşturulmaya çalışılan algının içini dolduracak değer yaratılmamışsa yapılan her faaliyet, maliyetli

olur ve gereksiz işler için harcanan kaynak sebebiyle "olmazsa olmaz" işler için yatırım yapmaktan cayılır. Bir işe karar verilirken bundan etkilenecek olan taraflardan bilgi almadan plan yapmak genelde hükümetlerin sevdiği kestirmeci bir yaklaşımdır. Ancak ortaya çıkan başarısızlığı sahiplenmezler.

Bugünkü ekonomi yönetimi ortaya çıkan yüksek enflasyonun suçlusunu olarak kamuyu değil, vatandaşı ve iş insanlarını görüyor. Bu sebeple onlara nefes aldirmayan bir reçeteye yola devam ederken, kamu harcamalarını dizginlemek için radikal bir adım atmıyor. İthalatta yeni vergiler, tarımda baş aşağı gidiş, hizmet fiyatlarındaki katılık devam ederken, enflasyonu düşürmekten sorumlu olması gereken kamu alabildiğine harcamaya devam ediyor.

Böyle yaklaşımlarla gelişen ülkelerin tamamında görmek mümkün. Zaten "gelişmekte" olup bir türlü gelişmemelerinin sebebi de bu. "Potansiyelli ülke" diye pohpohlanan ve bir türlü potansiyeli gerçeğe dönüştürmeyen ülkelere bahsediyoruz. Buralarda özel sektör stratejik hataları taktik hamlelerle düzeltmeye çalışır ve bu sebeple her mesele "ölüm kalım savaşı" hâline dönüşür. Burada yönetim ile yönetim arasındaki farkı hatırlatmak gerekiyor: "Yönetim doğru işin ne olduğuna karar verir, yönetim ise işi doğru şekilde yapmanın yolunu bulur."

Ekonomik reçete yazılırken siyasi, sosyal ve ekonomik tarafların görüşünün alınmadığı zaten biliniyor. Ancak reçetenin ortaya çıkardığı yan etkilerin sorumluluğunu da kimse almıyor. Bunun sebebi reçetenin tam olarak sahiplenilmemiş olması. Sanıyorum bu macera sadece siyasetçiler için değil, iş insanları ve yöneticiler için de ders alınması gereken bir örnek oluşturuyor.

ROYAL DENIM
The Art of Elegance



- Luxury denim fabric line
- New dimension for smart look
- With precious fibers such as silk, cashmere, linen and organic cotton
- Offers clean look
- Special indigo shades & long lasting colours
- Perfect match for tailored clothing

ALIK DENIM

Türkiye

Lojistik Dünyasının Yeni Gözdesi Olmaya Hazırlanıyor



Cumhurbaşkanlığı Yatırım Ofisi ile Cushman&Wakefield |TR International'ın iş birliğiyle hazırlanan "Lojistik Pazar Görünümü Türkiye 2024" raporu, Türkiye'nin lojistik sektörü hakkında kapsamlı bilgiler sunmasının yanı sıra potansiyel yatırımcılar için de bir rehber oluyor.

Avrupa, Asya ve Orta Doğu ülkelerinden gelebilecek lojistik yatırımcılar için önemli veriler içeren "Lojistik Pazar Görünümü Türkiye 2024" raporu, Türkiye'nin lojistik sektöründeki potansiyelini kapsamlı bir şekilde ele alıyor. Rapor, yatırımcıların Türkiye'deki lojistik pazarına yönelik stratejik kararlar almalarına yardımcı olacak önemli veriler ve öngörüler sunuyor.

Kızıldeniz çevresindeki çatışmalar ve Rusya-Ukrayna Savaşı'nın neden olduğu tedarik zinciri krizlerinin küresel ticaret yollarını nasıl etkilediğini analiz eden rapor, uluslararası ticarete yeni pazar arayışında olan yatırımcılar için "yakın kıyı" kavramının önemini vurguluyor. 2023 yılında ticaret savaşları ve jeopolitik gerginliklerin yaşandığı çoklu kriz ortamında Avrupa, Asya ve Afrika pazarlarına yakın olan Türkiye'nin jeopolitik konumunun sağladığı fayda, yakın kaynak kullanımının önemini ortaya çıkardı.

Raporda yer alan verilere göre navlun fiyatları 2022'de 9,280 dolardan 1,480 dolara düştü, ancak Kızıldeniz Krizi ve Rusya-Ukrayna savaşı gibi sebeplerden dolayı 2023'te 3,400 dolara önemli ölçüde yükseldi. Uluslararası yatırımcılar, Türkiye'nin stratejik jeopolitik konumunu lojistik ve tedarik zinciri sorunlarının artan maliyetleriyle başa çıkmak için bir şans olarak görüyor.

TÜRKİYE, GELİŞEN PAZARLAR ARASINDA ÖNE ÇIKIYOR

Türkiye, lojistik sektörü için istikrarlı bir ortam ve hızlı büyüme fırsatları sunuyor. Agility Yükselen Pazarlar Lojistik Endeksi 2023'e göre Türkiye, 50 yükselen pazar arasında 11. sırada yer alarak, toplamda 5.45 puan ile özellikle iç ve dış lojistik fırsatları, işletme temelleri ve dijital hazırlık açısından güçlü bir performans sergiliyor.

Rapora göre, Türkiye'nin bağlantı ve lojistik kabiliyetleri de son beş yıl içinde istikrarlı bir şekilde büyüme gösterdi. Bu gelişim, Liner Shipping Connectivity Index (LSCI) verilerine göre belirgin bir şekilde görülüyor. LSCI, bir ülkenin deniz taşımacılığı bağlantısını ölçen önemli bir göstergedir. Türkiye'nin LSCI değeri 2019'dan 2023'e kadar sürekli bir artış göstererek diğer ülkeler arasında dikkat çekici bir performans sergiledi. Türkiye'nin yanı sıra İtalya, Polonya, Hindistan, Yunanistan ve İsrail'in de yer aldığı raporda, Türkiye'nin bu ülkeler arasında deniz taşımacılığı bağlantısında üstün olduğu görülüyor.

KÜRESEL TİCARETE YÖN VERMEYE DEVAM EDİYOR

Teknolojik ilerlemeler, yakın kaynakların kullanımını daha uygun maliyetli hâle getirerek güvenilir ve sürdürülebilir lojistik rotaları arayan şirketlerin ilgisini çekiyor. Rapora göre Avrupa, Rusya-Ukrayna çatışması nedeniyle enerji krizleriyle mücadele ederken Türkiye'nin güvenli enerji tedariki sunması, uluslararası yatırımcılar için önemli fırsatlar yarattı.

Türkiye, 2023 ve 2035 yılları arasında, hem yenilenebilir enerji alanında hem de dijitalleşme ve sürdürülebilirlik konusunda önemli adımlar içeren büyük bir ikiz dönüşüm süreci yaşamayı planlıyor.



Sektör Yeni Yatırımlarla Büyüyor

Yeni Havaalanları ile Ulaşım Ağı Genişleyecek

Türkiye'nin hava alanlarının potansiyelini ele alan rapora göre Türkiye, son yıllarda havaalanı altyapısını önemli ölçüde iyileştirerek modernize etti. Ülke, bu alanda yatırımlarını sürdürüyor ve mevcut havaalanlarına yenilerini ekleyerek ulaşım ağını genişletiyor. Rapordaki verilere göre, Türkiye'de sivil hava trafiğine açık 57 havaalanı bulunuyor. Bunun yanında, Devlet Hava Meydanları İşletmesi (DHMI) tarafından inşası süren bir havaalanı ve Altyapı Yatırımları Genel Müdürlüğü (AYGM) tarafından yapımı devam eden iki havaalanı daha mevcut.

5 Bin Kilometrelik Yeni Otoyol Hedefi

Türkiye'nin ulaşım ağını güçlendirerek ekonomik büyüme ve gelişime katkıda bulunacak yeni otoyol projeleri, ülkenin kara yolu taşımacılığı kapasitesini ve verimliliğini artırmayı amaçlıyor. Rapora göre, otoyollar, Türkiye'nin kara yolu taşımacılığının anahtarı ve yaklaşık 5.000 kilometrelik yeni otoyol planları, önemli Kamu-Özel İşbirliği (PPP) fırsatları sunuyor. 2024 yılı hedeflerinde, mevcut otoyol uzunluğunun 3.726 kilometre olması planlanıyor. Bu rakamın 2028 yılına kadar 4.330 kilometreye, 2035 yılına kadar ise 8.325 kilometreye ulaşması hedefleniyor.

Demir Yolu Yatırımları ile Yüksek Hızlı Geleceğe Doğru

Demir yolu taşımacılığını geleneksel hatlardan yüksek hızlı hatlara dönüştürmeyi hedefleyen Türkiye, Kasım 2023 itibarıyla mevcut demir yolu uzunluğunda 13.919 kilometreye ulaştı. 2028 hedefi 17.011 kilometre olan Türkiye'nin 2053 hedefi ise 28.600 kilometre. Bu hedefler doğrultusunda, demir yolu altyapısının kapsamlı bir şekilde genişletilmesi planlanıyor. Bu genişleme, ülkenin ulaşım ağını modernize ederek, daha hızlı ve verimli taşımacılık imkânı sağlarken Türkiye'nin demir yolu yatırımları, ekonomik büyümeyi de destekleyecek.

Türkiye, lojistik sektörü için istikrarlı bir ortam ve hızlı büyüme fırsatları sunuyor. Agility Yükselen Pazarlar Lojistik Endeksi 2023'e göre Türkiye, 50 yükselen pazar arasında 11. sırada yer alıyor.

Buna ek olarak Çinli üreticilerin pazarlara daha kolay erişim sağlamak amacıyla üretim hatlarını Türkiye'ye kaydırmaları teşvik edilirken Türkiye, yeni lojistik koridorları ve altyapı yatırımlarıyla küresel ticaretteki önemli rolünü sürdürüyor.

ALTYAPI YATIRIMLARI HER GEÇEN GÜN ARTIYOR

Türkiye'nin ulaştırma altyapısına yaptığı önemli yatırımlar, ülkenin çehresini dikkate değer bir şekilde dönüştürdü ve Türkiye, bu alandaki gelişmelerini daha da ileriye taşımaya kararlı. 2002'den 2023'e kadar kaydedilen başlıca gelişmeleri inceleyen rapora göre, 2002'de 6.101 kilometre olan çift şerit yol uzunluğu, 2023'te 29.283 kilometreye çıktı. 2002'de hiç yüksek hızlı tren hattı yokken 2023 yılı itibarıyla 2.251 kilometre yüksek hızlı tren hattı inşa edildi. Deniz yolu konteyner taşımacılığı hacmi 2002'de 190 milyon tonken, 2023'te 436 milyon tona ulaştı. Havalimanı sayısı 2002'de 26 iken, 2023'te 57 oldu. Bu gelişmeler, Türkiye'nin ulaştırma altyapısını güçlendirme konusundaki stratejik çabalarını vurguluyor. Bağlantıları artırmayı ve ekonomik büyümeyi desteklemeyi amaçlayan Türkiye, bu ilerlemeleri sürdürerek önemli bir ulaştırma merkezi olma rolünü pekiştirmeye devam ediyor.

İKİZ DÖNÜŞÜM YATIRIMLARI HIZ KAZANIYOR

Türkiye, 2023 ve 2035 yılları arasında büyük bir ikiz dönüşüm süreci yaşamayı planlıyor. Bu süreç hem yenilenebilir enerji alanında hem de dijitalleşme ve sürdürülebilirlik konusunda önemli adımlar içeriyor. Rapora göre 2023 yılı itibarıyla Türkiye'nin toplam kurulu gücü 106 GW olup, bunun yüzde 55'i yenilenebilir enerji kaynaklarından sağlanıyor. Bu kapasitenin 2035 yılında 189.7 GW'a, yenilenebilir enerji payının ise yüzde 64,7'ye çıkması hedefleniyor. 2023'te 11.3 GW olan güneş enerjisi kapasitesi 52.9 GW'a, 11.8 GW olan rüzgâr enerjisi ise 29.6 GW'a yükseltilmesi planlanıyor. Ayrıca nükleer enerji, hidroelektrik ve jeotermal enerji gibi kaynaklarda da önemli artışlar öngörülüyor.

Türkiye'de e-devlet hizmetlerinin genişletilmesiyle, kamu hizmetleri daha erişilebilir ve verimli hâle geldi. Bu dijital dönüşüm, hükümetin şeffaflığını ve yanıt verebilirliğini artırırken aynı zamanda, 12. Kalkınma Planı'nın lojistik ve taşımacılık bölümü, Türkiye'nin ikiz dönüşümünü ekonomik büyüme ile sürdürülebilirliği uyumlu hâle getirerek teşvik ediyor. Bu çerçevede, yeşil ve dijital dönüşümle ilgili tescilli ve geçerli patentlerin sayısı da artış gösteriyor.

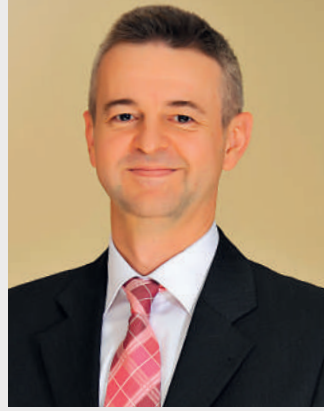
Makita

reismakina



XGT
40V Li-ion max

“LOJİSTİK MALİYET VE TRANSİT SÜRELERİNDEKİ AVANTAJIMIZI İYİ KULLANMALIYIZ”



Emre Eldener
HİB Denetim Kurulu Üyesi

Türkiye'nin bağlantı imkânları özellikle limanlar bazında gerçekten gelişme gösterdi. Komşularımızdaki çeşitli savaşlar, sürtüşme ve siyasi çalkantılar nedeniyle transit aktarma imkânlarımızın ve alternatif rotaların bir miktar sektöre uğramasına rağmen yine de iyiye giden bir süreç var. Pandemi dönemiyle başlayan gümrüklerdeki dijitalleşmenin de sürece katkısı oluyor tabii ki.

Küresel güç hâline gelebilme için ise bölgesel güç olarak pozisyonumuzu güçlendirmemiz gerekiyor. Bu da ancak tüm aktarmaların ve maliyetlerin optimum seviyeye gelmesiyle mümkün olacaktır. Liman masrafları, aktarma, gümrükleme ve ara depolama maliyetlerinin makul seviyelerde olması ve hiç bekletmeden aktarmaların doğu-batı ve kuzey-güney hattında yapılabilmesi fazlasıyla önem taşıyor. Ülkemizin bulunduğu konumu da düşündüğümüzde bunun kesinlikle mümkün olduğunu düşünüyorum.

“ORTA DOĞU'DA UYGUN MALİYET VE HIZLI TESLİMAT İMKÂNıyla REKABETÇİ OLABİLİRİZ”

Avrupa Birliği (AB) pazarı için Çin'e göre lojistik maliyet ve transit sürelerinde önemli bir avantajımız var, bunu iyi kullanmamız gerekiyor. Özellikle tekstil ve konfeksiyon ile otomotiv sektöründe zamana karşı yarışıldığı için büyük bir şansımız var. Bugün Süveyş Kanalı nedeniyle transüt süreler uzun ancak kanal açıldığında Orta Doğu pazarında da çok uygun maliyetlerle ve hızlı teslimat imkânlarıyla rekabetçi olacağımızı rahatlıkla söyleyebiliriz.

Sürdürülebilirlik ve dijitalleşme paralel gidecek süreçler. Aslında verimliliği artıracığı için dijitalleşme de sürdürülebilirliği destekliyor. Tüm dünya bu yöne gittiği için ayakta kalabilmek adına tüm üretim ve hizmet sektörlerimizin bu iki konuda çaba göstermesi gerekiyor. Her bir yük için karbon ayak izinin hesaplanması, araçların karbon emisyonunun nötr hâle getirilmesi, tekrarlanan tüm operasyonların yapay zekâ ve iş zekâsı yöntemleriyle otomatik hâle getirilmesi hızı ve verimliliği artırırken bizleri de daha rekabetçi kılacaktır.



“LOJİSTİK SEKTÖRÜMÜZ TÜRK MALININ DÜNYAYA AÇILAN PENCERESİ KONUMUNDA”



Murat Baykara
HİB Yönetim Kurulu Üyesi-
Yük Taşımacılığı ve Lojistik
Hizmetleri Komitesi Başkanı

Avrupa, Bağımsız Devletler Topluluğu-Orta Asya, Orta Doğu ve Kuzey Afrika ülkelerindeki talebe kısa sürede erişim imkânı veren coğrafi konumumuzun ortaya çıkardığı fırsatlar, AB ile gümrük birliğinin de katkısıyla büyük ve önemli bir pazar olmamız, genç ve dinamik nüfusumuz, firma boyutunda etkin lojistik kabiliyetlerimiz ve önemli uluslararası ulaşım koridorlarında yer almamız, ülkemizi bölgesel ve uluslararası ticaret ve lojistik haritalarında hep özel bir konumda tutuyor. 2023 yılında 255 milyar dolara ulaşarak, dünya ticaretindeki azalmaya rağmen yüzde 0,5 artış kaydeden mal ihracatımızın hedef pazarlarına en rekabetçi şekilde ulaştırılmasını uluslararası yük taşımacılığı ve lojistik sektörümüz, aynı zamanda kendisi de “net hizmet ihracatçısı” bir sektör olarak hizmet ihracatımızın gelişimini destekliyor.

2021 yılında 61 milyar dolarlık hizmet ihracatımızın 24 milyar doları lojistik ve taşımacılık sektörü tarafından gerçekleştirilirken; 2022 yılında gerçekleştirdiğimiz 89 milyar dolarlık hizmet ihracatının yüzde 40'ı, 2023 yılı sonunda ise 100 milyar dolara ulaşan hizmet ihracatı gelirinin 35 milyar dolarlık bölümü sektörümüz tarafından sağlanmıştır. Ülkemiz mevcut performansı ile lojistik hizmet ihracatında dünyada yüzde 2,5 paya sahip ve 11. sırada yer alıyor. Ülkemiz mevcut performansı ile lojistik hizmet ihracatında dünyada yüzde 2,5 paya sahip ve 11. sırada yer alıyor. 2024 yılı için hedeflenen 110 milyar dolar hizmet ihracatının 40 milyar dolarının lojistik ve taşımacılık sektöründen gelmesi bekleniyor. 2028 yılı sonunda ise mal ihracatımızın

375 milyar dolara çıkarılması, bununla beraber 78 milyar doları lojistik ve taşımacılık hizmet ihracatı olmak üzere 200 milyar dolar hizmet ihracatı hedefine ulaşılması hedefleniyor.

“TÜRKİYE TRANSİT GELİRLERİNİ 2030'DA YÜZDE 30 ÇIKARMAYI HEDEFLİYORUZ”

Türkiye'nin lojistikte küresel bir güç olması için çok fazla fırsatı var. En büyük dış ticaret ortağımız AB'nin güncel ticaret ve ulaşım stratejilerinde, istatistiklere göre yüzde 24 pay ile ana ticaret partneri olan Orta Asya bölgesi giderek öne çıkıyor, Çin ile ticareti de geçen yıl 800 milyar euro'ya ulaştı. Çin, Avrupa pazarına daha hızlı ve etkin şekilde ulaşmak için Türkiye'deki yatırımlarını artırıyor. Aynı şekilde ülkemizle de lojistik olarak stratejik bir yakınlaşma içinde. Tüm bu gelişmeler, ülkemizi etkin bir transit hub ve lojistik üs hâline getirebilecek jeopolitik şartları ortaya koyuyor.

Biz de HİB olarak Asya-Avrupa mal taşımalarında Türkiye transit gelirlerini; 2025'te ihracat taşıma gelirlerinin yüzde 20'sine, 2030'da yüzde 30'una çıkarmayı hedeflerimiz arasına koyduk. Bunun için de batı-doğu-güney ve Karadeniz sınır kapılarımızdan geçecek yük trafiğinin kolay ve hızlı akışını sağlamak adına ihracatçılarımızın rekabet gücünü sınırlayan “gümrük ve sınır beklemeleri” sorununu, profesyonel tır sürücülerimiz ve taşımacılık firmalarımızı iş yapamaz hâle getiren vize temin sorununu etkin çözümler üreterek harekete geçmemiz şart.

Ülkemiz üzerinden gerçekleşen transit taşımacılığın kolaylaştırılması; tüm taşıma türlerinin birbirini

Ülkemiz mevcut performansı ile lojistik hizmet ihracatında dünyada yüzde 2,5 paya sahip ve 11. sırada yer alıyor.

Tüm operasyonların yapay zekâ ve iş zekâsı yöntemleriyle otomatik hâle getirilmesi hızı ve verimliliği artırırken bizleri de daha rekabetçi kılacaktır.

destekler şekilde geliştirileceği; mevzuat iyileştirmeleri ve yatırım destekleri aracılığıyla lojistik sektörü firmalarının ve sektöre yönelik yatırımların daha etkin şekilde destekleneceği bir Lojistik eko-sistemi yaratmamız gerekiyor. Türkiye olarak başta AB olmak üzere, çeşitli kurum ve kuruluşlarla yapacağımız iş birlikleriyle ülkemizin Orta Koridor üzerinde etkin bir transit güzergâhı ve lojistik üssü olması için gereken intermodal aktarma merkezleri ve lojistik merkez yatırımlarını, liman kapasitelerini artıracak yatırımları, sınır geçişlerinin ve gümrüklerin işlem hızını artıracak ek kapasite ve ayrıca süreç iyileştirme (dijitalleşme başta olmak üzere) yatırımlarını hızla hayata geçirmeliyiz.

"TÜRKİYE'NİN ORTA KORİDOR ÜZERİNDE LOJİSTİK ÜS OLABİLMESİ İÇİN YATIRIMLAR ARTMALI"

Öncelikle, Türkiye olarak pandemi süreci ve sonrasında, Avrupa tedarik zincirleri için güvenilir bir tedarik kaynağı ve lojistik hizmet tedarikçisi olarak âdeta can simidi olduk. AB pazarı ile gümrük birliği ilişkisi içinde olmamız, AB ekonomilerinin Çin'e aşırı bağımlı tedarik zincirlerindeki kopmalar karşısında "güvenli bir liman" hâline gelmemizi sağladı. AB'nin dış ticaret politikalarında Çin'e bağımlılığın azaltılması ve tedarik kaynaklarının çeşitlendirilmesi, yakın coğrafyalardan tedarige yoğunlaşılması yönünde değiştirdiğini; akabinde de ticaret ortaklarıyla lojistik bağlantılarını güçlendirmek için yatırım projelerine destek verilmesini de kapsayan Küresel Geçit programında, Türkiye de stratejik ortak olarak değerlendirildi. Tüm bu gelişmeler sonrasında, AB'nin, Küresel Geçit programında Orta Koridor ile ilgili lojistik yatırım projelerine odaklandığını gördük.



Türkiye olarak başta AB olmak üzere, çeşitli kurum ve kuruluşlarla yapacağımız iş birlikleriyle ülkemizin Orta Koridor üzerinde etkin bir transit güzergâhı ve lojistik üssü olması için gereken intermodal aktarma merkezleri ve lojistik merkez yatırımlarını, liman kapasitelerini artıracak yatırımları, sınır geçişlerinin ve gümrüklerin işlem hızını artıracak ek kapasite ve ayrıca süreç iyileştirme yatırımlarını hızla hayata geçirmemiz gerekiyor. Mevzuat ve prosedürler bakımından da, bu ticaret akışlarını rahatlatacak ve hızlandırarak iyileştirmeler yapmamız önem arz ediyor.

Biz bunları yaparken, hepimiz, kamudan veya özel sektörden fark etmeden, AB ülkelerindeki paydaşlarımıza da Türkiye üzerinden Orta Asya ve ötesine ulaşmalarına Türk taşımacıların sundukları hizmetlerin nitelik, nicelik ve maliyet olarak istenen düzeye gelebilmesinin önemli bir koşulunun da, şuanda AB ülkelerinde Türk taşımacıları ve sürücülerine uygulanan tarife dışı kota, vize gibi kısıtlamaların acilen kaldırılması olduğunu çok iyi anlatmalıyız. Bunu tüm TİM ve

HİB üyelerinden özel olarak rica ediyoruz. Ticaret Bakanlığımızın 2022 yılı itibarıyla lojistik sektörümüze yönelik hayata geçirdiği yeni destek mekanizmalarını çok kıymetli buluyoruz. Bu kapsamda öncelikli olarak 5448 sayılı Ticaret Bakanlığı desteklerinin kapsamının dijitalleşme ve dijital dönüşüm süreçleri, araç ve yük takip sistemleri desteği, eğitim desteği, yurt dışı pazar araştırması ve istihdam desteği, yurt içi fuar desteği ve benzeri ek destek kalemleri ile zenginleştirilmesi ve kapsayacak şekilde firmalarımıza yönelik yeni destek kalemleriyle genişletilmesi talebimizi bakanlığa ilettik.

Türkiye olarak pandemi süreci ve sonrasında, Avrupa tedarik zincirleri için güvenilir bir tedarik kaynağı ve lojistik hizmet tedarikçisi olarak âdeta can simidi olduk.

İhracatım Öder Kredisi'yle ihracatınız şimdi finansmanınız.

Finansman ihtiyacınızı İhracatım Öder Kredisi'yle karşılayın, yaptığınız ihracatların gelirleri kredinizi ödesin. Üstelik ihracat taahhütlerini takip etmenize gerek kalmadan vergi avantajından da yararlanın.



Ayrıntılı bilgi: isbank.com.tr

Kredi talepleri için son karar İş Bankası tarafından verilecektir. İş Bankası, kredi talebini reddetme ya da gerekli gördüğü takdirde farklı şartlarda kredi tahsis etme ve teminat talep etme hakkına sahiptir.



“Gemilerimiz Dünyanın Tüm Denizlerinde Bayrağımızı Taşıyor”

Etkili iletişim ve müşteri odaklılığı tüm değerlerinin önünde tuttuklarını söyleyen Tersan Yönetim Kurulu Başkanı Osman Nurettin Paksu, bu kabiliyetlerinin hem başarılarının hem de yarattıkları güvene dayalı, uzun iş birliği ortamlarının temeli olduğunu vurguluyor.

Gemi inşası, tamir, bakım ve onarım anlamında sunduğu kaliteli ve güvenilir hizmet ile Avrupa'nın en büyük küresel tersaneleri arasında yer alan Tersan Tersanesi, son 11 yılda 10 kez ihracat şampiyonu olarak kendi sektöründeki başarısını kanıtladı. “Başarıya etki eden tüm özelliklerimizle birlikte inşa ettiğimiz marka bilinirliğimiz ve marka güvenimizin, birçok rakibimizden ayrılmamızda ve dünyanın önde gelen tersanelerinden biri olarak anılmamızda büyük katkısı bulunuyor.” diyen Tersan Yönetim Kurulu Başkanı Osman Nurettin Paksu, Tersan'ın 25 yıldır ortaya koyduğu vizyonu ve tersanecilik anlayışlarıyla küreselde ulaştıkları konumu dergimize anlattı.

Yolculuğuna 1996 yılında başlayan ve çeyrek asrı geride bırakan Tersan'ın bugün sahip olduğu başarılı konum hakkında neler söylersiniz? Tersan'ın başarısının arkasındaki dinamikler neler?

Görece genç bir tersane olmamıza rağmen 25 yılı aşkın süredir sektörde sürekli gelişim ve büyüme göstermiş, önemli tecrübeler kazanmış, bugün Türkiye'nin kapasite ve ciro bakımından en büyük, Avrupa'nın ise önde gelen

tersanelerinden biriyiz. Bu başarının temelinde yatan birçok faktör var. Öncelikle stratejik liderlik yapan, güçlü ve vizyoner yönetim ekibimiz ile şirket vizyonumuzu etkili bir şekilde geliştirdiğimizi söyleyebiliriz. Stratejik planlama ve sürdürülebilir yatırımlarla devamlı gelişmeyi hedefleyen, tüm birimlerimizin kültürü hâline gelmiş bu yönetim şeklimiz; yenilik ve inovasyonları etkili şekilde takip etmemize ve bunları gerek projelerimizde gerekse altyapı geliştirmelerimizde hayata geçirebilmemize katkı sağlıyor.

Tüm değerlerimizin önünde tuttuğumuz etkili iletişim ve müşteri odaklılık da bize başarıyı getiren önemli özelliklerimizden. Bu kabiliyetlerimiz, hem kurum içi hem de müşteri ve tedarikçilerimizle olan süreçlerde iyi ilişkiler geliştirmemizi ve güvene dayalı, uzun iş birliği ortamı yaratmamızı sağlıyor.

Şirketin büyüklüğünü ve ihracata sağladığı katkısını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Tersanemiz son 11 yılda 10 kez gemi, yat ve hizmetleri sektörü ihracat birincisi oldu. Beş binden fazla çalışanıyla Tuzla, Yalova ve Norveç'te bulunan üç tesisimizle toplam 420 bin metrekare

alandan hem gemi inşa hem de tamir faaliyetleri yürütüyoruz. Küresel pazarda, özellikle İskandinav ülkeleri başta olmak üzere Avrupa'dan Kuzey Amerika ve Yeni Zelanda'ya kadar müşterilerimize hizmet veriyoruz. Tersane grubumuz, bugüne kadar sadece Türkiye'den 100'ün üzerinde ve Norveç tesislerimizin de referanslarıyla toplamda teslim ettiği 200'den fazla özgün ve yenilikçi proje ile Avrupa'da bilinirlik ve tercih edilirliliği yüksek bir tersane hâline geldi.

İhracat liderliğimizi sadece ciro hacmi ve ihraç edilen ürün niceliği olarak düşünmeyin, üretim ihraç ettiğimiz gemiler teknolojik olarak üstün, katma değeri yüksek ve çoğu kez dünya çapında ilk kez uygulanan projeler. Biz bu gemilerin inşasını, kendi mühendisliğimizin, iş gücü kalitemizin ve çalışma azmimizin gücüne güvenerek yapıyoruz. Şimdiye kadar başımızı öne eğmeden dünya standartlarında projeler teslim ettik. Gemilerimiz dünyanın tüm denizlerinde bayrağımızı taşıyor.

Sektördeki rekabet ortamında Tersan'ı farklı kılan nedir? Rakiplerinizden hangi konularda ayrışıyorsunuz?

