

TİM

Türkiye İhracatçılar Meclisi Resmi Yayın Organı

REPORT

Sayı: 252 Şubat 2026

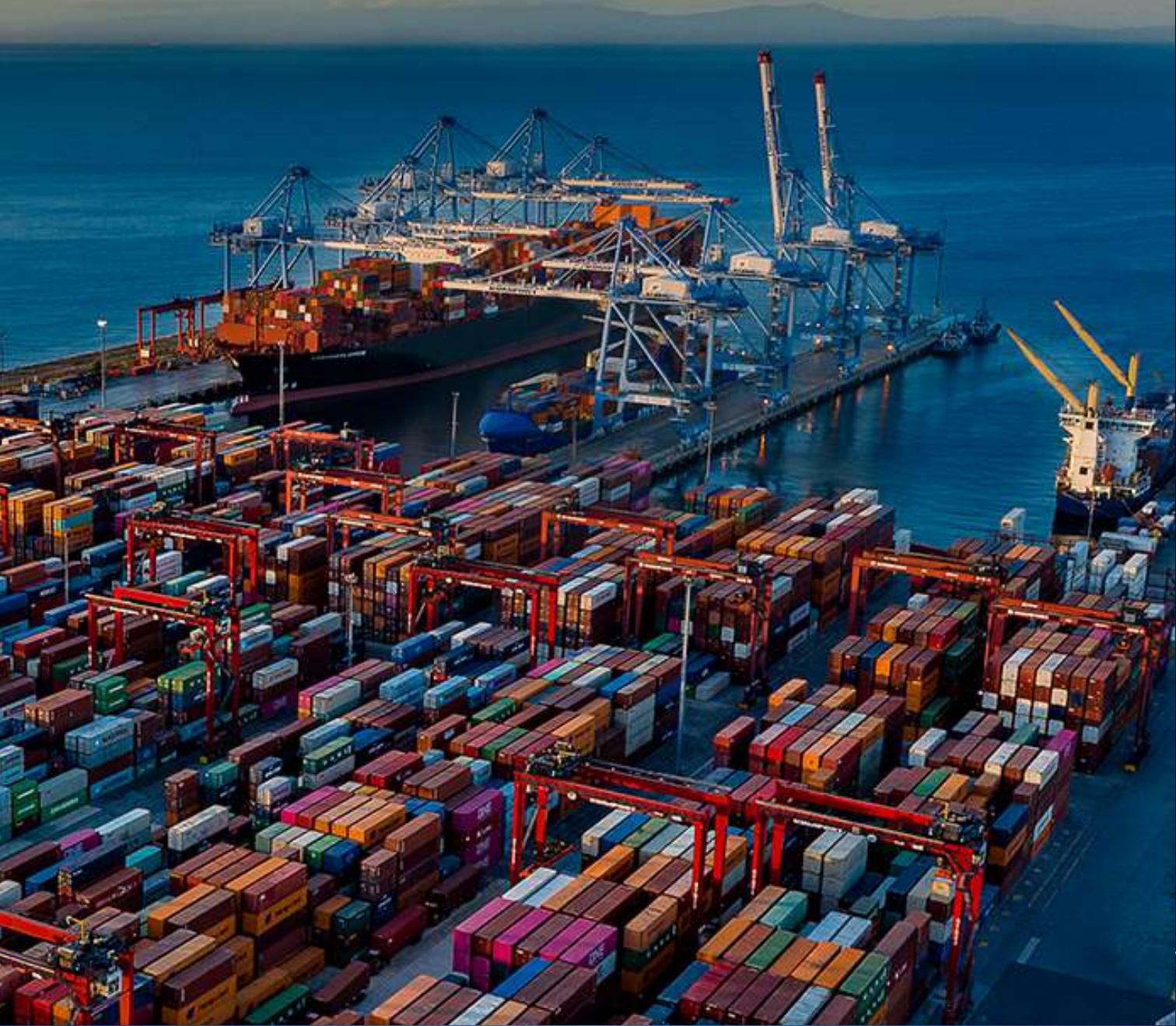


Küresel Korumacılık Duvarlarına Rağmen İhracatta Tam Yol İleri

2026'da
Ticaretteki Kurallar
Sıklaşıyor

Kafkasya'nın Enerji
ve Lojistik Koridoru
Azerbaycan

Avrupalı Soyluların
Osmanlı Rüyası
Turquerie



Operasyonel mükemmellik
anlayışımızla müşterilerimizin
yanındayız.

KUMPORT

Acıbadem International Patient Center

Uluslararası Hasta Merkezi

Acıbadem International Patient Center is the first access point which organizes all your medical needs by a single center in Türkiye. Establishing a bridge in accessing Türkiye and qualified healthcare services through its service points at 55 locations in 31 countries across the world, Acıbadem International Patient Center is also at your service at Istanbul Airport and Sabiha Gökçen Airport.

Acıbadem Uluslararası Hasta Merkezi, uluslararası hastaların Türkiye'deki tüm sağlık ihtiyaçlarını tek merkezden organize eden, ilk erişim noktası. Dünya genelinde 31 ülke ve 55 hizmet noktasıyla Türkiye'ye ve nitelikli sağlık hizmetlerine erişimde bir köprü kuran Acıbadem Uluslararası Hasta Merkezi, İstanbul ve Sabiha Gökçen havalimanlarında da hizmetinizde!

Visit WebSite: acibademinternational.com

Call Us: **+90 216 544 46 64**



HİB – 2024
“Sağlık Hizmetleri İhracatı”
Kategorisi Şampiyonu

ACIBADEM
A CLASS HEALTHCARE SERVICES

İÇİNDEKİLER

10

TÜRKİYE'NİN OCAK AYI İHRACATI 20,3 MİLYAR DOLAR OLDU

2026'ya düşüşle başlayan ihracatta, otomotiv sektörü 3,1 milyar dolarla liderliğini korurken, onu 2,3 milyar dolarla kimyevi maddeler ve 1,3 milyar dolarla elektrik-elektronik takip etti. Son 12 aylık ihracat ise 272,5 milyar dolara ulaştı.

20

KÜRESEL KORUMACILIK DUVARLARINA RAĞMEN İHRACATTA TAM YOL İLERİ

Son beş yıllık süreçte ihracatını en çok artıran ülkelerden biri olarak emek yoğun sektörlerdeki maliyet baskısına rağmen, Türkiye'nin mal ihracatı yıllık bazda yüzde 4,5 artışla 273,4 milyar dolara ulaştı.

40

2026'DA TİCARETTEKİ KURALLAR SIKILAŞIYOR

Ülkeler, büyük beklentilerin olduğu 2026 yılında, küresel ticaretten daha büyük pay almayı umuyor. Ancak dünya 2026 yılına da yeni kurallar ve yeni düzenlemelerle başladı.

44

TÜRK TEKSTİLİNİN ÇEVİK AKTÖRÜ EV TEKSTİLİ

Türkiye, havlu, peşamal ve perde gibi dünyanın öncelikli tercihi olan ürünlerinde sahip olduğu üretim gücü ve "Made in Türkiye" ile dünyada marka hâline gelen ev tekstili sektörü, 2025 yılında 1 milyar 693 milyon dolarlık ihracata imza attı.

52

"TEKNOLOJİ VE USTALIK GELENEĞİ ÜRETİMİMİZİN AYRILMAZ BİR PARÇASI"

Pirge Yönetim Kurulu Başkan Vekili Ömer Pirge: "Ustalarımızın bilgi birikimini modern süreçlerle harmanlayarak, yetkinliği her üründe daha da ileriye taşıyoruz. Önceliğimiz, her kullanıcının eline aldığı anda farkı hissedeceği bir ürün ortaya koymak."

56

DOĞANIN MUCİZESİ EKONOMİNİN CAN SUYU BAL

Küresel bal üretiminde Çin'in ardından ikinci sırada konumlanmasının yanı sıra 50'den fazla ülkeye ulaşan pazar çeşitliliğiyle Türk balının markalaşma yolculuğunda da önemli adımlar atılıyor.

64

KAFKASYA'NIN ENERJİ VE LOJİSTİK KORİDORU AZERBAYCAN

Doğu ile batıyı birbirine bağlayan Orta Koridor'un kilit ülkesi Azerbaycan, enerji ihracatındaki liderliğini tarım, turizm ve sanayi atılımlarıyla destekleyerek yabancı yatırımcılar için dinamik ve kârlı fırsatlar sunuyor.

74

AVRUPALI SOYLULARIN OSMANLI RÜYASI TURQUERIE

Avrupa'nın, kendi sınırlarının dışına çıkıp başka bir dünyanın renkleriyle kendini yeniden keşfetme çabasına dayanan Turquerie akımı; giyim, edebiyat, dekor ve müzik gibi birçok alanı etkileyerek Türk'ün Avrupa'daki kabullenilen ilk hâli oldu.



Sadece birer alışveriş rotası değil, aynı zamanda mimari, tarih ve prestijin buluşma noktası olan dünyanın en ünlü ve bulundukları şehirlerin yüzü hâline gelen ikonik caddeler; ekonomiye kazandırdıklarının yanı sıra ziyaretçilerine lüksün tanımını yeniden yapıyor.



SANKO Holding Yönetim Kurulu Başkanı Adil Sani Konukoğlu: "Bizi rakiplerimizden ayıran en önemli refleks; belirsizlik dönemlerini yeniden konumlanma ve güçlenme fırsatı olarak ele alırken, köklü sanayi kültürümüzü çok sektörlü yapının sağladığı dengeyle birleştirerek değişime hızla uyum sağlayabilmemiz ve belirsizliği yönetilebilir bir alana dönüştürebilmemizdir."



36

64



TİMREPORT

TİM ADINA SAHİBİ BAŞKAN
Mustafa GÜLTEPE

YAYIN KURULU
Adil PELİSTER
Birol CELEP
Melisa TOKGÖZ MUTLU
Yiğit Tufan ESER
Elif ÇAKIROĞLU ERDEM
Mustafa SEÇİLMİŞ
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

viyamedya
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

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

✕ f @
/viyamedya

MUSTAFA GÜLTEPE

TİM Başkanı



Hedef Belli, Yol Zorlu

2026 yılına 282 milyar doları mal, 128 milyar doları hizmet olmak üzere toplam 410 milyar dolarlık ihracat hedefiyle başladık. Ülkemizin potansiyeline baktığımızda mütevazı bir hedef. Ancak yılın ilk ayında bu mütevazı hedefin de gerisinde kaldık. Paritenin 1,1 milyar dolarlık katkısına rağmen, ocak ayını yüzde 3,9 ekside tamamladık. Hizmet ihracatımızın ise yaklaşık 7,8 milyar dolar seviyesinde gerçekleştiğini tahmin ediyoruz.

Sektörel görünüm tabloyu tüm açıklığıyla ortaya koyuyor. 27 sektörden yalnızca 10'unun ihracatını artırması küresel talepteki zayıflıktan öteye rekabetçilik sorunlarının etkisini net biçimde yansıtıyor. Özellikle sanayi tarafında, yüksek finansman maliyetleri ve artan yükler firmalarımızın hareket alanını ciddi biçimde daraltıyor. Üretimini ve müşterisini kaybetmek için faaliyetini sürdürmeye çalışan birçok firmamızın dayanma gücü giderek azalıyor.

İhracatçılarımız; işçilikten enerjiye, ham maddeden işletme giderlerine kadar hemen her alanda artan maliyetlerle mücadele ediyor. Bunun yanında, yüksek faiz ortamı ve finansmana erişimde yaşanan zorluklar, üretim tarafında nefes almayı her geçen gün daha da güçleştiriyor. Küçük ve sınırlı adımlarla ilerlemenin mümkün olmadığı bu dönemde, sanayinin desteklenmediği bir tablonun sürdürülebilir olmadığı açıkça görülüyor. Kur, enflasyon ve faiz politikalarının üretimi ve rekabetçiliği destekleyecek şekilde ele alınması, ihracatın kalıcı biçimde güçlenmesi açısından kritik önem taşıyor.

Küresel ölçekte ise korumacılık eğilimleri

güç kazanıyor, pazara giriş şartları ağırlaşıyor. Jeopolitik risklerin arttığı bu ortamda, en büyük pazarımız olan Avrupa Birliği'nin Güney Amerika ülkeleri ve Hindistan ile imzaladığı serbest ticaret anlaşmaları, orta ve uzun vadede ülkemiz açısından dikkatle izlenmesi gereken gelişmeler arasında yer alıyor. Bu süreçte Gümrük Birliği'nin güncellenmesi başta olmak üzere ülkemizin ticari çıkarlarını koruyacak adımların hızla atılması büyük önem taşıyor.

TİM olarak ihracatçı birliklerimizle süreci yakından izlerken, sahadaki varlığımızı da güçlendirmeye devam ediyoruz. 2026 yılı için hazırladığımız kapsamlı ticaret heyeti programı, bu yaklaşımın en somut yansımalarından biri. Beş kıtayı kapsayan bu programlarla ihracatçılarımızı yalnızca alıcılarla buluşturmakla kalmayacak; hedef pazarlarda kalıcı iş birliklerinin önünü açacağız.

Bu yıl aynı zamanda, gelişmiş pazarlara odaklanan yeni nesil TİM Vizyon Heyetleri dönemini başlattık. Firmalarımızı yalnızca birbir iş görüşmelerine değil; sektörel panellere, pazarın önde gelen aktörleriyle yapılacak stratejik buluşmalara da dâhil edeceğiz. Geleneksel pazarlarımızın yanı sıra stratejik ve yükselen pazarlarda da ihracatçılarımızın görünürlüğünü artıracğız.

Tüm bu çalışmalarla ihracatçılarımızın yükünü paylaşmayı, yeni pazarlara erişimini kolaylaştırmayı ve Türkiye'nin küresel ticaretteki konumunu daha da güçlendirmeyi hedefliyoruz. 2026 yolculuğunda da ihracatçılarımızla sahada omuz omuza ve kararlılıkla çalışmaya devam edeceğiz.

İŞİMİZ ÜRETİM GÜCÜMÜZ İHRACAT

DÜNYA TURU



DÜNYA

TRUMP, BM'NİN TEMEL İKLİM ANLAŞMASINDAN ÇEKİLDİ

Trump yönetiminin ABD'yi, 30 yılı aşkın süre önce Senato'nun oy birliğiyle onayladığı Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi'nden (UNFCCC) çekme kararı, hukuki tartışmaları beraberinde getirdi. Bazı hukukçular, bu tür uluslararası anlaşmalardan çıkış için Kongre onayının şart olduğunu savunuyor. Donald Trump, iklim politikalarını "ABD'nin ulusal çıkarlarına aykırı" olarak nitelendirerek UNFCCC, Paris İklim Anlaşması ve IPCC dâhil birçok BM kuruluşundan çekilme kararı aldı. Karar, ABD'nin küresel iklim müzakerelerinden tamamen ayrılması anlamına geliyor. Uzmanlara göre bu adım hem uluslararası iş birliğini zayıflatıyor hem de ciddi hukuki belirsizlikler yaratıyor.



AB

KİMYASAL DEĞERLENDİRMELERİ KOLAYLAŞTIRACAK YENİ KURALLAR

Avrupa Birliği'nde yürürlüğe girecek yeni değerlendirme, kimyasal güvenliğinin daha koordineli ve verimli biçimde ele alınmasını hedefliyor. Değerlendirmede, kimyasalların birçoğunun hem insanlara hem de çevreye zarar verebilecek özelliklere sahip olmasına rağmen, modern toplumda hayati bir rol oynadığı ve bu nedenle de kimyasalların sağlam ve koordineli değerlendirilmesinin gerektiği vurgulanıyor. 1 Ocak 2026'da yürürlüğe giren "tek madde, tek değerlendirme" (OSOA) yasalarının, oyuncaklar, gıda, böcek ilaçları ve biyositler gibi ürünleri kapsayan AB mevzuatı genelinde kimyasal değerlendirmeleri daha tutarlı, şeffaf ve verimli hâle getirmesi bekleniyor.



ASYA

SİPARİŞLER ARTTI, 2025 YILI GÜÇLÜ BİR ZEMİNDE KAPANDI

İhracat siparişlerindeki artış, yeni ürün lansmanları ve yapay zekâya yönelik güçlü talep sayesinde Asya'nın birçok büyük ekonomisinde imalat faaliyetleri yeniden büyüme eğilimine girdi. S&P Global PMI verileri, Güney Kore ve Tayvan gibi teknoloji ihracatçıları aylar süren daralmanın ardından aralık ayında toparlanma yaşandığını ortaya koydu. Çin'de de tatil öncesi siparişlerin etkisiyle beklenmedik bir iyileşme görüldü. Tayvan ve Güney Kore PMI endeksleri yeniden 50 eşik seviyesinin üzerine çıktı. Buna karşın Hindistan'da imalat büyümesi hız kesse de güçlü seyrini korudu. Singapur ise 2025 büyüme beklentisini yukarı yönlü revize etti.



ÇİN

KÜRESEL YATIRIMCILAR ÇİN YAPAY ZEKÂSINA YÖNELİYOR

ABD piyasalarında yapay zekâ hisselerine yönelik balon endişeleri artarken küresel yatırımcılar ilgilerini giderek Çin merkezli yapay zekâ şirketlerine yöneltiyor. Coğrafi ve tematik çeşitlendirme arayışı, Pekin'in teknoloji alanında bağımsızlık hedefiyle verdiği güçlü devlet destekleriyle birleşiyor. Çin, yerli yarı iletken ve yapay zekâ ekosistemini güçlendirmek için halka arzları hızlandırırken Moore Threads ve MetaX gibi çip üreticileri borsaya açılmış durumda. Yatırımcılar, Çin'in ABD ile arasındaki teknoloji farkını hızla kapattığını düşünüyor. Ruffer ve UBS gibi kurumlar da Çin teknoloji hisselerini öne çıkararak, yapay zekâ'nın ticarileşme potansiyeline dikkat çekiyor.



İTALYA

BORNEO ADASI AÇIKLARINDA DOĞAL GAZ REZERVLERİ BULUNDU

İtalyan enerji şirketi Eni, Endonezya'nın Borneo Adası açıklarında, Kalimantan'ın doğu kıyısından yaklaşık 50 km uzaklıkta yer alan Kutei Havzası'nda önemli doğal gaz rezervleri keşfettiğini duyurdu. Konta-1 adlı keşif kuyusunda dört gaz taşıyan rezervuar tespit edildi ve ilk tahminlere göre burada yaklaşık 600 milyar kübik feet gaz bulunuyor. Potansiyelinin ise 1 trilyon kübik feet'i aşabileceği değerlendiriliyor. Bu bulgu, Eni'nin bölgede yürüttüğü sondaj programına olan güveni artırırken 2026'da dört ek kuyunun daha delinmesi planlanıyor. Muara Bakau projesi, Malezya Petronas ile kurulan yeni ortak girişim kapsamındaki 19 arama bloğunun bir parçası olarak yürütülüyor.



UKRAYNA

HURDA İHRACATINA YASAK GETİRİLDİ

Ukrayna hükümeti, stratejik önemdeki hurda metal ihracatını 2026 sonuna kadar yasaklayarak sıfır ihracat kotası ve lisans rejimi getirdi. Bu kararla hurdanın yurt içinde işlenmesini teşvik etme, çelik üretimini ve katma değeri artırma, istihdam ve vergi gelirlerini güçlendirme amaçlanıyor. Hükümet yetkilileri hurda ihracatından elde edilen düşük verginin yerine, yerli işleme ile önemli ölçüde daha yüksek gelir sağlanacağını belirtiyor. Ayrıca hurda metal, savunma ihtiyaçları ve yeniden inşaat için kritik bir ham madde olarak kabul ediliyor. Bu adım, yabancı pazarlar yerine iç sanayiye korumayı ve çevresel hedeflere uyumu da destekliyor.

Türkiye'nin Ocak Ayı İhracatı 20,3 Milyar Dolar Oldu

2026'ya düşüşle başlayan ihracatta, otomotiv sektörü 3,1 milyar dolarla liderliğini korurken, onu 2,3 milyar dolarla kimyevi maddeler ve 1,3 milyar dolarla elektrik-elektronik takip etti. Son 12 aylık ihracat ise 272,5 milyar dolara ulaştı.



Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat: "İhracatta küçük bir azalış olunca dış ticaret açığında yüzde 11'lik bir artış gerçekleşti. Altın ve enerjiyi hariç tuttuğumuzda ihracatın ithalatı karşılama oranı yüzde 87,3 olarak kaldı."



Jeopolitik gerginliklere, korumacılık önlemlerine ve emek yoğun sektörlerde rekabetçilik sorunlarına rağmen 2025'te yüzde 4,5 artan ihracat, 2026'ya eksiyle başladı. Türkiye'nin Ocak ayında yüzde 3,9 düşen ihracatı 20,3 milyar dolarda kaldı. Son 12 aylık ihracat ise 272,5 milyar dolar oldu. Ocak ayı ihracat verileri Ticaret Bakanı Ömer Bolat ve Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe tarafından Ankara'da açıklandı.

"İHRACATIN İTHALATI KARŞILAMA ORANI YAKLAŞIK YÜZDE 71 OLDU"

Konuşmasına, ocak ayında genel olarak ihracatın durgun bir tempoda başladığına dikkat çekerek başlayan Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, "Mal ihracatımız 20 milyar 328 milyon dolar olarak gerçekleşti. Bu, Ocak 2025'e göre yüzde

3,9'luk bir azalış anlamına geliyor. Geçen yıl ocak ayında 21 milyar 161 milyon dolardı. Bunun en önemli nedeni özellikle takvim etkisi, işlenmiş altın ve enerji rafine petrol ürünleri ihracatımızdaki düşüş. Geçen yıl aralık ayında 3 milyar dolar ilave artış sağladığımız için yeni yılda mal ihracatında küçük bir azalış gerçekleşti. Bunun da en önemli sebebi 1 Ocak resmi tatilin perşembe gününe denk gelmesiydi. Bizim yaklaşık 1 milyar 100 milyon dolar ihracat yaptığımız bir gün. 2 Ocak Cuma günü birleştirilerek özel sektörde uzun bir tatil yapanlar oldu. Bu anlamda ortalama 1,5 milyar dolar ihracat yaptığımız cuma günü bizim açımızdan önemli bir kayıp olmuştur." ifadelerini kullandı.

Geçen ay dış ticaret açığının da 8,4 milyar dolar olduğunu ifade eden Bolat, "İhracatta küçük

bir azalış olunca dış ticaret açığında yüzde 11'lik bir artış gerçekleşti. Bu anlamda ihracatın ithalatı karşılama oranı da yaklaşık yüzde 71 oldu. Altın ve enerjiyi hariç tuttuğumuzda ihracatın ithalatı karşılama oranı yüzde 87,3 olarak kaldı." diye konuştu.

"GEÇEN YILIN AYNI AYINA GÖRE YÜZDE 3,9 EKSIDİYİZ"

TİM Başkanı Mustafa Gültepe, konuşmasında 2026 yılına arzu ettikleri şekilde bir başlangıç yapamadıklarını söyledi. Paritenin 1,1 milyar dolarlık katkısına rağmen ocak ayı ihracatının düşük gelmesinin düşündürücü olduğunu belirten Gültepe, şöyle devam etti: "Genel Ticaret Sistemi (GTS) kayıtlarına göre, ocakta 20,3 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirebildik. Geçen yılın aynı ayına göre yüzde 3,9 eksidedyiz. Son 12 aylık ihracatımız 272,5 milyar dolar oldu. Ocak ayında hizmet ihracatımızın 7,8 milyar dolar civarında geleceğini tahmin ediyoruz. Sektörler özelinde baktığımızda otomotiv 3,1 milyar dolarla yine ilk sırada yer aldı. Otomotivi, 2,3 milyar dolarla kimyevi maddeler, 1 milyar 342 milyon dolarla elektrik-elektronik, 1 milyar 341 milyon dolarla hazır giyim ve 1 milyar 85 milyon dolarla çelik takip etti. Toplamda 10 sektörümüz ihracatını artırırken, 16 sektörümüz ocak ayını ekside tamamladı. TİM verilerine göre 35 ilimiz ihracatını artırdı. En çok ihracat yapan beş ilimiz İstanbul, Kocaeli, Bursa, Ankara ve İzmir şeklinde sıralandı. Ocakta 964 firmamız ilk kez ihracat gerçekleştirdi. Birim ihracat değerimiz 1,54 dolar oldu. Parite geçen ay ihracatımıza 1,1 milyar dolar katkı verdi. En çok ihracat yaptığımız ülkeler Almanya, ABD, Birleşik Krallık, İtalya ve Irak şeklinde sıralandı. Toplamda

112 ülke ve bölgeye ihracatımız artarken 107'sinde düşüş oldu."

"AB'NİN MERCOSUR VE HİNDİSTAN STA'LARI İHRACATIMIZA OLUMSUZ YANSIR"

Mustafa Gültepe, 2026'ya 282 milyar dolarlık mal, 128 milyar dolarlık hizmet ihracatı olmak üzere

410 milyar dolarlık bir hedefle başladıklarını hatırlattı. Hedefe ulaşmak için mal ihracatını 9 milyar dolar, hizmet ihracatını ise 6 milyar dolar artırmak gerektiğini belirten Gültepe, şunları söyledi: "Oysa bizim orta ve uzun vadeli hedeflerimiz için daha fazlasını yapabilmemiz gerekiyor. Ancak son üç yılı çok sınırlı artışlarla tamamlayabildik. Dahası ihracatçıların yükü giderek ağırlaşıyor. Çünkü işçilikten enerjiye, hammaddeden işletme giderlerine kadar maliyetler artmaya devam ediyor. Küresel arenada da işler yolunda gitmiyor. Jeopolitik riskler artıyor, korumacılık duvarları örülüyor, pazara giriş şartları ağırlaşıyor. En büyük pazarımız Avrupa Birliği (AB), ticarette yeni ortaklıkların temellerini atıyor. AB önce Güney Ortak Pazarı (MERCOSUR) üyesi Güney Amerika ülkeleriyle Serbest Ticaret Anlaşması (STA) imzaladı. Hemen sonrasında Hindistan'la STA yaptı. Bu iki anlaşmanın orta ve uzun vadede bize mutlaaka olumsuz yansımaları olacak. Sadece Avrupa'da pazar kaybetmekle kalmayacağız. Hindistan ve Güney Amerika menşeli ürünlerin AB üzerinden Türkiye'ye gümrüksüz girişinin önü açılacak. Özellikle hazır giyim, otomotiv, mücevher, iklimlendirme, deri ve makine gibi sektörlerimiz olumsuz etkilenecek.

Dolayısıyla bizim de bir şeyler yapmamız gerekiyor. Gümrük Birliği'nin güncellenmesi dâhil benzer iş birlikleri için girişimlerimizi hızlandırmalıyız."

"UZAK-YAKIN DEMEDEN PAZAR ARAYIŞIMIZA DEVAM EDİYORUZ"

Mustafa Gültepe, TİM olarak bir yandan gelişmeleri yakından takip ederken diğer taraftan uzak-yakın demeden pazar arayışını sürdürdüklerini vurguladı. 2026 için kapsamlı bir ticaret heyeti programı hazırladıklarını hatırlatan Gültepe, "Bu yıl gelişmiş pazarlarda, yeni nesil TİM Vizyon Heyetleri dönemini başlattık. Programlarımızı sadece B2B görüşmelerle sınırlı tutmayıp, sektörel panellerde pazarın en önemli oyuncularını bir araya getireceğiz. Firmalarımızı geleneksel pazarlarımızın yanı sıra stratejik ve yeni pazarlarda alıcılarla buluşturacağız. Ocak ayında Etiyopya'ya ticaret heyetimizi gerçekleştirdik. Bu ay Fas, Tanzanya, Azerbaycan ve Almanya'da heyet programlarımız var. Yeni müşteri arayışındaki firmalarımıza bu programları takip etmelerini ve heyetlerde yer almalarını öneriyorum." dedi.

TİM Başkanı Mustafa Gültepe: "Bu yıl gelişmiş pazarlarda, yeni nesil TİM Vizyon Heyetleri dönemini başlattık. Firmalarımızı geleneksel pazarlarımızın yanı sıra stratejik ve yeni pazarlarda alıcılarla buluşturacağız."



Arap Birliği Ülkeleri Büyükelçiler Buluşması Trabzon'da Düzenlendi

Arap Birliği'ne üye ülkelerin diplomatik temsilcileri Türkiye İhracatçılar Meclisinin ev sahipliğinde Trabzon'da bir araya geldi.



Ticaret Bakanlığı ve Türkiye İhracatçılar Meclisinin (TİM) organizasyonu ile düzenlenen “Arap Birliği Ülkeleri Büyükelçiler Buluşması” programı Trabzon’da gerçekleştirildi. 15 üst düzey diplomatik temsilcinin katıldığı toplantıda Trabzon’un ticari ve turistik yönleri anlatıldı.

14 ÜLKEDE 13 BİN İKİLİ İŞ GÖRÜŞMESİ

Toplantıya ev sahipliği yapan TİM Başkanı Mustafa Gültepe açılış konuşmasında, Arap Birliği üyesi 14 ülkede geçen yıl 50 ticaret heyeti gerçekleştirdiklerini ve 74 fuara katıldıklarını belirtti. Gültepe, “Heyetlerimizde 720 Türk firmasını, 3 bin 400’e

yakın alıcıyla buluşturduk. Firmalarımız arasında 13 bin ikili iş görüşmesi gerçekleştirildi. Bu yıl da aynı hızla çalışmalarımıza devam edeceğiz.” diye konuştu.

Gültepe, firmaların rekabetçiliğini güçlendirmek için projeler yürüttüklerini de ifade ederek, sözlerini şöyle sürdürdü: “İnovasyondan tasarıma, sürdürülebilirlikten makro stratejilere kadar ihracat ailemiz için var gücümüzle çalışıyoruz. Bütün bu çalışmaları, Arap dünyasıyla geliştireceğimiz yeni iş birlikleri için güçlü bir zemin olarak görüyoruz. Türkiye ve Arap dünyası arasında kökleri derinlere inen, tarihi ve kültürel bağlar bulunuyor. Biz bu bağların ticari ilişkilerle

daha da güçleneceğine inanıyoruz.”

TÜRKİYE’NİN ARAP BİRLİĞİ’NE İHRACATI 49 MİLYAR DOLAR OLDU

Küresel ticaret için 2025’in zorlu bir yıl olduğuna işaret eden Gültepe, şunları kaydetti: “Çatışmalar, bölgesel gerilimler ve ticaret savaşlarının gölgesinde, küresel ticarete yeni dengeler ortaya çıktı. Bu süreç hâlâ devam ediyor. Biz bu zorlu dönemde 273,4 milyar dolar ihracatla Cumhuriyet tarihinin rekorunu kırdık. Mal ihracatımızı yüzde 4,5 artırdık. Hizmet ihracatı tarafında 122 milyar doları aşacağımızı tahmin ediyoruz. İhracatımızda otomotiv, kimya,

elektronik, hazır giyim ve çelik sektörlerimiz öne çıkıyor. Savunma ve havacılık, hububat ve mücevher sektörlerimizde dikkat çekici artışlar kaydettik.”

Gültepe, Arap Birliği ülkelerinin, yükselen gayrisafi yurt içi hasıllarıyla önemli bir ivme yakaladığına dikkati çekerek, “Bu rakamlar, bölgenin geleceği için büyük önem arz ediyor. Arap Ligi’nde Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Mısır, Cezayir ve Irak’ın ilk beş ekonomik büyüklüğe sahip olduğunu görüyoruz. Ayrıca önümüzdeki beş yılda, bölgedeki hemen her ülkenin önceki beş yıla göre daha fazla büyüyeceği öngörülüyor.” değerlendirmesinde bulundu.

Arap Birliği ülkelerinin 2024’te 1,2 trilyon dolarlık ithalat gerçekleştirdiğini dile getiren Gültepe, şöyle devam etti: “Bu ithalatla Birleşik Arap Emirlikleri, Suudi Arabistan, Mısır, Irak ve Fas başı çekiyor. Türkiye’nin, Arap Birliği’ne ihracatıysa yaklaşık 49 milyar dolar oldu. Değer olarak en yüksek rakama ulaştık da Arap Birliği ülkelerinin ithalatından aldığımız pay yüzde 3,9’la sınırlı kaldı. Oysa son 10 yılda Arap Birliği ülkelerinin ithalatına baktığımızda yüzde 50’nin üzerinde bir artış görüyoruz. Aynı dönemde Türkiye’nin Arap Birliği’nin ithalatından aldığı pay ise aynı kaldı. Dost ve kardeş Arap Birliği ülkelerine ihracatımızı hem oran hem de değer bazında artırmayı arzu ediyoruz.”

“KARŞILIKLI TİCARETTE 100 MİLYAR DOLAR HEDEFİNE ULAŞMAK İSTİYORUZ”

Arap ülkelerine ihracatta dikkat çekici bir sektörel dağılım olduğunu ifade eden Gültepe, “Kimya ilk sırada yer alırken hububat ikinci, mücevher sektörümüz üçüncü, çelik dördüncü ve mobilya sektörümüz beşinci sırada bulunuyor. 10 sektörde 1,5 milyar dolar sınırını aşmış

durumdayız. Ayrıca, Arap Birliği ülkelerine ihracatımızda potansiyel 326 ürün grubu tespit ettik.” diye konuştu. Gültepe, söz konusu ürün gruplarında Arap Birliği ülkelerine ihracatın iki katına çıkarılabileceğine işaret ederek, “Bu ve benzeri fırsatları değerlendirmemiz coğrafyamız adına önemli. Ticaret, dostluk köprüleri kurmanın en önemli yolu. Biz bu anlayışla kazan-kazan prensibiyle hareket ediyoruz. Karşılıklı ticarete 100 milyar dolar hedefine hızlıca ulaşmak istiyoruz.” ifadelerini kullandı.

“TÜRKLERİ HER ZAMAN STRATEJİK ORTAK OLARAK GÖRÜYORUZ”

Arap Diplomatik Misyonu Kıdemli Elçisi Mohammed Ali Lazreq ise “Bizler Arap ülkelerinin büyükelçileri olarak Türkleri her zaman stratejik ortak olarak görüyoruz. Sadece ticaret olarak değil insani ve kültürel yönlerden de ilişkilerimiz önem teşkil ediyor. Burada önemli bir dinamizm olduğunu söyleyebilirim. Ortak siyasi bir anlayış var. Ekonomik sınamalara birlikte karşı gelebiliriz.” dedi.

“ARAP-TÜRK TİCARET ODASI İLİŞKİLERE KURUMSAL ZEMİN HAZIRLAYACAK”

Arap Devletler Ligi’nin Türkiye nezdindeki Büyükelçisi Abdelhamid Hamza da Türkiye ile Arap ülkeleri arasındaki ekonomik ilişkilerin

derinleştirilmesine yönelik güçlü mesajlar verdi. TİM’in Arap ülkeleriyle ticari ilişkileri güçlendirmeye yönelik adımlarını memnuniyetle karşıladıklarını ifade eden Hamza, ticari heyetler, ortak fuarlar ve Arap ticaret ve sanayi odalarıyla geliştirilen temasların önemine dikkat çekti.

Hamza, İstanbul merkezli kurulması planlanan Arap-Türk Ticaret Odası ile ilgili olarak da söz konusu yapıyla birlikte Türkiye ile Arap ülkeleri arasındaki ticari ve yatırım ilişkilerine kurumsal bir zemin kazandırılacağını belirtti. Hamza, bu adımın iş dünyaları arasında doğrudan iletişimi güçlendireceğini söyledi.

TÜRK TİCARET BANKASININ TRABZON ŞUBESİ AÇILDI

Türk Ticaret Bankasının Trabzon Şubesi, Trabzon Ticaret ve Sanayi Odası binasında hizmete açıldı. Açılışa konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Türk Ticaret Bankasının, geçmişten bugüne ülkeye ve ekonomiye önemli hizmetler sunduğunu belirtti. Türkiye’nin büyümesinin ihracat ve üretim odaklı bir kalkınma modeliyle mümkün olacağını ifade eden Gültepe, “Bu doğrultuda, yalnızca ihracat yapan firmalara proje ve kredi bazlı destek sağlayacak bir bankaya ihracatçıların sahip olması büyük önem taşıyor. Bu yapının kıymeti, ilerleyen süreçte çok daha net şekilde ortaya çıkacak.” dedi.



İhracat Ailesi, Merkez Bankası Başkanı Fatih Karahan ile Bir Araya Geldi



Sektörel gelişmeler, para politikaları ve ihracatın finansmanına ilişkin başlıkların kapsamlı şekilde ele alındığı toplantıda, “Para Politikası ve Makroekonomik Görünüm” başlıklı sunum gerçekleştirildi.

TİM Genişletilmiş Başkanlar Kurulu Toplantısı, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) Başkanı Dr. Fatih Karahan'ın katılımıyla, TİM İstanbul Dış Ticaret Kompleksi Konferans Salonu'nda gerçekleştirildi. TİM Başkanı

Mustafa Gültepe'nin ev sahipliğinde düzenlenen toplantıya TİM Yönetim Kurulu üyeleri ile ihracatçı birlik başkanları katıldı.

Toplantıda sektörel gelişmeler, para politikaları ile ihracat ve ihracatın finansmanına ilişkin başlıklar kapsamlı şekilde ele alınırken, TCMB Başkanı Karahan ihracatçılara “Para Politikası ve Makroekonomik Görünüm” başlıklı bir sunum gerçekleştirdi. Karahan, fiyat istikrarı doğrultusunda aldıkları mesafeyi önemsediklerini ve beklentileri kalıcı kılmak için sıkı para politikası duruşunun sürdürüleceğini belirtti.

Türk ve Etiyopyalı Firmalar İlkli İş Görüşmelerinde Bulundu



Program kapsamında, farklı sektörlerde faaliyet gösteren 20'ye yakın Türk ihracatçısı, 140 Etiyopyalı firma ile birebir görüşmeler gerçekleştirdi.

Ticaret Bakanlığının koordinasyonunda ve Türkiye İhracatçılar Meclisinin (TİM) organizasyonu ile düzenlenen Etiyopya Genel Ticaret Heyeti, başkent Addis Ababa'da gerçekleştirildi. Türkiye ile Etiyopya arasındaki ticari iş birliğini derinleştirme hedefiyle düzenlenen program, iki ülke iş çevrelerini aynı platformda buluşturarak önemli bir ticari etkileşim ortamı sundu.

Program, T.C. Addis Ababa Büyükelçisi Berk Baran ile

Türkiye-Etiyopya iş dünyası temsilcilerinin katılımıyla başladı. Farklı sektörlerde faaliyet gösteren 20'ye yakın Türk ihracatçısı, 140 Etiyopyalı firma ile birebir görüşmeler gerçekleştirdi. Heyet kapsamında düzenlenen ikili iş görüşmelerinde, 350'yi aşkın ticari temas sağlandı.

Program, katılımcı firmaların yerel pazarı daha yakından tanımasına imkân sağlayan pazar araştırması ve firma ziyaretleri ile tamamlandı.



www.aselsan.com



aselsan

TİM-TÜBİTAK Yeşil İnovasyon Teknoloji Mentörlük Programı

KOBİ'lerin yeşil dönüşüm yolculuğunda ihtiyaç duyduğu mentörlük hizmetini sağlayan TİM-TÜBİTAK Yeşil İnovasyon Teknoloji Mentörlük Programı, yeşil dönüşümü somut adımlarla güçlendiriyor.



Türkiye İhracatçıları Meclisinin (TİM) çözüm ortağı olduğu TİM-TÜBİTAK Yeşil İnovasyon Teknoloji Mentörlük Programı, kurumların kendi hedefleri, yapıları ve ihtiyaçları doğrultusunda sürdürülebilirlik sistemlerini tasarlamalarına,

uygulamalarına ve izlenebilir bir şekilde yönetmelerine destek oluyor. Program, aynı zamanda KOBİ'lerin yeşil dönüşüm yolculuğunda ihtiyaç duyduğu mentörlük hizmetini sağlayarak dönüşümü somut adımlara dönüştürmeyi amaçlıyor.

Program kapsamında Türkiye genelinde faaliyet gösteren KO-Bİ'lerin yeşil dönüşüm alanındaki mevcut durumları analiz ediliyor; gelişime açık başlıklar belirleniyor ve bu alanlara yönelik uygulanabilir çözüm önerileri geliştiriliyor. Elde edilen bulgular doğrultusunda, KOBİ'ler için adım adım ilerleyen yol haritaları oluşturuluyor ve bu süreç, fiziki ve dijital mentörlük desteğiyle güçlendirilerek sahaya taşınıyor.

PROGRAMIN HEDEFLERİ

TİM-TÜBİTAK Yeşil İnovasyon Teknoloji Mentörlük Programı, alanında uzman mentörlerin rehberliğinde Türkiye genelindeki KOBİ'lerin yeşil dönüşüm süreçlerini bütüncül bir yaklaşımla ele almayı hedefliyor. Program kapsamında;

- KOBİ'lerin yeşil dönüşüm alanındaki mevcut durumları tespit ediliyor,
- Boşluk analiziyle iyileştirme gerektiren öncelikli başlıklar belirleniyor,
- Belirlenen ihtiyaçlara yönelik çözümlerin hayata geçirilmesini sağlayacak uygulanabilir yol haritaları oluşturuluyor.