Tersanemizi dünya çapında rakip-

Tersan Yönetim Kurulu Başkanı Osman Nurettin Paksu: “Son 11 yılda 10 kez gemi, yat ve hizmetleri sektörü ihracat lideri olan tersanemiz, 2023 yılında 430 milyon dolarlık ciro ile sektörün toplam ihracatının yüzde 22'sini tek başına gerçekleştirdi.”



lerinden ayıran özelliklerimizin başında esneklik ve adaptasyon geliyor diyebiliriz. Tersan olarak; yenilikçi, zorlu ve farklı segmentlerden projelere kolay adapte olabilen gelişmiş üretim alt yapısına ve deneyimli çalışan kadrosuna sahibiz. Bu da özel, niş ve zorlu projelere kolay adapte olmamızı sağlıyor. Esnekliğimizin yanında, yatay hiyerarşik yapımız sayesinde geliştirdiğimiz hızlı ve etkin müşteri deneyimi kabiliyetlerimiz de bizi rakiplerimizden ayıran özelliklerimizden biri. Müşterilerimizi memnun eden bu deneyim sayesinde, yıllar içinde gemi inşa ettirmek için yeniden tersanemizi tercih eden birçok müşterimiz oldu.

Tabii burada sürdürülebilirlik konusundaki yatırımlarımızla da sektördeki rakiplerimizden ayrıldığımızı söylemek doğru olacaktır. 10 bin adet tersane üzeri güneş paneli ve kendi rüzgâr enerji santralimizle Tersan olarak tükettiğimizin beş katı temiz ve yenilenebilir enerji üretiyoruz. Bu konudaki yatırımlarımızla da birçok tersaneye örnek olduk. Benzer yenilenebilir enerji yatırımlarının sektörde artmasına öncülük ettiğimizi söyleyebiliriz. Son olarak, başarıya etki eden tüm özelliklerimizle birlikte inşa ettiğ-

miz marka bilinirliğimiz ve marka güvenimizin, birçok rakibimizden ayrılmamızda ve dünyanın önde gelen tersanelerinden biri olarak anılmamızda büyük katkısı bulunuyor.

Sürdürülebilirlik Tersan için ne ifade ediyor ve nerede duruyor?

Sürdürülebilirlik kavramı temel hedeflerimizden biri hâline gelmiş durumda. Tersan olarak yenilenebilir enerji kaynakları ile seyir yapabilen, enerji tasarruflu gemilerin inşasında çok uzun yıllardır uzmanlaştık diyebiliriz. LNG, elektrik (akü sistemleri) ve metanol gibi yenilenebilir enerji kaynakları ile seyir eden, enerji tasarruflu, geri kazanım sistemleri ile donatılmış yeşil gemiler inşa ediyoruz. Türkiye tesislerimizde öncelikle 2021 yılında İrec Sertifikalı kendi rüzgâr enerji santralimizden karşılanan yüzde 100 temiz enerji kullanımına geçtik. 2022 yılında ise

Üretim ihraç ettiğimiz gemiler teknolojik olarak üstün, katma değeri yüksek ve çoğu kez dünya çapında ilk kez uygulanan projeler. Bu gemilerin inşasını, kendi mühendisliğimizin, iş gücü kalitemizin ve çalışma azmimizin gücüne güvenerek yapıyoruz.

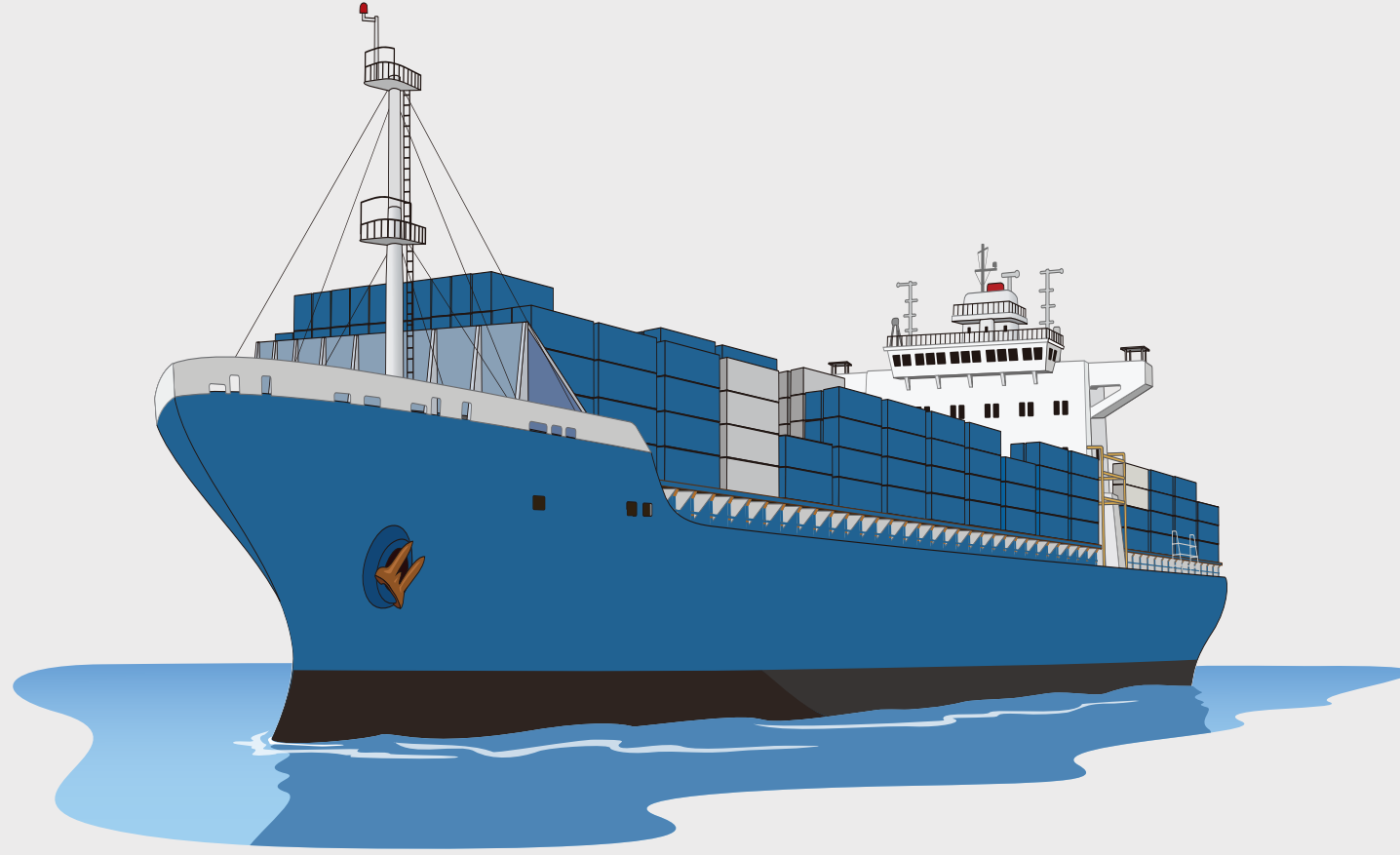
Tüketiminin beş katı oranında kendi enerjisini üreten **Tersan Tersanesi** olarak tüm yenilenebilir enerji çözümlerimizin yanında denizlerimizi korumak için tersane içi yüzey sularının, denize karışmasını önleyen 75 metreküp kapasiteli su arıtma tesisiyle deniz kontaminasyonlarını önüyor.

Yalova tesisimizde 10 bin panelden oluşan tersane üzeri güneş enerji sistemimizi devreye alarak sektörde bir ilki gerçekleştirdik. Bugün Tersan Tersanesi, tüketiminin beş katı oranında, kendi enerjisini üreten Türkiye'nin önde gelen işletmelerinden biri.

Tüm yenilenebilir enerji çözümlerimizin yanında, denizlerimizi korumak için tersane içi yüzey sularının denize karışmasını önlemek üzere kurulan 75 metreküp kapasiteli su arıtma tesisiyle üretimden kaynaklı deniz kontaminasyonlarını önüyoruz. Bunun dışında farklı türlerden atıklarımızın geri dönüştürülmesini sağlayarak sürdürülebilirlik çalışmalarımızda geri dönüşüme mutlaka yer veriyoruz.

Tersan'ın AR-GE ve inovasyon konusunda sahip olduğu vizyondan bahsedebilir misiniz?

Tersan olarak 50 kişiden oluşan sektörün en büyük AR-GE merkezlerinden birine sahibiz. AR-GE faaliyetlerimiz ise proje bazlı AR-GE faaliyetleri ve Tersane yatırımlarını içeren AR-GE faaliyetleri olmak üzere iki ana başlıktan



oluşuyor. Tüm projelerimizin mühendislik çalışmaları AR-GE ekiplerimiz tarafından yürütülürken CIP Crane'ler, blok taşıma araçları, çeşitli duba tasarımları, yüzer havuzumuzun tüm mühendislik ve üretim süreçleri ve diğer tüm Tersane içi yatırımlarımıza ait projelerin mühendislikten üretime tüm aşamaları da kendi AR-GE ekibimiz tarafından yürütülüyor. Ayrıca AR-GE faaliyetlerimizi duyurmak, sektörün de bu faaliyetlerden faydalanmasını artırmak için çeşitli yayınlarda makaleler yazıyor, kongrelerde sunumlar yapıyoruz. 2019'da "Tersane Karar Destek Simülasyonu" projesi TÜBİTAK tarafından destek almıştı. Geçen yıl ise Avrupa Komisyonu tarafından desteklenen Ufuk Avrupa Programı (Horizon Europe) kapsamında geliştirilecek olan "Nextfloat" projesinde pay-

daşlardan biri olarak seçildik.

Tersan'ın toplam büyüklüğü, üretim hacmi, istihdam oranı ve cirosundan bahsedebilir misiniz?

420 bin metrekare alana kurulu olan Tersan Tersanesi olarak Tuzla, Yalova ve Norveç'te bulunan üç tesisimizde gemi inşa ve tamir hizmetleri sunuyoruz. Beş bini aşkın çalışanı ile Tersan Avrupa'nın en gelişmiş tersane gruplarından biri. 40 bin metrekareyi aşkın depolama alanı, 90 bin metrekare alanda yer alan atölyeleri ve en büyükleri 550 ile 400 ton kapasiteli olan çeşitli tip ve boyuttaki vinçleri ile Tersan tesisleri gelişmiş altyapı ve donanımına sahip. Son 11 yılda 10 kez gemi, yat ve hizmetleri sektörü ihracat lideri olan tersanemiz, 2023 yılında 430 milyon dolarlık ciro ile sektörün

toplam ihracatının yüzde 22'sini tek başına gerçekleştirdi. Kalan yüzde 78'lik ihracatın, yaklaşık 40 tersane tarafından gerçekleştirildiğini dikkate aldığımızda Tersan'ın ihracattaki pasta payının ne kadar büyük olduğunu daha net görebiliyoruz.

2023'ün zorlu ekonomik ortamına rağmen ihracatta sektör birincisi olmayı başaran Tersan için 2023 nasıl bir yıldı?

2023 bizim için yatırım ve başarı yılı oldu. Geçen yıl ihracatını gerçekleştirdiğimiz farklı segmentlerden altı gemi, dünya denizlerinde başarı ile operasyonlarını sürdürüyor. Norveçli Havila Kystruten için inşa ettiğimiz üçüncü ve dördüncü yolcu gemileri Havila Polaris ve Havila Pollux, tarihi Bergen-Kirkenes hattında dünyanın en büyük batarya kapasiteli gemileri olarak

yolcularına eşsiz bir deneyim sunarken Faroe Adalarına teslim ettiğimiz Gadus ve Enniberg isimli balıkçı gemilerimiz ise üstün avlanma, balık işleme, paketlenme ve dondurma yetenekleri sayesinde yüzer fabrikalar olarak operasyonlarını sürdürüyorlar. Faroe Adaları dışında, Kanada'ya teslim ettiğimiz fabrika balıkçı gemimiz Atlantic Enterprise ve yine Norveç'e teslim ettiğimiz kombine yengeç yakalama ve işleme gemisi Froyanes de üstün kalite ve özellikleriyle dünya sularında Türk yapımı kaliteli gemi namzedini yükseltmeye devam ediyor. Alacağımız hasarlara rağmen ödün vermediğimiz bu değerlerin 2023 yılı başarımızı olumlu etkilediğini düşünüyoruz.

2024'ün ikinci yarısı ve gelecek dönem için hedefleriniz nedir?

2024 yılında gemi inşa alanında rüştümüzü ispat ettiğimiz, balıkçılık ve feribot segmentlerinde daha fazla projeye imza atarken pazar payının giderek büyüdüğü açık deniz destek gemileri ve yüzer yapılar segmentlerinde de yeni fırsatlar ve projelere imza atmaya hedefliyoruz. 25 yılı aşkın deneyimimizle başarımızın temelinde yatan iyi yönetim, kaliteli gemi inşası, inovasyon, etkili pazarlama ve sağlam finans yönetimi gibi şirket değerlerimizin, 2024 yılı ve sonrası için hedeflerimize ulaşmamızda yine etkin rol oynayacağını düşünüyoruz.

2023 yılının sonunda satın alarak faaliyetlerine hız kazandırdığımız, 100 yıldan fazla tecrübe ihtiva eden Norveç'teki yeni tersanemiz Tersan Havyard'a yatırımlarımız artarak devam edecek ve faaliyet alanı ile iş hacmini büyüteceğiz. Tersan Türkiye ve Tersan Norveç arasında oluşturduğumuz iş yapısı ve konsept vesilesiyle Tersan Havyard'da yaratacağımız her ek iş hacminin Tersan Türkiye'ye de yansımaları ve Türkiye'deki hacmimizi artırmasını hedefliyoruz.

Faroe Adaları dışında, Kanada'ya teslim ettiğimiz fabrika balıkçı gemimiz **Atlantic Enterprise** ve yine Norveç'e teslim ettiğimiz kombine yengeç yakalama ve işleme gemisi **Froyanes** de üstün kalite ve özellikleriyle dünya sularında Türk yapımı kaliteli gemi namzedini yükseltmeye devam ediyor.



420 bin
metrekare

Kurulu alan

3

Tesis sayısı

5 bin

Çalışan Sayısı

430

milyon dolar

2023 yılı cirosu

Sıfır Karbonun Anahtarı Yeşil Hidrojene Yakın Markaj

Geleceğin en değerli enerji alternatiflerinden biri olması sebebiyle son dönemde tüm ilgiyi üzerinde toplayan yeşil hidrojene yönelik yatırımlar da hız kazanmış durumda. Uzmanların, gelecekte fosil yakıtların yerini alabileceğini öngördüğü yeşil hidrojene talebin 2030 yılı ve sonrasında daha da artması bekleniyor.



Hydrogen4EU'nun raporuna göre **yeşil hidrojen önümüzdeki dönemde sanayi, ağır yük taşımacılığı ve mevsimlik depolama** gibi alanların karbondan arındırılmasında vazgeçilmez olacak.

Yüksek kütleli enerji yoğunluğu ve düşük çevresel etkisi ile fosil yakıt bazı enerji kaynakları kullanımında enerji taşıyıcısı olarak önemli bir alternatif olan hidrojen, ulaşımdan sanayiye, yenilenebilir enerji entegrasyonundan yeşil kimyasal üretimine kadar birçok farklı alanda kullanılan, günümüzün önemli kaynaklarından biri. Paris Anlaşması kapsamındaki karbon-suzlaşma hedeflerini gerçekleştirmek için kullanılacak en değerli enerji alternatiflerinden biri olarak görülen hidrojen enerjisi, doğada bileşikler hâlinde bulunan hidrojenin dönüştürülmesiyle elde edilen enerji kaynağı olarak tanımlanıyor.

Hidrojen atomlarının oksijen atomlarından ayrılmasıyla ortaya çıkan bu enerji, farklı enerji kaynaklarıyla üretilebildiği gibi farklı renklerle temsil edilen türlere sahip. Bu türler; doğal gaz ile üretilen mavi hidrojen, fosil yakıtlarla üretilen gri hidrojen, henüz deneme aşamasında olan metanın termal parçalanması ile elde edilen turkuaz hidrojen ve tamamen yenilenebilir enerji ile elde edilen yeşil hidrojen olarak sıralanıyor. Sıfır emisyonlu bir enerji kaynağı olarak öne çıkan yeşil hidrojen, hem Paris İklim Anlaşması'nın taahhütlerini yerine getirmek adına hem de dünyadaki enerji sorununun çözümü için büyük bir fırsat olarak görülüyor.

YEŞİL HİDROJENİN KÜRESEL PROJEKSİYONU

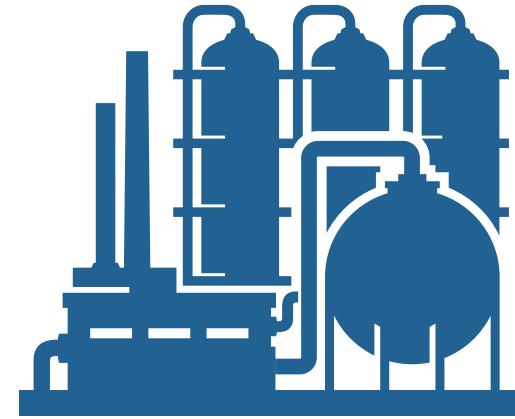
Uzmanlar, yeşil hidrojenin enerji geçişinin önemli bir parçası oldu-

ğunu ve gelecekte fosil yakıtların yerini alabileceğini öngörüyor. Hydrogen4EU'nun raporuna göre yeşil hidrojen önümüzdeki dönemde sanayi, ağır yük taşımacılığı ve mevsimlik depolama gibi alanların karbondan arındırılmasında vazgeçilmez olacak. Ancak hidrojenin depolanması, taşınması ve kullanımı konusunda bazı zorluklar bulunduğundan henüz yaygın olarak kullanılmıyor. Bugün yeşil hidrojenin yaygınlaşmamasındaki en temel nedenler ise şu şekilde sıralanıyor: Yüksek üretim maliyetleri, özel altyapı eksikliği, sınırlı iş gücü, üretiminde yaşanan enerji kayıpları ve az tanınır olması.

Dünyada yılda yaklaşık 100 milyon ton hidrojen üretiliyor. Ancak bu üretimin yalnızca 4 milyon tonu yeşil hidrojen sınıfına giriyor. Bununla birlikte Avrupa ülkeleri, yeşil hidrojen endüstrisinin gelişiminin hızlanması için son yıllarda çalışmalarına hız kazandırmış durumda. Bu konuyu oldukça önemseyen Avrupa, vergi politikalarına dahi yeşil hidrojen endüstrisini dâhil ediyor. Bu doğrultuda yenilenebilir kaynaklardan üretilen hidrojenin, vergi avantajlarına sahip olmasına yönelik çalışmalar yapılıyor. Avrupa Birliği ise 2030 yılına kadar üreteceği 10 milyon ton yenilenebilir hidrojen ile hidrojen yakıt ikmal istasyonlarının, daha yaygın olarak kullanılabilir olmasını hedefliyor.

TÜRKİYE'NİN YEŞİL HİDROJEN GELECEĞİ

Zengin yenilenebilir enerji kaynaklarına sahip olan Türkiye,

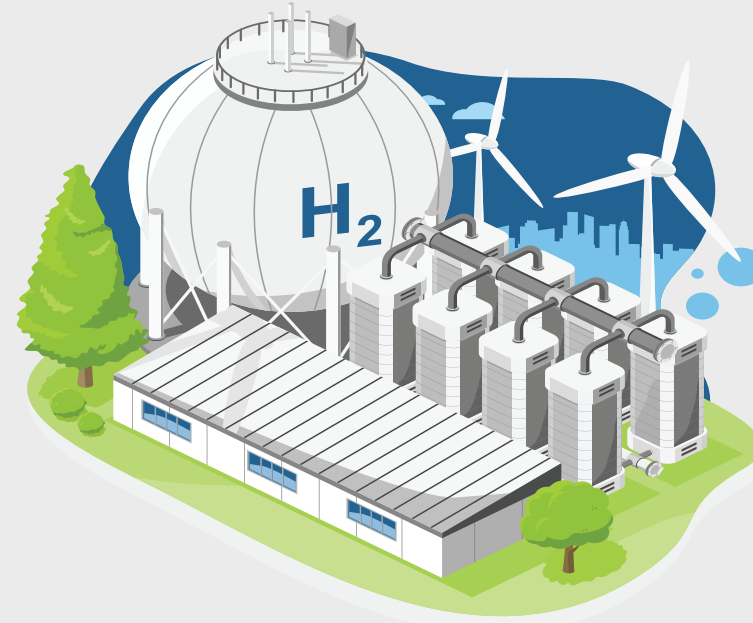
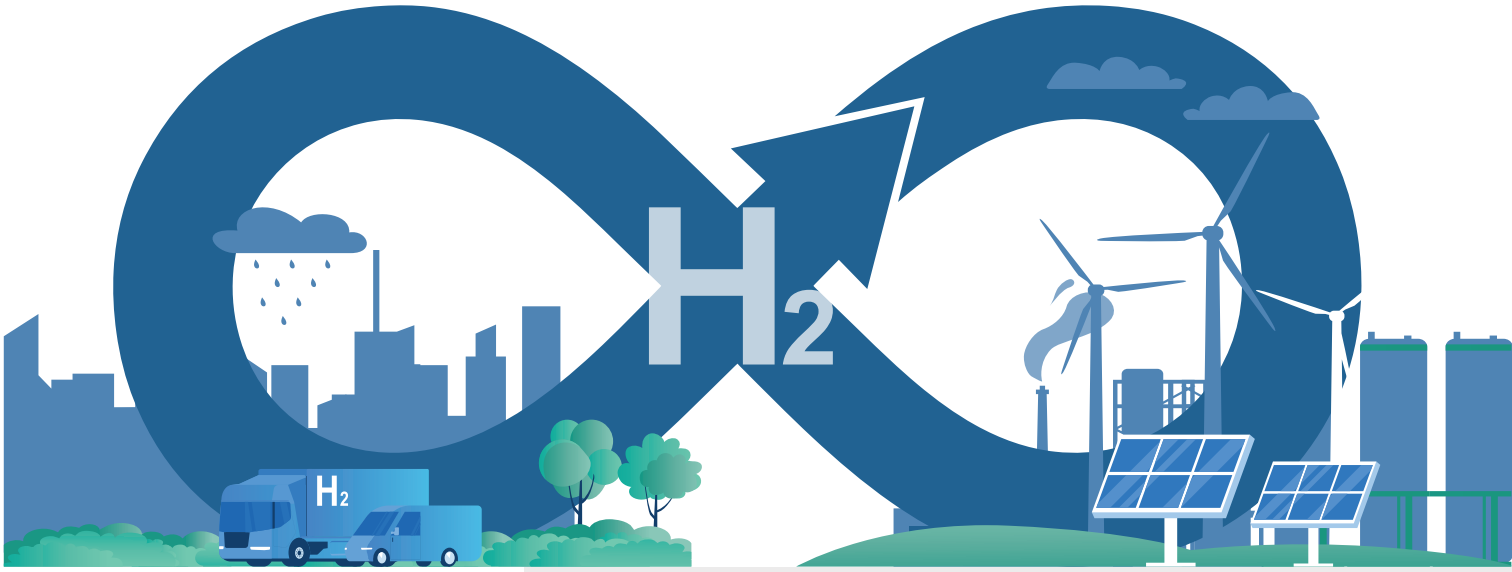


Türkiye Ulusal Hidrojen Teknolojileri Stratejisi kapsamında yıllara göre kurulması hedeflenen hidrojen üretim kapasitesi

2030
2 gigawatt

2035
5 gigawatt

2053
70 gigawatt



Türkiye'nin yeşil hidrojen enerjisi potansiyeli, aynı zamanda yeni bir ihracat malzemesi olarak değerlendiriliyor. **Bu potansiyel doğru değerlendirildiğinde Türkiye'de üretilen hidrojen Avrupa'ya satılabilir.**

12
milyon ton

Japonya'nın Temel Hidrojen Stratejisi kapsamında hidrojen tedarikini 2040'a kadar çıkarmayı hedeflediği miktar.

750
milyon dolar

ABD Enerji Bakanlığının temiz hidrojen üretimi ve kullanımı için kapasite geliştiren projelere tahsis edeceği destek.

yeşil hidrojen üretme konusunda oldukça avantajlı. SHURA Enerji Dönüşüm Merkezi'nin yayımladığı Türkiye'nin Ulusal Hidrojen Stratejisi için Öncelikli Alanları raporuna göre, Türkiye 1,6 milyon ton yeşil hidrojen potansiyeline sahip. Türkiye'nin yeşil hidrojen enerjisi potansiyeli, aynı zamanda yeni bir ihracat malzemesi olarak değerlendiriliyor. Bu potansiyel doğru değerlendirildiğinde Türkiye'de üretilen hidrojen Avrupa'ya satılabilir.

Bu kapsamda da yeşil hidrojen faaliyet ve yatırımlarına hız verildi. Türkiye Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı, Ocak 2023'te Türkiye'nin Ulusal Hidrojen Teknolojileri Stratejisi ve Yol Haritası'nı açıklamıştı. Açıklanan strateji; yeşil hidrojen ihracatı, yeşil hidrojen üretiminde maliyetlerin azaltılması, yerel kaynaklar için AR-GE desteği, kamu-özel sektör iş birliği ve hidrojen taşımacılığı/dağıtımını gibi önemli stratejik önceliklere odaklanıyor. Bu strateji 2030'a kadar 2 gigawatt, 2035'e kadar 5 gigawatt ve 2053'e kadar 70 gigawatt hidrojen üretim kapasitesi kurmayı hedefliyor.

Türkiye'nin ilk hidrojen vadisinin hayata geçirileceği Güney Marmara Hidrojen Kıyısı Vadi Projesi kapsamında yeşil hid-

rojenin pilot üretimine başladı. Türkiye'nin ilk hidrojen vadisinin yeşil hidrojeni, Enerjisa Üretim'in Bandırma Enerji Üssü'nde pilot olarak üretiliyor ve tesisin jeneratör soğutmasında kullanılıyor. Projenin hedefi, 2025 yılına kadar yıllık ortalama 500 ton yeşil hidrojen üretimi gerçekleştirebilmek. Bununla birlikte yaklaşık olarak yıllık 12 bin ton mertebesinde bir karbon emisyonunun önüne geçilmesi planlanıyor. Projenin tam anlamıyla hayata geçmesiyle beraber üretilen yeşil hidrojen kimya, seramik, cam, demir-çelik ve petrokimya sanayisinde kullanılabilir.

ALMANYA'DAN 9 MİLYAR EURO'LUK YATIRIM

Yeşil hidrojeni, stratejik enerji kaynağı olarak gören ülkelerin başında Almanya geliyor. Sanayi devi, hidrojen ekonomisine dair ciddi adımlar atmamakla kalmıyor, hidrojen altyapısının güçlendirilmesi için de çalışmalar ortaya koyuyor. Alman hükümeti, 10 Haziran 2020'de yenilenebilir kaynaklardan yeşil hidrojen üretimine geçişi ve kullanımını kapsayan Alman Ulusal Hidrojen Stratejisi'ni kabul ederek bu kapsamda 9 milyar euro yatırım yapacağını duyurdu. 2032 yılında ise faaliyete geçmesi

planlanan hidrojen ağı çekirdek altyapısının 9 bin 700 kilometreyi aşacağını ve yaklaşık 20 milyar euro'ya mal olacağını bilgisini paylaştı. Alman hükümeti, uzun vadede ülkenin hidrojen ihtiyacının yüzde 30 ila 50'sini kendisinin üreteceğini ve geri kalanını da ithal edileceğinin hesaplarını yapıyor.

EN BÜYÜK SIVI YEŞİL HİDROJEN TESİSİ ABD'DE

ABD'nin hidrojen enerjisi üretimi ve kullanımı, vergilendirme politikalarına yansımış durumda. ABD Enerji Bakanlığı (DOE), mart ayında 24 eyalette temiz hidrojen üretimi ve kullanımı için kapasite geliştiren projelere 750 milyon dolar tahsis edeceğini duyurdu. ABD Savunma Bakanlığı ise ülkenin yeşil hidrojen faaliyetlerine katkıda bulunacak bir projeye girişti ve Hawaii'de hidrojen destekli bir mikro şebeke projesi başlattı.

ABD hükümetinin yeşil hidrojene odaklandığı bu dönemde, ABD'li şirketler de kendilerini oyuna dâhil etmeye çalışıyor. Plug Power, yeşil hidrojen ekonomisi için kapsamlı çözümlerin küresel lideri olma iddiasını güçlendirerek ABD pazarındaki en büyük sıvı yeşil hidrojen tesisini işletmeye aldığı geçen aylarda bildirdi. Georgia eyale-

tinde bulunan tesis, şu anda hem işletmede olan en büyük elektrolitik sıvı yeşil hidrojen üretim tesisi hem de en büyük PEM elektrolizör kurulumu olma özelliği taşıyor. Yeni işletmeye alınan tesisin, Plug Power'ın sıvı hidrojen arzını artırması bekleniyor.

TEMEL HİDROJEN STRATEJİSİ YÜRÜRLÜĞE KOYULDU

Japonya, 2017 yılında hidrojen kullanımını yaygınlaştırarak mücadeleyi hedefleyen dünyanın ilk "Temel Hidrojen Stratejisi"ni yürürlüğe koymuştu. Bu strateji kapsamında oluşturulan Fukuşima Araştırma Bölgesi'ndeki tesiste bugün, su elektroliz sistemi ile günde 29 bin metreküp hidrojen üretiliyor. Kurulan Shikaoi Hidrojen Çiftliği'nde ise 10 yerel çiftlikten toplanan biyobozunur atıklardan hidrojen elde ediliyor. Kobe kenti de bu stratejinin bir parçası olarak yenilenebilir enerji kullanarak ürettiği yeşil hidrojen ile hastane, spor merkezleri ve trenler için elektrik üretmeye başladı. Japon Hükümeti, yakın zamanda Temel Hidrojen Stratejisi'ni revize etti. Yeni taslağa göre 2 milyon ton olan hidrojen tedarikinin 2040'a kadar 12 milyon tona çıkarılması hedefleniyor.