PROGRAMIN İŞLEYİŞİ VE SÜRESİ

Program süresince mentörler, Kurumsal Sürdürülebilirlik



Beliz Türkdönmez Şimşek
HTS Metal Kalıp Otomotiv Yan Sanayi ve Ticaret AŞ Mali ve İdari İşler Yöneticisi

“Yeşil Dönüşüm Süreçlerine Yönelik Farkındalığımız Arttı”

Otomotiv yan sanayisinde farklı ürünlerin üretiminde faaliyet gösteren HTS Metal Kalıp Otomotiv Yan Sanayi ve Ticaret AŞ, zamanında, hızlı ve kaliteli üretim anlayışıyla tercih edilen bir tedarikçi konumunda. HTS Metal Mali ve İdari İşler Yöneticisi Beliz Türkdönmez Şimşek, TİM-TÜBİTAK Yeşil İnovasyon Teknoloji Mentörlük Programı kapsamında edindiği mentörlük desteğiyle yeşil dönüşüm süreçlerini daha sistemli bir zemine oturtturarak yol haritasını somutlaştırdığını belirtiyor.

TİM-TÜBİTAK Yeşil İnovasyon Teknoloji Mentörlük Programı'nı nereden duydunuz?

Programdan, tarafımıza iletilen bilgilendirme e-postaları aracılığıyla haberdar olduk.

Programa katılmaya nasıl karar verdiniz?

İhracat yaptığımız müşterilerimizden gelen talepler doğrultusunda, yeşil dönüşüm ve sürdürülebilirlik konularının önümüzdeki dönemde ticari faaliyetlerimiz açısından kaçınılmaz bir gereklilik olacağını öngördük. Bu alanda sistemli ve doğru bir şekilde ilerlemek; çalışmalarla sağlam bir zeminde başlamak ve doğru yol haritasını oluşturmak amacıyla programa katılmaya karar verdik.

Programa katılmadan önce beklentileriniz nelerdi?

Yeşil inovasyon ve teknoloji alanında güncel bilgiye erişmek, mentörlük desteğiyle projelerimizi doğru şekilde yapılandırmak, teknik ve stratejik bakış açısı kazanmak ve uzun vadede uygulanabilir çıktılar elde etmek temel beklentilerimiz arasındaydı.

Program sonucunda elde ettiğiniz çıktıları ve sağlanan katkıları nasıl değerlendirirsiniz?

Program süresince sağlanan mentörlük, yönlendirme ve bilgi paylaşımı sayesinde projelerimizi daha net hedeflerle ele alma fırsatı bulduk. Yeşil dönüşüm süreçlerimize yönelik farkındalığımız arttı; yol haritamız daha somut hale geldi ve teknik açıdan önemli kazanımlar elde ettik. Genel olarak programın şirketimize değerli katkılar sağladığını düşünüyoruz.

TİM-TÜBİTAK Yeşil İnovasyon Teknoloji Mentörlük Programı'nı diğer firmalara tavsiye eder misiniz?

Evet. Özellikle sürdürülebilirlik ve yeşil inovasyon alanında gelişmeyi hedefleyen, bu konuları stratejik bir öncelik olarak gören firmalara programı kesinlikle tavsiye ederiz.

Sistemi kapsamında eşleştirildikleri firmalarla birlikte belirlenen gün ve saatlerde, haftada bir gün ve en az 4 saat olmak üzere şirket ziyaretleri gerçekleştirir. Bu ziyaretlerde KOBİ'lerin yeşil dönüşüm süreçlerinin geliştirilmesine yönelik çalışmalar adım adım ele alınır; ihtiyaçlar tespit edilir, öncelikler netleştirilir ve uygulamaya dönük aksiyonlar mentörlük desteğiyle şekillendirilir.

Süreç, Sürdürülebilirlik Plat-

formu üzerinden de kesintisiz biçimde devam eder. Firmalar, www.greentim.com aracılığıyla ilgili mentörleriyle eşleştirilir ve yeşil dönüşümün geliştirilmesine yönelik çalışmalar çevrim içi ortamda düzenli olarak sürdürülür. Böylece program, sahadaki yüz yüze mentörlüğü dijital takip ve yönlendirme mekanizmalarıyla tamamlayan bütüncül bir yapıya kavuşur.

Programın finansmanı TÜBİTAK'ın yüzde 90 desteği ve KOBİ'lerin yüzde 10 katkısı

ile sağlanır. Program sonunda, KOBİ'nin altı aylık proje bedeli olan 280.000 TL'nin yüzde 10'u (28.000 TL) ile yüzde 20 KDV (56.000 TL) dâhil olmak üzere toplam 84.000 TL ödeme yapılması gerekmektedir.

Yeşil dönüşümü yalnızca bir hedef olarak değil, ölçülebilir ve yönetilebilir bir dönüşüm süreci olarak ele alan program; KOBİ'lere hem stratejik çerçeve hem de uygulama disiplini kazandırarak çevresel hedeflere ilerleyişte güçlü bir kaldıraç işlevi görür.

NEDEN 2026 DAHA AZ SANCILI GEÇECEK?

2025, dünya genelinde pek çok insanın zorluklarla mücadele ettiği bir yıl oldu. Ekonomik belirsizlikler, siyasi istikrarsızlıklar ve sosyal huzursuzluk, toplumları derin bir kaygı içine sokarken, insanlar gelecek için umutsuz bir beklentiyle dolmaya başladı. 2026'nın daha umutlu bir dönem olacağına dair inanç taşıyorum. Ancak farklı bir sebepten...



PROF. DR. EMRE ALKIN

Fernando Pessoa'nın, "Huzursuzluğun Kitabı"ndaki çarpıcı bir cümlede ifade ettiği üzere "O kadar kayıtsızdı ki, bu kadar kayıtsızlık ancak çok acı çekenlerde olur." Bu kayıtsızlık, içsel bir huzursuzluğun derin köklerini yansıtmakla birlikte bir kurtuluş umudunu da beraberinde taşıyor.

Duygusal ve psikolojik yorgunluğun zirveye ulaştığı 2025'in ardından, birçok insanın içinde kaybolmuş bir umut barındırması kaçınılmazdır. Viktor Frankl'inin, "İnsanın anlam arayışı" kitabında anlattığı hayatta kalmak için sebep yaratmak, yalnızca zorluk içinde olanlara mahsustur önermesi, bu süreçte büyük bir anlam kazanıyor. Tarih boyunca çok zor şartlar altında yaşamaya devam eden bireylerin, hayatın anlamını bulabilme çabası, toplumsal direnç ve dayanışma biçimlerinde belirgin bir şekilde kendini gösteriyor.

Tarih, zorluklar karşısında anlam arayışı içinde olanların hikâyeleriyle doludur. Nazi toplama kamplarında hayatta kalanlar veya Roma İmparatorluğu'nun çöküşü sırasında kaybolan aristokrasinin hikâyeleri, geçmişte yaşanan zorlukların insanlar üzerindeki etkilerini gözler önüne seriyor. Yazar Zülfü Livaneli'nin romanlarındaki karakterler de benzer bir kayıtsızlık içinde boğulurken, bir-

çok insan anlam ve amaç bulmak için mücadele ediyor.

TOPLUMSAL YAPININ İVİLEŞTİRİLMESİ

Peki, bu çürüyen düzeni ve fakirliği kim düzeltebilir? Süreçlere tanıklık eden iki yaklaşım var: Güçlendirilmiş demokrasi ve iyi kalpli otokratlar. Güçlendirilmiş demokrasi, insan haklarına saygı, halkın katılımı ve hesap verebilirlik üzerine kurulmuş. Bu tür bir sistem, toplumsal adaletin sağlanmasına da zemin hazırlar. Norveç ve Danimarka gibi ülkeler, sosyal demokratik yapılarını benimseyerek, bireylerine daha iyi bir yaşam sunmayı başarmış.

Öte yandan, "iyi kalpli otokratlar" fikirleri de tartışılabilir. Bu tür liderlerin, toplumu belli bir düzende tutabilme becerileri olsa da uzun vadede sürdürülebilirliklerini sorgulamak gerekiyor. Latin Amerika, Asya ve Doğu Avrupa'daki güçlü liderlik dönemleri, kısa vadeli çözümler sunarken, toplumsal demokratik gelişim üzerine olumsuz etkiler yaratmış. Bu tür yönetimlerin, önce hakkaniyetli davranıp sonra koltukta kalmak için halkın sesini susturması uzun vadede toplumsal huzursuzlukları artırıyor. Hitler ve Mussolini'nin seçimle iş başına geldiklerini unutmayalım.

Ancak bazı tarihçiler, "güçlü bir liderin otoritesi, toplumları istikrara kavuşturacak en etkili yol olabilir" düşüncesini öne sürüyor. Bu da kimin öne çıkması gerektiğini sorgulamamıza neden oluyor.

2026 YILINDA UMUT VE YENİLİK

Sonuç olarak, 2026 yılı hem zorlukların üstesinden gelme hem de yeni anlamlar yaratma fırsatı sunan bir dönem olma potansiyelini barındırıyor. İnsanlar, geçmişte yaşadıkları acılardan ders alarak, daha anlamlı ve tatmin edici bir yaşam arayışına girebilir. Aslında Fernando Pessoa'nın belirttiği kayıtsızlık, her bireyin içinde barındırdığı bir acı ve huzursuzluk hâli olarak karşımıza çıkıyor. Ancak bu huzursuzluğun, bireyleri daha güçlü hâle getireceğine inanmak, insan ruhunun en özsel yanlarından. Bende de bu beklenti var açıkçası.

Zorluklar içinde anlam yaratma çabası hayatta kalmanın ötesine geçmemizi sağlarken, aynı zamanda toplumsal yapının yenilenmesine de katkıda bulunuyor. Bu noktada bilinçli ve kararlı bir toplum oluşturmak için sadece demokrasiye sınırlanmak, toplumun geleceği için kritik bir adım olacak. Bireylerin özgür iradesiyle güçlendirilmiş bir demokratik yapı, yalnızca toplumsal değişim ve dönüşümü sağlamakla kalmayarak aynı zamanda daha güçlü ve adil bir dünya yaratmanın da yolunu açıyor. Tabii bu uzun bir yol. Kısa yolu tercih edenlerin akabeti ortadayken insanlık aynı hataları üst üste yapmaya devam edecek gibi gözüküyor.

Geçmişte yaşanan zorlukların ve kayıtsızlık dönemlerinin, bireylerin kendilerini sorgulama ve mevcut durumlarının üzerinden geçmelerini sağlamak açısından büyük önemi var. Tarih boyunca zor koşullar altında hayatta ka-

2026, bir takvim değişikliğinin ötesinde bireylerin geçmişte yaşadıkları acılardan ders alarak daha anlamlı ve tatmin edici bir yaşam arayışına girmek durumunda oldukları bir dönemi temsil ediyor.

lanlar, anlam arayışları sayesinde güçlü bir direniş sergileyebilmişler. Ancak, konfor içinde boğulan bireylerin kayıtsızlığı ve bilinçsizliği, toplumsal çöküş zemin hazırlamış. Bu nedenle, toplumların zorluklarla yüzleşme ve onları aşma yeteneğini geliştirmek, gelecekteki istikrar için kritik bir gereklilik hâline geliyor. Burada liderlere büyük iş düşüyor. Mitch McConnell'in, "The Long Game" kitabında yazdığı gibi liderler ne zaman haklı dinleyeceklerini ve ne zaman liderlik edeceklerini iyi bilmeliler. Kitlenin talepleri her zaman doğru yola götürmez. Menfaat gruplarının iktisadi taleplerini yerine getirerek iktidarda kalırken, toplumsal menfaati yerle bir etmek de her zaman mümkündür.

GEÇİŞ SÜRECİNDE YÖNETİCİLERİN ROLÜ

Bence insanlık önemli bir geçiş sürecinde. Böyle bir dönemde şu soruyu sorabilmek önemli: Bu geçiş sürecinde hangi yöneticilik biçimleri ön plana çıkmalı? Güçlendirilmiş demokrasiler, insanları aktif katılımcı olmaya davet ederken, onlara seslerini duyurma imkânı tanır. Bireylerin eğitimlerinin, bilinçlenmelerinin ve kendilerini ifade etmelerinin önünü açarak, toplumsal bağları güçlendirebilir. Örnek vermek gerekirse Almanya'nın, sosyal demokratik yapısı, insan haklarına ve sosyal adalete dayalı bir toplum yaratmak adına önemli adımlar attı ve bu yolda önemli ilerlemeler kaydetti. Ancak son 10 yılda özgür düşünceye karşı gelişen ve güçlenen akımlar Almanya'nın

hem siyasi hem de ekonomik olarak gerilemesi sonucunu yarattı. Belki "iyi kalpli otokratlar" fikri bazıları tarafından etkili bir yönetim biçimi olarak görülse de bu tür liderlerin genellikle halkın iradesini göz ardı etme potansiyeli bulunuyor. Sadece 20. yüzyıla ait birçok örneğe baktığımızda, halkın sesini susturan ve kısa vadede bazı kazanımlar sağlayan, ancak uzun dönemde özgürlükleri kısıtlayarak toplumda derin yaralar açan birçok mutsuz son bulabiliriz.

GELECEĞE DAİR UMUT

2026, sadece bir takvim değişikliğinin ötesinde bireylerin geçmişte yaşadıkları acılardan ders alarak daha anlamlı ve tatmin edici bir yaşam arayışına girmek durumunda oldukları bir dönemi temsil ediyor. Bu doğrultuda da kişilerin kendi sessizliğinden çıkmaları, toplumda seslerini duyurmaları ve değişim talep etmeleri büyük önem taşıyor.

Zorlukların aşılmasının yalnızca bireysel irade ile mümkün olamayacağını hatırlamalı, toplumsal dayanışmanın ve demokratik değerlerin önemini sürekli vurgulamalıyız. Belirsizlik ve kayıtsızlık içinde yaşarken güçlü bir toplum adına her bireyin üzerine düşen sorumluluklar var. Bugün yaşanan çarpıklıkları ancak dipten yukarı bir dalga ile aşabiliriz. Tepeden aşağıya insanlık adına makbul bir çözüm gelmeyeceği belli. Gelecek, bizlerin hayal gücüyle şekillenecek; bu nedenle tereddüt yerine eyleme geçmeli ve daha güçlü bir toplumsal yapı inşa etmeliyiz.

YAZARIN NOTU

Bugün yaşanan çarpıklıkları ancak ve ancak dipten yukarı bir dalga ile aşabiliriz. Tepeden aşağıya insanlık adına makbul bir çözüm gelmeyeceği belli. Gelecek, bizlerin hayal gücüyle şekillenecek; bu nedenle tereddüt yerine eyleme geçmeli ve daha güçlü bir toplumsal yapı inşa etmeliyiz.

Küresel Korumacılık Duvarlarına Rağmen İhracatta Tam Yol İleri

Küresel ticarete artan belirsizlikler, bölgesel çatışmalar ve yükselen gümrük duvarlarının gölgesinde geçen 2025 yılında Türkiye, ihracat performansı ile pozitif ayrışmayı başardı. Son beş yıllık süreçte ihracatını en çok artıran ülkelerden biri olarak emek yoğun sektörlerdeki maliyet baskısına rağmen, Türkiye'nin mal ihracatı yıllık bazda yüzde 4,5 artışla 273,4 milyar dolara ulaştı.



Dünya ticareti için oldukça sancılı bir dönem olarak kayıtlara geçen 2025, zayıf dış talep, yakın coğrafyadaki savaşlar ve jeopolitik gerilimlerin yanı sıra ülkelerin kendi pazarlarını korumak adına yükselttiği korumacılık duvarlarıyla birlikte ihracatçı ülkeler için ciddi sınav niteliği taşıyan bir yıl oldu. Türkiye ise dış ticaretteki zorlu konjonktüre rağmen büyüme rotasını korumaya devam ederek ihracatta önemli bir başarıya imza attı.

Özellikle katma değeri yüksek sektörlerin performansının dikkat çektiği 2025 yılında, Türkiye'nin toplam ihracatı bir önceki yıla kıyasla yüzde 4,5 artış göstererek 273,4 milyar dolara ulaştı. Aralık ayında yakalanan 26,4 milyar dolarlık aylık performans ise tüm zamanların en yüksek aylık değeri olarak kayıtlara geçti. Böylece 2021 yılından bu yana kesintisiz süren ihracat artış trendi, aralıksız beşinci yılına taşınmış oldu. Türkiye, COVID-19'dan sonraki beş yıllık süreçte ihracatını en çok artıran ülkelerden biri oldu. Ülkeye gelen uluslararası doğrudan yatırımlar son 23 yılda 13,5 milyar dolardan 284 milyar dolara çıktı; ülkedeki yabancı yatırımcı sayısı ise 5 bin 600'den 87 bine yükseldi.

18 SEKTÖR İHRACATINI ARTIRDI

2025 yılında toplam 27 sektörden 18'i ihracatını artırarak ülke ekonomisine döviz kazandırmaya devam etti. İhracat tablosu sektörel bazda incelendiğinde, yılın yıldızı tartışmasız savunma ve havacılık sanayisi oldu. Tüm zamanların rekorunu kıran sektör, ihracatını yüzde 48,72 oranında artırarak 10 milyar dolar barajını aştı. Artış hızında savunma sanayisini, yüzde 17,35'lik büyüme oranı ve 2,24 milyar dolarlık hacmiyle gemi, yat ve hizmetleri sektörü takip etti.

Listenin başarılı oyuncularından bir diğeri ise süs bitkileri ve mamulleri oldu. Sektör yüzde 13,37'lik artışla ihracatını yaklaşık 160 milyon dolara taşıdı.

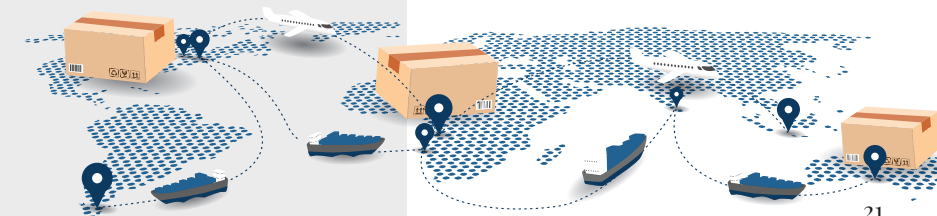
Türkiye ihracatının lokomotif konumundaki otomotiv endüstrisi liderliğini sürdürmeyi başardı. Sektör, yüzde 11,58'lik bir büyüme ile toplamda 41,5 milyar dolarlık devasa bir ihracat rakamına ulaştı. Benzer şekilde tarım grubunda yaş meyve ve sebze sektörü yüzde 8,86 artışla 3,7 milyar doları yakalarken, tütün sektörü de yüzde 8,4'lük yükselişle 1 milyar dolar sınırının üzerine çıktı.

Sanayi grubunun diğer ağır toparlarından kimyevi maddeler sektörü yaklaşık 32 milyar dolar, elektrik ve elektronik sektörü 17,7 milyar dolar ve çelik sektörü 16,5 milyar dolarlık ihracatlarıyla büyümeye katkı sağlayan diğer önemli endüstriler arasında yer aldı. Hububat, madencilik, mücevher ve iklimlendirme de yılı artışla kapatan sektörlerden oldu. Hububat sektörü 12,4 milyar dolar, mücevher 7,9 milyar dolar, iklimlendirme 7,3 milyar dolar, madencilik ise 6,2 milyar dolar ihracatla yılı tamamladı.

KÜRESEL DARALMA SEKİZ SEKTÖRÜ VURDU

Türkiye'nin genel ihracat tablosundaki pozitif seyre rağmen bazı sektörler 2025 yılını kayıpla kapattı. 26 ana sektörden sekizinin ihracatında, bir önceki yıla göre gerileme yaşandı. Küresel talepteki dalgalanmalar, iklim koşullarının tarımsal rekolteye etkileri ve uluslararası

Türkiye, 2021 yılından bu yana kesintisiz süren ihracat artış trendini, aralıksız beşinci yılına taşıyarak COVID-19'dan sonraki beş yıllık süreçte ihracatını en çok artıran ülkelerden biri oldu.



Türkiye'nin Yıllara Göre İhracatı

169,6
milyar dolar

2020

225,7
milyar dolar

2021

254,1
milyar dolar

2022



Doğu Karadeniz, İhracatta Yılı Düşüşle Kapattı

Trabzon, Rize, Artvin ve Gümüşhane illerini kapsayan Doğu Karadeniz Bölgesi, 2025 yılını 1,4 milyar dolar ihracatla kapattı. 2025 yılının 12 ayında, Doğu Karadeniz'den gerçekleşen ihracatın; 1, 073 milyar doları Trabzon'dan, 203,5 milyon doları Rize'den, 106,7 milyon doları Gümüşhane'den ve 74,8 milyon doları ise Artvin'den gerçekleştiği açıklandı. Bölge illerinden gerçekleşen ihracatta bir önceki yılın aynı dönemine göre, Gümüşhane'den gerçekleştirilen ihracatta yüzde 36 oranında artış yaşanırken; Trabzon'dan gerçekleştirilen ihracatta yüzde 21, Rize'den gerçekleştirilen ihracatta yüzde 15 ve Artvin'den gerçekleştirilen ihracatta yüzde 6 düşüş görüldü.

2025 yılında Trabzon, Rize, Artvin ve Gümüşhane illerinden en fazla ihracat gerçekleştirilen sektörler; 553,1 milyon dolarla fındık ve mamulleri, 224,3 milyon dolarla su ürünleri ve hayvancılık mamulleri, 220,7 milyon dolarla maden ve metaller, 151,6 milyon dolar ile yaş meyve sebze olarak sıralandı. 144 farklı ülkeye ihracat yapan bölgenin, en fazla ihracat yaptığı ilk beş ülke İtalya, Rusya, Gürcistan, Bulgaristan ve Almanya olarak sıralandı. Bu ülkelerden Bulgaristan'a yapılan ihracatta yüzde 12 artış yaşanırken; Rusya'ya yapılan ihracatta yüzde 21, İtalya'ya yapılan ihracatta yüzde 13, Gürcistan'a yapılan ihracatta yüzde 4, Almanya'ya yapılan ihracatta ise yüzde 53 düşüş yaşandı. Geçen yıldan farklı olarak Doğu Karadeniz'den; Kuzey İrlanda, Belize, Arjantin, Gine-Bissau, El Salvador, Sierra Leone, Gine, Maldiv Adaları, Namibya, Mikronezya, Etiyopya ve Surinam olmak üzere 12 farklı ülkeye daha ihracat gerçekleştirildi.

Güneydoğu Anadolu Bölgesinin İhracatı 12 Milyar Doları Geçti

Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri (GAİB), 2025 yılında ihracatta istikrarlı büyümesini sürdürdü. Aralık ayında 2024 yılının aynı ayına kıyasla yüzde 4,6 artış gösteren bölge ihracatı, 1,1 milyar dolar olarak kayda geçerken, 2025 yılındaki toplam ihracatı yüzde 2,7 artışla 12,4 milyar dolara ulaştı.

Bölge ihracatında Orta Doğu ülkeleri yüzde 40 pay ile ilk sırada yer alırken Afrika ülkeleri yüzde 16,3 pay ile ikinci, Avrupa Birliği ülkeleri ise yüzde 15,7 pay ile üçüncü sırada yer aldı. Toplam 200 ülkeye ihracat gerçekleştirilirken; Irak, ABD, Suriye, İngiltere, Almanya, İtalya, Suudi Arabistan, İran, Libya ve Cibuti en fazla ihracat yapılan ülkeler arasında öne çıktı.

Ürün grupları incelendiğinde makine halıları başta olmak üzere pastacılık ürünleri, plastikler ve mamulleri, kumaşlar, iplikler, bitkisel yağlar, değirmencilik ürünleri, ağaç ve orman ürünleri ile tufte halılar bölge ihracatının lokomotif kalemleri olarak dikkat çekti. 2025 yılında bölgenin hububat ihracatı 3,2 milyar dolar, halı ihracatı 1,9 milyar dolar, tekstil ihracatı 1,9 milyar dolar, kimyevi maddeler ihracatı 1 milyar dolar, hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı 197 milyon dolar, çimento ihracatı 98 milyon dolar olarak gerçekleşti.

Bölgenin lokomotif ili Gaziantep, 2025 yılında 10,1 milyar dolarlık ihracatla Türkiye'nin en fazla ihracat yapan altıncı ili konumunda. Tekstil ve ham maddeleri, hububat-bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri, halı, kimyevi maddeler ile ağaç ve orman ürünleri ise şehrin ihracatında öne çıkan sektörler arasında yer aldı.

Ege Bölgesi için 2025, Büyüme Değil, Dayanıklılık Yılı Oldu

Küresel belirsizliklere rağmen 2025 yılında, 18,5 milyar dolar ihracat gerçekleştiren Ege İhracatçı Birlikleri (EİB), 2025'i; dünya ekonomisinin, "ılımlı ama kırılğan büyüme" ve yüksek jeopolitik/finansal risklerin birlikte seyrettiği bir yıl olarak değerlendirdi. 2025 yılında, Ege Bölgesi'ndeki bazı sektörler maliyet baskısına rağmen üretimini sürdürürken bazı sektörler ise kârlılığı korumak adına bilinçli bir daralma yaşadı. Hububat, bakliyat ve yağlı tohumlar, demir ve demir dışı metaller, su ürünleri ve hayvansal mamuller, tütün ve maden ihracatını artıran sektörler arasında yer aldı. Yıllık bazda parite artışının ortalama yüzde 6 olduğu bölgenin ihracatı, 2024 yılına göre yüzde 1 oranında arttı. Bu artış, parite etkisinden arındırıldığında ise ihracatın, 2025'te 2024'e göre yüzde 1,7 oranında azaldığı görülüyor.

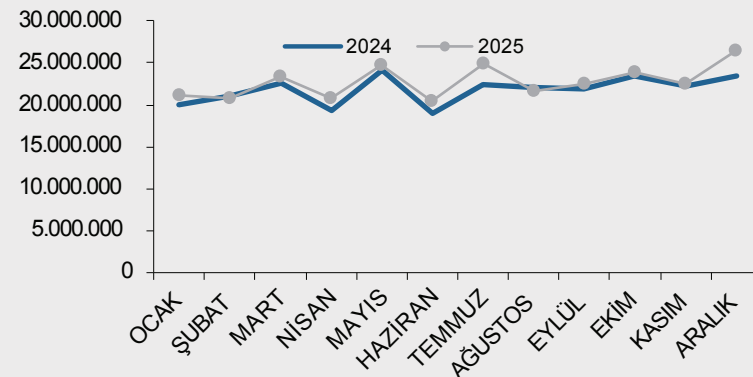
2025 yılında büyüme oranlarının tarihsel ortalamaların altında kaldığını ifade eden Ege İhracatçı Birlikleri Koordinatör Başkanı Jak Eskinazi, 2025 yılında ihracatçının karşı karşıya kaldığı durumu ve bölge ihracatını şöyle değerlendirdi: "Geçen yıl enflasyonun, büyük ekonomide kademeli olarak gerilediğini gördük fakat bu durum hâlâ tamamen çözülmüş değil. Faizlerdeki kademeli düşüş, özellikle 2024'te baskılanan özel talep ve yatırımlar için kısmi destek sağlarken borçlanma maliyetleri hâlâ pandemi öncesine göre yüksek kalıyor. Artan korumacılık ve ticaret bariyerleri, küresel ticaret hacmini baskılıyor; 2025 ve sonrasında ticaret politikası belirsizliğinin yüksek seyretmesi bekleniyor. 2026 yılında üretimi merkeze alan, uzun vadeli ödüllendiren, risk alanı koruyan ve sanayiye güçlendiren bir yaklaşım gerekli. Aksi hâlde 2026, birçok sektör için dayanıklılığın zorlandığı bir yıl olmaya devam edecek."

pazarlardaki rekabet koşulları, özellikle tarım ve tekstil odaklı sektörlerdeki düşüşü tetikleyen unsurlar olarak öne çıktı.

Düşüş yaşayan sektörler arasında en sert kayıp zeytin ve zeytinyağında yaşandı. Sektörün ihracatı yüzde 39 oranında azalarak 496 milyon dolara geriledi. Tarımsal ürünlerdeki bir diğer önemli kayıp ise Türkiye'nin dün-

ya lideri olduğu fındıkta yaşandı. Fındık ve mamulleri sektörü, geçen yılı yüzde 14,51'lik düşüşle 2,25 milyar dolar seviyesinde tamamladı. Gıda grubunda kuru meyve ve mamulleri ile meyve sebze mamulleri de sırasıyla yüzde 6,12 ve yüzde 5,18 oranında ekşi yönlü ilerleyerek yılı düşüşle kapatan sektörler arasına girdi. Sanayi ve moda endüstrisinde

AYLAR BAZINDA TOPLAM İHRACAT



Türkiye, Üst Gelir Grubu Ülkeler Arasındaki Yerini Sağlamlaştırdı

Son 23 yılda Türkiye ekonomisi dolar bazında 6 kat büyürken, mal ihracatı 7,3 kat, hizmetler ihracatı ise 8,3 kat artış yaşadı. Türkiye, 1,5 trilyon doları aşan ekonomik büyüklüğü ve 820 milyar doları geçen dış ticaret hacmiyle küresel arenada üst gelir grubu ülkeler arasındaki yerini sağlamlaştırdı.

Bu süreçte enflasyonun son 48 ayın en düşük seviyesine gerilemesi ve işsizlik oranlarının 31 aydır tek hanede tutulabilmesi ihracat odaklı büyüme modelinin istihdama olan katkısını ortaya koydu. İmalat PMI endeksinin 49 düzeyine yükselmesi ise sanayi üretimindeki toparlanmanın somut göstergelerinden biri olarak değerlendirildi.



2025 yılında savunma ve havacılık sanayisinden elde edilen yeni sözleşmelerin toplam değeri 17,8 milyar dolara ulaşarak önceki yılın sözleşme hacmine göre yaklaşık yüzde 78 oranında arttı.

ise hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün ihracatı, yüzde 6,40 oranında düşürek 16,7 milyar dolara geriledi. Benzer şekilde deri ve deri mamulleri sektörü yüzde 5,35'lik bir kayıp yaşarken, halı sektörü yüzde 1, tekstil ve ham maddeleri ise yüzde 0,92 oranında düşüş kaydetti. Bu sekiz sektördeki gerilemeye rağmen altı sektördeki düşüşün tek haneli oranlarda kalması, kayıpların derinleşmesini engelledi.

SAVUNMA SANAYİSİ YÜZDE 40'IN ÜZERİNDE ARTIŞ YAŞADI

Türkiye'nin savunma ve havacılık sanayisi, 2025 yılı ihracat performansı ile en yüksek büyümeyi yaşayarak 10 milyar dolar barajını aştı. Sektörün dış satımları, bir önceki yılın 7,1 milyar dolarlık seviyesinden önemli bir yükselişle 10 milyar 54 milyon dolar olarak gerçekleşti ve yaklaşık yüzde 48 oranında artış sağlandı. Bu artış, Türkiye'nin

savunma ve havacılık ürünlerinin uluslararası pazardaki talebinin ciddi oranda güçlendiğini ortaya koydu.

Mal ve hizmet ihracatının detaylarına bakıldığında, savunma ve havacılık ürünlerinin 9,87 milyar dolarlık mal ihracatı ve 184 milyon dolarlık hizmet ihracatı ile toplamda 10 milyar doları aştığı; aralık ayında ise tek başına 2,5 milyar doların üzerinde aylık ihracat gerçekleştirdiği kaydedildi.

Savunma ve havacılık sanayisinin artan performansı, ülkenin toplam ihracatı içindeki payını da büyüttü. 2022'de toplam ihracat içindeki payı yüzde 1,7 seviyesinde olan sektörün payı, 2025 itibarıyla yüzde 3,7'ye ulaştı. İhracattaki büyüme sadece mevcut satışlardan değil yeni sözleşmelerin artışından da kaynaklanıyor. 2025 yılında elde edilen yeni sözleşmelerin toplam değeri 17,8 milyar dolara ulaşarak önceki yılın sözleşme hacmine göre yaklaşık yüzde 78 oranında arttı.

Türkiye'nin Yıllara Göre İhracatı

255,6
milyar dolar
2023

261,7
milyar dolar
2024

273,4
milyar dolar
2025

Orta Anadolu, 31,4 Milyar Dolarlık İhracat Gerçekleştirdi

Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri'nin (OAİB) ihracatı, 2025 yılında geçen yıla göre yüzde 15,4 artarak 31,4 milyar dolara yükseldi. Bünyesindeki beşi sektörel, üçü bölgesel, sekiz ihracatçı birliğinde yaklaşık 45 bin üyesi bulunan OAİB, yüzde 13,2'lik payıyla Türkiye'nin toplam ihracatında üçüncü sırada yer aldı. Savunma ve havacılık sanayisinde toplam ihracat yüzde 48,8 artışla 10 milyar dolar olurken iklimlendirme sanayisinin ihracatı yüzde 3,5 artışla 7,4 milyar dolar, çimento, cam, seramik ve toprak ürünlerinin ihracatı yüzde 4,4 artışla 4,7 milyar dolara, süs bitkileri ve mamulleri ihracatı ise yüzde 13,7 artışla 160 milyon dolara yükseldi.

İhracatçı firmaların sektör ve yatırım çeşitliliğine sahip sanayi yapısının 2025 sonuçlarına da yansıdığını belirten OAİB Koordinatör Başkanı Erdem Çenesiz, "OAİB'in ihracat performansı sınırlı sayıda sektöre değil, geniş bir sanayi tabanına dayanıyor. Birliklerimizin verileri, bölgemizin çok katmanlı bir üretim ve ihracat yapısına sahip olduğunu açık biçimde gösteriyor. Genel Sekreterliğimize bağlı, stratejik sektörlerdeki ihracatçı birlikleri sadece Orta Anadolu'nun değil, tüm Türkiye'nin ihracatçı birliği görevlerini yürütüyor. Bu sektörlerin tek çatıdan koordinasyonunu sağlayan OAİB, aynı zamanda hububat, mobilya ve demir gibi yüksek üretim gücüne sahip sektörlerde iştigal eden, güçlü birlikleri de bünyesinde barındırıyor. Bu yapı, ihracatımızın bilgiye dayalı üretim, teknolojik yetkinlik ve tasarım kabiliyeti üzerinden güçlenmesini mümkün kılıyor. Finansman ve maliyet baskılarının arttığı, uluslararası alanda fiyat rekabetinin zorlaştığı dönemlerde katma değeri artırarak rekabet edebilme gücümüz, ihracatımızın sürdürülebilirliğini destekleyen temel unsurlardan biri. İhracatçıların değişen küresel koşullara uyum kapasitelerini artırabilmeleri, yüksek katma değerli ihracatı kalıcı hâle getirecek çalışmalara kesintisiz devam etmeleri de en büyük hedefimiz.

UİB 2025'i Güçlü Büyüme ile Tamamladı

Türkiye'nin genel sekreterlik bazında en fazla ihracat yapan ikinci birliği olan Uludağ İhracatçı Birlikleri'nin (UİB) 2025 yılı Aralık ayı ihracatı, 3,8 milyar dolar olarak gerçekleşti. UİB'in 2025 yılındaki toplam ihracatı ise yüzde 12,1'lik artışla 43,2 milyar dolara ulaştı. Özellikle otomotiv sektörü, aralık ayında gerçekleştirdiği 3,3 milyar doları aşan ihracatı ve yıl genelinde ulaşılan 36,7 milyar dolarlık hacimle dikkat çekti. Tekstil ve hazır giyim, katma değerli üretim ve sürdürülebilirlik odaklı ihracat anlayışıyla yılı artışla kapatan sektörlerden oldu. Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği, 2025 yılında 1,2 milyar dolar, Uludağ Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği ise 847,1 milyon dolar ihracat gerçekleştirdi.

Tarım ve gıda tarafında ise meyve sebze mamulleri ile yaş meyve sebze ihracatı, özellikle Aralık ayında yakalanan çift haneli artışlarla UİB'in ihracatını güçlendiren sektörlerden oldu. 2025 yılı genelinde meyve ve sebze sektörü 290,7 milyon dolar ihracat gerçekleştirirken yaş meyve sebze sektörü ise 189 milyon dolar ihracat gerçekleştirdi.

Bölgenin 2025 yılı ihracat rakamlarını değerlendiren UİB Koordinatör Başkanı Baran Çelik, "2025 yılında küresel çapta yaşanan tüm zorluklara rağmen üreticilerimiz ve ihracatçılarımızın dirençli ve fedakarca çalışmaları ile Uludağ İhracatçı Birlikleri Türkiye'nin en fazla ihracat yapan ikinci birliği olma özelliğini sürdürdü. Ayrıca UİB'in, Türkiye'nin genel ihracatı içindeki payı da yüzde 18,2 oldu. Başarılarla dolu yolculuğumuzda her zaman yanımızda olan değerli üretici ve ihracatçılarımıza teşekkür ediyoruz." dedi.





HİZMET İHRACATININ 123 MİLYAR DOLARI AŞMASI BEKLENİYOR

2024 yılında yıl 115 milyar doları aşan ihracatıyla küresel hizmet ihracatından yüzde 1,32 pay alan Türkiye hizmet sektörü, Türkiye'nin ekonomi arenasındaki en güçlü dayanaklarından biri olmaya devam ediyor. 2000'li yılların başında yaklaşık 15 milyar dolar seviyelerinde olan hizmet ihracatı; 2005 yılında 27,8 milyar dolara ulaşırken, 2010'lu yıllarda 50 milyar dolar, 2023 yılında ise 100 milyar dolar sınırını aştı.

Özellikle son 20 yılda, ekonominin en dinamik ve dengeleyici güçlerinden biri hâline gelen hizmet ihracatı, 2025 yılında da gücüne güç katmayı sürdürdü. 2024 yılın 117,1 milyar dolar olarak kaydedilen hizmet ihracatı, aynı dönemde 61,3 milyar dolarlık net hizmet ticareti fazlası vererek cari açığın kapatılmasında kritik bir rol oynadı.

2025 de Türkiye'nin küresel hizmet ticaretindeki ağırlığını his-

settirdiği bir yıl oldu. Yıl boyunca turizmde sağlığa, yazılımdan lojistiğe pek çok alt sektörde vites artırıldı. 2025'te hizmetler ihracatında net 6 milyar dolar artış olduğu ve yıllık hizmetler ihracatının da 123 milyar doları bulduğu öngörülüyor. Bu tabloya göre 2025 sonu itibarıyla hizmetler ihracatının, 122,5 milyar dolar seviyesine ulaşması bekleniyor. Tahminler, mal ve hizmet ihracatının ise 396,5 milyar doları bulacağı yönünde. Hizmetler ihracatının 2026 yılı hedefi 128 milyar dolar olarak belirlendi.

“HİZMET İHRACATINDA HEDEFLERİMİZİ EYLÜL AYINDA YAKALADIK”

Yıllık ihracat değerlendirmesinde hizmetler ihracatının başarısına değinen Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, 2025 yılı için belirlenen 121 milyar dolarlık hedefe, eylül ayı itibarıyla ulaşıldığını vurguladı. Eylül ayında hizmetler ihracatının 121,9 milyar dolar olarak kaydedildiğini ve yıl sonunda bu rakamın, 123 milyar dolar olacağını beklediklerini ifade eden Erdoğan, değerlendirmesine şöyle devam etti: “Geçen yıl, 2025 , için mal ve hizmet ihracatına yönelik hedefimizi 390 milyar dolar olarak paylaşmıştım. Küresel ekonomideki tüm zorluklara ve artan belirsizliklere rağmen mal ve hizmet ihracatımız 396,5 milyar dolarla hedefimizi aşmış durumda. Mal ve hizmet ihracatındaki bu olumlu tablo, cari işlemler dengesindeki iyileşmeyi de beraberinde getiriyor. Cari işlemler açığının millî gelire olan payı, tarihi ortalamaların altında seyrediyor. Yıl sonunda yüzde 1,4 ile Orta Vadeli Program ile uyumlu bir oran bekliyoruz. Cari işlemler dengesinde sağladığımız bu iyileşmeleri kalıcı hâle getirerek Türkiye ekonomisini daha dayanıklı bir konuma yükselteceğiz.”

“KİMYA, TÜRKİYE’NİN İHRACATTAKİ STRATEJİK ÖNCÜSÜ OLMAYA DEVAM EDİYOR”



Adil Pelister
TİM Başkan Vekili
İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İKMİB) Başkanı

Kimya sektörünün gerek sanayiye güçlü kasları gerek ihracattaki istikrarlı performansı Türkiye ekonomisine güç katıyor. Hayatın her alanına dokunan, 16 alt sektörüyle birlikte 27 ana sektörü doğrudan besleyen kimya sektörümüz, ihracattaki başarılı grafiğiyle de ülkemizin küresel ticaretteki lokomotif sektörleri arasında ikinci sırada geliyor. 2025 yılını da küresel ölçekli ve çok boyutlu tüm zorluklara rağmen yıllık bazda yüzde 3,8 büyüyerek 31,9 milyar dolarlık ihracatla kapattık.

16 alt sektörün 12'sinde yükseliş sürerken 2025 yılının en fazla ihracat gerçekleştiren alt sektörü 9,6 milyar dolarlık ihracat performansı ile plastikler ve mamulleri sektörü oldu. Mineral yakıtlar ve ürünler sektörü 7,1 milyar dolar ile ikinci sıraya yerleşirken, anorganik kimyasallar 3,7 milyar dolar ile kimya ihracatında üçüncü sıraya yerleşti. Uçucu yağlar, kozmetikler ve sabun 2,3 milyar dolar ile dördüncü sırada yer alırken, eczacılık ürünleri de 1,8 milyar dolar ihracat ile kimyada en fazla ihracat gerçekleştiren beşinci sektör oldu.