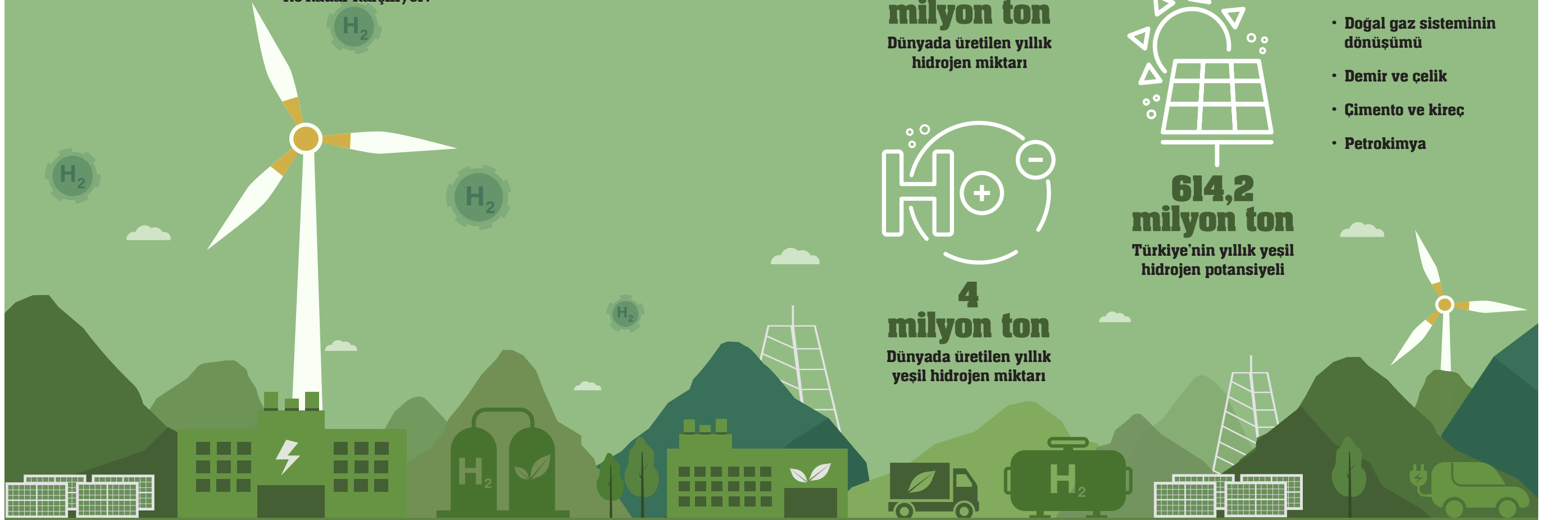
YILLIK 30 BİN TON YEŞİL HİDROJEN ÜRETEBİLİR PROJESİ

Çin hükümeti, özellikle yeşil hidrojenle çalışan araçların ve endüstriyel uygulamaların vergilendirilmesinde ciddi avantajlar sağlıyor. İç Moğolistan Özerk Bölgesi'nde yer alan Ordos'ta, güneş ve rüzgâr enerjilerinden hidrojen üreten dünyanın en büyük yeşil hidrojen projesi, üretime başlamış durumda. Burada, güneş enerjisinden üretilen elektrikle suyun hidrojen ve oksijene ayrıştırıldığı bir elektroliz cihazı kullanılıyor. Projenin, yıllık 30 bin ton yeşil hidrojen üreteceği ve yılda yaklaşık 1,43 milyon ton karbondioksit salımını azaltacağı tahmin ediliyor. Bir diğer projesi ise inşaatına 2021 yılında başlanan Xinjiang Uygur Özerk Bölgesi'ndeki Kuqa Şehri'nde konumlanıyor. Kuqa tesisinde hidrojen saflığı, yüzde 99,9'a ve tesisinin suyla hidrojen üretim kapasitesi ise yılda 20 bin tona erişmiş durumda. Hidrojen depolama kapasitesi 210 bin standart metreküp seviyesinde iken hidrojen iletim kapasitesi saatte 28 bin standart metreküp. 2023 yılındaysa Çin Devlet Enerji Yatırım Şirketi (SPIC), kuzeydoğu Çin'de rüzgâr enerjisinden üretilen hidrojen yakıt üretmek amacıyla 5,85 milyar dolarlık bir yatırım yapacağını duyurdu.



Temiz Enerjinin Yıldızı Parlayanı Yeşil Hidrojen

Fosil yakıtlardan sıfır karbon emisyonlu temiz teknolojilere doğru yaşanan küresel enerji dönüşümünün en dikkat çeken kaynağı yeşil hidrojenden beklentiler büyük. Peki, birçok sektörde kullanım alanı bulunan yeşil hidrojenin potansiyeli, beklentileri ne kadar karşılıyor?



Gri Hidrojen

Doğal gaz gibi fosil kaynakların kullanılmasıyla elde edilen ve en fazla karbon emisyonuna neden olan hidrojen türü.

Mavi Hidrojen

Biokütle, organik atıklar gibi karbon açısından nötr kaynaklardan üretiliyor. Mavi ve gri hidrojen üretme sürecinde karbon yakalama teknolojileri kullanılması gerekiyor.

Yeşil Hidrojen

Rüzgâr ve güneş gibi yenilenebilir kaynakları kullanan temiz hidrojen türü olarak öne çıkıyor ve karbonsuzlaşma sürecine önemli katkı sağlaması bekleniyor.

3,4 milyon ton

Gerekli yatırımlar yapıldığı takdirde 2050 yılı itibarıyla Türkiye genelinde üretilmesi öngörülen yeşil hidrojen miktarı



Yeşil hidrojen karbonsuzlaşma süreçlerine doğru şekilde entegre edilirse Türkiye'nin 2050'de toplam hidrojen talebi yıllık 1 ila 2 milyon tona kadar ulaşabilir.

Fas

Kuzey Afrika'nın Dünyaya Açılan Yüzü



Antik dönemlerden itibaren Akdeniz'in doğu ve batı medeniyetleri arasında bir köprü görevi gören Fas, bugün de ticaretin önemli merkezlerinden biri olarak dünya sahnesindeki yerini koruyor.

Kuzey Afrika'da "Mağrip" olarak adlandırılan bölgenin en batı ucunda yer alan Fas, Atlas Okyanusu ve Akdeniz'e kıyısı olması sebebiyle stratejik bir konuma sahip. Yüzyıllardır medeniyetlerin kesişim noktasında konumlanan ülke, Kuzey Afrika'nın dünyaya açılan kapısı olarak dikkat çekiyor. Fas, tarihi boyunca Roma İmparatorluğu'ndan İslam dünyasına, Batı Avrupa'dan Afrika'nın derinliklerine kadar oldukça geniş bir etkileşim ağına ev sahipliği yaptı. Ülke geçmişten gelen bu çok yönlü mirasın izlerini bugünlere kadar taşımayı başarmış ve koruduğu bu değerler sayesinde kendine özgü bir konum elde etti.

Antik dönemlerden itibaren Akdeniz'in doğu ve batı medeniyetleri arasında bir köprü görevi gören bu topraklar, bugün de ticaretin önemli merkezlerinden biri olarak dünya sahnesindeki yerini koruyor. Dünyanın 59. büyük ekonomisi olan Fas, politik olarak istikrarlı ve iş dostu görünümüyle güvenli bir liman olarak biliniyor. Fas ekonomisi, uzun yıllardır büyüme eğilimini sabit tutsa da yapısal olarak Avrupa'ya Afrika'nın geri kalanından daha uyumlu bir çizgide yer alıyor. Artan yatırımlarla gelişimini sürdüren ülke, Afrika kıtasındaki fırsatlardan da giderek daha fazla faydalanıyor.

DÜNYANIN FOSFAT ZENGİNİ

Çeşitli şehirlerinde yer alan ve ticari trafiğin yoğun olduğu limanları ile Avrupa ve Afrika arasında ticari bir köprü görevindeki Fas, Arap dünyasında, petrol dışı GSYH büyüklüğü ile Mısır'ın ardından ikinci sırada konumlanıyor. Ülke ekonomisinin önemli gelir kaynaklarını ise tarım, tekstil,



Dünyanın 59. büyük ekonomisi olan Fas, istikrarlı ve iş dostu görünümüyle yatırımcılar için güvenli bir liman.

turizm ve fosfat mineralleri oluşturuyor. Tarım, GSYH'nin yüzde 13'ünü ve istihdamın yüzde 39'unu oluşturan önemli sektörlerin başında geliyor. Devamlı gelişmekte olan tekstil sektörü ise GSYH'nin yüzde 15'ini oluşturuyor. ABD ve Çin'den sonra dünyanın büyük fosfat minerali üreticisi olan Fas, yer altı kaynaklarının çeşitliliğiyle dikkatleri üzerinde topluyor. Fas'ta çıkarılan madenlerin başında fosfat geliyor. Küresel fosfat rezervlerinin dörtte üçüne sahip olan ülkedeki toplam fosfat rezervinin 58 milyar ton olduğu tahmin ediliyor. Fas 30 milyon ton fosfat üretimi, 15 milyon ton civarında da fosfat ihracatı yapıyor. Ülkede fosfat dışında manganez, arsenik, nikel, kobalt, demir ve ayrıca az miktarda kömür ile petrol gümüşlü kurşun da çıkarılıyor. Ülkedeki sanayinin ihtiyacı olan enerji ise büyük ölçüde hidroelektrik santrallerden sağlanıyor.

%6,2
Enflasyon

142,87
milyar dolar
GSYH

3.900
milyon dolar
Kişi Başı GSYH
(IMF, Ekim 2022)

Küresel fosfat rezervlerinin dörtte üçüne sahip olan Fas'taki toplam fosfat rezervinin **58 milyar ton** olduğu tahmin ediliyor. Fas **30 milyon ton** fosfat üretimi, **15 milyon ton** civarında da fosfat ihracatı yapıyor.

SANAYİSİNİ DOMİNE EDENLER: GIDA, TEKSTİL VE KİMYA

Düşük verimlilik oranları ile yüksek işçi ve enerji ücretleri imalat sektörünü olumsuz etkileyen faktörlerin başında gelse de imalat sanayisi ülke GSYH'sinin yüzde 31,7'sini oluşturuyor. Gıda işleme sektöründe konserve, meyve, balık, un ve bitkisel yağlar başta geliyor ve hem ihracat (konserve meyve, sebze ve balık) hem de iç tüketim (un, şeker, bitkisel yağ) için üretim yapıyor.

Ülkenin en önemli ihracat kalemlerinden olan tekstil ise Hindistan ve Çin gibi Uzak Doğu



37

milyon

Nüfus

(İMF, 2022 Tahmini)

710,850

kilometrekare

Yüz ölçümü

ülkeleriyle yoğun bir rekabet hâlinde. İplik ve kumaş gibi ham maddeler ve ara ürünler ithal ediliyorken hazır giyim ürünlerinin ise ihracatı yapılıyor. Sektör yaklaşık 175 bin kişiyi istihdam ederek ülkenin sanayi sektöründeki istihdamının yüzde 40'ını oluşturuyor. Bunun yanı sıra tekstil sanayisi ihracatın yüzde 24'ünü tek başına karşılıyor ve GSYİH'nin de yüzde 7'sini oluşturuyor.

Dünyadaki en büyük fosforik asit üreticisi ve ihracatçısı olan Fas'ta kimya sanayisinin en önemli ayağını, fosfat işlemeden elde edilen fosforik asit ve gübre üretimi oluşturuyor. Son dönemde, fosfat kimyasalları sanayisinde üretim ve işleme hacminin artırılması amacıyla Fransa, Belçika, Hindistan ve Pakistanlı ortaklar ile "ortak teşebbüs" oluşumuna gidildiği görülen ülkedeki ilaç sektörü de hızlı şekilde büyüyor. Ülke ihtiyacının yüzde 80'ini karşılayan ilaç sektöründen toplam 376 milyon dolarlık ciro elde ediliyor. Sektördeki üretim ağırlıklı olarak lisans altında yapılıyor ve Avrupa Birliği ülkelerinden yapılan ham madde ithalatına bağlı şekilde ilerliyor. Üretimin büyük bölümü iç pazarda tüketilirken küçük bir bölümü Libya, Fransa, Cezayir ve Tunus'a ihraç ediliyor.

TÜRKİYE VE FAS ARASINDAKİ İLİŞKİ

Osmanlı İmparatorluğu ile Fas Sultanlığı arasındaki 17. yüzyılın başından itibaren başlayan temaslar iki ülke arasındaki mevcut siyasi ilişkilerin temelini oluşturuyor. Türkiye ve Fas arasındaki diplomatik ilişkiler ise Fas'ın bağımsızlığını kazanmasını takiben 17 Nisan 1956 yılında iki ülke hükümetleri tarafından aynı gün yapılan ortak açıklamayla sağlandı. 3-4 Haziran 2013 tarihlerinde, Türkiye'den Fas'a gerçekleştirilen



Fas ekonomisi, uzun yıllardır büyüme eğilimini sabit tutsa da yapısal olarak Avrupa'ya Afrika'nın geri kalanından daha uyumlu bir çizgide yer alıyor.

ziyaret iki ülke arasındaki ilişkiye derinlik kazandırdı. Bu ziyaret sırasında Türkiye ve Fas arasındaki kapsamlı ilişkilerin stratejik eş güdümünü sağlamak üzere Yüksek Düzeyli Stratejik İşbirliği Konseyi mekanizmasının tesisi konusunda anlaşmaya varıldı. İki ülke ilişkilerinin mevcut kapsamı ve arz ettiği potansiyel ışığında üst düzey ziyaret ve temasların artırılmasına yönelik çalışmalar devam ettiği gibi Türkiye ve Fas parlamentolarında dostluk grupları bulunuyor.



Fas'ta Ziyaret Edilmesi Gereken 10 Müze

7. yüzyılda İslamiyet'in Kuzey Afrika'ya yayılmasıyla birlikte Fas, bir İslam medeniyeti merkezi hâline geldi. Endülüs'ten gelen Müslüman mültecilerin, bilim insanlarının ve sanatçıların katkılarıyla İslam dünyasının batıdaki kalesi olarak kültürel ve entelektüel dinamizm kazanan Fas'ın tarihi geçmişi, mimarisi ve kültürel yapısını çok daha derin şekilde gözlemlemenizi sağlayacak 10 müze:

- Bahia Sarayı
- El Badi Sarayı
- Saadian Mezarları
- Ben Youssef Medresesi
- Dar Si Said
- Marakeş Müzesi
- Dar Bellarj
- Dar El Bacha Sarayı
- House of Photography in Marrakech



İKİ ÜLKE ARASINDAKİ DİŞ TİCARETTE DENGE VAR

Türkiye'nin Fas'a en fazla ihracat yaptığı sektörlerin başında otomotiv, demir çelik, makineler ve mekanik parçalar, demir çelik eşyaları, plastik ve mamulleri ve hava ve uzay araçları geliyor. Son beş yılda, her birinde artış gösteren bu sektörler arasından yıllık ortalama yüzde 139 büyüme ile hava ve uzay araçları en yüksek artışı gösteren sektör oldu. Hava ve uzay araçlarını, yıllık ortalama yüzde 25 büyüme ile demir çelik eşyaları takip etti. Tüm sektörler içinden meyve, narenciye ve kuruyemiş ise son beş yıl içinde yıllık ortalama yüzde 90 büyüme ile Fas ve Türkiye arasındaki ihracatta potansiyel bulunan ürünler olarak dikkat çekti.

Türkiye'nin Fas ile arasındaki ithalatta ise inorganik kimyasallar, gübreler, gıda kalıntı ve atıkları, otomotiv ve sıva malzemeleri ön plana çıkıyor. Bu sektörler arasından son beş yılda yıllık ortalama yüzde 26 büyüme kaydeden inorganik kimyasallar, değerli ve nadir toprak metallerinin organik veya inorganik bileşikleri toplam ithalatımızın yüzde 20'sini oluşturuyor. Organik kimyasallardaki artışı yüzde 46'lık büyüme ile otomotiv ve elektrikli makine parçaları takip ediyor.

FAS'IN GENEL GÖRÜNÜMÜ Güçlü Yanlar

- Turizm, yenilebilir enerji ve ihracata yönelik imalat sanayilerindeki güçlü büyüme potansiyeli, ekonomisini yabancı yatırımcılar için giderek çekici bir yer hâline getiriyor.



- Ülke uluslararası borç verенlerin güvenini ve fon açıklarını karşılaması gereken nispeten yeterli döviz rezervlerini koruyor.

Zayıf Yanlar

- Tarım sektörüne bağımlılık, büyümenin öngörülemez hava koşullarına göre değişkenlik gösterebiliyor.
- İhracatın ana hedefi olarak Avrupa'ya güvenen Fas, euro bölgesindeki ekonomik koşullarda herhangi bir bozulmaya ağır şekilde maruz kalabiliyor.

Zorluklar

- Küresel emtia fiyatlarına yüksek düzeyde maruz kalma, ülkenin enflasyon görünümünü fiyatlardaki dalgalanmalara karşı savunmasız bırakıyor.
- Toplumsal huzursuzluğun yeniden canlanması, ülkenin yabancı yatırımlar için bölgesel güvenli liman olan imajını zedeliyor.

Fırsatlar

- Sahra Altı Afrika ile artan ticaret entegrasyonu, Faslı üreticiler için yeni pazarlar açabilir ve Avrupa'ya mevcut bağımlılıktan kaynaklanan riskleri azaltabilir.
- Bankacılık sistemi nispeten az gelişmiş durumda ve bu da önümüzdeki yıllarda daha gelişmiş ekonomilerin finansal kurumlarının piyasaya girmesine neden olabilir.

İKİ ÜLKE ARASINDAKİ TİCARET HACMİ (MİLYAR DOLAR)

	2020	2021	2022	2023
İhracat	2.057	2.976	3.093	3.060
İthalat	642	922	1.017	1.352
Hacim	2.699	3.899	4.111	4.412
Denge	1.415	2.054	2.075	1.707

Kaynak: Ticaret Bakanlığı



DÜNYAYA İZ BIRAKIYORUZ!

46 yıl önce iş makinesi sektöründe dünya markası olma amacıyla çıktığımız bu yolda, 1978 yılından beri genişleyen ürün yelpazemiz ve yurt dışı bayi ağımız ile 6 kıtada 120'nin üzerinde ülkede makinelerimiz ile sahaya iz bırakıyoruz.



hidromek.tr Hidromek hidromekofficial HidromekTv company/hidromek

HİDROMEK®

Birlikte Daha Güçlüyüz

ÜRETİM VE PAKETLEME KAPASİTESİ İLE AVRUPA'DA İLK 3 İÇİNDEYİZ

TOP 3 IN EUROPE WITH PRODUCTION AND PACKAGING CAPACITY

Bentaş

Yeni yatırımlarla büyüyoruz. 75'in üzerinde ülkede her gün, milyonlarca kedi sahibinin hayatına dokunan ürünler üreten şirketimiz, küresel ölçekte büyümeye emin adımlarla devam ediyor.

2007 yılında kurulan şirketimiz Bentaş Bentonit A.Ş., ülkemizde bulunan beyaz bentonit rezervlerini, çeşitli işlemlerden geçirerek dünyada 75'den fazla ülkeye ihraç etmektedir. Türkiye'deki beyaz bentonit rezervlerinin çok büyük bir kısmı Ordu-Ünye-Fatsa civarındadır. Bu rezervlerin önemli bölümü şirketimiz himayesindedir.

Türkiye kedi kumu pazarının yüzde 70'inden fazlasını domine eden firmamız, ülke genelinde 45'e yakın büyük toptancı ya da iş ortağıyla halen çalışmaya devam etmektedir.

Ayrıca şirketimiz, hem üretim kapasitesi hem de paketleme kapasitesi olarak Avrupa'da ilk 3 firmadan biridir. Bugün 240 bin ton granül üretim kapasitesine sahip olan firmamız, toplam 350 personele de istihdam sağlamaktadır.

VanCat® markamız, World Branding Forum tarafından, "Temizlik ve Hijyen" dalında ilki 3 Temmuz 2019 olmak üzere, 9 Eylül 2021 ve 27 Temmuz 2023 yıllarında toplamda 3 kez "Yılın Markası" ödülüne layık görüldü. Bu alanda Türkiye'de ödül alan ilk ve tek markanın sahibi olarak gururumuz büyük.

6 Mart 2020'de TİM önderliğinde düzenlenen "İhracatın Yıldızları" yarışmasında, Özgün Ürün dalında da ödüle layık görüldük.

Bugün VanCat® markamız 65 ülkede, Cat's White® markamız 25 ülkede pazarlanmaktadır. Bentaş Bentonit olarak kurulduğumuz günden beri en büyük hedeflerimizden biri olan "Türkiye'nin üretimden ihracat yapan ikinci 500 firması" arasına girmiş olmanın mutluluğunu ve gururunu yaşıyoruz.

We are growing with new investments. Our company produces products that touch the lives of millions of cat & cat owners every day in more than 75 countries.

Our Company, was established in 2007, exports the white bentonite reserves to more than 75 countries in the world by undergoing various processes. A great portion of the white bentonite reserves in Turkey are around Ordu-Ünye. Most of these reserves are under the auspices of our company.

Our company, which dominates more than 70% of the Turkish cat litter market, still continues to work with nearly 45 large wholesalers or business partners throughout the country.

Our company is one of the top 3 companies in Europe in terms of production and packaging capacity. Our company has 240,000 tons production capacity, provides employment for a total of 350 personnel.

On 3rd July 2019, VanCat® was honoured by the World Branding Forum as the "Brand of the Year" in the "Cleaning and Sanitation" category, marking its first win.

Further accolades followed on 9th September 2021 and 27th July 2023, bringing the total number of awards to three. We are proud to announce that VanCat® is the first and only Turkish brand to receive this recognition in the industry.

In the "Stars of Export" competition organized under the leadership of TİM in 2020, we were also awarded in the Original Product category.

Today, our VanCat® brand is marketed in 65 countries and our Cat's White® brand in 25 countries. As Bentaş Bentonit, we are experiencing the happiness and pride of being among "Turkey's second 500 companies that export from production", which was one of our biggest goals since our establishment.

We serve to 130 international customers in 75 countries.

As of 2024, the number of countries Bentaş Bentonit exports to is over 75. We are actively carrying out export operations in 5 of 7 continents, including South & North America, Asia, Europe and Africa.

In bentonite cat litter sector, Bentaş Bentonit is Turkey's largest producer and exporter. Our company is one of the biggest suppliers in Europe.



Firma Adı	: Bentaş Bentonit Mad. San. ve Tic. A.Ş.
Bulunduğu OSB	: Fatsa
YKB	: Turgay ÖMÜR
Genel Müdür	: Fatih ÖMÜR
Sektör Bilgisi	: Madencilik
İhracat Ürünleri	: Kedi Kumu, Endüstriyel ve Mikronize Bentonit
Kontakt e-mail	: contact@bentasbentonit.com
Telefon	: +90 452 423 48 04
Fax	: +90 452 424 02 16
Web	: www.bentasbentonit.com
E-mail	: contact@bentasbentonit.com
Adres	: Fatsa OSB. 101 Sk. No: 20 52400 Fatsa / ORDU

Company Name	: Bentaş Bentonit Mad. San. ve Tic. A.Ş.
OIZ Name	: Fatsa
Chairman	: Turgay ÖMÜR
General Manager	: Fatih ÖMÜR
Sector Information	: Mining
Export Products	: Cat Litter, Industrial and Micronized Bentonite
Contact e-mail	: contact@bentasbentonit.com
Fax	: +90 452 423 48 04
Phone	: +90 452 424 02 16
Web	: www.bentasbentonit.com
E-mail	: contact@bentasbentonit.com
Address	: Fatsa OSB. 101 Sk. No: 20 52400 Fatsa, ORDU / TÜRKİYE

f X @BentasBentonit | www.bentasbentonit.com

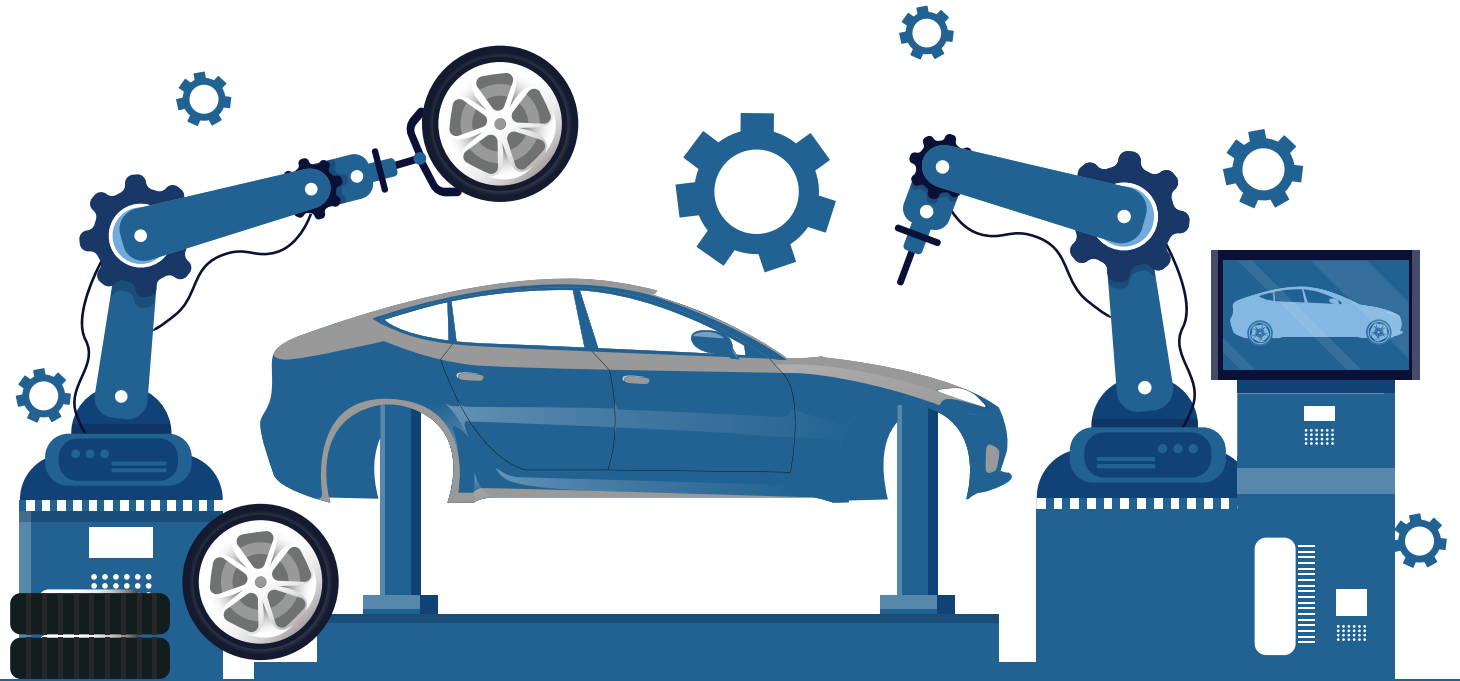
TİM TÜRKİYE
EXPORTERS
ASSEMBLY

AMONG TOP 1000
EXPORTERS OF TÜRKİYE

VAN CAT **WHITE SAND** **CAT'S WHITE** **ro cat**

İhracatın İtici Gücü Ekonominin Lokomotifini Otomotiv Sanayisi

Her yıl ihracatta yeni rekorlar kırarak uluslararası pazarda güçlü bir oyuncu olarak konumlanan otomotiv endüstrisi, hem iç pazar talebine hem de ihracata yönelik üretim yaptığı gibi yenilikçi yaklaşımlar ve sürdürülebilir üretim modelleriyle de sektördeki rekabet gücünü artırmaya devam ediyor.



Yüksek teknolojiye dayalı üretimi, nitelikli iş gücü ve stratejik inovasyonu küresel otomotiv sektörünün aranan oyuncularından biri hâline gelen Türkiye, özellikle son yıllarda üretim merkezi olmanın ötesine geçti. Özellikle son yıllarda gösterdiği dinamik gelişim ve uluslararası pazarlardaki başarısıyla tüm dikkatleri üzerinde toplamayı başarıyor. Avrupa'nın en büyük ticari araç üreticilerinden biri olan Türkiye, hem iç pazar talebine hem de

ihracata yönelik üretim yaptığı gibi yenilikçi yaklaşımlar ve sürdürülebilir üretim modelleriyle de sektördeki rekabet gücünü artırmaya devam ediyor.

Üretim hatlarından çıkan her araç, Türkiye'nin mühendislik kapasitesini ve yenilikçiliğini dünya çapında sergileyen birer kanıt niteliğinde. Her yıl ihracatta yeni rekorlar kırarak uluslararası pazarda güçlü bir oyuncu olarak konumlanan Türkiye, yalnızca araç değil, aynı zamanda ileriye dönük bir vizyon da ihraç ediyor.

Son yıllarda gelişen AR-GE kapasitesiyle Türkiye'deki otomotiv endüstrisi, üretim yöntemleri ve ürün teknolojilerini geliştirme çabalarını artırıyor. Özellikle sektörün geleceği olarak görülen elektrikli ve otonom araç teknolojilerine yapılan yatırımlar, Türkiye'yi geleceğin mobilite çözümlerinde de iddialı bir konuma taşıyor.

TÜRKİYE'DE OTOMOTİVİN SEKTÖRÜNÜN GELİŞİMİ

Türkiye'de otomotiv sektörünün gelişim süreci 1960'lı yıllarda baş-

ladı ve bu tarih itibarıyla sektör hem ilerleme kaydetmeye hemde önemli işlere imza atmaya başladı. 1990'lı yıllara gelindiğinde ise ihracata yönelik rekabetçi bir ortamın oluştuğu sektör uluslararası arenada değer kazanmaya başladı. Dünyanın önde gelen otomotiv firmalarının, Türkiye'de Türk ortaklarla kurdukları tesislerle birlikte önemli bir konum elde edildi. Bunlardan bazıları zaman içinde ortak oldukları yabancı otomotiv firmalarının ihracat üssü hâline geldi. İhracatta yaşanan bu büyüme ise önde gelen üreticilerin Türkiye'deki tesisleri küresel üretim planlarına dâhil etmesiyle ortaya çıktı.

Bugün gelinen noktada, üretim ve pazarlama alanlarında küresel entegrasyonun büyük oranda tamamlandığı görülüyor. Türkiye otomotiv sektöründe uygulanan üretim yöntem ve teknolojiler ise uluslararası düzeyde ana firmaların kullandıkları yöntem ve teknolojilerle eşdeğer niteliğe sahip durumda. Otomotiv sektörü, üretimde kalite yönetimi ve verimlilikteki yetkinliğini, küresel ve gelişmiş pazarlara yaptığı ihracat ile kanıtlayarak dünyanın önemli oyuncularından biri hâline geldi.

TÜRKİYE ÜRETİM KAPASİTESİ VE VERİMLİLİĞİ İLE DİKKAT ÇEKİYOR

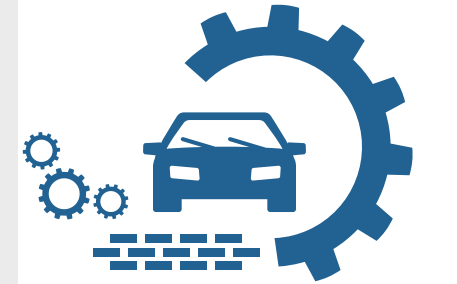
Kara yolu taşıt araçları ve bu araçların üretiminde kullanılan parçaları üreten bir sanayi dalı olarak tanımlanan otomotiv sektörü, tüm sanayileşmiş ülkelerde ekonominin lokomotifini olarak kabul ediliyor. Bu da sektörün, diğer sanayi dalları ve ekonominin diğer sektörleri ile çok yakından ilişkili olmasından kaynaklanıyor ve bu sektörde meydana gelen değişimler ekonomiyi önemli derecede etkiliyor. Türkiye, otomotiv sektörünün yan sanayisi olarak adlandırılan aksam, parça ve sistemleri nokta-

sındaki başarılı bir konuma sahip. Otomotiv yan sanayi firmalarının bazı mamuller dışındaki tüm parçaları içeren ürün gamı, ülkemizde üretilen taşıt araçlarının yüzde 85-90 oranında yerli üretilmesine imkân verecek çeşitlilikte.

Türk otomotiv yan sanayisi gerek üretim miktarı gerekse kalite olarak iç piyasada kendini kabul ettirmenin yanında, uluslararası pazarlarda rekabet gücüne ulaşmış durumda. Sektör, teknolojik olarak kendini geliştirmenin yanı sıra uzun yıllara dayanan istikrarlı yatırım yolculuğu sonucunda üretim kapasitesi ve verimlilik açısından da büyük bir aşama kaydetti. Sektördeki firmaların büyük bölümü, ISO kalite belgelerini almış ve dış pazarlara yönelik üretimlerini artırmışlardır.

SEKTÖRÜN KIRILMA NOKTASI ELEKTRİKLİ ARAÇLAR

İklim değişikliği ve karbon emisyonları üzerinde önemli etkilere sahip olan otomotiv sektörü, benzin ve dizel olmak üzere fosil yakıtların araçlarda yakılmasıyla sera gazı emisyonlarına önemli bir katkıda bulunuyor. Bu sebeple de sektör, çevresel eylemlerini azaltmak ve iklim değişikliğine olan etkisini hafifletmek için uygulanan katı emisyon standartlarına uyum için sürekli olarak kendini yeniliyor. İklim değişikliği endişeleri, yasal gereklilikler ve daha çevreci ulaşım seçeneklerine yönelik tüketici talebi gibi faktörlerin etkisiyle sürdürülebilirliğe doğru dönüşümü bir değişim geçiren otomotiv sektörü için ilerleme kaydedilmiş olsa da daha sürdürülebilir bir gelecek elde etmek ve çevresel etkiyi azaltmak için inovasyon, iş birliği ve politika desteği gerektiği aşikâr. Otomotiv sektörünün geleceği, elektrikli araçlar için şarj ağlarının genişletilmesi, yenilenebilir enerji kaynaklarının şarj altyapısına entegre edilmesi ile



Otomotiv Sektörünün İhracat Performansı

35,7
milyar dolar

2023

30,9
milyar dolar

2022

29,3
milyar dolar

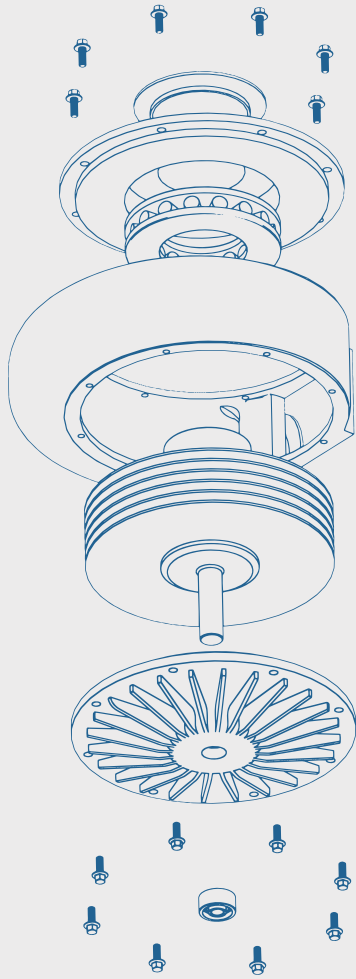
2021

25,5
milyar dolar

2020

30,6
milyar dolar

2019



Avrupa Yeşil Mutabakatı, elektrikli araçlara geçişi ve alternatif yakıtların kullanımını teşvik ettiği için otomobil üreticileri de elektrikli ve hibrit araçlar geliştirme ve üretme çabalarını hızlandırmış durumda.

trafik akışını optimize eden ve tıkanıklığı azaltan akıllı ulaşım sistemlerinin oluşturulması gibi sürdürülebilir altyapının geliştirilmesini de gerektiriyor.

En büyük ihracat pazarımız olan Avrupa Birliği, yeşil dönüşüm kapsamında döngüsel ekonomi yaklaşımının önemini vurgulayarak otomotiv sektöründe kullanılan malzemelerin geri dönüşümünü ve yeniden kullanımını teşvik eden uygulamaları benimsemeye teşvik ediyor. Ortak ulaşım hizmetleri, toplu taşıma ve aktif ulaşım modları dâhil olmak üzere sürdürülebilir mobilite çözümlerinin önemini her fırsatta vurguluyor. Avrupa Yeşil Mutabakatı, elektrikli araçlara geçişi ve alternatif yakıtların kullanımını teşvik ettiği için otomobil üreticileri de elektrikli ve hibrit araçlar geliştirme ve üretme çabalarını hızlandırmış durumda. Otomotiv dünyasında

yaşanan bu sürdürülebilir ve teknolojik dönüşümde başı Çin ve Amerika çekiyor. Togg ile pazara giren Türkiye ise payını genişletme hedefinde kararlı. Ancak bunun için daha fazla inovatif girişime ihtiyaç var.

SEKTÖRÜN İLK YEDİ AYDA İHRACATI 20,7 MİLYAR DOLARI AŞTI

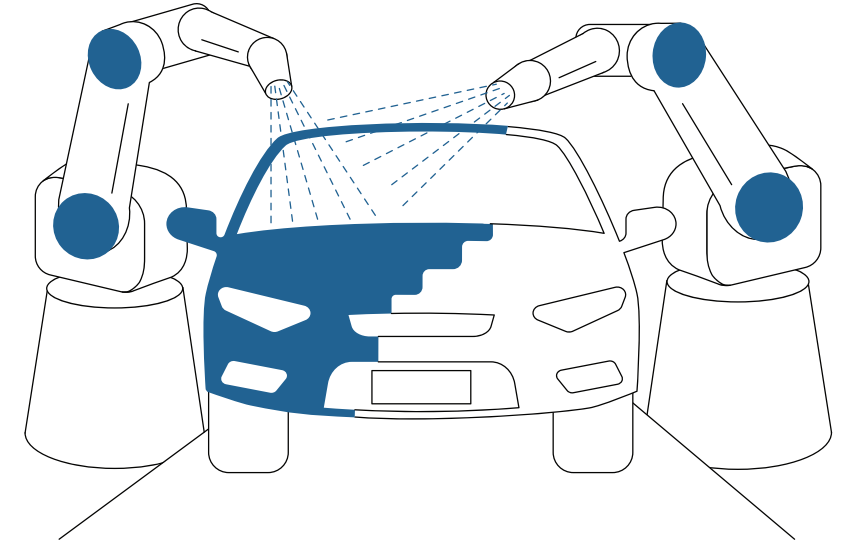
2023 yılında otomotiv ihracatı 2022'ye göre adet bazında yüzde 5 artarak 1 milyonun üzerinde gerçekleşirken bu dönemde otomobil ihracatı bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 16 arttı. Ticari araç ihracatı yüzde 11, traktör ihracatı ise yüzde 8 oranında azalma yaşadı. 2023 yılında ihracatı yüzde 13 artan otomotiv sektörü toplamda 35,7 milyar dolarlık ihracata imza attı. 2023 yılında kaydettiği başarılı performans ile genel ihracattan yüzde 16 pay alan otomotiv sa-

nayisi, sektörel ihracat sıralamasında zirvedeki yerini korudu.

2024'ün ilk yedi aylık döneminde ise otomotiv ihracatı geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre adet bazında yüzde 1 gerileyerek 581 bin 865 adet olarak gerçekleşti. Bu dönemde otomobil ihracatı bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 1 artış kaydederken, ticari araç ihracatı ise yüzde 5 oranında geriledi. Traktör ihracatı ise 2023 yılının aynı dönemine göre yüzde 20 azalarak 9 bin 532 adet olarak gerçekleşti. Türkiye İhracatçılar Meclisi verilerine göre (ihracatçı birlikleri kaydından muaf ihracat ile antrepo ve serbest bölgeler farkı hariç), toplam otomotiv sanayi ihracatının, 2024'ün ilk yedi aylık döneminde yüzde 16'lık pay ile sektörel ihracat sıralamasında yeri değişmedi ve ilk sırada yer aldı. Uludağ İhracatçı Birlikleri (UIB) verilerine göre, ilk yedi aylık dönemde toplam otomotiv ihracatı, 2023 yılının aynı dönemine göre yüzde 1 artarak 20,7 milyar dolar oldu. Euro bazında ise ihracat paralel seyrederek 18,9 milyar euro olarak gerçekleşti. Bu dönemde, dolar bazında ana sanayi ihracatı paralel seyrederken tedarik sanayi ihracatı da yüzde 3 oranında arttı.

TOPLAM PAZAR 700 BİN ADEDE YAKLAŞTI

2023 yılında toplam pazar bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 55 büyüyerek 1 milyon 283 bin 952 adet düzeyinde gerçekleşmiş, otomobil satışları ise yüzde 63 artarak 967 bin 341 adeti bulmuştu. 2024'ün ilk yedi aylık döneminde ise toplam pazar, bir önceki yılın aynı dönemine benzer seviyede kaldı ve 698 bin 368 adet düzeyinde gerçekleşti. Bu dönemde, otomobil pazarı da yüzde 3 oranında artış sağladı ve 536 bin 351 adet oldu.



Ticari araç pazarına bakıldığında ise yılın ilk 7 ayında, bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla toplam ticari araç pazarı ve hafif ticari araç pazarı yüzde 11 gerilerken ağır ticari araç pazarında düşüş yüzde 9 olarak kayıtlara geçti. 2024 yılı ocak-temmuz döneminde otomobil satışlarında yerli araç payı yüzde 30, hafif ticari araç pazarında yerli araç payı ise yüzde 31 olarak gerçekleşti.

Otomotiv yan sanayi firmalarının bazı mamuller dışındaki tüm parçaları içeren ürün gamı, ülkemizde üretilen taşıt araçlarının yüzde 85-90 oranında yerli üretilmesine imkân verecek çeşitlilikte.

OTOMOTİV SEKTÖRÜNÜN 2023 İSTATİSTİKLERİ

		Ocak-Aralık		
		2022	2023	(%)
ÜRETİM	Toplam	1.352.648	1.468.393	8,6
	Otomobil	810.889	952.667	17,5
PAZAR	Toplam	827.163	1.283.952	55,2
	Otomobil	592.660	967.341	63,2
İHRACAT	Toplam	970.124	1.018.247	5,0
	Otomobil	571.218	663.090	16,1
İHRACAT (\$)	Toplam	31.499.210.57	35.697.561.717	13,3
	Otomobil	9.069.545.936	10.934.400.137	20,6
İHRACAT (€)	Toplam	29.952.648.123	33.015.222.467	10,2
	Otomobil	8.618.164.973	10.109.439.507	17,3

Kaynak: Otomotiv Sanayii Derneği

TÜRKİYE OTOMOTİV SEKTÖRÜNÜN GELİŞİMİ

1960'lı yıllarda	İthal ikamesi amaçlı traktör ve ticari araçların montaj üretimi
1970'li yıllarda	Aksam parça üretimine yönelik "yerleştirme" ve "otomobil üretimi"
1980'li yıllarda	Kapasite ve teknoloji yatırımları
1990'lı yıllarda	Küresel rekabet için yeniden yapılanma ve küresel sanayi ile entegrasyon
2000'li yıllarda	Daha yüksek katma değer yaratarak dünya pazarına yönelik tasarım ve üretim için sürdürülebilir küresel rekabet sürecine giriş

Kaynak: Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı

“GERÇEKÇİ KUR, FAİZ VE ENFLASYON ÜÇLÜSÜ REKABETÇİLİĞİMİZ İÇİN ÇOK ÖNEMLİ”



Baran Çelik
Otomotiv İhracatçıları Birliği
(OİB) Yönetim Kurulu Başkanı

Otomotiv endüstrimiz yaklaşık 50 bini mühendis olmak üzere 550 bin kişiye istihdam sağlıyor. Dünyanın 13'üncü, Avrupa'nın dördüncü büyük araç üreticisiyiz. Son 18 yılın 17'sinde Türkiye'nin ihracat lideriyiz. Son 10 yılın sekizinde dış ticaret fazlası veren bir sektörüz. Son 18 yıldaki dış ticaret fazlamız ise yaklaşık 80 milyar dolar. Cumhuriyetimizin 100. yılını kutladığımız geçen yıl da bir önceki seneye göre yüzde 13 artış ve 35 milyar dolar ile tüm zamanların ihracat rekorunu da kırdık. İlk 10 pazarın dokuzunda artış kaydettik. En büyük pazarımız AB ülkelerinde enflasyonist sürecin etkilerine rağmen gösterdiğimiz büyüme ayrı bir önem taşıyor. İhracatçılarımız, küçük ada ülkeleri dâhil Birleşmiş Milletlere kayıtlı toplam 200'den fazla ülke ve bölgenin tamamına ihracat yapma başarısı gösteriyor. Her üç dakikalık sürede dokuz araç üreten sektörümüz, altısını ihraç ederek 200 bin dolar değer yaratıyor.

Rekabetin her zamankinden daha da güç hâle geldiği bir dönemde ülke ekonomisine değer katmayı sürdürmek elbette ki takdir edilmesi gereken bir başarıdır. Özellikle ülkemizde yüksek seyreden enflasyon ve dünya genelinde merkez bankalarının faiz artırımları ile finansmana erişimin zor olduğu bir dönemden geçiyoruz. Jeopolitik riskler her zamankinden daha yüksek. Maliyet ve kur baskısı nedeniyle ihracatçılarımız rekabetçiliklerini korumakta zorlanıyorlar. Gerçekçi kur, faiz ve enflasyon üçlüsünün sağlanması ihracat rekabetçiliğimiz için çok önemli. Türkiye ekonomisine en güçlü katkıyı yapan sektörlerden biri olarak bu yıl da sürdürülebilir büyümemize devam

etmeyi hedefliyoruz. Cumhuriyetimizin 100. yılında elde ettiğimiz başarıyı 2024 yılında geliştirmeye odaklandık. Normal şartlar altında 2024 yılı ihracatımızın, yüzde 10 civarında artışla 39 milyar dolara yakın bir seviyede olmasını bekliyorduk. Ancak Avrupa pazarındaki büyümenin yavaşlaması ve düşük seyreden döviz kurları nedeniyle 39 milyar doların biraz altında kalacağız.

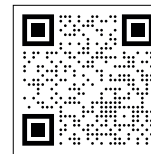
Avrupa Yeşil Mutabakatı, gündemimizdeki en önemli konulardan. Yeşil dönüşüme yönelik yatırımların geniş çaplı bir şekilde teşvik edilmesi ve sanayide kullanılan enerjinin yenilenebilir kaynaklardan elde edilmesine yönelik çalışmalar yapılması, yenilenebilir enerjinin ve enerji verimliliğinin sağlanması, üretimde karbonsuzlaşma için önemli. Dünya otomotiv endüstrisinde “yıkıcı teknolojiler” olarak tanımlanan dönüşüm hızla devam ediyor. Araçların artık “cihaz” olarak tanımlandığı yeni mobilite ekosisteminde gerek ana gerekse tedarik sanayi olarak dönüşüme bir bütün hâlinde hazır olmak ve hatta değişimin öncüsü olmak zorundayız. Sıklıkla dile getiriyoruz ki, yıkıcı teknolojiler ve yeşil dönüşüm konusunda gerekli dönüşüm gerçekleştirilemezse, hâlen binek araçlarda yüzde 70, ticari araçlarda yüzde 80'i bulan yerlilik oranımız yüzde 20'lere kadar düşme riskiyle karşı karşıya kalacak. Bu nedenle günümüz araç maliyet yapısında önemli bir yere karşılık gelen alanlarda yenilikçi ve yüksek teknoloji ürün gruplarını en hızlı, en güvenilir ve en rekabetçi şekilde devreye alması gerekli. Ford Otosan, Togg ve BYD gibi elektrikli araç yatırımları, tedarik sanayicilerimizi bu dönüşümün güçlü bir parçası yapacaktır.

Araçların artık “cihaz” olarak tanımlandığı yeni mobilite ekosisteminde **gerek ana gerekse tedarik sanayi olarak dönüşüme bir bütün hâlinde hazır olmak ve hatta değişimin öncüsü olmak** zorundayız.

YÜKLERİNİZ YOLDA

RİSKLERİNİZ QUICK SİGORTA'DA

Gurur kaynağımız ürünlerinizi ihraç ederken yükünüzü hafifletin, taşıma risklerinizi bize devredin. Yükleriniz de, işleriniz de yolunda, riskleriniz Quick Sigorta'da olsun.



www.quicksigorta.com

QUICK
SİGORTA

“Doğru Oranda Yeniliği Gelenek ile Harmanlıyoruz”

Marka olarak modern görünmeyi amaçlasalar da müdavimlerinin aradığı nostaljik havayı hep korumaya çalıştıklarını söyleyen Ali Muhiddin Hacı Bekir Yönetim Kurulu Üyesi Leyla Celalyan, “Markanın günümüze kadar ulaşmasındaki en büyük etken, aile üyelerinin her zaman inovasyona açık olması ve doğru oranda yeniliği gelenek ile harmanlaması olmuştur.” diyor

Saray salonlarından günümüze uzanan köklü bir tarih... 2,5 asırlık bir marka, 2,5 asırlık lezzet ve kuşaktan kuşağa aktararak devam eden bir miras... Kastamonu'dan İstanbul'a gelerek açtığı şekerçi dükkanında lokum, akide gibi birçok ürünü imal edip satmaya başlayan Hacı Bekir Efendi, Türk kültürünün önemli bir parçası olan lokumun temellerini atmasının yanı sıra bu lezzetin ününü, ülke sınırları dışına çıkararak herkesin tanınmasını sağladı. Bugün ise başta İngiltere olmak üzere birçok ülkeye ihracat yapan bir marka hâline geldi.

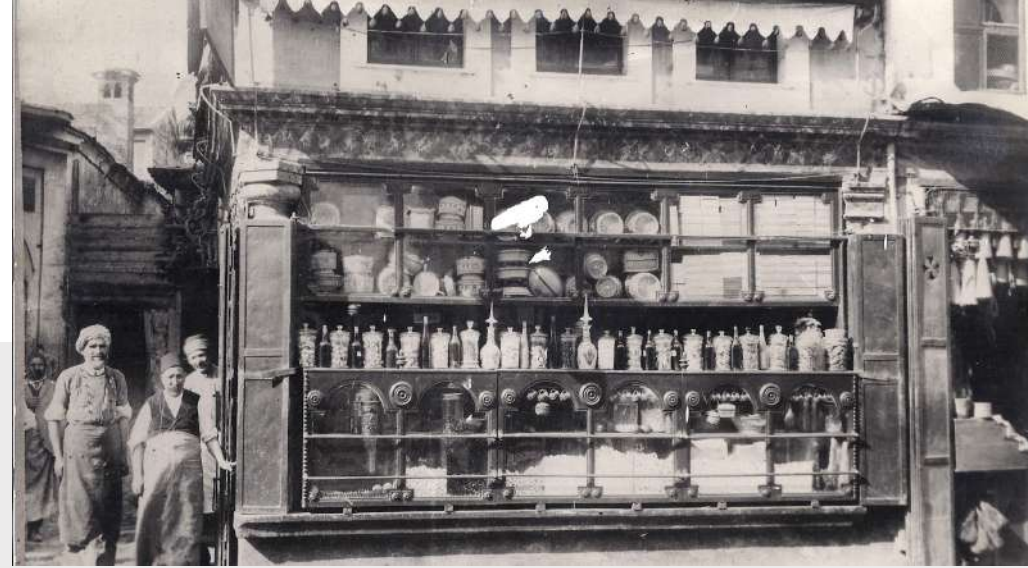
“Müşterilerimiz dükkanımıza her girdiğinde ürünlerimizi ilk tattıkları günü anımsamalarını amaçlıyoruz.” diyen Ali Muhiddin Hacı Bekir'in altıncı kuşak temsilcisi ve Yönetim Kurulu Üyesi Leyla Celalyan, markanın ilham veren yolculuğunu dergimize anlattı.

Osmanlı-Türk kültürünün bir yansıması olan lokumlarla kültürümüzün önemli bir parçası hâline gelen Ali Muhiddin Hacı Bekir, 247 yıldır hem varlığını koruyor hem de Türkiye'nin ikonik markalarından biri olarak küresel değerini sürdürüyor. Bu başarının arkasında nasıl bir hikâye var?

1777 yılında Kastamonu'nun Araç ilçesinden İstanbul'a gelerek Bahçekapı semtinde açtığı şekerçi dükkanında lokum, akide gibi şekerlemeleri imal edip satmaya başlayan Hacı Bekir Efendi mamlullerinin ünü, Osmanlı Sarayı'na ulaşınca Birinci Rütbe Nişanı ile sarayın “Şekercibaşı”lığına layık görülüyor. Hacı Bekir Efendi'den sonra oğlu Mehmed Muhiddin, sonrasında onun oğlu Ali Muhiddin Bey bu işi devam ettiriyor ve böylece Osmanlı Sarayı'ndan alınan “Şekercibaşılık” ünvanı üç kuşak boyunca başarıyla sürdürülüyor.

Daha sonra gelen diğer kuşaklar da her zaman şekerçilik ve teknoloji alanındaki gelişmelerin takipçisi oluyor. 1811'de Almanya'da icat edilen nişasta ve 18. yüzyıl sonlarında Avrupa'da kullanılmaya başlanan rafine şekerin, pekmez ve un ile üretilen geleneksel lokum tarifine adapte edilip günümüzdeki lokum reçetesinin ortaya çıkması ise Hacı Bekir lokumlarının bugüne kadar gelmesindeki önemli nedenlerin başında geliyor.

Rivayete göre Hacı Bekir Efendi'nin İngiliz müşterilerinden bir gezgin, beraberinde götürdüğü lokumları ülkesinde kendi takmış olduğu ad olan “Turkish



delight” şeklinde ikram ediyor. İşte o günden bugünlere “Turkish delight” olarak bilinen lokumun mevcut tat ve şeklini almasında Hacı Bekir'in rolünün çok büyük olduğunu söyleyebiliriz. Dünyanın en eski 100 markasından biri olan Şekerçi Hacı Bekir, hâlen Türkiye'nin ilk firması olarak günümüzde dünyanın en lezzetli ve kaliteli şekerlemelerini yaratmaya devam ediyor.

Dünyanın en eski 100 markasından biri olan Şekerçi Hacı Bekir, hâlen Türkiye'nin ilk firması olarak günümüzde dünyanın en lezzetli ve kaliteli şekerlemelerini yaratmaya devam ediyor.

Günümüzde böylesine uzun geçmişe sahip aile şirketlerin sayısı ne yazık ki çok az. Dünyada ve Türkiye'de örnekleri bulunsa da çok karşılaşılan bir durum olmayan bu sürdürülebilirliği sağlayan temel faktörler neler? Ali Muhiddin Hacı Bekir'in altıncı kuşak temsilcisi olarak siz bu durumu nasıl yorumluyorsunuz?

Sarıyorum faaliyet alanı ve aile büyüklüğü bizim ülkemizde sürdürülebilirliğe en çok etki eden iki faktör. Bizim faaliyet alanımızın şekerleme olması ve Türk kültüründe şekerlemenin her zaman önemli bir rol üstlenmesi, ailenin görece küçük olması hem motivasyonu hep canlı tutmuş hem de beraber iş yapabilmeyi daha mümkün kılmış. Daha büyük ailelerde, hem ister istemez daha çok fikir ayrılığı çıkabiliyor hem de o iş ile geçinen insan sayısı artıyor. Kuşakların bir arada zaman geçirmesi de aile şirketlerinin sürdürülebilirliği için büyük önem arz



Ali Muhiddin Hacı Bekir Yönetim Kurulu Üyesi Leyla Celalyan: “Dünyanın en eski 100 markasından biri olan Şekerçi Hacı Bekir, hâlen Türkiye'nin ilk firması olarak günümüzde dünyanın en lezzetli ve kaliteli şekerlemelerini yaratmaya devam ediyor.”

ediyor. Her kuşağın gözlemi ve deneyimi farklı, bunları ne kadar iyi toparlayıp analiz edebilirsiniz sürdürülebilirliğe o kadar faydası oluyor.

Osmanlı İmparatorluğu döneminde markanın nasıl bir rolü vardı?

Hacı Bekir Efendi ve daha sonra mahdumlarının Osmanlı Sarayı tarafından “Şekercibaşı Nişanı” ile onurlandırılıp görevlendirilmesi markalaşmanın önünü açmış diyebiliriz aslında. Osmanlı Sarayı tarafından uluslararası fuarlarda Osmanlı şekerçiliğini tanıtmakla görevlendirilen aile üyeleri, katıldıkları bu fuarlarda diğer markaların “marka” olma süreçlerini ve

450
TON

Yıllık üretim miktarı

130
TON

Toplam üretim içindeki ihracat payı

Her kuşağın gözlemi ve deneyimi farklı, bunları ne kadar iyi toparlayıp analiz edebilirsiniz sürdürülebilirliğe o kadar faydası oluyor.

pazarlama tekniklerini gözlemlemiş ve bu gözlem sonucunda logo yaratımı, marka kullanımı gibi markalaşma adımlarını uygulamaya başlamışlar. Viyana Fuarı'nda kazanılan gümüş madalya ile günümüzde kullandığımız logonun ilk taslağı ortaya çıkmış. Bu logo ve Hacı Bekir markası, Osmanlı'nın ilk tescilli logo ve markalarındandır.

O dönemden bugüne neler değişti, üretilen şekerlemelerin bugün hâlihazırda üretilenlerle arasında ne gibi fark ve benzerlikler bulunuyor? Reçeteler nasıl bir dönüşüm yaşadı?

Üretimimizde geleneksel reçeteye olabildiğince bağlı kalmaya çalışıyoruz ama maalesef iklim değişimi ve dolayısıyla ham madde değişimi nedeniyle reçetelerimizi orijinale yakın tutmak için üretimimizde sürekli güncellemeler yapmak durumundayız. Üretimimizde teknolojiye her ne kadar yararlanıyor olsak da ustalarımız her zaman üretimin başında, onların kontrolleri ve onaylarıyla mamüller üretimde bir sonraki etaba geçiyor. Son olarak da raflardaki yerini buluyor.

200 yılın üzerinde bir geçmişe sahip olan marka, geleneklerine bağlı olduğu kadar inovatif girişimlerle de sürekli kendini yeniliyor. Gelenekselden uzaklaşmadan moderniyi yakalayan markanın bu dengeyi kurarken belirlediği öncelikler neler?

Ali Muhiddin Hacı Bekir markasının günümüze kadar ulaşmasındaki en büyük etken aile üyelerinin her zaman inovasyona

açık olması ve doğru oranda yeniliği gelenek ile harmanlaması olmuştur. Hacı Bekir Efendi, işe ilk olarak geleneksel anlamda lokum üretimi ile başlamış daha sonra sektörü, ham maddeyi ve piyasayı gözlemleyerek yeni üretilen ham maddelerle reçeteyi güncellemiş ve bugüne ulaşmasını sağlamış. Bağlayıcı olarak un, tatlandırıcı olarak da bal ve pekmez kullanarak yapılan geleneksel reçeteyi uygulamaya devam etse belki bugüne kadar ulaşan bir marka yaratmış olmayacaktı. O günlerden bu yana şirketimiz öz lezzete bağlı kalmayı merkezde tutarak ilgili teknolojik gelişmeleri, dünya trendlerini ve toplumun ihtiyaçlarını bu lezzete ve değere adapte ederek devam etti.

Geleneksel Türk şekerlemeleri, özellikle de lokum yani tüm dünyanın bildiği isimle "Turkish Delight" Ali Muhiddin Hacı Bekir için ne anlam ifade ediyor?

Lokum bizim en temel üç ürünü-müzden biri, Hacı Bekir Efendi'nin ününün saraya ulaştıran, Türk şekerlemelerinin "Turkish Delight" adıyla Hollywood filmlerinde, edebiyatta yer bulmasını sağlayan, ülkemizin dünyada tanınmasına katkıda bulunan kıymetlimiz. Kültürümüzde bayramlaşma, kız isteme, nikah gibi mutlu anlara şahitlik eden ve eminim ki tadan herkesin hafızasında kalan, kuruyemişlerden baharatlara kadar farklı çeşitleri olması sebebiyle büyük kitlelere hitap edebilen bir lezzet. Güllü lokumu seven ayırdır, kaymaklıyı ayrı... "Lokum dediğin fıstıklı olur" diyeni de



"çifte kavrulmuş olur" diyeni de var, sade lokumdan vazgeçemeyen de...

Marka olarak tüketicinizle aranızdaki güven ilişkisinin temelinde ne var? Marka değerlerinizi korumak, yıllar içinde sürekli artırmak ve sürdürülebilir kılmak için hangi stratejileri uyguluyorsunuz?

Müşterilerimiz dükkânımıza her girdiğinde ürünlerimizi ilk tattıkları günü anımsamalarını amaçlıyoruz. Çocukluklarındaki güzel anılarda olan lezzetleri, bugün de hâlâ tadabilmelerini sağlamak, bu lezzetleri sevdikleri ve gelecek nesillerle paylaşarak hem bu lezzeti tanıtmalarını hem de mutlu anlarını tekrar tekrar yaşamalarını istiyoruz. Bu sebeple dükkânlarımızı, lezzetlerimizi, ambalajlarımızı yenilerken modern görünmeyi amaçlasak da mü-

davimlerimizin aradığı nostaljik havayı da hep korumaya çalışıyoruz. Hem lezzetlerimizde hem de dekorasyon ve ambalaj gibi alanlarda müşteri geri bildirimine çok önem veriyoruz.

Şirketin mevcut istihdamı, yıllık üretimi, ihracat hacmi ve yurt dışı pazarlama stratejisinden bahsedebilir misiniz?

Üretim tarafında 85, mağazalarımızda ise toplamda 60 çalışmamız var. Yıllık üretimimiz yaklaşık 450 ton, bunun 130 ton civarını ise ihracat ürünleri oluşturuyor. İhracat yaptığımız ülkelerin başında İngiltere, Yeni Zelanda, Ürdün, Amerika Birleşik Devletleri ve İsveç geliyor. Stratejimiz, ürünün marka ve kalitesinin değerini koruyan, sadece uygun fiyat odaklı olmayan, uzun vadeli iş birliği yapılabilecek toptan veya perakende satış zincileri ile çalışmak.