Kimya sektörü, 2025 yılında 238 ülke ve bölgeye ihracat gerçekleştiren 2025 yılında kimya sektörünün en fazla ihracat yaptığı ülkeler arasında Avrupa bölgesindeki ülkeler başı çekti. Geçtiğimiz yıl kimyada en fazla ihracat yapılan ülke Hollanda olurken, ilk 10 ülke arasında Hollanda'nın ardından sırasıyla Romanya, İtalya, Almanya, Birleşik Arap Emirlikleri, İspanya, ABD, Rusya Federasyonu, Irak ve İngiltere yer aldı. 2025 yılında kimyevi maddeler ve mamulleri ihracatı yapılan ilk 20 ülke arasında en çok artış ise yüzde 346,13 artış oranı ile Birleşik Arap Emirlikleri'nde oldu.

“SANAYİMİZ, YÜKSEK KATMA DEĞERLİ ÜRÜNLERLE İHRACATTA EŞİK ATLAYACAK”

2026 yılına ise İKMİB olarak çizdiğimiz stratejik vizyon ve geniş perspektifli bir yol haritası kapsamında 35 milyar dolarlık hedefle adım attık. Önümüzdeki dönem için sanayimizin ölçek büyütmesi ve yüksek katma değerli ürünlerle ihracatta eşik atlaması en büyük arzumuz. Bu doğrultuda İKMİB çatısı altında birleşen kimya ihracatçılarımız için geleceğe miras kalacak adımlar atmaya birlik olarak devam edeceğiz.

Vizyon 2030 stratejimiz doğrultusunda ortaya koyduğumuz, sektörümüzü geleceğe taşıyacak adımlar arasında Türkiye Kimya Ajansı aşamasına geçiyoruz. Kimyasalların sürdürülebilir yönetimi konusunda bilgi merkezi ve düzenleyici otorite işlevi görmek amacıyla bir uzmanlık ve düzenleyici ara yüz kuruluşu olarak konumlanması için 2025 yılında ön fizibilite çalışmalarına başladık. Önümüzdeki dönemde Türkiye Kimya Ajansı ile birlikte Türkiye Kimya Sektör Şurası'nı da gerçekleştirmeyi planlıyoruz. İhracatta yakaladığımız başarı ve istikrar dolu bu sürecin, yönetimde sağladığımız birlik ve sürdürülebilir anlayışı ile devam edeceğine inanıyoruz.



Sektörümüz 2025 yılını, küresel ölçekli ve çok boyutlu tüm zorluklara rağmen yıllık bazda yüzde 3,8 büyüyerek 31,9 milyar dolarlık ihracatla kapattı.

2025 sonu itibarıyla hizmetler ihracatının, 122,5 milyar dolar seviyesine ulaşması bekleniyor. Tahminler, mal ve hizmet ihracatının ise 396,5 milyar doları bulacağı yönünde.

“HEDEFİMİZ, İHRACAT ARTIŞINI SÜRDÜRÜLEBİLİR KILMAK”



Baran Çelik
TİM Yönetim Kurulu Üyesi
Otomotiv Endüstrisi
İhracatçıları Birliği Başkanı

2025 yılı, küresel ekonomideki belirsizliklere, talep dalgalanmalarına ve maliyet baskılarına rağmen Türk otomotiv sektörü açısından son derece güçlü bir yıl oldu. Otomotiv endüstrisi olarak ihracatımızı yüzde 11,6 artırarak 41,5 milyar dolara taşıdık ve böylece son 20 yılın 19’unda ihracat şampiyonu olma geleneğimizi sürdürdük. Bu başarı, sektörümüzün esnek üretim kabiliyeti, yüksek mühendislik altyapısı ve küresel pazarlardaki dönüşüme hızlı uyum sağlama yeteneğinin açık bir göstergesi. Özellikle Avrupa Birliği pazarındaki yapısal değişime zamanında adapte olmamız, katma değeri yüksek üretim anlayışımızla birleşince bu performans ortaya çıktı.

Özetle Otomotiv endüstrisi 2025 yılında yaşanan zorluklara rağmen ülkemizin ihracat odaklı büyümesine katkı sunmaya devam etti. Türkiye otomotiv sektörü ülke ihracatından aldığı yüzde 17,5 oranındaki pay ile ülkemiz ihracatının 2025 yılında da lider sektörü oldu. 2025 Mayıs ayında yaklaşık 4 milyar dolar ile aylık bazda otomotiv tarihimizin en yüksek ihracat rakamına ulaşıldı. 2025 yılında aylık ortalama ihracat ise 3,45 milyar dolar olarak gerçekleşti.

2025 yılı ihracatına en önemli katkırı ticari araçlar yaptı. Eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar segmentinde yüzde 28, otobüs-midibüs segmentinde yüzde 30, çekiciler ihracatında ise yüzde 54 gibi yüksek artış oranlarıyla, alt sektörlerimizin ne kadar dinamik ve rekabetçi bir performans ortaya koyduğunu görüyoruz. Özellikle ticari araçlarda üretilen yeni modellerin ihracatımıza pozitif katkılarını yıl boyunca gözlemle-

dik. Otobüs üretiminde zaten hem konvansiyonel motorlu hem de alternatif enerjili araç üretiminde çok iyi durumdayız.

Tedarik endüstrisi ihracatımız yüzde 6 artış ve 15,7 milyar dolar ile toplam sektör ihracatının yaklaşık yüzde 38’ini oluşturdu ve bu alandaki gücümüzü bir kez daha ortaya koydu. Binek otomobil ihracatımız da yüzde 4 artışla 2025 yılını kapattı. Bu iki ürün grubunun otomotiv ihracatımızdaki payı çok yüksek. Bu nedenle tek haneli artışların bile pozitif etkileri güçlü oluyor.

“2026'DA TALEBİN DEVAM EDECEĞİNİ ÖNGÖRÜYORUZ”

Bizim temel hedefimiz ihracat artışını sürdürülebilir kılmak. Her yıl bir önceki yılın üzerine çıkmak hedefiyle yola çıkıyoruz. Bu çerçevede, 2025 yılında elde ettiğimiz başarıyı 2026 yılında geliştirmeye odaklanacağız. Küresel çapta yaşanan tüm olumsuzluklara rağmen 2026 yılında sektördeki talebin devam edeceğini öngörüyoruz. 2026 yılı için ihracatımızda 2025 yılına kıyasla yaklaşık yüzde 4'lük bir artış oranı ile 43 milyar dolarlık bir hedef belirledik.

Diğer taraftan hedefimizi sadece rakamsal büyüme ile sınırlamıyoruz. Biz bu dönemi, üretimin doğasının değiştiği yeni bir sanayi fazı olarak görüyoruz. Daha az karbon salımı, daha fazla teknoloji ve daha yüksek katma değer temel önceliklerimiz olacak. Elektrifikasyon, dijitalleşme, batarya teknolojileri ve sürdürülebilir üretim alanlarında attığımız adımlar, 2026 ve sonrasında Türk otomotiv sektörünü küresel rekabette daha üst bir lige taşıyacak.

“ZORLU GEÇEN 2025’İ YÜKSELİŞLE KAPATTIK, 2026 DAHA İYİ OLACAK”



Çetin Tecdelioğlu
TİM Başkan Vekili
İstanbul Demir ve Demir Dışı
Metaller İhracatçıları Birliği
(İDDMİB) Yönetim Kurulu
Başkanı

2025, dünya konjonktürünün çok karışık olduğu, küresel politikaların belirsizliğini koruduğu ve ABD seçiminin ardından yaşanan seçim ve tarife belirsizlikleri ile kargaşalarının yaşandığı bir yıl oldu. Bu yıl dünyada tedirginlik vardı. Böyle ortamlarda ticaret artmaz, çünkü ticaret güven ve düzgün işleyen karşılıklı ilişkiler ister. Biler böyle bir dönemde dahi ihracatımızı artırdık. Bu da Türk ihracatçısının, Türkiye İhracatçılar Meclisimizin ve ihracatçı birliklerimizin çok önemli bir başarısıdır.

Alüminyum sektörü ihracatı geçen yıl yüzde 8,77 artış ile 5,36 milyar dolara, bakır sektörünün yüzde 25,3 artışla 2,79 milyar dolara, hırdavat sektörünün yüzde 2,4 artış ile 11,9 milyar dolara, metal ambalajın yüzde 4,6 artışla 517,6 milyon dolara, döküm sektörü ihracatının yüzde 2,3 artış ile 11,51 milyar dolara, yapı malzemelerinin yüzde 6,15 artışla 31,6 milyar dolara, armatür sektör ihracatının da yüzde 1,4 artış ile 4 milyar dolara yükseldi. Genel mutfak sektörü ihracatı ise anti-damping belirsizlikleri sebebiyle yüzde 3,3 azalışla 5,47 milyar dolara geriledi.

“YURT DIŞI FAALİYETLER YÜKSELİŞİN ANAHTARI OLDU”

Geçen yıl fuarlar, milli katılımlar, uluslararası konferanslar, ticaret heyetleri ve UR-GE'ler başta olmak üzere toplamda 35 tane yurt dışı faaliyetimiz oldu. Bu yaptığımız faaliyetlerle de aslında tarihi bir rekor kırdık. Hiçbir zaman bu kadar fazla firmayı götürdüğümüz, B2B yaptığımız ve daha fazla metrekarede

katıldığımız bir yıl olmadı. İşte biz bu ilişkiler ile müşterilerimize son derece yakın durarak 2025 yılında ihracatımızı artırmayı başarabildik.

2026 yılının 2025'ten daha iyi geçmesini bekliyoruz. Öncelikle Avrupa Birliği ile olan Gümrük Birliği anlaşmamızda bir güncelleme bekleniyor. Çevre ülkelerdeki savaşların bitmesi ile özellikle Suriye'de büyük bir pazar bekliyoruz. Ukrayna-Rusya Savaşı ile ilgili bir uzlaşma ve iyileşmeye yakınlaşma var. Savaşın bitmesi ile o bölgede bir pazar çeşitlenmesi olacak. Ayrıca, Türkiye'nin şu an sürdürülebilir şekilde devam ettiği 24 tane Serbest Ticaret Anlaşması'nın (STA) yanında müzakereleri tamamlanan ve müzakerelerin devam ettiği başka STA'lar da var. Bu ticari diploması içinde Türkiye'nin karşılıklı olarak iş birliği yapacağı ülkeler bizim ticaretimize ve ihracatımıza ciddi bir etki yapacak.

Geçen yıl, ihracatçıların en sıkıntılı olduğu konulardan biri yüksek faiz ve düşük kur makasına oldu. 2025'te yüksek faizle çok zorlanıyorduk, kârımızı faize veriyorduk, hatta zarar ediyorduk. İşletmeler ciddi anlamda zarar yılı yaşadı. 2026'nın ise zarardan kurtulup artıya geçtiğimiz bir yıl olacağını umuyoruz. 2026 yılında euro/dolar paritesinde de yükseliş bekliyoruz. Biz ihracatımızın yüzde 55'e yakını euro bölgesine yapıyoruz. 2026 yılında paritenin 1,25'lerin üzerine çıkacağı, doların daha ucuz, euro'nun ise daha kıymetli olacağı yönünde beklentilerimiz var. Yani içeride dolar kuru üzerindeki baskıyı, paritedeki yükseliş tolere edecek.

Geçen yıl fuarlar, millî katılımlar, uluslararası konferanslar, ticaret heyetleri ve UR-GE'ler başta olmak üzere toplamda 35 tane yurt dışı faaliyetimiz oldu; bu faaliyetlerle tarihi bir rekor kırdık.

“ELEKTRİK-ELEKTRONİK SEKTÖRÜ İHRACATTA İLK KEZ ÜÇÜNCÜ SIRAYA YÜKSELDİ”



Mehmet Kavaklıoğlu
TİM Sektörler Konseyi
Üyesi Elektrik ve Elektronik
İhracatçıları Birliği Yönetim
Kurulu Başkan Yardımcısı

2025 yılında Türkiye elektrik ve elektronik sektörü, bir önceki yıla göre yüzde 6 artışla 18 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirerek Türkiye ihracatında ilk kez üçüncü sıraya yükseldi. Küresel ekonomik yavaşlama ve sınırlı talep koşulları dikkate alındığında başarılı bir performans olduğunu söyleyebiliriz. Alt ürün gruplarımıza bakıldığında; elektrik üretim ve dağıtım ekipmanları 6,9 milyar dolarla öne çıkarken, kablo ürün grubu 3,9 milyar dolar, beyaz eşya 3,82 milyar dolar, elektronik ürünler ise 3,41 milyar dolarlık ihracat hacmine ulaştı. Özellikle elektrik dağıtım ekipmanları ile kablo ürünleri, bir önceki yıla göre ortalama yüzde 15 oranında değer artışıyla dikkat çekici bir ivme yakaladı.

2025 yılında geleneksel güçlü alanlarımız olan beyaz eşya, tüketici elektroniği ve kablo ürünlerinin yanında, endüstriyel elektronik ve güç sistemleri gibi orta-yüksek/yüksek teknoloji ürünlerinin ihracat içindeki payının artması dikkat çekiyor. Küresel ölçekte çevre odaklı regülasyonlar, dijitalleşme ve yapay zekâ yatırımlarının enerji talebini artırması, Türkiye’de özellikle elektrik üretim-dağıtım ekipmanları ve kablo alt sektörlerinde büyüme ivmesi yarattı. Öte yandan Avrupa’da süregelen ekonomik durgunluk ve Çin başta olmak üzere Uzak Doğu’nun agresif fiyatlama stratejileri, fiyat hassasiyeti yüksek segmentlerde rekabet baskısını artırdı. Jeopolitik gerilimler ve bölgesel belirsizlikler, tedarik zinciri ve lojistikte ilave risk ve maliyet unsurları doğurdu. Yurt içinde üretim/enerji/finansman maliyetlerindeki artış ve kur seviyesinin rekabeti yeterince desteklememesi, üreticilerimizi dış pazarlarda zorlayan temel başlıklardan oldu.

2025 yılı itibarıyla elektrik-elektronik sektöründe ihracat artışının sürdürülebilirliğini sağlayan temel unsur; katma değeri yüksek ürünlere dayalı, Avrupa ülkelerinin yanında ABD ve komşu ülkelerimiz ve Afrika pazarına odaklanan bir sürecin başlamasıdır. Bu yaklaşım, sektörün küresel rekabet baskılarına karşı daha dayanıklı hâle gelmesini sağlayarak orta vadede istikrarlı ihracat artışı için güçlü bir zemin oluşturuyor. Özellikle ABD ve Suriye’ye yapılan ihracatın artışı, bu yönelimin açıkça göstergesidir.

Elektrik ve elektronik sektörünün Suriye’ye ihracatı bir önceki yıla göre yaklaşık yüzde 68 artarak 226,7 milyon dolara ulaşarak artış tutarı 85 milyon dolar seviyesinde gerçekleşti. Bu artış, klasik ihracat pazarlarından farklı olarak tüketim odaklı değil, yeniden işler hâle getirme sürecine dayanan bir talep yapısını yansıtıyor. 2025 yılında ABD’ye ihracatta kaydedilen yüzde 46’lık artış, Türkiye’nin bu pazarda “yüksek performanslı orta segment ürün” tedarikçisi olarak konumlandığını gösteriyor. ABD regülasyonlarına uyum, teknik sertifikasyon kabiliyeti ve tedarik sürelerindeki avantaj, bu büyümeyi destekleyen temel unsurlar arasında.



2025 yılında ABD’ye ihracatta kaydedilen yüzde 46’lık artış, Türkiye’nin bu pazarda “yüksek performanslı orta segment ürün” tedarikçisi olarak konumlandığını gösteriyor.

EMNİYETLİ VE KUSURSUZ UÇAK BAKIM HİZMETİ SUNAN MRO



mytechnic.aero

myTECHNIC_MRO

mytechnic



Sabiha Gökçen Uluslararası Havalimanı,
İstanbul / Türkiye

Tel: +90 (216) 588 05 70
Faks: +90 (216) 588 05 72



“TÜRKİYE’DE YÜKSEK VE ORTA-YÜKSEK TEKNOLOJİLİ İHRACATIN PAYI YÜZDE 43,5”



Kutlu Karavelioğlu
TİM Başkan Vekili
Makina ve Aksamları
İhracatçıları Birliği Yönetim
Kurulu Başkanı

Türkiye’de 2025 yılında yüksek teknoloji ürün ihracatı yüzde 12,7, orta-yüksek teknoloji ürün ihracatı ise yüzde 10,6 oranında arttı. 112 milyar dolara ulaşan tutar ve yüzde 43,5 pay ile bu grupların genel ihracatı önemli ölçüde yukarı taşıdı. Türkiye’nin, Avrupa Birliği’nin en büyük beş ticaret ortağından biri konumuna yükselmesinde, katma değerli ürün ihracatının arkasında yer alan müşterek AR-GE ve teknoloji ekosisteminin belirleyici bir rolü bulunuyor. Hava ve kara araçları, makine, elektrik-elektronik, savunma sistemleri ve yazılım

gibi teknoloji yoğun sektörler; ortak mühendislik birikimi, üretim kabiliyeti ve teknolojik dönüşüm zemini üzerinde yükselerek küresel pazarlarda rekabet gücümüzü artırıyor. Güçlü sanayi altyapımız sektörler arası bilgi transferini, teknoloji sınıflarının yukarı taşınmasını ve tüm ihracat kompozisyonunun dönüşümünü mümkün kılıyor. Başta Ankara ve Konya olmak üzere Orta Anadolu’da yoğunlaşan üretim altyapısı da bu ekosistemin önemli bir parçası olarak Türkiye’nin sanayisinin bütüncül biçimde ileriye taşınmasına önemli katkı sağlıyor.

“KİLOGRAM BİRİM FİYATIYLA DERİ, EN DEĞERLİ DÖRDÜNCÜ SEKTÖR”



Güven Karaca
İstanbul Deri ve Deri
Mamulleri İhracatçıları Birliği
(İDMİB) Yönetim Kurulu
Başkanı

Hedef pazarları oluşturan ülkelerdeki yüksek enflasyon ve yüksek faiz oranları tüketim alışkanlıklarını değiştirdi. Pazarlarımızın daraldığı 2025’te ihracatta kilogram başına ortalama birim fiyatımız 13,9 dolar oldu. Bu veriyle sektörümüz mücevher, savunma ve havacılık sanayi ve hazır giyim ve konfeksiyon sektörlerinin ardından en değerli dördüncü sektör oldu. Alt ürün grup bazında da ayakkabı ihracatı yüzde 11,7 düşüş ile 774,8 milyon dolar, sarıya ihracatı yüzde 3,1 artış ile 247,4 milyon dolar, deri ve kürk konfeksiyon ihracatı yüzde 17,2 artış ile 226,6 milyon dolar, mamül deri ve kürk ihracatı yüzde 9 düşüş ile 195 milyon dolar olarak gerçekleşti. Sektörümüz 2025 yılında yüksek üretim maliyetleri sebebiyle dış pazarlarda ihracat kaybı yaşadı. Ülkemizin gururu olan yerel markalarımızın da ithalatı tercih etmesi, sektörümüzdeki

firmalarımızın kâr edememesi ve satış hedeflerini tutturamaması sonucu üretim kapasitelerimiz de düştü.

2021 yılını 566 milyon dolar dış ticaret fazlası ile kapatan sektör, 2022 yılında 241 milyon dolar dış ticaret fazlası vermişti. Sonraki yıllarda denge negatif yönde değişti ve 2024’te 1,1 milyar doların üzerinde, 2025 Ocak-Kasım döneminde ise 1 milyar dolar üzerinde dış ticaret açığı verdi. Dünyanın en büyük deri ve kürk ithalatçısı Amerika’ya, üretilen her dört deri ceketten birini ihraç ediyoruz. AB ülkeleri, sektörümüzün toplam ihracatımızda yüzde 40,7’lik payla birinci sırada. Orta Doğu ülkeleri yüzde 12 payla ikinci, eski Doğu Bloku ülkeleri yüzde 11,7’lik payla üçüncü, Amerika ülkeleri yüzde 8,4’lük payla dördüncü, Afrika ülkeleri de yüzde 7,6’lık payla beşinci sırada yer alıyor.

“BÜYÜME HEDEFLERİNİN GERÇEKLEŞTİRİLMESİ İÇİN İHRACAT TABANA YAYILMALI ”



Ahmet Fikret Kileci
TİM Başkan Vekili
Güneydoğu Anadolu Tekstil ve
Hammaddeleri İhracatçıları
Birliği Yönetim Kurulu Başkanı

2025 yılını, ihracatçımızın büyük özverisiyle mal ihracatında 273,4 milyar dolarla tamamladık. Hizmet ihracatında ise 122 milyar dolar seviyesine ulaştığımızı tahmin ediyoruz. Bu rakamlar Türkiye ekonomisinin dinamizmini göstermesi açısından son derece kıymetli. 2025’te değer bazındaki ihracat artışımızın yüzde 60’ı aşan bölümü; otomotiv, savunma sanayi ve mücevher gibi lokomotif sektörlerimizdeki sadece beş öncü firmanın üstlendiğini görüyoruz. Buna ek olarak 5,4 milyar dolarlık da pozitif bir parite etkisi söz konusu. Bu özel performansı ve parite etkisini ayırdığımızda, ihracatın tabana yayılımında sorun yaşadığımızı,

büyümenin genelde arzu ettiğimiz ölçüde yansımadığını görüyoruz. İhracattaki büyüme hedefleri göz önüne alındığında bu, şapkayı önümüze koyup düşünmemiz gereken bir tabloya işaret ediyor.

2025’te değer bazındaki ihracat artışının büyük bölümü sınırlı sayıda firmadan geldi. İhracata başlayan firma sayısında da düşüş olduğu görülüyor. 2023 yılında ihracata başlayan firma 18 bine yakinken bu sayı geçen yıl, 12 bin 600’lere kadar geriledi. İki yılda yüzde 30’a yakın bir gerileme var. Dünyada en çok ihracat gerçekleştiren ilk 10 ülke arasında yer almak adına, mevcut tabloyu tersine çevirmek durumundayız.

“TÜRKİYE 2025 YILINDA ÜRÜN GÜVENİLİRLİĞİNİ DAHA İLERİ BİR NOKTAYA TAŞIDI”



Ahmet Tiryakioğlu
TİM Hububat Bakliyat Yağlı
Tohumlar ve Mamulleri Sektör
Kurulu Başkanı

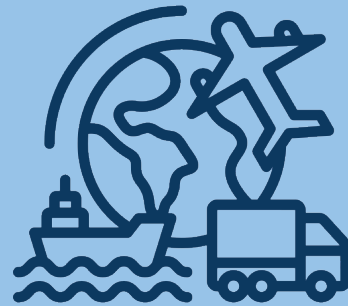
2025 yılında küresel ticareti doğrudan etkileyen gelişmelere rağmen Hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektörü büyük bir dayanıklılık sergiledi. Sektör 2025 yılında toplam 12,4 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Sektör ihracatı değer bazında ise yüzde 3,9 oranında bir yükseliş gösterdi. İhracat sıralamasında, 1,4 milyar dolara yakın tutar ve yüzde 47,7’lik artışla çikolata ve kakao bazlı ürünler ilk sırayı alırken ikinci sırada yüzde 18,9 artış ve 1,1 milyar dolarlık ihracatla ayçiçek yağı yer aldı. Makarna ve buğday unu ihracatında yüzde 1,6 ve yüzde 3 gerileme yaşandı. 2025 yılında 1,7 milyar dolar ile sektörün en fazla ihracat yaptığı ülke Irak’taki daralma yüzde 18,2’ye

ulaşırken; yüzde 36,3’lük artış sağlanan ABD’ye yapılan ihracat 885 milyon doları aştı. Yüzde 35,4 artış sağlanan Suriye’ye bu dönemde 700 milyon dolarlık ürün ihraç edildi. 2025 yılında en büyük ihracat pazarımız olan Irak’ta, 400 milyon dolara yakın bir tutara karşılık gelen ve değer bazında yüzde 18,2’ye ulaşan daralmaya rağmen, sektörümüzün yılı yaklaşık yüzde 4’lük ihracat artışıyla kapatması son derece anlamlı. Bu tablo, sektörün pazar çeşitlendirme refleksinin ve dış şoklara karşı uyum kabiliyetinin somut bir göstergesidir. ABD pazarında yakalanan yüzde 36,3’lük ihracat artışı ise Türkiye’nin kalite standartlarını ve ürün güvenilirliğini daha ileri bir noktaya taşıdığının güçlü bir göstergesidir.

Türkiye İhracatında Rekorlar Yılı: 2025

Küresel ticaretteki yavaşlamaya rağmen 2025 yılını rekor ihracatla kapatan Türkiye'nin toplam ihracatının yüzde 82'sini sanayi sektörü sırladı. Otomotiv, kimya ve elektronik gibi katma değerli sektörlerin ihracatı sırladığı 2025 yılında Türkiye, güçlü üretim altyapısıyla geniş bir coğrafyada etkili oldu.

273,4
milyar dolar
2025 yılı toplam
ihracat



194,8
milyar dolar
2025 yılı toplam
sanayi ihracatı

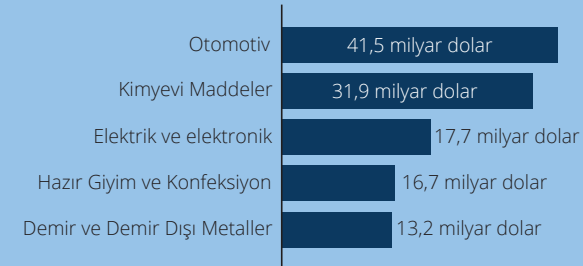
%82

Toplam ihracatta sanayinin payı

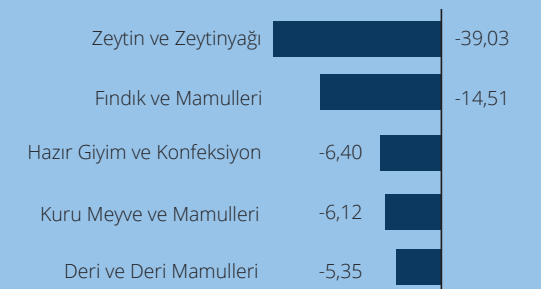
%4,5

İhracatın önceki yıla göre artış oranı

En Yüksek İhracat Yapan 5 Sektör



İhracatı Azalan 5 Sektör (Yüzde)



2025 Yılında En Fazla İhracat Yapılan 5 Ülke



2025 Yılında En Fazla İhracat Yapan 5 Şehir



“Küresel Rekabet Ortamında Güvenilir Bir Şirket Olmayı Kararlılıkla Sürdürüyoruz”

Beş kuşaktır, çağın gerekleriyle yeniden yorumlanarak büyüyen SANKO Holding, küresel dayanıklılığının temelini oluşturan çok sektörlü yapısı ve Gaziantep’ten beslenen üretim kültürüyle geleceğe emin adımlarla ilerliyor.



SANKO Holding Yönetim Kurulu Başkanı Adil Sani Konukoğlu: “Bizi rakiplerimizden ayıran en önemli refleks; belirsizlik dönemlerini yeniden konumlanma ve güçlenme fırsatı olarak ele alırken, köklü sanayi kültürümüzü çok sektörlü yapının sağladığı dengeyle birleştirerek değişime hızla uyum sağlayabilmemiz ve belirsizliği yönetilebilir bir alana dönüştürebilmemizdir.”

Türkiye sanayisinin çok sektörlü ve köklü gruplarından biri olan SANKO Holding, beş kuşaktır devam eden hikâyesini; dürüstlük, girişimcilik ruhu, çalışma disiplini ve kalite gibi güçlü değerler üzerine inşa ediyor.

“İyi bir ürünün ya da hizmetin, bugün mutlaka bir alternatifi bulunabilir; ancak güven, kısa sürede inşa edilemeyen ve kolay kolay ikame edilemeyen bir değerdir.” diyen SANKO Holding Yönetim Kurulu Başkanı Adil Sani Konukoğlu ile yalnızca bugünün değil, geleceğin de güvenilir ve saygın şirketi olma yolunda ilerleyen vizyonlarını konuştuk.

Her nesilde daha da güçlenerek küresel bir oyuncuya dönüşen SANKO’nun başarısının arkasındaki dinamikler hakkında neler söylersiniz?

Beş kuşaktır süren büyümemizin temelinde; geçmişten beslenen ve geleceği odağına alan bir yönetim anlayışı yatıyor. Önceki kuşaklardan bize miras kalan girişimcilik ruhu, çalışma disiplini ve kalite odağı; her kuşakta çağın gerekleriyle yeniden yorumlanıyor. Bu kültürün en güçlü dayanaklarından biri ise babamız Sani Konukoğlu’ndan bizlere miras kalan “İşin hilesi dürüstlüktür” sözüdür. Bu ilke, SANKO’da yalnızca bir söylem değil; karar alma süreçlerinden iş yapış biçimimize kadar her alanda yol gösterici temel bir değer hâline geldi.

Makroekonomik koşullar, tekstil başta olmak üzere emek yoğun sektörlerde zorlu ve çok boyutlu bir süreci beraberinde getiriyor. Küresel ölçekte belirsizliklerin ve çalkantıların yaşandığı böyle dönemlerde, bizim için belirleyici olan; uzun vadeli bakış açısıyla şekillenen, temkinli ve sürdürülebilir stratejilerdir.

Her kuşak, kendisinden önceki birikimi korumakla kalmamış; ekonomik, teknolojik ve sektörel dönüşümleri doğru okuyarak SANKO’yu bir adım ileriye taşımayı başardı. Bugün tekstilden enerjiye, ambalajdan çimentoya uzanan çok sektörlü yapımız; uzun vadeli bakış açımız, temkinli risk yönetiminiz ve sürdürülebilir büyüme anlayışımız sayesinde küresel ölçekte güçlü bir konuma ulaştı.

SANKO’nun başarısının bir diğer temel dinamiği ise insanı merkeze alan yaklaşımıdır. Çalışanlarımızla birlikte içinde yer aldığımız toplumu, çevreyi ve tüm paydaşlarımızı kapsayan bu anlayış; iş yapış biçimimizin temelini oluşturuyor. Üstün kalite anlayışı, etik değerlere bağlılık ve topluma karşı sorumluluk bilinci ise tüm faaliyetlerimizin ortak paydası olarak benimseniyor. Bu bütüncül yaklaşım sayesinde SANKO, yalnızca bugünün değil, geleceğin de küresel rekabet ortamında güvenilir, saygın bir şirketi olmayı kararlılıkla sürdürüyor.

Konukoğlu ailesinin kuşaklar arası aktardığı “İşin hilesi dürüstlüktür” ilkesi, bugünün karmaşık iş dünyasında hâlâ etkili anahtarınız mı?

Dürüstlüğü, insanın içindeki en büyük cevher olarak görüyoruz; çünkü güven, saygı ve itibarı besleyen tüm değerlerin kaynağında bu cevher yer alıyor. Bugünün karmaşık, hızlı ve rekabetin

yoğun olduğu iş dünyasında da bu ilkenin her zamankinden daha değerli hâle geldiğine inanıyoruz. İyi bir ürünün ya da hizmetin bugün mutlaka bir alternatifi bulunabilir; ancak güven, kısa sürede inşa edilemeyen ve kolay kolay ikame edilemeyen bir değerdir.

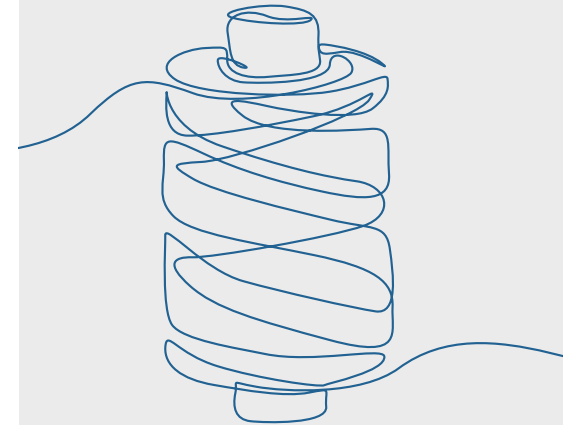
Kısa vadeli kazanımlar yerine uzun vadeli güveni esas alan yaklaşımımız; iş ortaklıklarımızdan çalışanlarımızla kurduğumuz ilişkilere, karar alma süreçlerimizden kurumsal itibarımıza kadar tüm yapımızın temelini oluşturuyor.

Nesiller boyunca aktarılan bu ilke sayesinde, değişen koşullara ve dönüşen iş modellerine uyum sağlarken özümüzü koruyabiliyoruz; farklı sektörlerde ve coğrafyalarda aynı güven duygusuyla, sürdürülebilir bir başarıyla faaliyet göstermeye devam ediyoruz.

Zorlu ekonomik dönemin etkisiyle tüm sektörler, ham madde krizlerinden ticaret savaşlarına kadar büyük bir sınavdan geçiyor. SANKO, bu fırtınalı küresel ortamda nasıl bir yol izliyor?

Dünyanın ve ülkemizin içinde bulunduğu makroekonomik koşullar, tekstil başta olmak üzere emek yoğun sektörlerde zorlu ve çok boyutlu bir süreci beraberinde getiriyor. Küresel ölçekte belirsizliklerin ve çalkantıların yaşandığı böyle dönemlerde, bizim için belirleyici olan; uzun vadeli bakış açısıyla şekillenen, temkinli ve sürdürülebilir stratejilerdir.

SANKO olarak bu fırtınalı



Gaziantep’in sanayi kültürüyle örtüşen, uzun vadeli bakış açımız doğrultusunda; sürdürülebilirlik ve katma değer odaklı yatırımlarımızla hem şehrimizin hem de Türkiye’nin küresel rekabet gücüne katkı sunmaya devam ediyoruz.

Enerji verimliliği, döngüsel üretim yaklaşımı ve teknolojik yatırımlar öncelikli alanlarımız arasında yer alıyor. Kaynakların daha verimli kullanıldığı, atıkların yeniden sürece kazandırıldığı döngüsel üretim modelleriyle hem maliyetleri optimize ediyor hem de çevresel etkimizi azaltıyoruz.



ortamda odağımızı; operasyonel verimlilik, güçlü tedarik zinciri yönetimi ve pazar çeşitliliği üzerine kuruyoruz. Ham madde kaynaklarını ve ihracat pazarlarını çeşitlendirmek, maliyet yapımızı güncel ekonomik gerçeklikler çerçevesinde disiplinle yönetmek ve teknolojik yatırımlarla rekabet gücümüzü korumak bu sürecin temel yapı taşlarını oluşturuyor. Aynı zamanda sürdürülebilirlik ve enerji verimliliği odaklı yatırımlarımızla, kısa vadeli baskıların ötesinde kalıcı ve dirençli bir yapı inşa etmeyi hedefliyoruz.

Bizi rakiplerimizden ayıran en önemli refleks; belirsizlik dönemlerini yeniden konumlanma ve güçlenme fırsatı olarak ele alırken, köklü sanayi kültürümüzü çok sektörlü yapının sağladığı dengeyle birleştirerek değişime hızla uyum sağlayabilmemiz ve belirsizliği yönetilebilir bir alana dönüştürebilmemizdir.

Son dönemde ihracatçıların yaşadığı en büyük zorluğu parite ve artan girdi maliyetleri oluşturuyor. SANKO bu dengeyi nasıl kuruyor?

Dezenflasyon sürecinin beraberinde getirdiği finansmana erişim kısıtları ve döviz kurundaki görünüm, ihracat performansını etkileyen unsurlar olarak öne çıkıyor. Bu ortamda, katma değeri yüksek, teknik ve nitelikli ürünlere odaklanarak fiyat baskılarını daha sağlıklı yönetmeyi hedefliyoruz.

Artan girdi maliyetleri tarafında ise enerji verimliliği, döngüsel üretim yaklaşımı ve teknolojik yatırımlar öncelikli alanlarımız arasında yer alıyor. Kaynakların daha verimli kullanıldığı, atıkların yeniden sürece kazandırıldığı döngüsel üretim modelleriyle hem maliyetleri optimize ediyor hem de çevresel etkimizi azaltıyoruz. Tedarik zincirinde ölçek avantajımızı ve güçlü satın alma yetkinliklerimizi etkin biçimde

kullanarak maliyetleri kontrol altında tutuyor; çok sektörlü yapımızın sağladığı dengeyi önemli bir avantaj olarak değerlendiriyor. Bu yaklaşım, dalgalı dönemlerde rekabet gücümüzü korumamızı ve ihracat performansımızı istikrarlı biçimde sürdürmemizi sağlıyor.

Türkiye'nin üretim motorlarından biri olan Gaziantep'in sahip olduğu üretim kültürü hakkında neler söylersiniz?

Gaziantep, üretim gücü, ihracat kapasitesi ve istihdam oluşturma kabiliyetiyle Türkiye'nin en güçlü sanayi şehirlerinin başında geliyor. 160 alanda binlerce çeşit üretim yapan Gaziantep Organize Sanayi Bölgesi, ülkemizin en büyük ve en fazla istihdama sahip organize sanayi bölgesi konumunda. Gaziantep, 2025 yılını 10 milyar 145 milyon 26 bin dolarlık ihracatla kapattı. İller arasında altıncı sırada yer alması da şehrimizin üretim gücünün somut bir göstergesi.

Şehrimiz, geleneksel sanayi disipliniyi korurken aynı zamanda yenilikçi, esnek ve rekabetçi bir üretim anlayışını da benimsiyor. Gaziantep, makine halısından iplik üretimine, dokusuz kumaşlardan ambalaj ve endüstriyel tekstillere kadar geniş yelpazede Türkiye'nin lider üretim merkezlerinden biri. Bu güçlü tablo, Gaziantep'in köklü üretim kültürünü modern sanayi altyapısı, teknoloji yatırımları ve girişimci reflekslerle birleştirebilmesinin bir sonucu.

SANKO Holding olarak, bu ekosistemin içinde yalnızca üretim yapan değil; değer yaratan, dönüşüme öncülük eden bir noktada olmayı önemsiyoruz. Gaziantep'in sanayi kültürüyle örtüşen, uzun vadeli bakış açımız doğrultusunda; sürdürülebilirlik ve katma değer odaklı yatırımlarımızla hem şehrimizin hem de Türkiye'nin küresel rekabet gücüne katkı sunmaya devam ediyoruz.

Gaziantep'in, sanayide yarattığı katma değer ve istihdam ile ülke ekonomisine katkılarının yola çıkarak şehrin, SANKO'nun genetik kodlarına etkisini nasıl değerlendirirsiniz?

Şehrin ticaret geleneği, emeğe ve üretime verdiği değer, zor koşullarda dahi ayakta kalmayı bilen yapısı; SANKO'nun iş yapış biçimine, karar alma disiplinine ve uzun vadeli bakış açısına doğru yansımaktadır. Gaziantep'te sanayici olmak; yalnızca üretmek değil, aynı zamanda istihdam yaratmak, bulunduğu coğrafyaya karşı sorumluluk almak ve kazanıldığını yeniden üretime dönüştürmek anlamına gelir. Bu anlayış, SANKO'nun yatırım felsefesine ve sürdürülebilir büyüme yaklaşımına da ilham kaynağı olmuştur. Bu nedenle Gaziantep'i yalnızca doğduğumuz şehir değil; kurumsal kültürümüzü, dayanıklılığımızı ve rekabet gücümüzü şekillendiren temel referans noktalarından biri olarak görüyoruz.

11

SANKO'nun faaliyet gösterdiği sektör sayısı

1

Yedi şirketi ile "Anadolu'nun En Büyük 500 Şirketi" araştırmasındaki sırası

2026'da Ticaretteki Kurallar Sıkılaşıyor



2025, rekabet gücünü zorlayan sert atmosferiyle küresel ticarete aktif rol üstlenen ihracatçılar için bir dönemeç yıl olmuştu. Ülkeler, büyük beklentilerin olduğu 2026 yılında, küresel ticaretten daha büyük pay almayı umuyor. Ancak dünya, 2026 yılına da yeni kurallar ve yeni düzenlemelerle başladı.

Küresel ticarete 2025 yılı boyunca devam eden geçiş süreci sona erdi. 1 Ocak 2026 itibarıyla küresel ekonomi, ticaret ve finans dünyasında köklü değişiklikler getiren bir dizi yeni düzenleme hayata geçti.

Artık dijital süreçler ticaretin daha fazla merkezinde yer alacak. Sürdürülebilirlik ise isteğe bağlıktan çıkarak zorunluluk hâline gelecek. Özellikle Avrupa Birliği ile ticari entegrasyonu bulunan ve bunu daha da derinleştirmek isteyen ülkeler için kriterlere uyum süreci önemli olacak.

AB-TÜRKİYE TİCARETİNDE TEK KURAL DÖNEMİ

1 Ocak 2026 tarihi itibarıyla Türkiye ile Avrupa Birliği (AB) arasındaki ticari ilişkilerde, Pan-Avrupa-Akdeniz (PEM) Tercihli Menşe Kuralları Konvansiyonu'nun hükümleri revize edildi. Yeni düzenleme, ticaret dünyasında uzun süredir beklenen, tek bir kural seti dönemine geçişi temsil ediyor ve 2021'den bu yana devam eden eski ve yeni kuralların bir arada uygulandığı geçiş süreci sona eriyor. Bu dönem, ihracatçılar için hem operasyonel kolaylık hem de dikkat edilmesi gereken stratejik uyum zorunlulukları beraberinde getirmesi açısından önem taşıyor.

Bu revizyon, AB'nin en büyük ticaret ortaklarından biri olan Türkiye için tekstilden otomotive kadar pek çok sektörde AB pazarına girişi kolaylaştıracak teknik engellerin azalacağı anlamına geliyor.