Üretimimizde teknolojiye her ne kadar yararlanıyor olsak da **ustalarımız her zaman üretimin başında, onların kontrolleri ve onaylarıyla mamüller üretimde bir sonraki etaba geçiyor ve en son olarak raflardaki yerini buluyor.**

Torosların Eteklerindeki Renkli Dünya

Kök boya ile renklendirilmiş, milyon dolarlık halı ve kilimler, her yaz Antalya'nın Döşemealtı ilçesindeki tarlalara seriliyor. Türkiye dışında dünyadan da birçok halının geldiği Döşemealtı'nda hasadı biten yüzlerce dönümlük tarlalarda renk cümbüşü yaşanıyor.



Türkiye'nin dışında İran ve Irak'tan da değerli el dokumalarının geldiği Antalya'da halı ve **kilimler sadece güneşlendirilmekle kalmıyor, aynı zamanda temizlik ve bakım işlemleri de yapılıyor.**

Türk halı dokumacılığı, Orta Asya'dan beri süre gelen ününü bugün hâlâ sürdürüyor ve hâlâ aynı ilgiyi görmeye devam ediyor. Türklerin; kendilerine özgü dokuma tekniklerini bir araya getirerek dokuduğu ve yapıldığı yöreye göre malzeme, motif ve renklerinde farklılık görülebilen halı ve kilimler pek çok köklü geleneğe sahip.

Yüzyıllardır Anadolu'da büyük emeklerle dokunan ve kök boya ile renklendirilen halı ve kilimler, her yaz Antalya'nın Döşemealtı ilçesindeki tarlalara seriliyor. Kendine has dokuma halısıyla zaten dünyada bir üne sahip olan Döşemealtı bölgesi, halı bakım, onarım ve güneşlendirme işlemlerinin yapıldığı bir yer olarak da her yaz popüler hâle geliyor. Türkiye dışında dünyadan da birçok halı ve kilimin geldiği Döşemealtı'nda hasadı biten yüzlerce dönümlük tarlalarda adeta renk cümbüşü yaşanıyor. Milyon dolarlık halı ve kilimler, kızgın güneşin altında güneşlendirilerek hem bakımları yapılıyor hem de kök boyadan oluşan keskin renkleri pastelleştiriliyor.

TARLALARDA GÜNEŞLENEN HALILAR YENİDEN DOĞUYOR

Antalya'nın Döşemealtı ilçesi, el dokuması halılarıyla olduğu kadar halı bakım işlemleriyle de adından söz ettiren bir bölge. Döşemealtı ilçesinin; Camili, Killik, Ekşili, Karataş, Ahırtaş, Dereli, Kovanlık, Kevse, Karaveliler ve Selimiye'deki binlerce dönümlük tarlaları, haziran ayı ile birlikte tüm yaz halı ve kilimlerle

doluyor. Gelenek hâline gelen güneşlendirme işlemleri her yıl 20 Haziran'da başlayarak 20 Eylül'e kadar sürüyor. Rengârenk halıların serildiği tarlalar, güneşlenme süreleri boyunca ziyaretçilere görsel şölen yaşatıyor. Yaz dönemi boyunca tarlaları süsleyen rengârenk el dokuması halılar, yerli ve yabancı olmak üzere birçok ziyaretçiyi de bölgeye çekiyor.

Doğal kök boyası ile dokunmuş halı ve kilimler, genelde keskin bir canlı renkleriyle dikkat çekiyor. Güneşlendirilme işlemiyle birlikte halı ve kilimler hem mikroplardan arınıyor hem de renkleri soldurularak daha pastel bir görünüm kazanmış oluyor. Renkleri pastelleşen halı ve kilimler, eski ve kullanılmış bir hava kazandığından kullanıcıların öncelikli tercihi oluyor. Türkiye'nin dışında İran ve Irak'tan da değerli el dokumalarının geldiği Antalya'da halı ve kilimler sadece güneşte bekletilmiyor aynı zamanda temizlik ve bakım işlemleri de yapılıyor.

Antalya'da 40 senedir yapılan bu işlem artık bir gelenek hâline gelmiş durumda. Dünyanın birçok ülkesinden geçici ithal yoluyla bölgeye getirilen halı ve kilimler, Türkiye ekonomisine de ciddi bir katma değer sağlıyor. Geleneksel olarak her yaz devam eden bu süreç boyunca yörede yaşayan kişilere de istihdam sağlanıyor.

BAKIM VE ONARIM DA YAPILIYOR

Döşemealtı'na gelen halılar, tarlalara serilmeden önce steril



Yazın dokunan halılara daha çok **bitkilerin yaprak kısımları kullanıldığından yeşil renk hakim olurken, kışın dokunan halılarda mavi ve kırmızı rengin yoğunluğu görülür.**

Torosların eteğinde geceleri üzerlerine çiy yağan halı ve kilimler, gündüz 35 dereceyi bulan kızgın güneşin altında bekletiliyor. Çiy asit görevi görüyor ve bu sayede halıların rengi ton olarak açılma yaşıyor ve koyudan açık renge dönüyor.

havuzlarda yıkanarak temizleniyor. Yırtık olan halılar patchwork işlemiyle onarılıyor, kuruyan halıların tozu alınıyor ve son olarak güneşlenmesi için tarlalara seriliyor. Halıların güneşte bekletilme süresi müşterilerin istediği renk tonunu yakalamasına göre değişiyor. Güneşte kalma süreleri bir ile üç ay arasında değişkenlik gösteren halı ve kilimlerde, renk farklılığı olmaması için iki yüzü de eşit miktarda güneşlendiriliyor. Halı ve kilimlerdeki renk pastelleştirme, mobilya, perde ve ev aksesuarları ile uyumu açısından son derece önemli bir konu. Dünyada bu işi profesyonel ve sektörel anlamda yapan tek ülke ise Türkiye.

Yıkama işlemleri ve Antalya'nın iklim özellikleri sayesinde halı ve kilimler, mikroplardan arınarak adeta yenileniyor. Her yıl tarlalara yaklaşık beş bin kadar halı seriliyor ve bu halı ve kilimler, yağmur yağma ihtimalinin olduğu gecelerde ise toplanarak depolara kaldırılıyor. Tekrar serilmesi için ise havanın ısınması bekleniyor.

GÜNDÜZ SICAĞININ AKSİNE GECE ÇİY YAĞIYOR

Bu iş için özellikle Antalya'nın tercih edilmesinin öncelikli sebebi bölgenin iklimi. Antalya iklimsel özellikleri bakımından güneş ışın-



larını dik alan ve güneşin yakıcı özelliğinin oldukça fazla hissedildiği bir bölge. Döşemealtı'nın en önemli özelliği ise bölge havasının çok basık ve nemli olması. Ayrıca Döşemealtı'nın geniş ve düz açılı tarlalara sahip olması, bölge insanın yıkama konusundaki tecrübesi, ulaşım kolaylığı ve kolay kalifiye eleman bulunabiliyor olması da tercih sebeplerinden.

Gündüz fazlasıyla sıcak olan bölgeye gece olunca çiy yağıyor. Torosların eteğinde geceleri üzerlerine çiy yağan halı ve kilimler, gündüz 35 dereceyi bulan kızgın güneşin altında bekletiliyor. Çiy asit görevi görüyor ve bu sayede halıların rengi ton olarak açılma yaşıyor ve koyudan açık renge dönüyor. Bu da halılara antika, eskitilmiş halı görünümü veriyor. Ayrıca güneş gören halı ve kilimlerde en az iki-üç sene haşere barınmıyor olması da kullanı-

cıları güneşlendirme yapmaya yönlendiriyor.

Burada bakımı yapılan ve renkleri pastelleşen, milyon dolarlık değeri olan el dokuması halı ve kilimler toplandıktan sonra satışı yapılacak bölgelere doğru yola çıkıyor. Daha çok yurt dışına satılan halı ve kilimlere en çok talep ise Amerika'dan geliyor. Japonya, Avustralya, Güney Amerika ve Avrupa ülkeleri de talep anlamında dikkat çekiyor. Bir halı 300 bin dolara kadar alıcı bulabiliyor. Önceki yıllarda 60 bine yakın halı ve kilim işleniyordu ancak bu oran son yıllarda 15 bine kadar düşmüş durumda. Bunun en temel nedeni olarak ise köylerde halı ve kilim dokuyan insanların azalması gösteriliyor. Dokumacılıkta yaşanan bu azalma, ürün bulmakta zor bir ortam yarattığı gibi geleneksel dokuma kültürünün geleceği için de ciddi bir tehlike oluşturuyor.



Daha çok yurt dışına satılan halı ve kilimlere en çok talep ise Amerika'dan geliyor. Japonya, Avustralya, Güney Amerika ve Avrupa ülkeleri de talep anlamında dikkat çekiyor.

ANADOLU HALICILIK GELENEĞİNİN SIRRI: KÖK BOYA

Geleneksel halı dokumacılığı sanatının ortaya çıkardığı en önemli geleneklerden biri de doğal kök boyacılığı. Boya elde etmenin en eski yöntemlerinden biri olan kök boya konusunda Türkiye, sahip olduğu geniş bitki örtüsü sayesinde çok uzun yıllar önemli bir avantajı elinde bulundurdu. Yüzyıllar öncesine dayanan bu gelenek, özellikle yün ve pamuktan yapılmış halı ve kilim iplerinin, boyanmasında kullanıldı. Osmanlı döneminde Anadolu'nun hemen hemen her yerinde önemli bir uğraş olan doğal kök boyacılıkta Türkiye, dünyadaki ihtiyacın üçte ikisini karşılıyordu. Sentetik boyaların bulunmasıyla kök boyaların kullanım oranında azalma görülmeye başlasa da bugün Anadolu'nun halı ve kilim dokuyan bölgelerinde aileler tarafından bu gelenek hala yaşatılıyor.

HANGİ RENK NASIL KAZANILIYOR?

Anadolu halıcılık geleneğinin en büyük sırlarından olan ve halının kullanıldıkça güzelleşmesi ile renk zenginliğini sağlayan kök boyalar, bin bir emekle hazırlanıyor. Örneğin, yazın dokunan halılara daha çok bitkilerin yaprak kısımları kullanıldığından yeşil renk hakim olurken, kışın dokunan halılarda mavi ve kırmızı rengin yoğunluğu görülür. Soğan kabuğu açık kahverengi, meşe yaprağı kıza çalan kahverengi, gelincik çiçeği hafif pembe, karamuk çalısının kökü leylak, kök yavşan sarı, yabani nane saman sarısı, sütleğen koyu et rengi ve cehri ağacının meyvesinin ise koyu sarı renkleri verdiği biliniyor. İpleri doğal kök boya ile renklendirilmiş halı ve kilimler özellikle turistlerin beğenisini ve dikkatini çekiyor. Dış piyasada oldukça fazla alıcısı olan halıların dolayısıyla ihracata da önemli katkısı bulunuyor.



Antalya-Döşemealtı'nda Halı ve Kilimlere Yapılan İşlemler:

- Halı ve kilimlerin tüyleri yakılıyor ya da ihtiyaca göre traşlanıyor.
- Halı ve kilimler özel steril havuzlarda yıkanıyor.
- Halı ve kilimler dolaplanır (tozu alınır).
- Güneşe serilen halı ve kilimler, talep doğrultusunda nasıl bir renk isteniyorsa o kıvama gelinceye kadar tarlada güneşlendiriliyor.
- Halı ve kilimlerin tarladaki sürecini tamamlaması sonrasında ürünler toplanıyor ve tozu alınmak üzere tekrar dolaplanıyor.
- Tüm işlemleri biten halı ve kilimler müşterilere teslim ediliyor.



Dünyanın Gözdesi Türk Mutfağının En İkonik Restoranları

Nesiller boyunca aktarılan ve zamana meydan okuyan tariflerin varlığına, bu tariflerin lezzetlerinin gücüne odaklanan Taste Atlas'ın çevrim içi bir rehber olarak her yıl güncellediği "Dünyanın En İkonik Yemek Mekânları" listesinde altı Türk restoranı yer aldı.

Dünya çapında yerel yiyecekleri, yemekleri ve içecekleri tanıtan bir çevrim içi rehber Taste Atlas, yıllardır farklı kategorilerde listeler yaparak dünya lezzetlerinin en iyilerini sıralandırıyor. Taste Atlas'ın listeleri sayesinde ise kullanıcılar, belirli bir bölgenin veya ülkenin geleneksel yemekleri hakkında hem bilgi sahibi oluyor hem de bu yemeklerin sunulduğu restoranları hızlı şekilde bulabiliyor. Bununla birlikte, dünya genelindeki geleneksel mutfakları tanıtmayı amaçlayan Taste Atlas sayesinde insanlar, ülke mutfaklarının önemli değerleri hâline gelmiş olan yemeklerinin tarihi ve kültürel önemi gibi detaylı bilgilere de ulaşma imkânı buluyorlar.

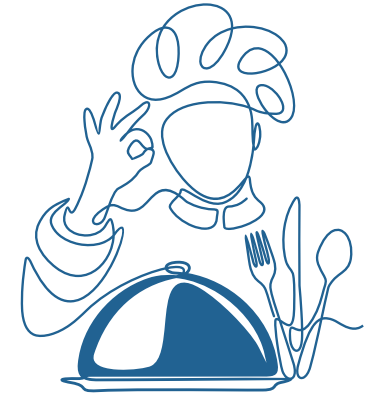
"Dünyaya seyahat et, yerel beslen" sloganını benimseyen Taste Atlas'ın, "en iyi 100 yemek", "en iyi 100 mutfak", "en iyi yemek şehirleri ve bölgeleri", "en iyi 100 peynir" gibi her biri çok konuşulan ve üzerine uzun süre yorum yapılmış listeleri bulunuyor. Bunlardan biri de "Dünyanın En İkonik Yemek Mekânları" listesi. Taste Atlas'ın 2023 yılı için güncellediği ve içinde 150 restoranın bulunduğu listeye Türkiye'den altı mekân dâhil oldu. Listedeki ilk Türk restoranı, Gaziantep İmam Çağdaş Kebap ve Baklava Salonu oldu ve 28'inci sıraya yerleşti. İmam Çağdaş'ı, 39'uncu sırada yer alan Bursa Uludağ Kebapçısı Cemal & Cemil Usta ile 43'üncü sıradaki Antalya 7 Mehmet takip etti. Listede 75'inci sıraya Tarihi Sultanahmet Köftecisi Selim Usta, 119'uncu sıraya Çiya Sofrası, 120'nci sıraya ise Hacı Abdullah

Lokantası yerleşti.

DÜRÜST VE ABARTISIZ YEMEKLER

Aile işletmesi altındaki lokantalardan, saygın Michelin yıldızlı restoranlara kadar Taste Atlas'ın listesindeki mekânların hepsi mutfak özgünlüğüne bağlılıklarını paylaşıyor. Nesiller boyunca aktarılan ve zamana meydan okuyan tariflerin varlığına ve bu tariflerin lezzetlerinin gücüne odaklanan liste, İspanya'daki loş ışıklı meyhanelerden İtalya'daki rustik trattorialara, Asya'daki canlı seyyar satıcı tezgâhlarından Fransız bistorlarına kadar oldukça geniş kapsam alanına sahip. En güzeli de her restoranın kendine özgü bir hikâyesi olması ve hâlâ kültürünü koruyarak geleneklerini sürdürüyor olması.

Taste Atlas yetkilileri liste hakkında şunları paylaşıyor: "Veritabanımızdaki yerel yemekler sunan 23 bin 751 geleneksel restoran arasından seçilen bu 150 restoran, uzun ömürlülüğü, güvenilirliği ve restoranın; yemeklerinin ikonik statüsüyle öne çıkıyor. Bu mekânlar sadece yemek yeme yerleri değil, aynı zamanda şehirlerinin kültürlerini simgeleyen bir merkez. Sürekli değişen bir mutfak ortamında önemli ve saygın kalmayı başarmış bu restoranlar üç kriter dikkate alınarak sıralanıyor: Uzun ömürlülük, ziyaretçi puanları ve sundukları ikonik yemeklerin Taste Atlas'daki derecelendirmeleri. Listemiz, gastronominin kalıcı ikonlarından, gösterişe değil öze öncelik veren, dürüst, abartısız ve sadece lezzetli yemekler sunan restoranlardan oluşuyor."



Liste Belirli Kriterlere Dayanıyor

Taste Atlas'ın 2023-2024 yılları için belirlediği dünyanın en ikonik 150 restoranı listesi, birkaç önemli kriterle dayandırılarak özenle hazırlandı İşte bu kriterler:

1. Tarih ve Süreklilik: Restoranın geçmişi ve yaşı, listeye alınmasında büyük rol oynuyor. Mekânların çoğu, ikonik yemeklerini yüzlerce yıldır sunup yerel kültürün ayrılmaz bir parçası hâline geldikleri için seçiliyor.
2. Ziyaretçi Değerlendirmeleri: Mekânın atmosfer, hizmet kalitesi ve yemeklerin lezzeti değerlendirmenin merkezindedir. Bu sebeple ziyaretçilerin restoran hakkında yaptığı yorum ve verdikleri puanlar, genel deneyimi değerlendirirken önemli bir kriter oluyor.
3. Taste Atlas Puanları: Restoranların sunduğu ikonik yemeklerin Taste Atlas veritabanındaki puanları da önemli bir faktör olarak öne çıkıyor.

Uzun ömürlülük, ziyaretçi puanları ve sundukları ikonik yemeklerin Taste Atlas'daki derecelendirmelerinin belirleyici olduğu liste; **gösterişe değil öze öncelik veren, dürüst, abartısız ve sadece lezzetli yemekler sunan** restoranlardan oluşuyor.

GAZİANTEP'İN UĞRAK NOKTASI: İMAM ÇAĞDAŞ

"Akıl, göz yanılır, ama damak yanılmaz. Onu kandıramazsınız!" Lezzetinin ünü, Gaziantep'ten dünyaya yayılan İmam Çağdaş Kebap ve Baklava'nın sırrı, hâlâ slogan olarak kullanılan İmam Usta'nın bu sözlerinde saklı. 1887 yılında kurulan ve kurulduğu günden bu yana lezzetinden ödün vermeden hizmet veren İmam Çağdaş Kebap ve Baklava Salonu, Uzun Çarşı 49 numaranın efsaneleşmiş mekânı. Halep'ten gelen Hacı Hüseyin Efendi'nin Maarif'te bir dükkan açar. Dükkan 1898'de kentin merkezi hâline gelen Uzun Çarşı'ya taşınır. Hacı Hüseyin Efendi'den sonra işi devralan ve müesseseye ismini veren İmam Usta, vefat ettiği 1964 yılına kadar lezzet merkezi olma geleneğini sürdürür. Bugün asırlık aile şirketini, babası İmam Usta'nın titizliği ile Talat Çağdaş ve oğlu Burhan Çağdaş birlikte yaşatıyor.

Daha çok baklavalarıyla bilinse de asırlık lezzetleri saymakla bitmeyen İmam Çağdaş'ı Gaziantep'e yolu düşüp de tatmayan yoktur. Lezzetlerinin ünü sınırları aşan İmam Çağdaş Kebap ve Baklava Salonu, Taste Atlas'ın listesinde

de 28'inci sırada yer alıyor. Taste Atlas ikonik restoran için, "1887 yılında kurulan İmam Çağdaş Kebap ve Baklava Salonu, meşhur Gaziantep baklavası ile tanınan otantik bir Türk lokantasıdır. Restoranda baklavanın yanı sıra kebablar ve Gaziantep mutfağının diğer lezzetleri de sunuluyor." yorumunu yapıyor.

PİDE, TEREYAĞ VE KUZU ETİNİN LEZİZ BULUŞMASI: ULUDAĞ KEBAPÇISI

Taste Atlas'ın 39'uncu sırada konumlandığı Uludağ Kebapçısı Cemal & Cemil Usta, Bursa'nın ikonik lezzeti İskender kebabını 1967'den bugüne aynı tarif ile misafirlerine sunuyor. Merkezi, Bursa Eski Garaj'daki restoran olan Uludağ Kebapçısı'nın Bursa'da iki İstanbul'da bir olmak üzere toplam üç şubesi bulunuyor. Yarım asırdan uzun süredir hayatına devam eden restoran, zengin tarihinin yanı sıra otantik Türk lezzetlerine olan bağlılığı ve bu lezzetleri aslına uygun şekilde sürdürmesiyle biliniyor. Menüsünde sadece Bursa kebabı olarak da bilinen İskender kebab yer alıyor. Uzmanlığının ve değişmeyen kalitesinin sırrı da buna dayanıyor. Taste Atlas, Türkiye'nin en sevilen lezzetlerinden biri olan İskender kebab ve Uludağ Kebapçısı için şunları söylüyor: "Pide ekmeğinin üzerine domates sos ve yoğurtla servis edilen ince dilimlenmiş ızgara kuzu etiyle yapılan geleneksel İskender kebabıyla ünlüdür. Kuruluş, zengin tarihi ve otantik Türk lezzetlerine olan bağlılığıyla tanınıyor."

GELENEKSEL TÜRK MUTFAĞININ ADRESİ: 7 MEHMET

Modern akdeniz lezzetleri ve geleneksel Türk mutfağını, mevsimsel dokunuşlarla buluşturan 7 Mehmet, hem çarpıcı hikâyesi hem de vurucu lezzetleriyle akılda kalan bir restoran. 1940'lı



yıllarda çorbacı olarak kurulan ve bugünlere gelen 7 Mehmet, şubesi bulunmayan ve merkezi Antalya'da olan bir restoran. Üçüncü nesil temsilcisi şef Mehmet Akdağ, atadan kalma teknikleri ve zanaati, yeni tekniklerle harmanlayarak Akdeniz'in yerel lezzetlerini ve geleneksel Türk mutfağını yeniden yorumluyor. Vedat Milor 7 Mehmet için şunları söylüyor: "Damağının olağanüstü olduğunu düşündüğüm bir yabancı arkadaşım Türkiye'ye geldi ve onu tek bir lokantaya götürme şansım var diyelim. Nereyi seçerim? 7 Mehmet. Neden

mi? Ülkemizdeki yemek kalitesini, çeşitliliğini ve mutfağımızın evrensel boyutlarını görüp takdir etmesi için..."

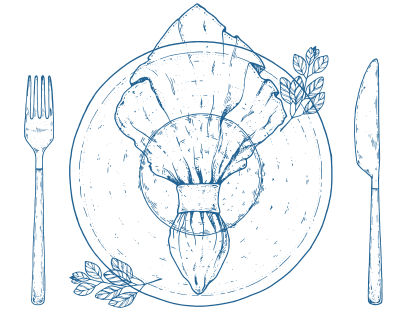
Yerel üreticilerle olan yakın ilişkisi, mutfaktaki yaratıcı dehası ve sürdürülebilir vizyonuyla dikkat çeken 7 Mehmet Taste Atlas'ın listesinde 43'üncü sırada konumlanıyor. 7 Mehmet için yapılan yorum ise şöyle: "7 Mehmet, 1937 yılında küçük bir çorbacı olarak kuruldu. Yıllar geçtikçe bugün modern Akdeniz lezzetlerini geleneksel Türk mutfağıyla buluşturan bir restorana dönüştü. Menü oldukça geniş

olup bugün 650'ye yakın Türk mutfağı çeşidi sunuluyor."

NESİL NESİL AKTARILAN BİR LEZZET: TARİHİ SULTANAHMET KÖFTECİSİ

Dört kuşaktır süregelen, 100 yıldır değişmeyen lezzet... Hikâye, Sultanahmet'te Turan Kebapçısı adıyla kurulan dükkânda başlıyor. Mehmet Seracettin Efendi ve üç oğlunun emekleriyle ünlü köfte lezzeti, 1944 yılında Halk Kebapçısı olarak yoluna devam ediyor ve sonrasında babalarının mirasını ileriye taşımak isteyen Selim ve İsmail Tezçakın kardeşler, bugün Tarihi Sultanahmet Köftçisi'nin merkezi hâline gelen asırlık dükkânda, Meşhur Halk Kebapçısı ismiyle hizmet vermeye başlıyor. Nesilden nesle büyüyerek, şube sayısını artıran Tarihi Sultanahmet Köftçisi'nin bugün hem yurt içinde hem yurt dışında birçok şubesi bulunuyor. "Ustalığımız, ustalarımızın anlayışıyla şekillendi" diyen Tarihi Sultanahmet Köftçisi Selim Usta, Taste Atlas'ın listesinde 75'inci sırada yer alıyor.

Taklit edilemez lezzetlerini 100 yılı aşkın süredir devam ettiren restoran için Taste Atlas, "Tarihi



Taste Atlas: "Veritabanımızdaki yerel yemekler sunan **23 bin 751 geleneksel restoran arasından seçilen bu 150 restoran, uzun ömürlülüğü, güvenilirliği ve restoranın; yemeklerinin ikonik statüsüyle öne çıkıyor.**"



Sultanahmet Köftçisi Selim Usta, 1920 yılında köfteci olarak yolculuğuna başladı. Bugün dünyanın 100 yılda çok değiştiğini ama köftelerinin lezzetinin aynı kaldığını gururla söyleyen beşinci kuşak tarafından yönetiliyor.” yorumu yapılmış.

UNUTULMUŞ LEZZETLERİN BAHÇESİ: ÇIYA SOFRASI

1987 yılında Kadıköy Çarşısı'nda mütevazı bir kebabçı dükkânı olarak başlayan Çiya'nın yolculuğu, heveskârlık, araştırma ve sevgi ile örülen bir yemekler dünyasına doğru örüldü... Adı gibi yüksek dağ başlarını ve dağ çiçeklerini çağrıştıran Çiya, eskiden yalnız iyi bir kebab ve iyi bir lahmacun için gidilen ve adını bilenlerin bile ne anlama geldiğini sonradan öğrendiği bir yerdi. Küçük birikimlerle ve büyük umutlarla çıkılan bu yolda Çiya Sofrası'nın kurucusu Musa Dağdeviren, yaptığı işten mutluluk duyan ve kaliteden asla vazgeçmeyen anlayıştan hiç ayrılmadı. Anlayışın temelinde “İşinize gösterdiğiniz saygı kendi özünüze duyduğunuz saygının bir ifadesidir.” tespiti yatar ki bu da bugünkü başarının temelini oluşturuyor. Anadolu'dan Mezopotamya'ya uzanan bir coğrafyanın sonsuz

zenginlikteki lezzetlerini menüsünde barındıran Çiya Sofrası'ndaki yemekler, yörenin gelenek, görenek ve inançlarına uygun olarak hazırlanıp sunuluyor.

Listeye 119'uncu sıradan giren Çiya Sofrası için Taste Atlas, “Çiya Sofrası rahat ve sade bir ortamda servis edilen çok çeşitli Anadolu ve Orta Doğu yemekleriyle öne çıkıyor. Bu restoran Türkiye'nin farklı bölgelerinden lezzetleri ve tarifleri keşfetmek isteyenler için bir lezzet cenneti.” yorumunu yapmış.

AHİLİK KÜLTÜRÜNÜN TEMSİLİ: HACI ABDULLAH LOKANTASI

Hacı Abdullah Lokantası, Ahilik teşkilatının geleneklerini sürdüren, asırlık bir lezzet yolculuğunun temsili. Köklü kuruluşların geçmişinde genellikle babadan oğula geçme durumu söz konusudur. Ancak Hacı Abdullah'ta durum farklı. Hacı Abdullah'ın 1888 yılında başlayan serüveni “ustadan çırağa” devrediliyor. Osmanlı İmparatorluğu'nun son dönemlerinde, Karaköy Rıhtımı'nda “Abdullah Efendi” ismi verilen bir lokanta açılır. İşletme ruhsatı “Sultan II. Abdülhamit Han” tarafından verilen lokantada, Ülkeleri adına İstanbul'u ziyaret eden resmi ve özel heyetler ağırlandı. Kalitesinden hiç taviz vermeden Osmanlı-Türk Mutfağı'nın bütün özelliklerini taşıyan restoran, birçok yer değişikliğinin ardından 1958 yılında bugün bulunduğu “Sakızağacı Caddesi'ne” taşındı.

Taste Atlas'ın listesinde 120'nci sıraya yerleşen mekân için şu yorum yapılmış: “1888 yılında Sultan Abdülhamit Han'ın resmi izniyle açılan Hacı Abdullah Lokantası Osmanlı-Türk mutfağının özgün lezzetini günümüze kadar korumuştur. Yavaş yavaş pişirilen yemekleriyle ünlü restoran yerli halk ve yabancı ziyaretçiler arasında oldukça popüler.”

“Dünyanın En İkonik Yemek Mekânları” listesinde **Gaziantep İmam Çağdaş Kebab ve Baklava Salonu, Bursa Uludağ Kebabçısı Cemal & Cemil Usta, 7 Mehmet, Tarihi Sultanahmet Köftçisi Selim Usta, Çiya Sofrası ve Hacı Abdullah Lokantası** yer aldı.

GELECEK İÇİN DEĞER

ÜRETİM TESİSİ
200.000 Metrekare

İHRACAT
6 Kıtada 80 Ülke

ÜRETİM KAPASİTESİ
1.500.000 Ton

İSTİHDAM
650 Çalışan

Türkiye'nin lider sanayi kuruluşlarından biri olarak yassı çelik sektöründeki uzmanlığımızla yarının ihtiyaçlarına bugünden çözüm üretiyor iş ortaklarımızın gelecek hedeflerine **değer katıyoruz.**

“İGE, İhracat ve Finansman Dünyasının Tam Ortasında Konumlanıyor”

Kamu, ihracatçılar, kredi verenler ile aynı masanın etrafında toplanarak ihracatı geliştirmeye yönelik stratejileri yüksek bir sinerjiyle kurgulayıp hayata geçirdiklerini söyleyen İGE Genel Müdürü Fatih Tuğrul Topaç, “Paydaşlarımızla birlikte oluşturduğumuz sinerjiyle ülkemiz ihracatına ve ekonomimizin istikrarlı büyümesine katkı sunmayı sürdüreceğiz.” diyor.

Üretim, istihdamın ve kalınmanın ana aktörü olan ihracatın ve ihracatçının desteklenmesi noktasında önemli bir rol üstlenen İGE, bugüne kadar İGE Kefalet Portalı aracılığıyla Eximbank'ın da dâhil olduğu toplam 21 paydaş banka üzerinden iletilen 995 adet başvuru ile ihracatçıların toplam 153 milyon TL'lik krediye erişmesini sağladı. “Ülkemizin ihracat gücünü artırmak ve bu alana daha fazla kaynağın aktarılmasını sağlamak en önemli önceliğimiz.” diyen İGE Genel Müdürü Fatih Tuğrul Topaç, kesintisiz ve sürdürülebilir finansmana erişimi sağlamak için kararlılıkla ve hız kesmeden çalışmalarına devam edeceklerinin altını çiziyor. Topaç ile yeni görevini, İGE'nin faaliyetlerini ve gelecek dönem planlarını konuştuk.

Öncelikle yeni görevinizi tebrik ederek başlamak isteriz. İhracatı Geliştirme A.Ş. Genel Müdürü olarak yeni dönemde nasıl bir yol haritası belirlediniz kendinize? Gündeminizdeki konulardan bahsedebilir misiniz?

Eski Genel Müdürümüz Kasım Akdeniz'in İGE'nin kurulması ve başarıyla faaliyete başlamasındaki katkılarını anmadan geçmek istemiyorum. Kurucu genel müdür olarak kendisine buradan bir kez daha teşekkür ediyorum. Yeni dönemde ben ve ekibim yol haritamızı şu şekilde belirledik: Bir yandan İGE'nin kurumsallaşma sürecini tamamlaması yönünde içerideki çalışmalarımıza devam etmek, bir yandan banka ve ihracatçılardan oluşan paydaşlarımızla etkin iletişim ve iş birliğini sürdürerek İGE'nin sunduğu

İhracatı Geliştirme AŞ (İGE) Genel Müdürü Fatih Tuğrul Topaç
“Sürdürülebilir büyümenin yolunun ihracattan, ihracatı artırmanın yolunun ise finansmana erişimden geçtiği içgörüsüyle; ihracatçımızın finansmana erişim sorununa çözümler üreterek İGE olarak ülkemiz ihracatına katkı sağlıyoruz.”



faydanın mümkün olduğu kadar tabana yayılmasını sağlamak, bir yandan da ekonomik konjonktürün gerektirdiği yeni ürün ve hizmetleri devreye alarak ihracatın finansmanına sağladığımız katkıyı artırmak.

İhracatçının finansmana erişimi noktasında İGE nasıl bir öneme sahip?

Bilindiği gibi ihracat, ülkemiz için ekonomik büyümenin dinamosu olarak her dönem ekonomi politikalarının merkezinde yer almıştır. Diğer taraftan, girişim yeteneklerimiz yüksek ancak bu girişimi hayata geçirmek için firmalarımız finansmana ve özellikle banka kredisine ihtiyaç duyuyor. Finansmana erişim, ihracat yapan ve yapmak isteyen firmalarımız için aşılması gereken önemli bir eşik. Sürdürülebilir büyümenin yolunun ihracattan, ihracatı artırmanın yolunun ise finansmana erişimden geçtiği içgörüsüyle; ihracatçımızın finansmana erişim sorununa çözümler üreterek İGE olarak ülkemiz ihracatına katkı sağlıyoruz.

İhracatı Geliştirme AŞ, ihracatçıların teminat yetersizliği sebebiyle ihtiyaç duydukları finansmana erişimi kolaylaştırmak amacıyla kurulan bir kefalet kuruluşu. İGE olarak bankalar aracılığıyla ihracatçı firmalar yararına kefalet taleplerinin alındığı ve taleplerin el değmeden işlendiği, kefalet kararının analitik model tarafından üretildiği ve onaylanan kefaletlerin dakika-

lar içinde bankalara iletildiği bir dijital altyapı üzerinden 1 Mart 2022 tarihinden bu yana kefalet desteği sağlıyor ve ihracatçılarımızın finansmana erişimini kolaylaştırmaya devam ediyoruz.

Kefalet başvurularını, ihracatçılarımızın en iyi finansman koşuluna ulaşmasını sağlayan inovatif uygulamamız İGE Kefalet Portalı üzerinden de alıyoruz. İGE, bu sistem aracılığıyla Eximbank'ın da dâhil olduğu toplam 21 paydaş banka üzerinden bugüne kadar kendisine iletilen 995 adet başvuru ile ihracatçılarımızın toplam 153 milyon TL'lik krediye erişmesini sağlamıştır.

İGE tarafından ihracatçılara sunulan finansman destek paketleriniz hakkında bilgi verebilir misiniz?

İGE olarak verdiğimiz kefaletlerle ihracatçının finansmana erişimi-



İGE
İHRACATI
GELİŞTİRME

46,5
milyar lira

İGE Özkaynak Hazine Destek Paketi 1 kapsamında sağlanan kefalet desteği

153
milyon lira

İGE Kefalet Portalı üzerinden ihracatçılara sağlanan kredi desteği

İGE olarak bankalar aracılığıyla ihracatçı firmalar yararına **kefalet taleplerinin alındığı ve taleplerin el değmeden işlendiği, kefalet kararının analitik model tarafından üretildiği ve onaylanan kefaletlerin dakikalar içinde bankalara iletildiği bir dijital altyapı üzerinden ihracatçılarımızın finansmana erişimini kolaylaştırıyoruz.**

ni kolaylaştırmak için ürün ve hizmetlerimizi çeşitlendirerek var gücümüzle çalışıyoruz. Hâlihazırda 31 Aralık 2024 tarihine kadar ihracatçıların kullanımına açık olan İGE kefalet destek paketlerimizi ihracatçılarımızın kullanımına sunmuş durumdayız. Bununla birlikte Eximbank ile yürütülen ve Haziran 2024'te süresi dolan "İGE Özkaynak Hazine Destek Paketi 1" kapsamında 9 bin 580 adet kredi başvurusuna onay vererek ihracatçıların toplamda 46,5 milyar TL kredi kullanması için kefalet desteği sağladık. İGE'nin Eximbank ile yeni paket çalışmalarını devam ediyor. Bu paketimizi de en kısa sürede ihracatçılarımızın kullanımına sunmayı hedefliyoruz.

Diğer bir öz kaynak ürünümüz olan "İGE Özkaynak Hazine Destek Paketi 2" Kasım 2022'de yürürlüğe girdi ve bu paketten ilk kefalet üretimini 10 Kasım 2022 tarihinde sağladık. Özkaynak ürünümüz 31 Aralık 2024 tarihine kadar ihracatçıların kullanımına açık olup; 12 ay vade ile nakit kredi ürünleri için başta KOBİ'ler olmak üzere ülkemizde ihracat yapan firmalara kefalet desteği sağlıyor.

İGE özkaynağının yanı sıra T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı ile 10 Mayıs 2022 tarihinde imzaladığımız protokol kapsamında Hazine destekli kefalet üretimi de sağlamaya başladık. Destek alınan hazine kaynağı KOBİ'ler ağırlıklı olmak üzere ülkemizde ihracat yapan büyük ve küçük ölçekli firmalara kefalet desteği sağlıyoruz. Bu pakette 24 ay vadeye kadar

nakit kredi ürünleri için kefalet verebiliyoruz.

Bu paketlerimizin yanında ihracatta kadın ve sürdürülebilirlik temalı çeşitli bankalarla geliştirdiğimiz destek paketlerimiz de mevcut. İhracatçılarımız, hizmet ve ürünlerimizle ilgili ayrıntılı bilgiye web sayfamız üzerinden ulaşabilir, ortağımız olan 20 banka üzerinden veya doğrudan İGE Kefalet Portalı üzerinden kefalet başvurularını yapabilirler.

Yeşil Dönüşüm Kefalet Destek Paketi ile ihracatçılara neler sunuluyor, paketin kapsamından bahsedebilir misiniz?

Yeşil dönüşüm için belirlenen hedeflerin beraberinde getirdiği emisyon azaltım taahhütleri dikkate alındığında, ihracatımızın sürdürülebilirliği açısından kritik öneme sahip yeşil dönüşüm yatırımlarının yapılabilmesi için finansmana ihtiyaç duyuluyor. Yeşil dönüşümün finansmanı hem çevresel hem de ekonomik sürdürülebilirliği sağlamak adına önemli bir engel olarak karşımıza çıkıyor. Ancak doğru finansman modellerinin kullanılması ve etkili politika düzenlemelerinin hayata geçirilmesiyle bu engelleri aşacağımıza inanıyorum.

Yeşil Dönüşüm Kefalet Destek Paketi ile ihracatçılarımızın yeşil dönüşüm kapsamında ihtiyacı olan finansmana erişimini kolaylaştırmak İGE'nin üzerinde durduğu en önemli konulardan biri. KOBİ'lerin kullanımına sunduğumuz paketlerimiz kapsamında 24 ay vadeye kadar enerji ve kaynak verimliliği sağlayan

yatırımlar için kefalet sağlıyoruz. Akbank ve Yapı Kredi ile bu kapsamda münhasır iş birlikleri sağlandı. Ortağımız olan diğer bankalar ile de benzer çalışmalarımız devam ediyor.

Kadın girişimcilerin finansmana erişimini kolaylaştırma noktasında önemli girişimleri bulunan İGE'nin, kadın girişimciler özelindeki gelecek hedefleri neler?

İGE olarak ekonomik kalkınmanın tüm aktörlerine destek sağlama vizyonuyla İhracatta Kadını Destekleme kapsamında bu zamana kadar altı banka ile iş birliği yaptık. Bu bankalar sırasıyla: Yapı Kredi, Şekerbank, İş Bankası, TEB, Akbank ve Halkbank'tır. Diğer bankalar ile de paket çalışmalarımız devam ediyor. İGE olarak bu paketlerimizi, kadınların yönetici veya ortak olarak yönetimde sözcü sahibi oldukları ihracatçı firmaları reel sektörün dinamiklerine uygun bir şekilde tanımlayarak diğer paketlerimize kıyasla daha uzun vade ve daha düşük maliyetle yapılandırdık. Kadınların ekonomik aktivite, kalkınma ve üretime olan katkılarının artırılması için attığımız bu adımı, TİM çatısındaki WINGS Projesi ile de bir araya getirerek, önümüzdeki dönemde çok daha fazla sayıda finans kurumu ile bu desteğini güçlendirmeyi amaçlıyoruz.

Mevcut ekonomik koşullar ihracat finansmanı üzerinde nasıl bir etki yaratıyor?

Ülkemiz açısından tartışmasız bir gerçeklik var ki o da finansman koşulları ve ihracat arasında çok güçlü bir korelasyon olduğu. İhracatın finansmanı kapsamında tüm tarafları içerecek şekilde; kamu, ihracatçılar, kredi verenler ve İGE olarak aynı masanın etrafında toplanıp, ihracatı geliştirmeye yönelik stratejilerimizi yüksek bir sinerji ile 360 derece kurguluyor ve hayata geçiriyoruz. İGE olarak

ekonomik volatilitenin yüksek olduğu dönemlerde de en büyük önceliğimiz ihracatın sürdürülebilirliği çerçevesinde hareket etmek. Kurum olarak dinamik yapımız, kefalet kaynaklarımız ve paydaş ekosistemimizdeki ihracat odaklı iş ortaklarımız, ekonomik dinamiklerdeki değişimlere hızla uyum sağlamamıza ve çözüm sunmamıza imkân tanıyor. İGE'nin gücünün yansıması olan sermayesinin yüzde 77'si 61 ihracatçı birliğine, yüzde 13'ü 20 bankaya, yüzde 5'i TİM'e ve yüzde 5'i Eximbank'a ait. İleri teknoloji, kapsamlı veri ve yetkin insan kaynağı da İGE olarak önemli özelliklerimiz arasında öne çıkıyor. Ülkemizin ihracat gücünü artırmak ve bu alana daha fazla kaynağın aktarılmasını sağlamak en önemli önceliğimiz. Bu nedenle, kesintisiz ve sürdürülebilir finansmana erişimi sağlamak için kararlılıkla ve hız kesmeden çalışmalarımıza devam ediyoruz. Paydaşlarımızla birlikte oluşturduğumuz sinerjiyle ülkemiz ihracatına ve ekonomimizin istikrarlı büyümesine katkı sunmayı sürdüreceğiz.

İGE'yi gelecekte nerede konumlandırıyorsunuz? İhracatçılara bir mesajınız var mı?

Her zaman söylediğim bir şey var: Bizler finansçıyız. İhracatımızı geliştirecek, sahada karşılığı olan finansal çözümler üretmek için ihracatçılarımızdan gelecek bilgi akışına her zaman muhtacız. O yüzden İGE'yi bugün ve yarın ihracat ve finansman dünyasının tam da ortasında konumlandırıyoruz. İGE olarak ihracatın her aşamasındaki finansman ihtiyacını görev alanımız olarak kabul etmeye ve değişen dönüşen ihtiyaçlara çözüm sağlamak için ortağımız olan bankalar ve ihracatçılarımızla sık sık bir araya gelerek inovatif çözümler üzerinde birlikte çalışmaya ve ülkemiz ekonomisini güçlendirmeye devam edeceğiz.



"İhracatçı Firmalarımızı Destekleyen Ürün Çalışmalarımız Devam Edecek"

İGE olarak ihracata destek olmak adına TL kredilerinin yanında YP krediler için de kefalet desteği verebilmek adına yürüttüğümüz altyapı çalışmalarında sona yaklaşıyoruz. Bununla beraber yüksek katma değerli ihracatçı firmalarımızı desteklemek ve ülke ihracatından daha fazla pay almalarını sağlamak için de özel ürün çalışmalarımız bulunuyor. Yakın bir zamanda ilk olarak Eximbank ile bu ürünümüzü hayata geçirmeyi planlıyoruz. Diğer taraftan, bu zamana kadar nakit krediler için kefalet desteği sağlamaktayken gayrinakdi kredileri de kefalet kapsamına alacağımız yeni bir ürün üzerinde çalışıyoruz. 2023 yılından bu yana "İhracatın Finansmanı Buluşmaları" ile İzmir, Bursa, Adana, İstanbul ve Denizli'de ihracatçılarımızı ve bankalarımızı bir araya getirdik. İhracatçımız ile finans dünyası arasında köprü olduğumuz bu etkinliklere devam edeceğiz. Yeniden yapılanma süreci devam eden, başında da eski Genel Müdürümüz Sayın Kasım Akdeniz'in yer aldığı Türk Ticaret Bankası'nı (TTB); bugün ve gelecekte ihracatın finansmanına yönelik her sorunu kendi üzerine vazife bilen bir çözüm ortağı olarak görüyoruz. Yakında, TTB'ye özel kefalet paketlerimizi de ihracatçılarımıza duyuruyor olacağız.



Ayhan Prepol
İtema Kurucu Ortağı

Geleneksel Dokuma Yöntemi İnovasyonla Buluşuyor İtema

“Globalde ısınma ihtiyacına çözüm üretmek üzere yola çıkan İtema, kısa sürede otomotiv, savunma, tekstil, medikal, inşaat gibi sanayilerde çözüm ortağı oldu.” diyen İtema Kurucu Ortağı Ayhan Prepol, başta otomotiv olmak üzere tekstil ve inşaat gibi sektörlerde kullanım alanı gittikçe genişleyen girişimi dergimize anlattı.

İtema pazardaki hangi boşluğu doldurmak üzere kuruldu? Yola çıkış hikâyenizi dinleyebilir miyiz?

Isı yayan kumaş teknolojisiyle birlikte esnek ve geniş ölçekte uygulanabilir ısıtma teknolojileri, geleneksel bir yöntem olan dokuma tekniği ile seri üretime uygun şekilde İtema tarafından geliştiriliyor. Bu kapsamda ısı yayan kumaşlar otomotivden giyilebilir ürünlere, askeri ürünlerden endüstriyel uygulamalara kadar birçok alanda uygulanabiliyor.

Geleneksel dokuma yöntemini yüksek teknoloji ve inovasyonla buluşturan İtema, iş birliği hâlinde olduğu firmalara hangi alanlarda ne gibi çözümler sunuyor?

İtema olarak hâlihazırda araç koltuğu ve iç trim bileşenlerinin ısıtılması, askeri ve sivil giyilebilir ürünler gibi noktalarda, ısınma ve izolasyon amaçlı çözümler sunuyoruz.

Ürünlerinizin teknik özelliklerinden ve alınan dönüşlerden bahsedebilir misiniz?

Metalik bileşen içermeyen ürünlerimiz, korozyon dayanımı başta olmak üzere hafiflik ve hızlı ısınma gibi üstün nitelikli özelliklere sahip. Hızlı ısınma sayesinde hedef sıcaklığa kısa sürede ulaşıldığından

enerji tüketim kontrolü nedeniyle verimlilik artışı söz konusu oluyor. Ayrıca dokuma yönteminde uygulanan çeşitli tasarım değişiklikleri ve gerçekleştirilen yüzey modifikasyonları sayesinde homojen dağılımlı ısınma da alınan önemli dönüşlerden biri hâline geliyor.

Tekstil endüstrisiyle başlayan yolculuğunuz hızla büyüyerek bugün farklı sektörlerin pazarlarına girmiş durumda. Başta otomotiv olmak üzere teknolojinizin diğer sektörlerdeki kullanımından bahsedebilir misiniz?

İtema olarak ısıtma teknolojisi üzerine gerçekleştirdiğimiz AR-GE çalışmaları neticesinde ilk ürünümüz olan dokuma tekstilden ısıtıcı kablolarla geçiş yapmış bulunuyoruz. Bu kapsamda ürün çeşitliliğimiz de artmış bulunuyor. Isıtma teknolojisi kapsamında ürettiğimiz ürünler ise şunlardır:

- Askeri sivil giyilebilir ürünler
- Koltuk ve panel ısıtma sistemleri
- İzolasyon ve buzlanma önleme
- Yerden ısınma
- Küçük ev aletleri
- Kompozit kürleme battaniyeleri

Girişiminizin mevcut ekibi ve işleyiş süreçlerinden kısaca bahsedebilir misiniz? İtema nasıl bir yapılanmaya sahip?

Doç. Dr. Mustafa Erol ile ortak

kurduğumuz İtema, dışarıdan proje bazlı alınan desteklerle birlikte toplamda 10'a yakın sayıda beyaz ve mavi yaka ekip ile yoluna devam ediyor. İtema'nın ısıtma teknolojisi mevcut ısıtma elemanlarından farklı olduğu için her iş birliği öncelikle bir konsept doğrulama projesi neticesinde şekilleniyor. Bu nedenle İtema, akademik ve teknik destek sunabilecek bir ekip ile yürütülüyor.

İtema'nın ortaya çıktığı günden bu yana geldiği noktayı nasıl tanımlarsınız?

İtema, kurulduğu günden bu yana bir çok projede paydaşlık ve yürütücülük yapmış bir girişim. Globalde ısınma ihtiyacına çözüm üretmek üzere yola çıkan İtema, kısa sürede otomotiv, savunma, tekstil, medikal, inşaat gibi sanayilerde çözüm ortağı oldu. Bugün gelinen noktada, 15 milyon dolar üzerinde bir değerlemeye ulaşan girişimimiz, Türkiye'nin önde gelen şirketleri ile anlaşmalar yaparak yoluna devam ediyor. 2023 sonu itibarıyla Arçelik AŞ ile yaptığımız Tübitak 1.707 çağrısı kapsamındaki projemiz başarı ile sonuçlandırıldı ve küçük ev aletleri sektöründe enerji verimli ürünlerin üretilmesi için yatırım görüşmelerine başlandı. 2024 yılı itibarıyla başlayan yatırımlar sayesinde de tüm dünyaya Beko markası ile yenilikçi ürünlerin pazara sürülmesi planlanıyor. İtema olarak hedeflerimize adım adım ilerlediğimizi söyleyebilirim.

Hem ulusal ve uluslararası pazarlar için belirlemiş olduğunuz strateji ve hedefleri bizimle paylaşabilir misiniz?

Ulusal pazarda başta otomotiv olmak üzere tekstil ve inşaat gibi sektörlerde çalışmalar hızla devam ediyor. İnşaat sektöründe Akkök Holding şirketlerinde Ak Girişim ile anlaşmaya varıldı. Sektör hem iç piyasa hem de dış piyasa için Ak Girişim tarafından domine edi-

lecek. Ayrıca iç piyasada Arçelik ile başlayan iş birliğinin daha da ilerletilerek farklı ürünler içinde kullanımı planlanıyor. Koleksiyon mobilya ile yeni ürün tasarımlarına başladık. Yakın dönemde ısıtma mobilya konsept çalışması ile pazarda yenilikçi ürünleri kullanıma sunmayı düşünüyoruz. Savunma sanayi tarafında hazırladığımız ürünler başarıyla test edildi. Bu yıl ciro katkısı bekliyoruz. Hedefimiz, 2025 yılında üç kat büyümek.

TİM-TEB Girişim Evi'nin desteklerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

TİM-TEB Girişim Evleri, bizim girişimcilik yolculuğumuzda çok önemli bir yere sahip. Başta Koordinatör Mehmet Şöhrap Sanlı olmak üzere bizleri her fırsatta destekleyen tüm ekibe sonsuz teşekkürler. Bu süreçte fuar ve organizasyonlara davet edildik, ikili görüşmelerde firmalarla network yaptık ve inovasyon haftalarında sahnelerde sunumlar yaptık. Bizim için inanılmaz bir tanıtım süreci oldu. Birçok firmaya sesimizi duyurma imkânı bulduk. Aradan çok zaman geçmesine rağmen destekleri hâlâ her anlamda devam ediyor. Bir start-up olarak yola çıkan her girişimin, arkasında böyle bir destek olması inanılmaz bir güç. Tekrar tekrar teşekkürler...



Kurulduğu günden bu yana bir çok projede paydaşlık ve yürütücülük yapmış olan **İtema, 15 milyon dolar üzerinde bir değerlemeye ulaştı** ve Türkiye'nin önde gelen şirketleri ile anlaşmalar yaparak yoluna devam ediyor.





Irmak Çağlayanel
BiGGbiodesign
Kurucu Ortağı

Çevre Odaklı Biyoteknoloji Girişimi

BiGGbiodesign

Günümüz tüketim alışkanlıklarına uygun geliştirdikleri tek kullanımlık ambalajlar için yüzde 100 organik kağıt ham maddeler ile doğa dostu bir deneyim sunan BiGGbiodesign'ın Kurucu Ortağı Irmak Çağlayanel, "Hedefimiz, ürün atıklarımızı da tarım endüstrisinde toprak besini olarak ikincil kullanıma sunmak ve dögüsel bir model oluşturmak." diyor.

BiGGbiodesign'ın kuruluş hikâyesini dinleyebilir miyiz?

Bizleri bir araya getiren ve bu iş fikrinin filizlerini atan kurucu ortaklarımızdan Mustafa Can oldu. 2021 yılında onun endüstriyel ürün tasarımı lisans eğitimi sırasında biyomalzemelerle ilk defa tanıştık. Bu iş fikrinin temellerini atmaya bugün her birimizin BiGGbiodesign'ın kurucu ortağı olduğu, bu altı kişilik genç ve dinamik ekibi oluşturduk. Evlerimizin mutfağında başlayan ilk biyomalzeme denemelerimizle AR-GE faaliyetlerimize başladık. Ekibimize dâhil olan yüksek biyokimyager Tuncay Avcı ile çalışmalarımızı daha profesyonel çerçevede yürütmeye başladık. Şu an İzmir Menderes'teki üretim atölyemizde AR-GE ölçeğinde üretim yapıyoruz ve üretim teknolojisini geliştiriyoruz. Bugüne kadar 300'ü aşkın farklı biyomalzeme reçetesi geliştirdik. Her bir reçetenin farklı ticari potansiyele sahip olduğu kütüphanede, tek kullanımlık gıda ve içecek ambalajları, kutuları, torbaları ve servis ekipmanları kullanımına uygun kâğıt ve karton ham maddeleri ana çalışma alanlarımız arasında. **BiGGbiodesign girişim olarak günümüz dünyasında nasıl bir yerde konumlanıyor?** İklim hareketliliğinin beraberinde

getirdiği sürdürülebilirlik bilinci ve doğa dostu alternatiflere yönelik artan talep ile beraber girişimimizin, pazara doğru zamanda giriş yaptığını söyleyebiliriz. Günümüz tüketim alışkanlıklarına uygun geliştirdiğimiz ham madde ve ürünler ile kullanıcılara rekabetçi fiyatlandırma ile sürdürülebilir bir deneyim sunarken sürdürülebilirliği bir yaşam tarzı hâline getiriyoruz. 2030 karbon nötr hedefleri doğrultusunda geliştirdiğimiz kâğıt üretim teknolojisiyle girişimcilik ekosistemine önemli bir değer katıyoruz. Tarımsal yan ürünleri değerlendirerek daha yüksek katma değerli ürünlere dönüştürüyoruz. Doğada 30 günde kompostlanabilir gübre gibi değerli ürün atıklarımızın doğaya geri kazanımını, tarım endüstrisine toprak besini olarak ikincil kullanıma sunuyoruz. Böylece farklı sektörlerdeki birkaç paydaşı bir araya getirecek dögüsel iş modelimizle pazarda yeni bir segment ve hareketlenme yaratmayı hedefliyoruz.

BiGGbiodesign, son dönemde önemli bir kavram hâline gelen sürdürülebilirlik için ne yapıyor?

Geliştirdiğimiz ürünlerin doğada başlayan döngüleri doğada son buluyor. Yüzde 100 organik

yapıya sahip kâğıtlarımız, doğaya geri bırakıldığında ortalama 30 günde herhangi bir endüstriyel işleme ihtiyaç duymadan toprağa karışıyor. Ürünlerimizin atık yönetimini, üretim aşamasında geliştirdiğimiz yenilikçi kâğıt üretim teknolojimiz ve doğa dostu formlerimizle planlıyoruz. Buğday ve arpa gibi yıllık bitkilerin yan ürünlerini değerlendirerek daha yüksek katma değerli ve sürdürülebilir kâğıt ham maddeler üretiyoruz. Ambalaj üreticilerini hedeflediğimiz bu ham maddelerimiz ile farklı kullanım alanlarına sahip son ürünler üzerine çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Hedefimiz, ürün atıklarımızı da tarım endüstrisinde toprak besini olarak ikincil kullanıma sunmak ve dögüsel bir model oluşturmak. Daha düşük enerji kullanımı ve karbon emisyonu ile ürettiğimiz, doğada atık niteliği taşımayan ve farklı kullanım alanlarına sahip kâğıt ham maddelerimizle sürdürülebilirliğe yeni bir bakış açısı kazandırıyoruz.

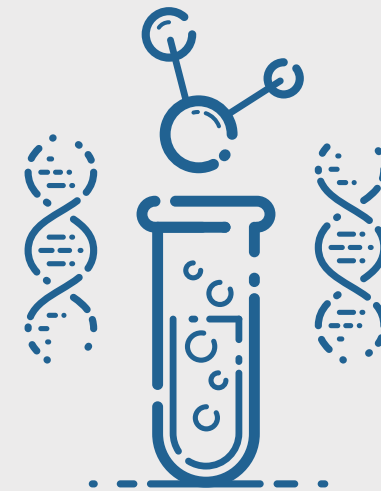
Kâğıt ve ambalaj endüstrilerindeki inovatif teknolojiler hakkında ne düşünüyorsunuz?

İklim Mutabakatı gibi AB önetmelikleri ve dögüsel ekonomi hedefleri doğrultusunda ambalaj pazarı için sürdürülebilir alternatifler bir zorunluluk olma yolunda eğilimler göstermeye başlıyor. Sürdürülebilir üretim ve tüketim üzerine çalışmalar sürdüren birçok yerli ve yabancı girişim bulunuyor. Bu noktada girişimimizin pazara doğru zamanda doğru ürün ile girerek kısa zamanda ivmeleneyeceğini öngörüyoruz. 1.14 trilyon dolarlık ambalaj pazarında sürdürülebilir trendlerle beraber kâğıt temelli ürünler yüzde 40'lık bir oran ile zirveyi koruyor. Ürünlerimizi hedef ülkelerimizi barındıran Avrupa pazarının gerekliliklerine ve ihtiyaçlarına

yönelik standartlarda geliştiriyoruz. Bunun yanında iç pazarda da böyle yeni ve rekabetçi bir fiyatlandırmaya sahip bir ham maddenin yürüttüğümüz pazar ön araştırmaları sonucunda kısa zamanda önemli bir pazar payına sahip olacağını ön görüyoruz.

Türkiye'deki girişimcilik ekosistemini ve TİM-TEB girişimlerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Küresel, gelişmekte olan ve niş çalışma alanlarına sahip TİM-TEB, Türkiye girişimcilik ekosistemini önemli paydaşlarını bir araya topluyor. Küresel girişim ekosistemini trendleri arasında teknoloji odaklı girişimler bulunuyor. Günümüz girişimleri yapay zekâ ve yazılım odağında kümelenirken BiGGbiodesign çevre ve insan sağlığı için geliştirdiği üretim teknolojisi ile niş odaklı girişimler arasındaki yer alıyor. Biyoteknoloji girişimlerinin genel ekosistemdeki payının arttığı ve sektörel kırımlarında sürdürülebilir malzeme teknolojilerinin trend olmaya başladığı bir dönemdeyiz. TİM-TEB girişimleri olarak bu denli yenilikçi trendlerde inovatif çözümler üretmek ülkemize ve Türkiye girişimcilik ekosistemine öncülük ediyor ve önemli değerler katıyoruz.



HEDEFLER VE BAŞARILAR

2023 Haziran ayında firmamızı kurarak, iş fikrimizi ticari boyuta taşımak için ilk adımı attık. Evlerimizin mutfağında başlayan AR-GE çalışmalarını 2024 yılının başlarında kurduğumuz üretim atölyemize taşıdık. İlk ürünlerimizi yerel kahve işletmeleri, etkinlik firmaları ve üreticiler ile buluşturduk. Aldığımız geri bildirimler ile malzeme ve ürün optimizasyonu için çalışmalarımızı sürdürdük. Hedeflediğimiz ticari potansiyele ulaşmak adına kısa ve uzun dönemli satış kanalları için görüşmelerimizi sürdürüyoruz. Ayrıca çeşitli mühendislik firmaları ile de iş birliği hâlindeyiz. Geliştirdiğimiz biyomalzemelerin toprak ve bitki ile etkileşimini incelemek için ziraat mühendislerinden oluşan danışman kadromuz ile bilimsel deneyler yürütüyor ve uluslararası akredite laboratuvarlardan bazı test ve analizler için hizmet alımı yapıyoruz. Ürünlerimizin gıda ve sıvı ile temasa uygunluğu noktasında stratejik ham madde tedariki iş birlikleri için alternatif biyoplastik üreticileri ile görüşüyoruz. İçinde bulunduğumuz tohum öncesi yatırım turunu 2024 yılı içinde tamamlayarak ölçeklenebilir üretim hattımızın prototipinin kurulmasını gerçekleştirmeyi hedefliyoruz.



E-Ticarette Yurt Dışından Gelen Ürünlere Vergi Düzenlemesi Yapıldı

Yurt dışından kargoyla gelen alışverişlerde gümrük vergileri artırıldı. Avrupa Birliği'nden gelen siparişlerin gümrük vergisi yüzde 30'a diğer ülkelerden gelen siparişlerin ise yüzde 30'dan yüzde 60'a yükseltildi.

6 Ağustos 2024 tarihli Resmî Gazete'de yer alan 4458 Sayılı Gümrük Kanununun Bazı Maddelerinin Uygulanması Hakkında Kararda Değişiklik Yapılmasına Dair Karar (Karar Sayısı: 8787) ile yurt dışından kargoyla gelen alışverişlerde gümrük vergileri artırıldı. Buna göre yurt dışından gelen ürünlerin gümrük vergisi;

- Avrupa Birliği'nden (AB) gelen siparişlerde yüzde 20'den yüzde

30'a

- Diğer ülkelerden gelen siparişlerde yüzde 30'dan yüzde 60'a yükseltildi.