Bu kapsamda, tam kümülasyon mekanizmasının getirdiği imkânlar sayesinde, bir ürünün üretim aşamalarının farklı PEM ülkelerine yayılması artık menşe kazanımı için bir engel teşkil etmeyecek. Üretim süreçlerinde kullanılan menşeli olmayan girdilere tanınan tolerans limitlerinin yüzde 10'dan yüzde 15'e çıkarılması, sanayicilere ham madde tedarikinde daha geniş

bir hareket alanı tanınmasının yolunu açacak. Ayrıca, tekstil dışındaki ürünlerde "telafi edici vergi" yasağının kaldırılması, maliyetlerin düşürülmesine ve Türk ürünlerinin Avrupa pazarındaki rekabet gücünün artmasına doğrudan katkı sağlayacak.

Lojistik ve bürokratik açıdan bakıldığında, 1 Ocak 2026'dan itibaren menşe ispat belgelerinin ibraz süresinin 10 aya çıkarılması, küresel tedarik zincirinde yaşanabilecek gecikmelere karşı önemli bir güvence oluşturuyor. Ancak ticaret ortakları arasında kural uyumu (aynı bölge içinde olma şartı) aranıyor, yani eğer iki ülke aynı kural setini benimsememişse çapraz kümülasyon imkânı kendiliğinden ortadan kalkacak. Bu durum, özellikle Türkiye'nin Mısır veya Tunus gibi henüz geçiş sürecini tamamlamamış ülkelere tedarik ettiği girdilerle AB'ye yapacağı ihracatta, kümülasyon olanaklarının kısıtlanabileceği anlamı taşıyor.

YURT DIŞI ALIŞVERİŞTE MUAFİYET DEVRİ KAPANDI

Türkiye'de yurt dışı e-ticaret sitelerinden yapılan bireysel alışverişlerde uzun süredir devam eden vergi muafiyeti dönemi sona erdi. 6 Şubat 2026 itibarıyla yürürlüğe girecek olan

Pan-Avrupa-Akdeniz tercihli menşe kurallarında yapılan düzenleme, AB'nin en büyük ticaret ortaklarından biri olan Türkiye için tekstilden otomotive kadar pek çok sektörde AB pazarına girişi kolaylaştıracak teknik engelleri azaltacak.



"Gümrük Muafiyetinin Kaldırılması Yerli Üretimi Koruyacak"

Gümrük muafiyetinin kaldırılmasına yönelik alınan kararlar ilgili açıklama yapan Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe, "Cumhurbaşkanı kararı ile 30 euro altındaki gönderilere tanınan gümrük muafiyetinin kaldırılmasını, yerli üretimin korunması açısından önemli bir adım olarak değerlendiriyoruz. Bu karar, düşük bedelli ithalatın olumsuz etkilerini azaltmanın yanı sıra yerli üreticilerimizin kapasite kullanım oranlarını artırmalarına da katkı sunacaktır. Üretim odaklı sürdürülebilir büyüme modelimizi destekleyen ve uluslararası rekabet gücümüzü artıracak kararın alınma sürecindeki katkıları için Ticaret Bakanımız Prof. Dr. Ömer Bolat ile bakanlık bürokratlarımıza ihracat ailemiz adına şükranlarımızı sunuyoruz." dedi.

bu düzenlemeyle posta veya hızlı kargo taşımacılığı yoluyla gelen düşük bedelli eşyalara sağlanan vergi istisnası da kaldırılacak. Ağustos 2025 tarihinde 150 euro'dan 30 euro'ya düşürülen ve aralık ayında kargo bedelinin de bu limite dâhil edildiği sınır, son hamleyle tamamen kaldırılarak tüm yurt dışı siparişleri için gümrük sürecini standart bir prosedür hâline getirdi.

Ticaret Bakanlığı tarafından yürütülecek bu yeni süreçte, Temu, AliExpress ve Amazon gibi popüler global platformlardan yapılacak en küçük tutarlı alışverişler dahi vergilendirmeye tabi tutulacak. 30 euro altındaki siparişlerin ise özellikle yerli üreticilerin ve ithalatçıların haksız rekabeti önlemek adına talep ettiği bu değişiklik, yurt dışından ucuz alışveriş yapma imkânını önemli ölçüde kısıtlayacak.

VERGİ ORANLARI ÜLKELERE GÖRE FARKLILIK GÖSTERECEK

Yeni dönemde ödenecek vergiler de ürünün menşe ülkesine göre farklılık gösterecek. Avrupa Birliği ülkelerinden gelen ürünlere yüzde 30 oranında vergi uygulanırken; Çin, ABD ve İngiltere gibi ülkelerden gelen eşyalarda bu oran yüzde 60'a çıkacak. Eğer ürün Özel Tüketim Vergisi (ÖTV) kapsamındaysa mevcut oranlara ek

olarak yüzde 20'lik bir vergi dilimi daha eklenecek. Hesaplamalarda esas alınan değer ise sadece ürün fiyatı değil, Cost Insurance and Freight (CIF) bedeli yani mal bedeli, sigorta ve kargo ücretinin toplamı olacak. Tüm bunlara her paket için zorunlu olan gümrük sunum ücreti ve damga vergisi de eklendiğinde, ucuza alınan bir ürünün maliyeti neredeyse iki katına çıkabilecektir.

Düzenlemenin arkasında birçok temel gerekçe var ve bu gerekçelerden biri de tüketici sağlığını korumak. Ticaret Bakanlığının yaptığı incelemelerde, sınır ötesi platformlardan gelen ürünlerin yüzde 81'inin uygunsuz olduğu tespit edildi. Özellikle güvenlik riski taşıyan oyuncak ve tekstil ürünlerine yönelik alınan bu önlemle, denetimsiz ürün girişinin önüne geçilmesi hedefleniyor. Tüketicilerin bu yeni dönemde mağdur olmak adına, ödeme ekranlarındaki "gümrük vergisi dâhil" ibaresini kontrol etmeleri ve bir takvim yılı içinde beş adet olan sipariş sınırını korumaları önem taşıyor.

**SÜRDÜRÜLEBİLİR TİCARETİN
YENİ ANAHTARI DİJİTAL
ÜRÜN PASAPORTU OLACAK**

2026, ticarette yeşil dönüşüm adımlarının hızlanacağına dair sinyaller vermeye de başladı. AB'nin, yeşil ve dijital dönüşüm stratejileri, 2026 yılı itibarıyla ticaretin çehresini kökten değiştirecek yeni bir evreye giriyor. Bu dönüşümün merkezinde yer alan Dijital Ürün Pasaportu (DPP), ürünlerin yalnızca fiziksel varlıklarıyla değil, üretimden geri dönüşüme kadar tüm yaşam döngülerini kapsayan dijital kimlikleriyle dolaşımda olduğu bir dönemi başlatıyor.

Döngüsel Ekonomi Eylem Planı'nın en kritik araçlarından biri olan bu pasaportlar, bir ürünün ham maddesinden karbon ayak izine, tamir edilebilirliğinden içerdiği kimyasallara kadar devasa bir veri



setini dijital bir kütünyede topluyur. Şirketlere 2030'a kadar süre tanınsa da 2026 yılı, bu sistemin pilot uygulamalarla ve zorunlu veri altyapısı hazırlıklarıyla ticari hayatın merkezine yerleştiği stratejik bir başlangıç noktası olacak. Başta bataryalar, tekstil, oyuncak ve mobilya gibi sektörler olmak üzere geniş bir yelpazeyi kapsayan bu uygulama, tüketicilerin ve düzenleyicilerin bir QR kod veya barkod yardımıyla ürünün tüm geçmişine anında erişmesini hedefliyor.

DPP, Avrupa ile derin ticari bağları bulunan Türkiye için hayati bir önem taşıyor. Süreç karmaşık gibi gözükse de yeni düzenleme, Türk ihracatçısı için bir engel olmaktan ziyade sürdürülebilir üretim kapasitesini tescilleyen bir fırsat kapısı olarak değerlendirilmeli. Ancak bu fırsat, üretim hatlarında kapsamlı bir dijitalleşmeyi ve veri toplama disiplini zorunlu kılıyor. 2026 yılından itibaren Avrupa'ya ürün gönderen Türk firmaları, yalnızca kalite standartlarını değil, aynı zamanda veri doğrulama standartlarını da karşılamak zorunda kalacak.

BALKANLARDA YENİ BİR EKONOMİK SAYFA AÇILDI

AB üyesi olan Bulgaristan, uzun süren ekonomik reformlar ve kriter uyum süreçlerinin ardından resmi para birimi olarak levayı bırakarak euro'ya geçti. Hırvatistan'ın 2023'teki katılımından sonra Euro Bölgesi'nin üye sayısı 21'e yükseldi.

Bulgaristan'ın euro'ya geçişiyle Balkanlardaki ticaretin finansman maliyetlerini düşürmesi ve kur riskini ortadan kaldırması bekleniyor.

Türkiye gibi bölgeyle yoğun ticaret yapan ülkeler için de bu durum önemli. Bulgaristan'ın Euro Bölgesi'ne girişi, Avrupa ile olan ticaret koridorunun standartlaşması anlamına geldiği için Türk ihracatçısı adına kur dalgalanmalarından arınmış, daha stabil bir pazar yapısı oluşması bekleniyor. Özellikle sınır ötesi ticarete para birimi dönüşümünden kaynaklanan kayıpların azalması, Türk mallarının Avrupa pazarındaki rekabet gücünü dolaylı yoldan destekleyen bir unsur olarak öne çıkıyor.

Ürünlerin yalnızca fiziksel varlıklarıyla değil, üretimden geri dönüşüme kadar tüm yaşam döngülerini kapsayan Dijital Ürün Pasaportu, 2026 itibarıyla pilot uygulamalar ve zorunlu veri altyapısı hazırlıklarıyla ticari hayatın merkezine yerleşecek.

Türk Tekstilinin Çevik Aktörü Ev Tekstili

Türkiye, havlu, peştamal ve perde gibi dünyanın öncelikli tercihi olan ürünlerinde sahip olduğu üretim gücü sayesinde küresel ev tekstili pazarından aldığı payını artırmayı sürdürüyor. “Made in Türkiye” ile dünyada marka hâline gelen ve Avrupa’nın en büyük ihracatçısı konumundaki sektör, 2025 yılında 1,6 milyar dolarlık ihracata imza attı.



Türk ürünlerinin dünya arenasındaki ünü her geçen gün artıyor. Gerek sahip olduğu stratejik konum gerekse ham maddeye kolay ulaşım ve geniş üretim kapasitesi ile dikkat çeken Türkiye, dünyada markalaşan ürünleri ile vazgeçilmez hâline geldi. Ülkenin dünya-daki bu ününe en çok katkısı olan sektörlerin başında da ev tekstili geliyor. Türkiye’nin küresel arenadaki başarısında en fazla paya sahip sektörlerden biri olan ev tekstili sektörü, Avrupa’nın en büyük ihracatçısı konumunda.

Havlu ve peştamal gibi dünyanın öncelikli tercihi olan ürünleri ile Türkiye, ev tekstili sektörü özelinde küresel pazardan aldığı payını ve değerini artırmayı sürdürüyor. İhracattaki bu başarıya katkı sağlayan ve sektör üretimini yoğunlaştığı illerin başında ise Bursa, Denizli, İstanbul, İzmir ve Uşak geliyor.

Türk tekstil sektörünün en başarılı temel ürün gruplarından olan ev tekstilinin ihracatı, 2024 yılında bir önceki yıla kıyasla yüzde 5,7 oranında azalarak 1,8 milyar dolar olarak kaydedildi. Sektör, 2025 yılında ise önceki yıla göre yüzde 2,8 azalarak 1,6 milyar dolarlık ihracata imza attı.

TÜRKİYE, DÜNYANIN EN BÜYÜK ALTINCI EV TEKSTİLİ İHRACATÇISI

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliğinin (İTHİB) hazırladığı, Dünya Ev Tekstili Sektörü Dış Ticaret Raporu 2024 yılı değerlendirmesine göre küresel ev tekstili ihracatı, 2024 yılında yüzde 1,9 artarak 61 milyar dolar değerinde gerçekleşti ve son 10 yıldaki en yüksek ihracat rakamına da 65,5 milyar dolarlık ihracat ile 2021 yılında ulaştı. Küresel ev tekstili ihracatında öne çıkan ülkeler sıralamasına bakıldığında ise Çin,

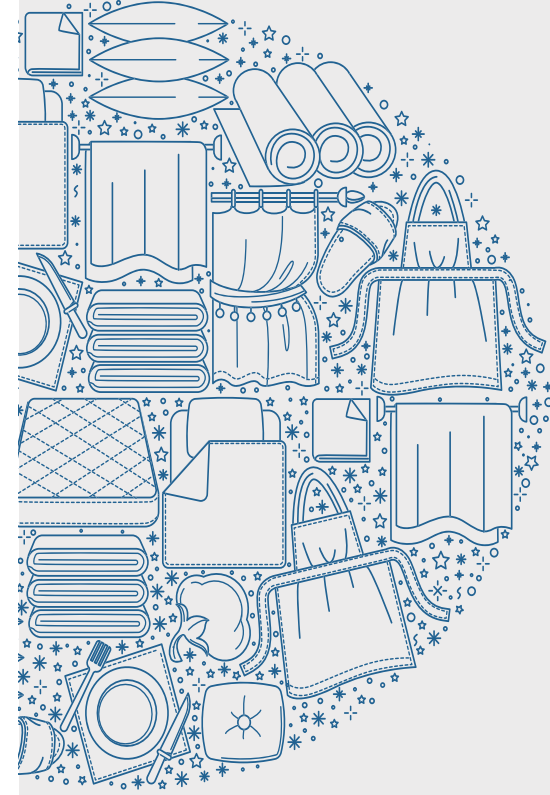
yüzde 52,4 payı ve 31,9 milyar dolarlık ihracatıyla ilk sırada yer aldığı görüldü. İkinci sırada yüzde 8,3'lük payıyla yer alan Hindistan'ın, 2024'teki ihracatı yüzde 11,3 artarak 5 milyar dolarlık değere ulaştı. Yüzde 8'lik paya sahip olan Pakistan'ın ihracatı yüzde 10,8 artarak 4,8 milyar dolar olarak kaydedildi.

Türkiye'nin ev tekstili ihracatı, 2024 yılında bir önceki yıla kıyasla yüzde 5,7 oranında azalarak 1,8 milyar dolar oldu. Sıralamada Türkiye'yi takip eden Almanya'nın, yüzde 3'lük pay ile 1,8 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdiği kaydedildi. 2025 yılının ilk sekiz ayında Türkiye, yüzde 9,2'lik bir artışla 175 milyon dolar ihracat seviyesine ulaştı. 2025 yılı genelinde ise yüzde 2,8'lik azalışla sektörün ihracatı 1,693 milyar dolar oldu. Böylece Türkiye, en fazla ev tekstili ihracatı gerçekleştiren ülkeler sıralamasında yüzde 2'lik payıyla altıncı sırada yer aldı.

TÜRKİYE’NİN EN ÖNEMLİ PAZARLARI ALMANYA, ABD VE FRANSA

2025 yılı Ocak-Aralık döneminde ihracatı gerileme eğilimine giren Türk ev tekstili sektörünün, en önemli alt ürün grubu havlu ve temizlik bezleri oldu. Söz konusu dönemde ihracatını artıran ürün grupları yüzde 7,9 artış ile tüller ve işlemeler, yüzde 7 artışla örme bornoz oldu. 2025 yılında, alt ürün grupları bazında en yüksek payı yüzde 33,5 ile havlu ve temizlik bezleri üstlendi. Ürün grubunun toplam ihracatı 566,7 milyon dolara ulaştı. Yüzde 24,1'lik pay ile ikinci sırada yer alan yatak çarşafı ürün grubu ise 407,5 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdi.

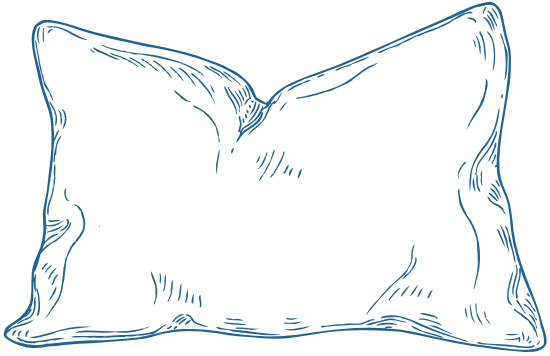
Türkiye'nin bu dönemde en fazla ev tekstili ihracatı gerçekleştirdiği ilk 10 ülke ise Almanya, ABD, Fransa, İtalya, İngiltere, Belarus,



Türkiye 2024'te 124 Milyon Dolarlık Ev Tekstili İthalatı Gerçekleştirdi

İTHİB tarafından hazırlanan ve küresel ev tekstili ithalatının son 10 yılına mercek tutan, “2024 Dünya Ev Tekstili Sektörü Dış Ticaret Raporu”; 2014, 2017, 2018, 2019, 2021 ve 2024 yılları haricinde ev tekstili ithalatının düşüş gösterdiğini ortaya koyuyor. Dünya ev tekstili ithalatı, 2024 yılında yüzde 7,2 oranında artarak 51,2 milyar dolara geriledi. ABD, yüzde 28,9'luk payı ve 14,7 milyar dolar ile en fazla ev tekstili ithal eden ülke konumundayken Türkiye, 54'üncü sırada yer aldı. 2024 yılında ev tekstili ithalatı yüzde 29,3 oranında artan Türkiye, 124 milyon dolarlık ev tekstili ithal etti. Sıralamada ABD'yi Almanya, Japonya ve Fransa takip etti.

Yastık, yorgan ve uyku tulumu, yüzde 39,7 payı ile 2024 yılında Türkiye'nin en fazla ithal ettiği ev tekstili alt ürün grubu olurken; en fazla ev tekstili ithal ettiği ülke ise Çin oldu. Çin'den yapılan ev tekstili ithalatı 2024 yılında yüzde 45,7 artarken 48 milyon dolara çıktı. Türkiye'nin ev tekstili ithalatında Çin'i Bulgaristan, Mısır, İtalya, Hindistan, Pakistan, Almanya, Macaristan, Portekiz ve İspanya takip etti.



TÜRKİYE'NİN YILLAR İTİBARIYLA EV TEKSTİLİ İHRACATI (MİLYAR DOLAR)

2021	2.412
2022	2.315
2023	2.002
2024	1.888
2025	1.693

Hollanda, Avusturya, İsviçre ve Irak olarak sıralandı. Türk ev tekstili sektörü, Almanya'ya 289,1, ABD'ye 234,4, Fransa'ya ise 124 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdi. İtalya, Belarus, Avusturya ve Irak'a yapılan ihracat, yüzde 1-15 arasında artış gösterdi.

AVRUPA'DAKİ REKABETİN ÖNEMLİ AKTÖRÜ: TÜRKİYE

Perakendenin ritmi her geçen gün hızlanırken, tüketicinin beklentileri çeşitleniyor; küresel lojistik ağları ise kırılgan yapıyla daha fazla öngörü ve esneklik talep ediyor. Tam da bu noktada, üretim kabiliyeti, tasarım gücü ve hızlı tedarik avantajını bir arada sunan Türk ev tekstili sektörü, küresel rekabette öncü bir konumda öne çıkıyor. Avrupa'dan Amerika'ya, Orta Doğu'dan Uzak Doğu'ya uzanan geniş bir coğrafyada talep gören Türk ürünleri; kalite, hız ve fiyat dengesini aynı anda sunabilmesiyle öne çıkıyor.

Sektör, pamuklu dokuma kültüründen gelen köklü üretim geleneğini modern teknolojiler,

tasarım kabiliyeti ve sürdürülebilirlik odağıyla birleştirerek gerçek bir değer sunuyor. Hızlı teslimat ihtiyacının en kritik rekabet parametresi olduğu bir dönemde Türkiye, Avrupa'nın en büyük pazarlarına sadece günler içinde ulaşabilen, sezon bazlı üretim döngülerine anında uyum sağlayabilen ve tasarımdan sevkıyata kadar tüm süreçlerde çeviklik gösterebilen bir tedarik merkezi olarak öne çıkıyor.

ALT ÜRÜN GRUPLARI İSTİKRARLI ŞEKİLDE BÜYÜYOR

Küresel ev tekstili pazarında ürün çeşitliliği ve katma değerli üretim gücü, ihracat performansını belirleyen temel unsurlar arasında yer alıyor. Alt ürün grupları incelendiğinde Türkiye'nin de güçlü olduğu birçok segmentte istikrarlı bir büyüme dikkat çekiyor. Ev tekstilinin 2024 yılı dış ticareti, alt ürün grupları bazında incelendiğinde en fazla ihraç edilen ev tekstili ürün grubunun yüzde 22,5 payı ile yastık, yorgan ve uyku tulumu

Türk ev tekstili sektörü, pamuklu dokuma kültüründen gelen köklü üretim geleneğini, modern teknolojiler, tasarım kabiliyeti ve sürdürülebilirlik odağıyla birleştirerek gerçek bir değer sunuyor.

olduğu görülüyor. Söz konusu ürün grubunda ihracat, yüzde 2 artarak 13,6 milyar dolar oldu.