Vergisiz yurt dışı alışverişinde maksimum tutar da 150 avrodan 30 avroya düşürüldü. Bu kararla 30 avro ve üzerindeki alışverişlerde belirlenen gümrük vergisi miktarları uygulanacak. Ayrıca, 4760 sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanununa ekli IV sayılı listede yer alan eşya olması halinde yukarıda-

ki oranlara ek yüzde 20 oranında tek ve maktu vergi tahsil edilecek.

İNTERNETTEN SATIŞTA İADE MASRAFLARINDA TÜKETİCİ LEHİNE ERTELEME YAPILDI

10 Ağustos 2024 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik ile internetten satışta iade masraflarında tüketici lehine erteleme yapıldı. Buna göre 1 Ocak 2025'te yürürlüğe girmesi öngörülen değişiklikler 1 Ocak 2026'da yürürlüğe girecek. Tüketiciler bir yıl daha gerekçe göstermeksizin cayma haklarını kullanmaya devam edecek.

VERGİ VE SOSYAL GÜVENLİK ALANINA İLİŞKİN DÜZENLEMELER İÇEREN KANUN YAYIMLANDI

2 Ağustos 2024 tarihli Resmî Gazete'de yer alan 7524 Vergi Kanunları ile Bazı Kanunlarda ve 375 Sayılı Kanun Hükmünde Kararnamede Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile vergide adalet ve etkinliği artırmayı amaçlayan düzenlemeler yayımlandı.

• Yurt İçi Asgari Kurumlar Vergisi

Kanun ile Kurumlar Vergisi Kanunu'na eklenen "Yurt İçi Asgari Kurumlar Vergisi" başlıklı düzenleme ile 01/01/2025 tarihinden başlamak üzere yurt içi Asgari Kurumlar Vergisi uygulaması getirildi. Bu düzenleme ile Kurumlar Vergisi mükelleflerinin ödeyecekleri, Kurumlar Vergisi indirim ve istisnalar düşülmeden önceki kurum kazancının yüzde 10'undan aşağı olamayacak. Bu düzenleme ile 62 bin mükelleften 70 milyar TL vergi alınması amaçlanıyor.

• Küresel Asgari Kurumlar Vergisi

OECD nezdinde yayımlanan Model Kurallar ve Rehberler de

Kurumlar Vergisi uygulanmasına ilişkin düzenlemede yer alan **Küresel Asgari Kurumlar Vergisi uygulaması ile 57 Türk, 1.024 küresel şirketten 40 milyar TL** tahsilat hedefleniyor.

dikkate alınmak suretiyle, dünya genelinde elde ettikleri yıllık konsolide hasılatı 750 milyon Euro karşılığı Türk lirasını aşan çok uluslu işletmelere asgari düzeyde yüzde 15 oranında Kurumlar Vergisi uygulanmasına ilişkin düzenleme yapıldı. Küresel Asgari Kurumlar Vergisi uygulaması ile 57 Türk, 1.024 küresel şirketten 40 milyar TL tahsilat hedefleniyor.

• İzaha Davet Müessesesi

Mükellefler nezdinde yapılacak yoklamalar sonucunda tespit edilen günlük hasılat tutarlarının ortalaması alınarak mükelleflerin aylık ve yıllık hasılat tutarları tespit edilecek. Bu şekilde tespit edilen hasılat tutarları ile mükelleflerin faaliyette buldukları döneme ilişkin beyan ettikleri hasılat tutarları karşılaştırılacak ve karşılaştırma sonucu bulunan farkın yüzde 20'den fazla olması durumunda mükellefler, Vergi Usul Kanunu'nda yer alan "izaha davet müessesesi" kapsamında izaha davet edilecek. Bu hüküm, kurumlar vergisi mükellefleri hakkında da uygulanacak.

• KDV Devri

Birleşme, devir ve bölünme işlemlerinde, devreden KDV ve iade hakkının beş takvim yılı kriterine veya zaman aşımına bağlı olmaksızın vergi incelemesi yoluyla yeni şirkete devrine izin verilecek. Mükelleflerin KDV beyannamelerinde yer alan indirilecek KDV tutarlarının beş takvim yılı süresince indirim yoluyla giderilememesi halinde, bu süre sonunda kayıtlardan





çıkarılarak yapılacak vergi incelemesi ile gelir veya kurumlar vergisinin tespitinde gider olarak dikkate alınmasına imkan sağlanacak.

• Vergi İncelemesi

Mükelleflerin KDV iadelerinin doğru şekilde yapılması ve haksız KDV iadesine sebebiyet verilmemesini teminen KDV iadelerindeki esas usul "vergi incelemesi" olarak belirlenecek.

• ÖTV Farklılıklarının Giderilmesi

Kanunla ulusal güvenlik kuruluşlarının ithal edeceği bazı malların yurt içi teslimi ve ithalatında oluşan ÖTV uygulaması farklılıkları giderilecek.

• Tütün Mamullerinden Alınan Asgari Maktu Vergi

Bazı tütün mamullerinden alınan asgari maktu vergi tutarının "yüzde 20'sine kadar" olan sınırlama kaldırılacak, birim ambalajda bulunan mamul için alınacak asgari maktu vergi tutarı kadar maktu vergi alınabilecek.

UKRAYNA VE TÜRKİYE ARASINDAKİ SERBEST TİCARET ANLAŞMASI ONAYLANDI

2 Ağustos 2024 tarihli Resmî

Gazete'de yer alan 7523 Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti ile Ukrayna Hükümeti Arasında Serbest Ticaret Anlaşmasının Onaylanmasının Uygun Bulunduğuna ve Anlaşmanın Eklerine İlişkin Değişikliklerin Cumhurbaşkanınca Doğrudan Onaylanmasına Dair Yetki Verilmesine İlişkin Kanun ile Ukrayna ve Türkiye arasında serbest ticaret anlaşması onaylanarak yürürlüğe girdi.

POLYESTER ELYAF İTHALATINA NİHAİ GÖZDEN GEÇİRME SORUŞTURMASI AÇILDI

1 Ağustos 2024 tarihli Resmî Gazete'de yer alan İthalatta Haksız Rekabetin Önlenmesine İlişkin Tebliğ (No: 2024/25) ile Tayvan, Hindistan ve Tayland menşeli 5503.20.00.00.00 gümrük tarife istatistik pozisyonu altında kayıtlı "poliesterlerden" (polyester elyaf) ithalatına yönelik nihai gözden geçirme soruşturması açılmasına karar verildi. Tebliğ, yerli bir üretici tarafından yapılan ve bazı firmalarca da desteklenen başvuruya istinaden Tayvan, Hindistan ve Tayland menşeli polyester elyaf ürününe yönelik yürürlükteki dampainge karşı kesin önlemlere dair nihai gözden geçirme soruşturması açılmasını içeriyor.

Soruşturma konusu ürünün

ihracatçısı, yabancı üreticisi, ithalatçısı, üye çoğunluğu bunlardan oluşan meslek kuruluşları, ihracatçı ülke hükümeti, benzer malın Türkiye'deki üreticisi, üye çoğunluğu benzer malın Türkiye'deki üreticilerinden oluşan meslek kuruluşları ilgili taraflar olarak kabul ediliyor. Bütün ilgili taraflar için soru formunu cevaplandırma süresi, soruşturmanın açılışına ilişkin bildirim gönderildiği tarihten itibaren posta süresi dâhil 37 gündür.

MENŞE İSPAT VE DOLAŞIM BELGELERİNİN KULLANIM SÜRESİ UZATILDI

1 Ağustos 2024 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Gümrük Genel Tebliği (Gümrük İşlemleri) (Seri No: 148)'nde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ (Gümrük İşlemleri) (Seri No: 205) ve Gümrük Genel Tebliği (Gümrük İşlemleri) (Seri No: 149)'nde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ (Gümrük İşlemleri) (Seri No: 206) ile menşe ispat ve dolaşım belgelerinin satıldığı tarihten itibaren kullanım süresi altı aydan bir yıla çıkarıldı. Söz konusu "bir yıl" kullanım süresi tebliğ değişikliğinden önce satılan belgeler için de geçerli olacaktır.

SU ÜRÜNLERİ AVCILIĞINA YÖNELİK DÜZENLEME YAPILDI

11 Ağustos 2024 tarihli Resmî Gazete'de yer alan 6/1 Numaralı Ticari Amaçlı Su Ürünleri Avcılığının Düzenlenmesi Hakkında Tebliğ (No: 2024/20) ve 6/2 Numaralı Amatör Amaçlı Su Ürünleri Avcılığının Düzenlenmesi Hakkında Tebliğ (No: 2024/21) ile su ürünleri avcılığına yönelik düzenlemeler yapıldı.

Tebliğlerle, 1 Eylül 2024-31 Ağustos 2028 dönemini kapsayacak şekilde su ürünleri kaynaklarının korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması için avcılığa ilişkin yükümlülük, sınırlama ve kurallar düzenlendi. Bu kapsam-

da, hamsi, mavi yüzgeçli orkinos, deniz patlıcanı, beyaz kum midyesi, yılan balığı, tıbbi sülük ve inci kefali olmak üzere yedi türe ilişkin toplam avlanabilir miktarlar belirlendi.

Tarımsal Üretim Planlaması uygulamasıyla tebliğ hükümleri uyumlu hâle getirildi. Bazı alanlar su ürünleri avcılığına kapatılırken, alamana (voli) ağları ile uzatma ağlarına, derinlik ve göz açıklığı düzenlemesi getirildi. Ayrıca, leopar sazani ve Batman bantlı çöpcü balığı gibi biyoçeşitlilik açısından önemli endemik su ürünleri türlerinin avcılığı da tamamen yasaklanarak bu türler koruma altına alındı.

Bazı su ürünleri türlerinin avcılığına asgari avlanabilir boy uzunluğu getirilirken bazı türlerde boy uzunlukları yeniden düzenlendi. Tebliğlerle, amatör amaçlı su ürünleri avcılığına bazı yeni uygulamalar getirildi. Ticari avcılıkta koruma altında olan türlerin amatör kapsamdaki avcılığı da yasaklandı. Balıkçılık üretiminin yüzde 60'ını oluşturan hamsi, ilk etapta üretim planlaması kapsamına alındı. Sürecin tamamlayıcı unsuru olarak hamsinin toplam avlanabilir miktarı 400 bin ton olarak tespit edildi. Toplam avlanabilir miktarları, bölgesel farklılıklar, av araçları ve avlanma kapasiteleri göz önüne alınarak sektör paydaşlarıyla yönetilecek. Bu uygulama, denetim ve izleme sistemleriyle desteklenerek halkın güvenilir ve sağlıklı gıdaya ulaşmasına katkı sağlanması hedefleniyor.

HAYVANCILIK DESTEKLEMELERİNDE 2024-2026 DÖNEMİ UYGULAMA ESASLARI BELİRLENDİ

17 Ağustos 2024 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Hayvancılık Desteklemeleri Uygulama Tebliği (No: 2024/23) ile hayvancılığın geliştirilmesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanması amacıyla 2024-2026 döneminde verilecek destekleme-

Su ürünleri avcılığına yönelik düzenleme ile **batman bantlı çöpcü balığı** gibi **biyoçeşitlilik açısından önemli endemik su ürünleri türlerinin avcılığı da tamamen yasaklanarak** bu türler koruma altına alındı.

lerin uygulama esasları belli oldu. Tebliğle hayvancılığın geliştirilmesi ve sürdürülebilirliğin sağlanması, hayvancılık politikalarının yürütülmesinde etkinliğin artırılması, üretim planlamasına katkı sağlanması, yerli üretimin teşvik edilmesi, üretim, verimlilik ve kalitenin artırılması, yerli hayvan genetik kaynaklarının yerinde korunması ve geliştirilmesi, kayıtların güncel tutulması, hayvan hastalıklarıyla mücadele ve sağlıklı hayvansal üretim için yetiştiricilerin desteklenmesi amaçlanıyor.

Buna göre, büyükbaş, küçükbaş, atık, sürü yöneticisi istihdamı, arıcılık, ipek böceği, besilik erkek sığır (karkas), tiftik üretimi, hayvan genetik kaynaklarının yerinde

korunması ve geliştirilebilmesi alanlarında 2024-2026 döneminde yapılacak desteklemelerinin esasları düzenlendi. Söz konusu desteklerin kapsamı, desteklerden faydalanabilmek için sağlanacak gereklilikler, başvuru yöntemi, başvuru ve ödeme süreleri gibi konular da tebliğde yer aldı.

Ayrıca, destek ödemelerine ilişkin esaslar, üye yetiştiricilerden kesinti oranları, ödemelerin aktarılması, desteklemeden yararlanamayacak olanlar, yetki ve denetim, destekleme süreç takvimi gibi konularda da düzenlemeye gidildi. Resmî Gazete'nin 26 Kasım 2023 tarihli sayısında yayımlanan aynı başlıklı tebliğ ise yürürlükten kaldırıldı.



Temmuz 2024 Tarım Bülteni



SEKTÖREL İHRACAT VERİLERİ (1000\$)

Sektör	Temmuz 2023	Temmuz 2024	Değişim (%)
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	1.099.672	961.155	-%12,6
Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri	606.941	707.495	%16,6
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	299.245	287.476	-%3,9
Yaş Meyve ve Sebze	197.103	206.130	%4,6
Fındık ve Mamulleri	125.970	216.954	%72,2
Meyve Sebze Mamulleri	185.532	226.048	-%21,8
Kuru Meyve ve Mamulleri	101.224	104.028	%2,8
Tütün	91.733	93.555	%2,0
Zeytin ve Zeytinyağı	71.697	62.587	-%12,7
Süs Bitkileri ve Mamulleri	7.354	6.292	-%14,4

Dünyadan Tarım Haberleri

Avrupa Birliği'nden Bir Coğrafi İşaret Tescili de Bursa Şeftalisine

Bursa şeftalisinin Avrupa Birliğinden (AB) coğrafi işaret tescili alan 24'üncü ürün oldu. Türkiye'nin 24 AB tescilli ürünü arasında, Gaziantep baklavası, Aydın inciri, Malatya kayısı, Aydın kestanesi, Milas zeytinyağı, Bayramiç beyazı, Taşköprü sarımsağı, Giresun tımbul fıncığı, Antakya künefesi, Suruç narı, Çağlayanerit cevizi, Gemlik zeytini, Edremit zeytinyağı, Milas yağlı zeytini, Ayaş domatesi, Kahramanmaraş tarhanası, Edremit Körfezi yeşil çizik zeytini, Ezine peyniri, Safranbolu safranı, Aydın memecik zeytinyağı, Araban sarımsağı, Osmaniye yer fıstığı, Bingöl balı, Bursa şeftalisi yer alıyor.

ABD'de Kuraklık Mısır Tarımını Etkiliyor

ABD'nin Kuzey Karolina eyaletindeki kuraklık, mısır mahsullerini yok ederek çiftçiler için büyük zorluklar yaratıyor. Mısır, eyalet ekonomisi ve çiftçilerin geçim kaynağı için önemli bir ürün.

Uzun süren kuraklık, mısır bitkilerinin büyümesini ve gelişmesini olumsuz etkiliyor. ABD Tarım Bakanlığı, mısır ekim alanlarını genişleterek çiftçileri desteklemeye çalışsa da kuraklık ve düşük ürün kalitesi bu çabaları zayıflatıyor. Kuraklık, tarım sektörüyle ilişkili diğer endüstrileri de etkiliyor. Kuzey Karolina Tarım Departmanı ve USDA, kuraklığın etkilerini hafifletmek için çeşitli destek programları başlatıyor, ancak doğal afetlerin etkilerinin tamamen giderilmesi uzun zaman alacak. Kuraklık, iklim değişikliğinin tarım üzerindeki olumsuz etkilerinin bir göstergesi olarak değerlendiriliyor ve uzmanlar, gelecekte benzer olayların artabileceği konusunda uyarıyor.

Brezilya'daki Kümes Hayvanlarında Newcastle Hastalığı Alarmı

Brezilya Tarım Bakanlığı, geçen hafta ilk vakanın doğrulandığı bölgeden alınan ek örneklerin test edilmesinin ardından üç potansiyel yeni Newcastle hastalığı vakasının negatif çıktığını açıkladı. Newcastle, evcil ve ya-

bani kuşları etkileyen, solunum sorunları gibi semptomlara neden olan ve ölüme yol açabilen viral bir hastalıktır. Brezilya, perşembe günü 2006'dan bu yana ilk Newcastle hastalığı vakasını tespit etti. Hastalık örnekleri, şüpheler üzerine Rio Grande do Sul'da koruma bölgesindeki üç mülkten toplandı. İlk vaka, yaklaşık 7 bin kuşun ölümünden sonra küçük bir tavuk çiftliğinde tespit edilmişti.

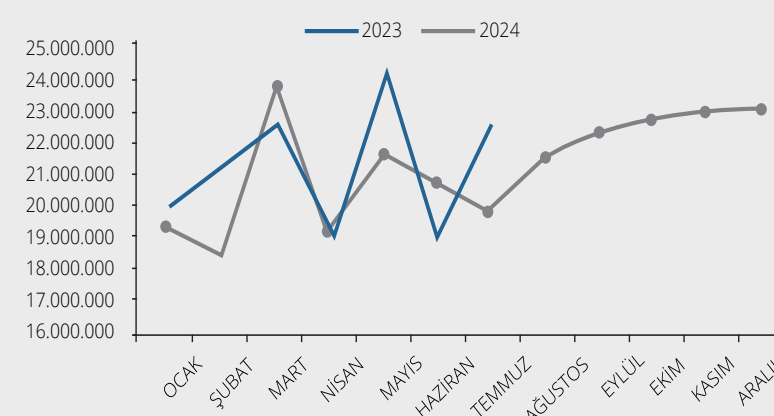
Colorado'da Kuş Gribi Vaka Sayısı Yükseldi: Çiftlik Çalışanları Etkilendi

Colorado'da kuş gribi (H5N1) nedeniyle enfekte olan insan sayısı yediye yükseldi. Vakalardan altısı, Weld County'deki ticari yumurta çiftliklerinde çalışan işçilerden oluşuyor. Diğer bir vaka, enfekte sığırdan virüs kaptı. Yeni vakalar hafif semptomlar gösterdi ve yetkililer, sıcak havanın kişisel koruyucu ekipman kullanımını zorlaştırdığını belirtti. Colorado'da on üç ilçede kuş gribi salgınının olduğu ve Weld County'de 9 milyondan fazla kuşu etkilediği bilinmekte. Halk için risk düşük ve virüsün insandan insana yayılmadığı bildirildi.

Temmuz Ayında Yapılan Mevzuat Düzenlemeleri

- 2024 yılı sulama tesisleri ücret tarifesi belirlendi.
- Kooperatifçilik Proje Destek Yönetmeliği'nde değişiklik yapıldı.
- Kırsal Kalkınma Programı İzleme Komitesinin yapısı değişti.
- İthalat yoluyla serbest dolaşıma giren ahşap ambalaj malzemeleriyle ilgili düzenleme yapıldı.
- Hayvancılık desteklerinde yeni dönem başladı

AYLAR BAZINDA TARIM İHRACATI



Avrupa'nın En Büyük Hazır Giyim Fuarı IFCO Kapılarını Açtı



İHKİB tarafından düzenlenen İstanbul Hazır Giyim ve Moda Fuarı (IFCO), onlarca alım grubunun yanı sıra 150'yi aşkın ülkeden binlerce seçkin alıcıyı İstanbul'da buluşturdu.

Türk moda endüstrisinin küresel ölçekteki prestij organizasyonu ve aynı zamanda alanında Avrupa'nın en büyüğü olan İstanbul Hazır Giyim ve Moda Fuarı (IFCO), Ticaret Bakanı Ömer Bolat'ın da katıldığı törenle altıncı kez kapılarını açtı. İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon ihracatçıları Birliği (İHKİB) tarafından düzenlenen fuar için onlarca alım grubunun yanı sıra 150'yi aşkın ülkeden binlerce seçkin alıcı İstanbul'a geldi. 300'ün üzerinde kadın, erkek ve çocuk giyimden, denim ve spor giyime, deri ve kürk konfeksiyondan ayakkabıya kadar tüm ürün gruplarındaki firmaların bir araya geldiği fuar, üç gün boyunca ziyaretçilerini İstanbul

Fuar Merkezi'nde (İFM) ağırladı. Ticaret Bakanı Ömer Bolat, açılış töreninde yaptığı konuşmada hazır giyim ve tekstilin, Türk sanayinin başlangıç noktası ve omurgası olduğunu söyledi. Bu iki sektörü Türk sanayinin gözbebeği olarak gördüğünü belirten Bolat, şöyle devam etti: "Hazır giyim ve tekstil Türkiye için gerçekten lokomotif bir sektör. Türk konfeksiyon ve tekstili dünya çapında üne sahip. Avrupa Birliği'nin (AB) üçüncü, dünyanın yedinci büyük tedarikçisiyiz. Bu başarı siz ihracatçılarımızın on yıllar boyunca süren emeği, gayretleri ve bizim hükümet olarak desteklerimizin birleşmesiyle gerçekleşti. Onun için hazır giyimciler, tekstilciler

morallerini her zaman yüksek tutmalılar. Sonbahardan itibaren ABD ve AB'de faiz indirimleri hızlanacak. Küresel pazarlardaki canlanma talebe de yansiyacak inşallah tekstil ve konfeksiyon için yeni pazar imkanları açılacak."

"HAZIR GIYIM TÜRKİYE EKONOMİSİ İÇİN KRİTİK ÖNEMİNİ KORUYACAK"

Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) ve İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe sektörün fiyat tutturmakta zorlandığı bir dönemde 150'yi aşkın ülkeden 10 bin civarında alıcının İstanbul'a gelmesinin anlamlı olduğunu vurguladı ve şöyle devam etti: "Elbette özellikle Avrupalı, ABD'li markaların ilgisi tesadüf değil. Çünkü moda endüstrisinde küresel oyuncu, üretimde marka ülkeyiz. Tasarım gücümüzle, hızımızla, kaliteli üretimimizle, Avrupa gibi büyük bir pazara yakınlığımızla rakiplerimizden ayrışıyoruz. Nitekim bu artılarımızı yıllarca ülkemiz için fırsata çevirdik."

Hazır giyim ve konfeksiyon net ihracatçı bir sektör. 2022'de ülkemize 18,6 milyar dolar net döviz kazandırdık. Giyim markalarımızın 100'ün üzerinde ülkede 3 binden fazla mağazası var. Biz bu sektörün ülke ekonomisi için orta ve uzun vadede de kritik önemini koruyacağına inanıyoruz. Bütün stratejilerimizi, oyun planlarımızı bu doğrultuda kurguluyoruz.

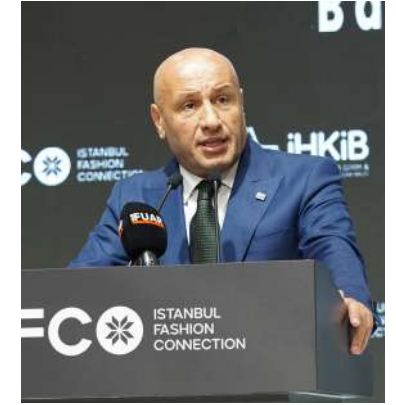
"YEDİ AYLIK HAZIR GIYIM İHRACATINDA YÜZDE 10,2 EKSIDİYİZ"

Hem dış hem de iç konjonktür nedeniyle ihracatta sancılı bir süreçten geçtiklerini belirten Gültepe, şunları söyledi: "Küresel pazarlarda talebin daraldığı bir süreçte maliyetlerimizdeki

olağanüstü artış nedeniyle müşteri kayıpları yaşadık. 2022'de 18,6 milyar dolar olan net hazır giyim ihracatımız 2023'te 16 milyara geriledi. Yani 2,6 milyar dolarlık kaybımız var. Kayıpta pazarlardaki daralmanın kısmi etkisini görmezden gelemez. Ancak bugün yaşadığımız sorunun temelinde girdi maliyetleriyle kurun paralel hareket etmemesi yatıyor. Geçen hafta Sayın Bakanımızla ihracat verilerimizi Kayseri'de açıkladık. Toplam ihracatımız takvim etkisiyle temmuz ayında yüzde 13,8 arttı. Genel ihracatta da yüzde 4,1 artıdayız. Hazır giyimde de temmuzu artışla kapattık. Yedi aylık hazır giyim ihracatında ise geçen yıla göre yüzde 10,2 eksidediz. 2022 ile kıyasladığımızda kayıp oranı yüzde 20'ye yaklaşıyor. Dahası, ihracatımız daralırken ithalat artıyor. Beş aylık ithalatta yüzde 21,7 artış var. Bu gidişle yıl sonunda hazır giyim ithalatının 3 milyar dolara yaklaşacağını öngörüyoruz."

"IFCO'NUN PRESTİJLİ FUARLAR KAPSAMINA ALINMASINI İSTİYORUZ"

IFCO'yu hem sektöre hem Türkiye'ye katkı sağlayan bir marka hâline getirdiklerini anlatan İHKİB Başkan Yardımcısı Mustafa Paşahan sözlerini şöyle sürdürdü: "Dünyanın en başarılı fuar organizatörlerinin övgüyle bahsettiği IFCO, kısa sürede Türkiye'nin ve sektörümüz için önemli bir marka oldu. Biz, IFCO'nun artık prestijli fuarlar kapsamına alınma zamanının geldiğini düşünüyoruz. Sayın Bakanımızın her zaman olduğu gibi bu konuda da moda endüstrimizden desteğinizi esirgemeyeceğine gönülden inanıyoruz. Altıncı IFCO'ya kadın, erkek ve çocuk giyimden, denim ve spor giyime, deri ve kürk konfeksiyondan ayakkabıya tüm ürün gruplarından firmalarımız katılıyor. Son



Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) ve İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe: "Tasarım gücümüzle, hızımızla, kaliteli üretimimizle, Avrupa gibi büyük bir pazara yakınlığımızla rakiplerimizden ayrışıyoruz. Nitekim bu artılarımızı yıllarca ülkemiz için fırsata çevirdik."

dönemde rekabetçilik konusunda büyük sıkıntılarımız var. Fiyat tutturmakta büyük zorluklar yaşıyoruz. Global müşterilerimizin birçoğunu kaybetme noktasındayız. Her zaman ilkleri başaran bir sektörün temsilcileri olarak bugün karşı karşıya bulunduğumuz sorunların da üstesinden geleceğimize inanıyorum. Bakanlığımızın da destekleri ile fuarlar, ticaret ve alım heyetleri düzenlemeyi sürdüreceğiz. Daha fazla çalışarak daha fazla üretmek için ihracatımızın taşıyıcı gücü olmaya devam edeceğiz."

"HAZIR GIYIM SEKTÖRÜNÜN BAŞARISI TÜRKİYE'NİN BAŞARISI"

İstanbul Valisi Davut Gül de hazır giyim sektörünü sanayinin ve ihracatın lokomotifleri olarak gördüğünü söyledi. Sektörün ihracatta gösterdiği başarının aynı zamanda Türkiye'nin başarısı olduğunu belirten Gül, "Küresel ticarete pandemiyle birlikte bozulan dengelerin yerine oturmasıyla birlikte hazır giyim ihracatçılarımızın da emeklerinin karşılığını alacaklarına inandığını kaydetti.

Moda Rüzgârı Laleli Sokaklarında Esti



Laleli Sanayici ve İş İnsanları Derneği (LASIAD) tarafından Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), İstanbul Ticaret Odası (İTO), İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), İstanbul Büyükşehir Belediyesi ve Fatih Belediyesi'nin desteğiyle düzenlenen "Laleli Fashion Shopping Festival" in açılışına, İstanbul Valisi Davut Gül, Ticaret Bakan Yardımcısı Mahmut Gürcan, TİM Başkanı Mustafa Gültepe, İTO Başkanı Şekib Avdagiç, Fatih Belediye Başkanı Mehmet Ergün Turan, LASIAD Başkanı Giyasettin Eyyüpkoca, Festival Komite Başkan ve üyeleri, sektör temsilcileri ile çok sayıda modasever katıldı.

"FESTİVAL, LALELİ'DEKİ TİCARET HACMİNİ YUKARIYA TAŞIYACAK"

Ticaret Bakan Yardımcısı Mahmut Gürcan, İstanbul'un dünya moda başkentleri arasında yer alma yolunda önemli adımlar atmaya devam ettiğine işaret ederek, bu kapsamda düzenlenen festivalin önemine dikkati çekti. Gürcan, konuşmasını şöyle tamamladı: "Üretimi, yatırımı, istihdamı ve ihracatı her alanda önceleyerek, tüm politika ve stratejilerimizi bu ülkeyi müreffeh yarınla-

ra ulaştırmak uğruna hayata geçirdik. Ticaret Bakanlığı olarak, eğitimden danışmanlığa, pazara girişten markalaşmaya kadar tüm süreçleri destekleyerek, uluslararası pazarlarda rekabet üstünlüğü kazanmayı, dolayısıyla söz konusu pazarlardan daha fazla pay almayı ve neticesinde, ihracatımıza katkı sağlamayı amaçlıyoruz. 10'uncusu düzenlenen festivalin önümüzdeki süreçte Laleli'deki ticaret hacmini daha da yukarı taşıyacağına yürekten inanıyoruz. Emegi geçen herkese teşekkürler."

"LALELİ'DEKİ İŞ YAPISI MODELİ HİÇBİR YERDE YOK"

TİM Başkanı Mustafa Gültepe de, festivalin sektöre hayırlı olması temennisinde bulundu. Temmuz ayı ihracat verilerini anımsatan Gültepe, açıklanan rakamlara ilişkin katılımcılara bilgi verdi. Reel olarak bakıldığında rakamların iyi olduğunu dile getiren Gültepe, şunları dile getirdi: "Laleli'deki iş yapış modeli hiçbir yerde yok. Son dönemde özellikle Rusya-Ukrayna arasındaki savaştan, yaşanan İsrail katliamından kaynaklı dünya huzursuzluk içinde. Huzursuz olan dünyada, ilk etkilenen sektörlerin başında tekstil ve hazır giyim geliyor. Dünyada yaşanan sıkın-

"Laleli Modadır" sloganıyla bu yıl 10'uncusu düzenlenen "Laleli Fashion Shopping Festival" 5-6 Ağustos tarihleri arasında Tarihî Yarımada'da gerçekleştirildi.

tlar sektörlerimize eksi şekilde yansıyor. Biz bu dönemleri daha önce de gördük, umuyorum ki son çeyrekte enflasyonun biraz da azalmasıyla beraber önümüzdeki dönemlerde çok daha iyi gelişmeler göreceğiz. Özellikle girdi maliyetleri ile kur arasındaki korelasyonun yavaş yavaş yaklaşmasıyla birlikte sektörlerimizdeki artış daha yukarı doğru gidecek. Enflasyon şu an Türkiye'nin belası. Enflasyonla mücadele ediyoruz, bunu yaparken de üretimi, istihdamı, ihracatı unutmamak lazım. Türkiye pahalı bir ülke değildi, çok pahalı bir ülke oldu. Türkiye'de ne ucuz: Döviz. Dolayısıyla ikisi zıt kutuplarda olunca dünyadaki rekabet gücünüz azalıyor. Umuyorum ki bu süre geçici olur."

İŞ İMKANI SUNAN

İstanbul Üniversitesi & UGM iş birliği ile Online Uygulamalı Gümrük ve Dış Ticaret Uzmanlığı 9. Sertifika Programı Başlıyor.



PROGRAM TARİHİ:
07.09.2024 - 05.10.2024



PROGRAM SÜRESİ:
60 Saat (5 hafta sonu) ve 2 saatlik değerlendirme sınavı



SON BAŞVURU TARİHİ:
05.09.2024



PROGRAM SAATLERİ:
10:00 - 17:00 arası (1 saat öğle arası)



EĞİTİM SINAV TARİHİ: 12.10.2024

PROGRAMA İLİŞKİN BİLGİLER VE BAŞVURU

sem.istanbul.edu.tr adresinden program detayları ve katılım koşullarına ilişkin bilgileri öğrenebilir, katılım bilgi formunu doldurarak kayıt işlemlerinizi gerçekleştirebilirsiniz.

İLETİŞİM:

Kayıt ile ilgili sorularınız için:

0212 440 17 36

Eğitim program içeriği ile ilgili sorularınız için:

0534 596 79 89



Kuru İncir Uzak Pazarlara Yelken Açtı

Türkiye'nin kuru incir ihraca-
tında Avrupa Birliği'nin payı
geçen 10 yıllık süreçte yüzde
52'den yüzde 39'a gerilerken
Amerika kıtasının payı ise yüzde
17'den yüzde 28'e yükseldi. Aynı
dönemde kuru incir ihracatında
Uzak Doğu ülkelerinin payı yüzde
12'den yüzde 15'e yükseldi. Ege
İhracatçı Birlikleri'nde düzenlenen
Danışma Niteliğinde Genel Kurul
Toplantısında konuşan Ege İhra-
catçı Birlikleri Sürdürülebilirlik ve
Organik Ürünler Koordinatörü
Ege Kuru Meyve ve Mamulleri
İhracatçıları Birliği Başkanı Meh-
met Ali Işık, Türk ihracatçıların
yaptığı tanıtım çalışmalarıyla Türk
kuru incirinin AB pazarına bağımlı-
lığını düşürdüklerini, bu başarıda
TURQUALITY ve URGE projeleri,
fuarlar ve sektörel ticaret heyeti

Türkiye'nin kuru incir ihracatında **Avrupa Birliği'nin payı**
geçen **10 yıllık süreçte yüzde 52'den yüzde 39'a** gerilerken
Amerika kıtasının payı ise yüzde 17'den yüzde 28'e yükseldi.

organizasyonlarının payının
büyük olduğunu söyledi ve ekledi:
"Hindistan'a ihracatımız 2014
yılında 11 ton iken 2023 yılı
sonunda 341 tona yükseldi. Aynı
dönemlerde kuru incir ihracatımız
Kanada'ya 701 tondan 2 bin 476
tona, Güney Kore'ye 286 tondan
828 tona, Çin'de 2 bin 70 tondan
4 bin 946 tona, ABD'de 7 bin 817
tondan 14 bin 458 tona çıktı. Bu
artışların sürmesi için TURQUA-
LITY ve URGE projelerimizi sür-
düreceğiz. Fuarlar, sektörel ticaret
heyetleri ve alım heyetlerimizi
artıracağız"



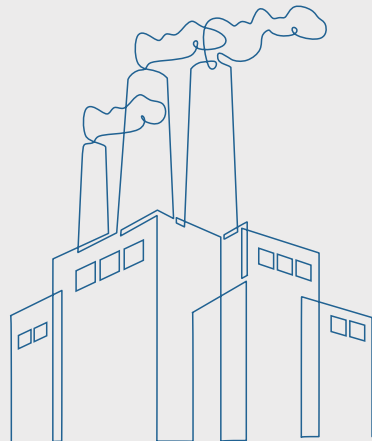
“Sanayimizi Kaybetme Tehlikesi Yaşıyoruz”

Güneydoğu Anadolu Hubu-
bat Bakliyat Yağlı Tohum-
lar ve Mamulleri İhracatçıları
Birliği Başkanı Celal Kadooğlu,
enflasyonla mücadele programı
kapsamın uygulanan yüksek
faiz-düşük kur politikası hakkın-
da değerlendirmelerde bulun-
du. Rekabet gücünü kaybeden
işletmelerin ya küçüldüklerini ya
da üretimlerini maliyetlerin daha
düşük olduğu ülkelere taşıdıkları-
nı belirten Kadooğlu: "Küresel pi-
yasada fiyatı belli ürünler vardır,
alıcılar bu ürünleri alacağı zaman
satıcı ülkelerin yurtiçi ekonomik
koşullarıyla ilgilenilmezler. Bizim
ülkemizde son bir yılda döviz
kurundaki artış yüzde 25 ama
enflasyon yüzde 60'ların üzerin-
de. Bunun yanında son bir yılda
üretim maliyetlerindeki artış da
yüzde 100 civarında. Maliyetler
ikiye katlanırken, satış yapılan
para biriminin değer kaybettiği

noktada bizim yurt dışındaki
rakiplerimizle rekabet etme şan-
sımız kalmadı.

Düşük kur sorununa çözüm
bulunmazsa özellikle üretici-ihra-
catçı firmalar için çok geç olabilir.
Biz yatırımcı kaybetme lüksüne
sahip değiliz, tam aksine yeni
yatırımlarla büyümesi gereken
bir ülkeyiz. Ancak uygulanan
politikalar sonucu rekabet gü-
cünü kaybeden firmalarımızın
varlıklarını devam ettirmek için
başka ülkelere gitmek durumun-
da kaldığını görüyoruz. Yüksek
enflasyon ve faiz ortamında,
neredeyse yerinde sayan kur po-
litikasının sonucu olarak firmalar,
başta enerji ve işçilik olmak üzere
üretim maliyetlerinin daha düşük
olduğu Mısır ve Uzak Doğu ül-
kelerine gitmeyi tercih ediyorlar.
İstihdam piyasasını da olumsuz
etkileyecek bu kayışlardan bü-
yük üzüntü duyuyoruz." dedi.

Maliyetler ikiye
katlanırken, **satış yapılan
para biriminin değer
kaybettiği noktada**
bizim yurt dışındaki
rakiplerimizle rekabet
etme şansımız kalmadı.



Tarım, Gıda ve İçecek Sektöründen 3,2 Milyar Dolarlık Dış Ticaret Fazlası

Türkiye İstatistik
Kurumu'nun
(TÜİK) Dış Ticaret
Verileri temel alın-
arak hazırlanan Tür-
kiye Gıda ve İçecek
Sanayii Dernekleri
Federasyonu (TGDF)
Veri Paneli'nden der-
lenen bilgilere göre
Türkiye'nin tarım,
gıda ve içecek sek-
törü, yılın ilk altı ayında geçen yılın aynı dönemine
göre ihracatını yüzde 5,64 artırarak 12,3 milyar
dolardan, 12,9 milyar dolara çıkardı. Söz konusu dö-
nemde yapılan ithalat ise yüzde 21,8 düşüşle 12,4
milyar dolardan, 9,7 milyar dolara geriledi. Böylece
yılın ilk altı ayında tarım, gıda ve içecek sektörü 3,2
milyar dolarlık dış ticaret fazlası verdi. İlk altı aylık
dönemde bir önceki yılın aynı dönemine göre en
çok ihracat gerçekleştiren sektör, şeker ve şekerli
mamuller sektörü oldu. Sektörün ihracatı geçen
yılın aynı dönemine göre yüzde 7,9 artarak, 1,4
milyar doları aştı. İkinci sırada ihracatını yüzde 36,9
artıran sert kabuklu meyveler sektörü yer aldı ve
sektörün ihracatı 1,2 milyar doları geçti. Yaş meyve
sebzeler sektörünün ihracatı yüzde 14'lük artışla 1,2
milyar dolara ulaşırken sektör söz konusu ihracat
rakamıyla üçüncü sırada yer aldı. Yılın ilk yarısında
ihracatta öne çıkan ürünler sıralamasında ise yüzde
48,6 artışla 678 milyon dolarlık ihracat yapılan fındık
içini birinci, 675 milyon dolarlık ihracat ile buğday
unu ikinci, 440 milyon dolarla rafine ayçiçeği yağı
üçüncü sıraya yerleşti.

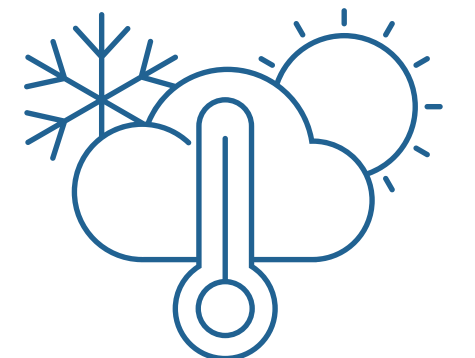
Türkiye'nin tarım,
gıda ve içecek
sektörü, yılın ilk altı
ayında geçen yılın
aynı dönemine göre
ihracatını yüzde 5,64
artırarak 12,9 milyar
dolarlık ihracat
gerçekleştirdi.

Dünyanın Gözü Türk İklimlendirme Sektöründe

Birden fazla sektörle
entegre bir yapı ser-
gileyen iklimlendirme
sektörü, tüm dünyada iç
hava kalitesi ve konfor
gibi ihtiyaçların giderek
artmasıyla beraber
ciddi bir pazar çekiciliği
ortaya koyuyor. Türk
iklimlendirme sektörü

iklimlendirme
sektöründeki
temsilcilerin **yüzde**
36,1'inin son üç
yıldaki ortalama
yıllık büyüme
oranları **yüzde 11'den**
fazla.

ise gerek üretim kapasitesi gerek yeni teknolojilere
uyum sağlama hızı gerekse ihracattaki gücü ile yabancı
yatırımcılar için bir cazibe noktasına dönüşüyor.
Sektörün bu dönüşüm rüzgarını arkasına alarak marka
değerini hızla artırdığına dikkat çeken İklimlendirme
Sanayi İhracatçıları Birliği (İSİB) Yönetim Kurulu Baş-
kanı Mehmet Şanal, "Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
(TOBB) Türkiye İklimlendirme Meclisi'nin önderliğinde
sektörel paydaşların katılımı ile gerçekleştirilen 'İk-
limlendirme Sektör Stratejisi Raporu'nu temel kaynak
olarak hazırladığımız Strateji Kitapçığı, ülkemizin ihra-
cattaki başarısının gözle görülür bir şekilde artış göster-
diğini ortaya koyuyor. Sektör firmalarının çok büyük
bir kısmı ihracat yapıyor. Paydaşlarla yapılan yüz yüze
görüşmelerden çıkan sonuçlara göre firmaların yüzde
27,8'inin ihracat satışlarının toplam satışlarındaki oranı
yüzde 51 ve üzerinde seyrediyor. İhracattaki bu yük-
sek payı daha da yukarıya taşımak ve global müşteri
memnuniyetini artırmak için iş yeteneğinin geliştiril-
mesi noktasında önemli adımlar atılıyor." dedi. Sektör
temsilcilerinin yüzde 36,1'inin son üç yıldaki ortalama
yıllık büyüme oranlarının yüzde 11'den fazla olduğunu
söyleyen Şanal, "Bu verilere baktığımızda, büyüme-
nin kapılarını açacak anahtarın ihracat ve dolayısıyla
iklimlendirme sektörünün markalaşması olduğunu
görüyoruz. Aynı şekilde düzenli ihracat yapan firma
sayısının giderek artması ve ihracat yapılan ülkelere
de şubeleşme oranlarının da yükselmesi sektörümüz
açısından umut vadedicidir." ifadelerini kullandı.





Türkiye İş Bankası Resim Heykel Müzesi Sergi

Mekân:
Beyoğlu

Saat:
10.00-19.00

Türk Resminin İzleri

Cumhuriyetimizin 100. yılına armağan olarak 29 Ekim 2023 tarihinde ziyarete açılan Türkiye İş Bankası Resim Heykel Müzesi'nin kalıcı sergi seçkisi, Türk resim ve heykel sanatının gelişimine ışık tutuyor. Müzenin beşinci ve dördüncü katında konumlandırılan "Türk Resmini İzlemek" başlıklı kalıcı sergi dışında süreli sergilerin de yer aldığı müze, kronolojik, tematik ve kavramsal açıdan büyük bir değer taşıyor. Müze: Osman Hamdi Bey, Hoca Ali Rıza, Süleyman Seyyid Bey, Şeker Ahmet Paşa gibi önde gelen sanatçıların eserleri arasında bu özgün sanatsal gezi sunuyor.



Kahve Molası Sergi

Mekân:
Pera

Saat:
10:00-19:00

Türkiye'de Kahvenin Serüveni

"Sihirli Meyve" olarak Etiyopya'da keşfedilen ve 15. yüzyılda Yemen'den Osmanlı topraklarına ulaşan kahve, kısa zamanda yaygınlaşmış, itibarlı bir içecek olarak sarayda ve zengin evlerinde yerini aldı ve sosyal hayatın gelişmesinde önemli bir rol oynadı. Suna ve İnan Kıracı Vakfı Kütahya Çini ve Seramikleri Koleksiyonu'ndan yapılan bu seçki, kahve etrafında şekillenen çeşitli rutinleri, ritüelleri, ilişkileri ve kamusal alan, toplumsal rol, ekonomi gibi modernizmle bağdaştırılan kavramları, kahve kültürü ve bu kültürün gelişmesine katkıda bulunan Kütahya seramik üretimi ekseninde inceliyor.



Sanayileşmenin Gizli Tarihi Ha-Joon Chang

Sayfa Sayısı:
392

İlk Baskı Yılı:
2015

Yayınevi:
Efil Yayınevi Yayınları

Küresel Serbest Ticaret Dogması Üzerine

Derinliği kadar kolay anlaşılabilirliği ve çarpıcı örnekleriyle canlılık kazanan kitap, dünyada işleyen gerçek ekonomi olarak adlandırılıyor. Sanayi devriminin kökenlerinden günümüze kadar cereyan eden ekonomik gelişme ile standart/egemen doktrinin anlattıkları arasındaki uçurumun giderek büyüdüğü bir ortamda, Chang gerçekte ne olduğunu gözler önüne sererek bu boşluğu aydınlatıyor. Ayrıca kitapta, Türkiye'de uzun süredir uygulanan ekonomi politikalarından da söz ediliyor.



Zor Zamanlarda İyi Ekonomi Abhijit V. Banerjee Esther Duflo

Sayfa Sayısı:
304

İlk Baskı Yılı:
2020

Yayınevi:
Doğan Kitap

Günümüz Meselelerine Farklı Bir Bakış

2019 yılında Nobel Ekonomi Ödülü'ne layık görülen Abhijit Banerjee'nin yazarlardan biri olduğu kitap, günümüz meseleleri üzerine ekonominin vereceği cevapların peşine düşüyor. Ekonomi adına çok sayıda kötü fikir ve politikanın ağızdan ağıza dolaştığı bu zamanda, sağduyu ve iyi ekonomiye her zamankinden çok ihtiyaç var. Önde gelen iki iktisatçının yazdığı bu geniş kapsamlı kitap, gerçekleri ortaya koyuyor ve sadece göç, ticaret, otomasyon ve büyüme hakkında değil, çevre ve siyasi söylem hakkından da ekonominin makul fikirlerinden öğreneceğimiz çok şey olduğunu gösteriyor.



Sezen Aksu Şarkıları Konser

Müziyen:
Murat Karahan

Mekân:
Harbiye Cemil Topuzlu Açık hava Tiyatrosu

Türk Operasının Yıldızı

Türk operasının dünyaca ünlü yıldız ismi Murat Karahan, yeni hazırladığı albüm ile özel bir konser vermeye hazırlanıyor. Karahan, dillere pelesenk olmuş, milyonların gönlünde taht kuran şarkılarını Şef Alper Kömürcü yönetimindeki Mozart Akademisi Senfoni Orkestrası'nın eşliğinde dinleyicileriyle buluşturacak. Dünyaca ünlü tenor, büyüleyici yorumu ve senfonik düzenlemelerle yeniden hayat bulan şarkılarını ilk kez canlı olarak seslendirecek. Sanatın ve müziğin birleştiği, unutulmaz anılara ev sahipliği yapacak eşsiz konser, 13 Eylül'de Harbiye Cemil Topuzlu Açık hava Sahnesinde gerçekleşecek.



Anadolu Ateşi Dans

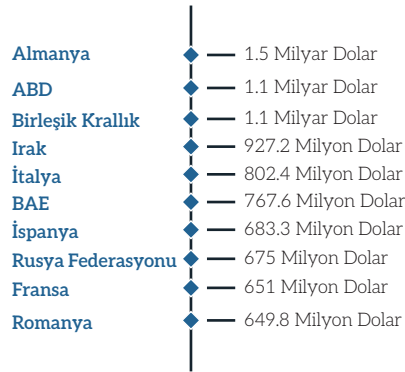
Sanat Yönetmeni
Mustafa Erdoğan

Mekân:
Maximum Uniq Açık hava

Kültürel Bir Dans Şöleni

Anadolu'nun binlerce yıllık kültür ve tarih mozaiğinin barışla harmanlanan ateşini tüm dünyaya tanıtmayı hedefleyen Anadolu Ateşi projesi, 2001'den bugüne dünyanın dört bir yanında gösteriler sunuyor. Halk danslarını bale, modern dans ve dansın diğer disiplinleri ile sentezleyerek dünyaya modern standartlarda bir gösteriyi, bir kültürel şöleni sunan grup, dünya yolculuğunun ardından 5 Eylül'de İstanbul'daki sevenleriyle buluşuyor.

İhracat Rakamları (ÖTS)



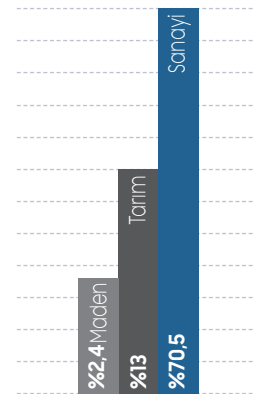
En Fazla İhracat Yapılan 10 Ülke

2024 yılı Ağustos ayında en fazla ihracat yapılan ülke 1,5 milyar dolarla Almanya oldu. Almanya'yı 1,1 milyar dolar aynı ihracat hacmi ile ABD ve Birleşik Krallık izledi.

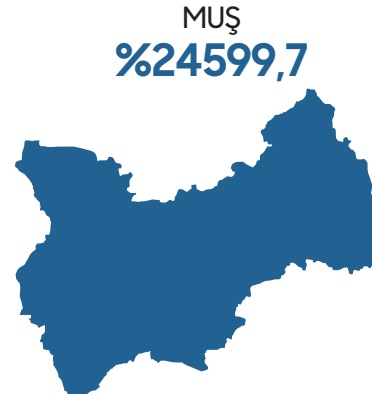
Alt Üretim Gruplarının 2024 Yılı Ağustos Ayında İhracattan Aldığı Pay



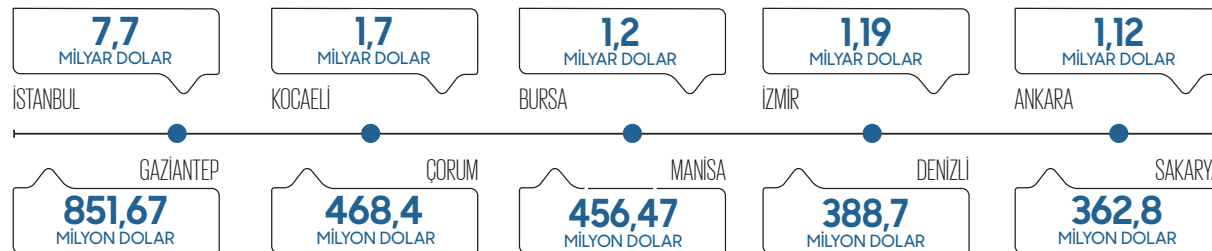
Ana Üretim Gruplarının 2024 Yılı Ağustos Ayında İhracattan Aldığı Pay



2024 Yılı Ağustos Ayında İl Bazında En Dikkat Çeken İhracat Artışı



İllere Göre 2024 Yılı Ağustos Ayı İhracat Dağılımı



Sektörel Bazda İhracat Rakamları -1,000 \$

SEKTÖRLER	1-31 AĞUSTOS				1 OCAK - 31 AĞUSTOS			
	2023	2024	Değişim ('24/'23)	Pay(24) (%)	2023	2024	Değişim ('24/'23)	Pay(24) (%)
I. TARIM	2.802.327	2.862.797	2,2	13,0	22.174.099	23.176.460	4,5	13,6
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	1.831.398	1.857.985	1,5	8,4	14.625.819	15.535.201	6,2	9,1
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	1.112.479	977.748	-12,1	4,4	7.695.715	7.766.784	0,9	4,5
Yaş Meyve ve Sebze	157.583	213.855	35,7	1,0	2.050.102	2.137.347	4,3	1,3
Meyve Sebze Mamulleri	221.477	225.151	1,7	1,0	1.479.874	1.739.946	17,6	1,0
Kuru Meyve ve Mamulleri	115.469	119.216	3,2	0,5	939.543	1.051.970	12,0	0,6
Fındık ve Mamulleri	91.384	162.696	78,0	0,7	1.055.956	1.545.669	46,4	0,9
Zeytin ve Zeytinyağı	42.285	55.530	31,3	0,3	673.781	552.727	-18,0	0,3
Tütün	83.292	98.099	17,8	0,4	631.031	642.794	1,9	0,4
Süs Bitkileri ve Mamulleri	7.429	5.689	-23,4	0,0	99.817	97.963	-1,9	0,1
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	293.747	338.634	15,3	1,5	2.286.998	2.472.469	8,1	1,4
Sü Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	293.747	338.634	15,3	1,5	2.286.998	2.472.469	8,1	1,4
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	677.183	666.177	-1,6	3,0	5.261.282	5.168.790	-1,8	3,0
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	677.183	666.177	-1,6	3,0	5.261.282	5.168.790	-1,8	3,0
II. SANAYİ	15.148.023	15.547.956	2,6	70,5	117.371.680	119.873.361	2,1	70,2
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	1.182.516	1.179.684	-0,2	5,3	9.302.014	9.088.638	-2,3	5,3
Tekstil ve Hammaddeleri	781.198	799.686	2,4	3,6	6.277.502	6.216.164	-1,0	3,6
Deri ve Deri Mamulleri	167.524	148.508	-11,4	0,7	1.325.620	1.036.352	-21,8	0,6
Halı	233.795	231.490	-1,0	1,0	1.698.892	1.836.122	8,1	1,1
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	2.659.797	2.579.011	-3,0	11,7	19.486.709	20.988.665	7,7	12,3
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	2.659.797	2.579.011	-3,0	11,7	19.486.709	20.988.665	7,7	12,3
C. SANAYİ MAMULLERİ	11.305.709	11.789.261	4,3	53,4	88.582.957	89.796.058	1,4	52,6
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1.668.106	1.672.050	0,2	7,6	13.202.779	12.027.708	-8,9	7,0
Otomotiv Endüstrisi	2.725.256	2.715.363	-0,4	12,3	22.756.148	23.530.678	3,4	13,8
Gemi, Yat ve Hizmetleri	304.348	91.779	-69,8	0,4	1.182.162	1.131.149	-4,3	0,7
Elektrik ve Elektronik	1.397.591	1.479.819	5,9	6,7	10.580.326	10.730.295	1,4	6,3
Makine ve Aksamları	971.945	978.476	0,7	4,4	7.321.941	7.363.206	0,6	4,3
Demir ve Demir Dışı Metaller	1.064.599	1.080.820	1,5	4,9	8.555.621	8.245.899	-3,6	4,8
Çelik	1.338.792	1.411.877	5,5	6,4	9.661.954	10.754.122	11,3	6,3
Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	395.202	364.418	-7,8	1,7	3.155.234	2.889.577	-8,4	1,7
Mücevher	463.279	963.384	107,9	4,4	4.014.296	4.716.243	17,5	2,8
Savunma ve Havacılık Sanayii	375.763	423.033	12,6	1,9	3.404.399	3.738.241	9,8	2,2
İklimlendirme Sanayii	600.828	608.241	1,2	2,8	4.748.095	4.668.939	-1,7	2,7
III. MADENCİLİK	495.646	523.259	5,6	2,4	3.771.325	3.935.479	4,4	2,3
Madencilik Ürünleri	495.646	523.259	5,6	2,4	3.771.325	3.935.479	4,4	2,3
TOPLAM (TİM*)	18.445.995	18.934.012	2,6	85,8	143.317.104	146.985.301	2,6	86,1
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat ile Antrepo ve Serbest Bölgeler Farkı	3.110.278	3.128.835	0,6	14,2	21.135.618	23.815.414	12,7	13,9
GENEL İHRACAT TOPLAMI	21.556.273	22.062.847	2,4	100,0	164.452.722	170.800.715	3,9	100,0

 <p>Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Limonluk Mah. Vali Hüseyin Aksoy Cad. No: 4 Yenisehir/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 Genel Sekreter Yrd.: Osman Erşahan Genel Sekreter Yrd.: H. Okan Şenel</p>	 <p>Hizmet İhracatçı Birliği Genel Sekreterliği Dış Ticaret Kompleksi Yenibosna Merkez Mah. Sanayi Cad. No: 3 A Blok Bahçelievler / 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 Genel Sekreter Yrd.: Üzeyir Işık</p>
 <p>Batı Akdeniz İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği Aspendos Bulvarı No: 221 07200/Antalya Tel: 0 242 311 80 00 Faks: 0 242 311 79 00 E-Posta: baib@baib.gov.tr Web Adresi: www.baib.gov.tr Genel Sekreter: Ümit Sezer</p>	 <p>İstanbul İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Dış Ticaret Kompleksi Yenibosna Merkez Mah. Sanayi Cad. No: 3 C Blok, Bahçelievler / İSTANBUL Tel: 0 212 454 05 00 Faks: 0 212 454 05 01-02 E-Posta: iib@iib.org.tr Web Adresi: www.iib.org.tr Genel Sekreter: Doğuş Tozanlı Genel Sekreter Yrd.: İsmail Bozdemir Genel Sekreter Yrd.: Kutay Oktay Genel Sekreter Yrd.: Volkan Kekevi</p>
 <p>Denizli İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği Akhan Mah. 246 Sok. No: 8 Pamukkale/Denizli Tel: 0 258 274 66 88 Faks: 0 258 274 72 22 - 62 E-Posta: denib@denib.org.tr Web Adresi: www.denib.org.tr Genel Sekreter: Uğur Dayıoğlu Genel Sekreter Yrd.: Yusuf Fidangenç</p>	 <p>İstanbul Maden ve Metal İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Dış Ticaret Kompleksi Yenibosna Merkez Mah. Sanayi Cad. No: 3 A Blok Bahçelievler / İSTANBUL Tel: 0 212 454 00 00 Faks: 0 212 454 00 01 E-Posta: immib@immib.org.tr Web Adresi: www.immib.org.tr Genel Sekreter: Armağan Vurdu Genel Sekreter Yrd.: Coşkun Kıriloğlu Genel Sekreter Yrd.: Muharrem Kayılı Genel Sekreter Yrd.: Aydın Yılmaz</p>
 <p>Doğu Anadolu İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği Cumhuriyet Cad. Eren İş Mrk. No: 86 K: 4-5 Erzurum Tel: 0 442 214 11 85 Faks: 0 442 214 11 89-91 E-Posta: daibarge@daib.org.tr Web Adresi: www.daib.org.tr Genel Sekreter: Murat Karapınar</p>	 <p>İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Dış Ticaret Kompleksi Yenibosna Merkez Mah. Sanayi Cad. No: 3 B Blok Bahçelievler / İSTANBUL Tel: 0 212 454 02 00 Faks: 0 212 454 02 01 E-Posta: info@itkib.org.tr Web Adresi: www.itkib.org.tr Genel Sekreter: Mustafa Bektaş Genel Sekreter Yrd.: Özlem Güneş Genel Sekreter Yrd.: Fatih Zengin Genel Sekreter Yrd.: Çağrı Öztürk</p>
 <p>Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği Pazarca 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>Karadeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Atatürk Bulvarı No:19/E 28200 Giresun Tel: 0 454 216 24 26 Faks: 0 454 216 48 42 E-Posta: kib@kib.org.tr Web Adresi: www.kib.org.tr Genel Sekreter: Sertaç Şevket Toramanoğlu</p>
 <p>Ege İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Atatürk Cad. No:382 Alsancak/İzmir Tel: 0 232 488 60 00 Faks: 0 232 488 61 00 E-Posta: eib@egebirlik.org.tr Web Adresi: www.egebirlik.org.tr Genel Sekreter: İ. Cumhuriyet İşbirakmaz Genel Sekreter Yrd.: Kemal Coşkun Genel Sekreter Yrd.: Çiğdem Önsal Genel Sekreter Yrd.: Serap Ünal</p>	 <p>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: Musa Demir Genel Sekreter Yrd.: Esra Arpınar Genel Sekreter Yrd.: Fatih Yumuş</p>
 <p>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>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.: Birgül Polat</p>

Genel Sekreter Vekili Yiğit Tufan Eser
Genel Sekreter Yrd. Dr. Kübra Ulutaş Genel Sekreter Yrd. Mustafa Seçilmiş Genel Sekreter Yrd. Funda Özgüleç Yüceer

Dış Ticaret Kompleksi
Yenibosna Merkez Mahallesi Sanayi Caddesi No: 3 B Blok Kat : 9 34197 Bahçelievler / İSTANBUL
444 0 846 (TİM)
tim@tim.org.tr • tim.org.tr



Doğadan Gelen Lezzet
Çiğ Fındık



SİZ HAYAL EDİN, BİZ HAYALİNİZE ULAŞTIRALIM: WOP

Yenilikçi ve profesyonel ekibimiz WOP ile hayallerinizi anlık olarak gerçekleştiriyor. Üstelik takip de edebiliyor. Hızlı rezervasyon, anlık takip ve çözüm sistemiyle WOP, işinizin operasyon yükünü taşıyor, sizi hayallerinize bir adım daha fazla yaklaştırıyor.



Sea



Air



Road



WOP
weld online platform

www.weld-op.com
www.weld-int.com

WELD
INTERNATIONAL TRANSPORT