Yüzde 21,4'lük payıyla ikinci sırada yer alan yatak çarşafı ihracatı, yüzde 5,2 artarak 13 milyar doları aştı. Payı yüzde 15,1'e erişen havlu ve temizlik bezleri ihracatı yüzde 3,3 artarak 9,2 milyar dolar olarak gerçekleşti. Alt ürün grupları sıralaması 5,7 milyar dolarlık ihracatıyla perde ve yatak farbelaları, 5,6 milyar dolarla battaniyeler, 3,9 milyar dolarla diğer mefruşat eşyalar,



3,3 milyar dolarla örme bornozlar şeklinde devam etti. Dokuma bornoz ihracatı 1,9 milyar dolar, yatak örtüleri 1,5 milyar dolar, masa örtüleri 1,5 milyar dolar, tül ve işlemeler 1,3 milyar dolar, elişli duvar halıları ise 23 milyon dolar ihracat hacmi elde etti.

“SÜRDÜRÜLEBİLİR İHRACATI DESTEKLEMENİN TEMEL ÖNCELİĞİMİZ”



Murat Şahinler
TETSIAD Yönetim Kurulu Başkanı

Ev tekstili, Türkiye'nin üretim gücü kadar kültürel zenginliğini de dünyaya yansıtan bir sektör. Biz sadece üretim yapmıyoruz, aynı zamanda ülkemizin tasarım gücünü dünyaya taşıyoruz. Ev tekstili sektörü olarak küresel ölçekte zorlu bir dönemden geçiyoruz. Artan maliyetler, daralan talep ve küresel ticaretteki belirsizlikler sektörümüzü doğrudan etkiliyor. Buna rağmen Türk ev tekstili sektörü; tasarım gücü, kalite standardı ve hızlı üretim kabiliyetiyle uluslararası pazarlardaki rekabetçiliğini korumayı başarıyor. TETSIAD olarak bu süreçte üyelerimizin yanında olmayı, yeni pazar fırsatları oluşturmayı ve sürdürülebilir ihracatı desteklemeyi temel önceliğimiz olarak görüyoruz.

Bu anlamda öncelikli olarak 2026 yılına yönelik birtakım çalışmalarımız bulunuyor. İlk olarak katma değerli ve markalı ihracatı artırmayı planlıyoruz. Bununla birlikte yeni ve stratejik pazarlarda Türk ev tekstilinin bilinirliğini güçlendirmek, genç girişimcileri ve yeni nesil ihracatçıları sektöre daha aktif şekilde kazandırmak, dijitalleşme, sürdürülebilirlik ve tasarım odaklı üretimi desteklemek de önceliklerimiz arasında yer alıyor.

“TÜRK EV TEKSTİLİ KÜRESEL PAZARDA ALTINCI SIRADA”

Global pazarlarda sektörümüz oldukça önemli bir yere sahip. Fakat mevcut konumunu korumak ve daha da iyileştirmek adına sürekli çalışmalar yapmamız gerekiyor. Bunların başında da hedef pazar analizi yapmak ve daha güçlü olabileceğimiz bölgelere yönelmek geliyor. ABD pazarı, ev tekstili

sektörü için önümüzdeki dönemin en stratejik ihracat pazarlarından biri konumunda. Bu doğrultuda pazar analizleri, hedef segment çalışmaları ve sektörel tanıtım faaliyetleri öncelikli gündemimizi oluşturuyor. Çünkü ABD ev tekstili pazarındaki genel daralmaya rağmen ülke olarak sergilediğimiz performans, sektörümüzün dayanıklılığını bir kez daha tescilledi. 2025 yılının ilk sekiz ayında ABD'nin toplam ev tekstili ithalatı yüzde 6,5 azalarak 8,6 milyar dolara gerilerken, pazar lideri Çin yüzde 19,4 gibi keskin bir kayıpla 3,8 milyar dolara düştü. Bu daralan pazarda Türkiye, yüzde 9,2'lik bir artışla 175 milyon dolar ihracat seviyesine ulaşarak pozitif ayrışmayı başardı. Mevcut durumda yüzde 2 pay ile altıncı sırada yer alıyoruz.

ABD pazarı, Türk ev tekstili için sadece bir satış kanalı değil, markalaşma vizyonumuzun en önemli kalelerinden birini oluşturuyor. TETSIAD olarak yeni dönemde, e-ticaret ve mikro ihracat modelleriyle katma değeri artırmayı, lojistik merkezlerimizle ABD içindeki dağıtım ağıımızı güçlendirmeyi hedefliyoruz. Çünkü ABD'li alıcılar nezdinde Türkiye güçlü bir tedarikçi konumunda. Sektör olarak; perdeden döşemelik kumaşa, havludan nevresime, halı ve mekanizmalı perdeden aksesuarlara kadar tüm ürün gruplarımız için bir merkez kurmayı planlıyoruz. TETSIAD olarak sektörümüzün gücünü artıracak her türlü projede aktif rol almaya ve Türk ev tekstilini dünya pazarlarında daha güçlü bir konuma taşımaya kararlıyız.

**SPECTRUM
FLOWBOX**

SAMET SPECTRUM ile Dünyada İlk!

Tasarımın özgün stilleri SPECTRUM ile yeniden belirleniyor. Dünyanın ilk renkli menteşe, çekmece ve kalkar kapak sistemleri serisi ile mobilyalar yeni bir soluk kazanırken; SAMET'in özgür tasarım anlayışı sayesinde, cesur ve özgün mobilyalar yaratmanın kapıları SPECTRUM ile aralanıyor.

samET
www.sametglobal.com



Yeni dönemde, e-ticaret ve mikro ihracat modelleriyle katma değeri artırmayı, lojistik merkezlerimizle ABD içindeki dağıtım ağıımızı güçlendirmeyi hedefliyoruz.

ÜRETİM VE PAKETLEME KAPASİTESİ İLE AVRUPA'DA İLK 3 İÇİNDEYİZ

TOP 3 IN EUROPE WITH PRODUCTION AND PACKAGING CAPACITY

Bentaş

Yeni yatırımlarla büyüyörüz. 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, 27 Temmuz 2023 ve 17 Kasım 2025 yıllarında toplamda 4 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 66 ülkede, Cat's White® markamız 30 ülkede, RoCat® markamız 28 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 Türkiye 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, 27th July 2023 and 17th November 2025 bringing the total number of awards to four. 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 66 countries, our Cat's White® brand in 30 countries and our RoCat® brand in 28 countries. As Bentaş Bentonit, we are experiencing the happiness and pride of being among "Türkiye's second 500 companies that export from production", which was one of our biggest goals since our establishment.

We serve to 144 international customers in 78 countries.

As of 2026, 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 Türkiye's largest producer and exporter. Our company is one of the biggest suppliers in Europe.



CLEANING AND SANITATION
CAT LITTER - TÜRKİYE
2019-2020 / 2021-2022 / 2023-2024 / 2025-2026

Bentaş

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
Kontak e-mail	: contact@bentashbentonit.com
Telefon	: +90 452 423 48 04
Fax	: +90 452 424 02 16
Web	: www.bentashbentonit.com
E-mail	: contact@bentashbentonit.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@bentashbentonit.com
Fax	: +90 452 423 48 04
Phone	: +90 452 424 02 16
Web	: www.bentashbentonit.com
E-mail	: contact@bentashbentonit.com
Address	: Fatsa OSB. 101 Sk. No: 20 52400 Fatsa, ORDU / TÜRKİYE



f X @BentasBentonit | www.bentashbentonit.com

TİM

**TÜRKİYE
EXPORTERS
ASSEMBLY**

**AMONG TOP 1000
EXPORTERS OF TÜRKİYE**



VAN CAT WHITE CAT'S WHITE rocat

“Teknoloji ve Ustalık Geleneği Üretimimizin Ayrılmaz Bir Parçası”

147 yıldır, köklerini sadakatle geleceğini ise cesaretle kucaklayan Pirge, bugün 80’den fazla ülkeye ulaşıyor. Bursa’nın çeliğe su verme geleneğinden doğan marka, pazarlara özel ürün stratejileri sayesinde küresel bıçak arenasında güçlü ve erişilebilir bir konumda yer alıyor.

Pirge’nin, 1879’dan bugüne ayakta kalabilmesi yalnızca ekonomik bir başarı değil; aynı zamanda güçlü bir kültürel hafızanın ve dirençli bir kurumsal kimliğin göstergesi. Bursa’nın çeliğe su verme geleneğinden beslenen marka, ustalığı bir değer olarak korurken, değişimden korkmayan yenilikçi yaklaşımıyla dikkat çekiyor.

Markanın temelinde; çeliğe duyulan saygı, üretimde disiplin ve kaliteden ödün vermeyen bir anlayış yatıyor. “İnovasyonu, malzeme bilimi, akıllı üretim teknolojileri ve kullanıcı deneyiminin birleşimi olarak ele alıyoruz.” diyen Pirge Yönetim Kurulu Başkan Vekili Ömer Pirge; el işçiliğini ve ustalık geleneğini de üretimlerinin ayrılmaz bir parçası olarak gördüklerini vurguluyor.

Ürünlerini, ağırlık, tasarım ve çelik yapısı gibi detayları dikkate alarak pazara özel şekilde uyarladıklarını belirten ve “Tek tip ürünle global olunmaz.” diyen Ömer Pirge; markanın kırmızı çizgilerini, pazarın beklentilerini ve küreseldeki konumlarını dergimize anlattı.

Ticari hayatta şirketlerin ortalama ömrünün kısaldığı bir çağda, bir asrı devirip hâlâ güncel ve dinamik kalabilmek ticari bir başarı olduğu kadar kültürel bir direncin de göstergesi. Markayı bugünlere taşıyan temel değerleri nasıl tanımlarsınız?

Pirge’yi bugünlere taşıyan en temel unsur, ustalığı bir değer olarak korurken değişimden hiç korkmamış olmamızdır. 1879’dan bu yana çeliğe duyduğumuz saygı, işimize olan disiplinimiz ve kalite konusundaki tavizsiz duruşumuz hiç değişmedi. Ben Pirge’yi; köklerine sıkı sıkıya bağlı ama yüzü daima geleceğe dönük bir marka olarak tanım-lıyorum. Bizi güncel ve dinamik tutan da tam olarak bu denge.

Bursa, çelik konusunda tarihsel hafızaya sahip şehirlerimizden. Pirge de şehirdeki bu yerel zanaatı, endüstriyel bir mükemmeliyete taşıyarak sürdürülebilir kıldı. Geleceğin Pirge’sini inşa ederken geçmişten getirdiğiniz ve asla değiştirmeyiz dediğiniz kırmızı çizgileriniz var mı?

Evet, kesinlikle var. Pirge Kalite Sistemi (PIQS), bizim kırmızı çizgimizi oluşturuyor. Bursa’nın çeliğe su verme geleneğiyle yetişmiş bir marka olarak, malzemeden ya da üretim disiplininin ödün vermeyi hiçbir zaman bir seçenek olarak görmedik. Teknoloji değişebilir, üretim yöntemleri evrilebilir; ancak Pirge’de işin özü olan ustalık, kontrol ve kalite anlayışı değişmez, kalite bizim sorumluluğumuzdur.

Pirge bıçakları, dönüşüm yolculuğunda nasıl bir inovatif yaklaşım benimsiyor? Önceliğinizi, sürdürülebilir malzemeler mi, akıllı üretim teknolojileri mi, yoksa kişiselleştirilmiş deneyimler mi oluşturuyor?

Bıçak, form olarak çok değişmiyor gibi görünse de aslında arkasındaki teknolojisi ve üretim tekniği sürekli gelişen bir ürün. Biz inovasyonu; malzeme bilimi, akıllı üretim teknolojileri ve

Avrupa, Asya ve Amerika’nın beklentileri birbirinden farklı. Bu nedenle ürünlerimizi; ağırlık, tasarım ve çelik yapısı gibi detayları dikkate alarak pazara özel şekilde uyarlıyoruz.

Pirge Yönetim Kurulu Başkan Vekili Ömer Pirge:
“Ustalarımızın bilgi birikimini modern süreçlerle harmanlayarak, yetkinliği her üründe daha da ileriye taşıyoruz. Önceliğimiz, her kullanıcının eline aldığı anda farkı hissedeceği bir ürün ortaya koymak.”



kullanıcı deneyiminin birleşimi olarak ele alıyoruz. Robotik üretim hatlarıyla tutarlılığı sağlarken, çelik kalitesi, denge ve ergonomi gibi unsurları sürekli ileri taşıyoruz.

Bununla birlikte, el işçiliğini ve ustalık geleneğini üretimimizin ayrılmaz bir parçası olarak görüyoruz. Ustalarımızın bilgi birikimini modern süreçlerle harmanlayarak, yetkinliği her üründe daha da ileriye taşıyoruz. Önceliğimiz, her kullanıcının eline aldığı anda farkı hissedeceği bir ürün ortaya koymak.

Dünya bıçak piyasasında Almanya, Japonya, ABD gibi ülkelerin başı çektiği görülüyor. Pirge, devler arenasında nasıl bir konumlanmaya sahip? Uluslararası pazardaki “Made in Türkiye” algısı ve ihracat yaptığınız ülkelerin sizi tercih etmelerini sağlayan temel özelliklerinizden bahsedebilir misiniz?

Almanya, Japonya ve ABD gibi güçlü ülkelerin yer aldığı küresel pazarda Pirge, kalitesiyle rekabet eden, fiyatıyla erişilebilir kalan bir konuma sahip. “Made in Tür-



+ 85

İhracat yapılan ülke sayısı

+ 20
bin

Günlük bıçak üretme kapasitesi



Bugün çok yer alamadığımız Amerika, Uzak Doğu ve İngiltere odaklandığımız yeni pazarlar arasında. Amacımız, Pirge'yi sadece bir üretici değil; dünyada köklü bir marka ve güvenilir bir iş ortağı olarak konumlandırmak.

kiye" algısı son yıllarda çok ciddi bir dönüşüm geçirdi. Bugün Türk üretimi; hızlı, esnek ve güvenilir olarak algılanıyor. Pirge'yi tercih eden iş ortaklarımız için en önemli kriterler; keskinlik, paslanmazlık ve tasarım mükemmelliğiyle öne çıkan bıçaklarımız.

İhracat yapan bir marka olarak farklı ülkelerin farklı mutfak kültürlerine hitap etme noktasında nasıl bir strateji izliyorsunuz? Küresel bir standart tutturmak ile yerel kültüre özel üretim yapmak arasındaki dengeyi nasıl kuruyorsunuz? 85'ten fazla ülkeye ihracat yapan bir marka olarak şunu çok net söyleyebilirim: Tek tip ürünle global olunmaz. Biz global kalite

standardımızı korurken, yerel mutfak kültürlerini çok iyi analiz ediyoruz. Avrupa, Asya ve Amerika'nın beklentileri birbirinden farklı. Bu nedenle ürünlerimizi; ağırlık, tasarım ve çelik yapısı gibi detayları dikkate alarak pazara özel şekilde uyarlıyoruz. Ayrıca o bölgeye ait yerel formları da modernize ederek, Pirge kalitesinde sunuyoruz.

Gastronomi dünyası son yıllarda büyük bir patlama yaşadı. Artık sadece keskinlik değil, ergonomi, estetik ve hatta bıçağın hikâyesi de talep ediliyor. Şefler ve gastronomi profesyonelleriyle yaptığınız iş birlikleri, AR-GE kısmına nasıl yansıyor?

Şeflerle kurduğumuz iş birliklerini, bir iletişim çalışmasından çok, bir öğrenme süreci olarak görüyoruz. Sahada, profesyonel mutfakta kullanılan bir ürünün geri bildirimi AR-GE için son derece kıymetli. Ergonomi, denge ve tutuş gibi detaylar bu iş birliklerinden doğrudan besleniyor. Bu süreci, bünyemizde yer alan Kullanıcı Deneyimi Uzmanlığı birimiyle sistematik olarak analiz ediyor; saha verilerini ölçülebilir içgörülere dönüştürüyoruz. Gerçek deneyim, bizim için en doğru rehber.

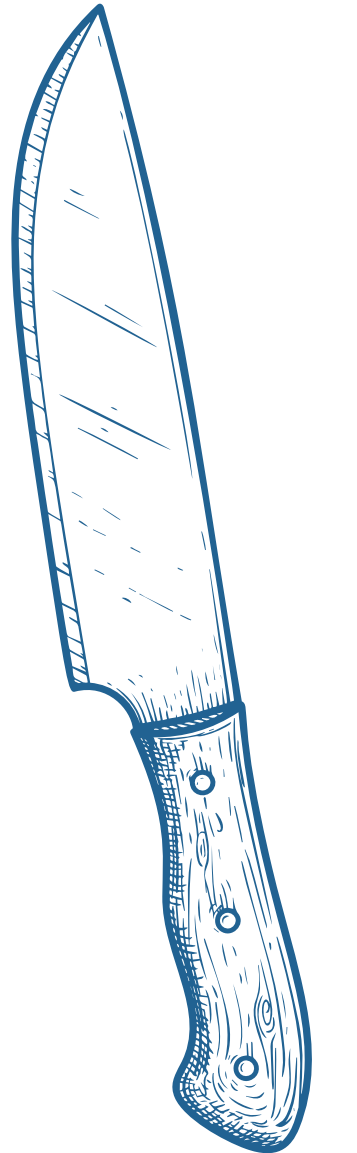
Üretiminin önemli bir kısmını ihraç eden bir marka olarak 2025 yılını, üretim ve dış ticaret açısından nasıl değerlendirirsiniz? Dünyadaki çalkantılı süreç ve piyasalardaki dalgalı seyir sektörü nasıl etkiledi? 2025, küresel ölçekte belirsizliklerin yoğun olduğu bir yıl oldu. Buna rağmen Pirge olarak üretim

gücümüzü ve ihracat performansımızı korumayı başardık. Farklı pazarlara yayılmış ihracat yapımız ve esnek üretim kabiliyetimiz, bu süreçte bize önemli bir avantaj sağladı. Pirge olarak kontrollü, temkinli ama istikrarlı bir yıl geçirdik.

Önümüzdeki beş yıllık projeksiyonda, Pirge'nin ciro dağılımında ihracatın payını nereye taşımayı hedefliyorsunuz? Özellikle radarınıza aldığınız pazarlar var mı/hangileri? Önümüzdeki beş yılda ihracatın toplam ciro içindeki payını daha da artırmayı hedefliyoruz. Özellikle bugün çok yer alamadığımız Amerika, Uzak Doğu ve İngiltere odaklandığımız yeni pazarlar arasında. Amacımız, Pirge'yi sadece bir üretici değil; dünyada da köklü bir marka ve güvenilir bir iş ortağı olarak konumlandırmak. Tüm gayretimizle bunu gerçekleştirmek için çalışıyoruz.



Bugün Türk üretimi; hızlı, esnek ve güvenilir olarak algılanıyor. Pirge'yi tercih eden iş ortaklarımız için en önemli kriterler; keskinlik, paslanmazlık ve tasarım mükemmelliğiyle öne çıkan bıçaklarımız.



Doğanın Mucizesi Ekonominin Can Suyu Bal



Dünyada bal veren bitkilerin yaklaşık yüzde 70'nin, arı ırklarının ise yüzde 22'sinin anavatanı olan Türkiye, küresel bal piyasasında söz sahibi oyuncularından biri. Küresel bal üretiminde ise Çin'in ardından ikinci sırada konumlanmasının yanı sıra 50'den fazla ülkeye ulaşan büyük bir pazar çeşitliliğine sahip.

Bal, Antik Roma'da altın kadar değerli bir takas aracı sayılırken, Hipokrat tarafından yaralara merhem olarak gösterildi... Öyle mucizevi bir besindi ki tarihin her döneminde, ister yiyecek isterse başka bir alanda kullanılsın, her durumda şifa kaynağı olarak görüldü. Doğanın kusursuz işleyişinin en somut mucizesi bal, sadece bir besin kaynağı değil medeniyetlerin şifa, zenginlik ve kutsiyet sembolü oldu; kutsal kitapların birçoğunda ise ilahi bir lütuf olarak nitelenirdi.

13 binin üzerindeki bitki varlığı ile 27 bal arısı türünün altısına ev sahipliği yapan Anadolu coğrafyası, işte bu şifa deposunun en verimli merkezlerinden biri konumunda. Anadolu topraklarının en kıymetli hazinelerinden biri olan bal, Türkiye ekonomisi için de stratejik bir tarım ürünü niteliği taşıyor. 4 bin 319 endemik bitkiye sahip Anadolu coğrafyası, arıcılık faaliyetleri için eşsiz bir zemin sunarken üretici de bu potansiyeli somut başarılarla dönüştürüyor. Dünyada bal veren bitkilerin yaklaşık yüzde 70'nin, arı ırklarının ise yüzde 22'sinin anavatanı olan Türkiye, sadece kendi ihtiyacını karşılayan bir ülke olmaktan çıkarak küresel bal piyasasında söz sahibi oyuncularından biri konumunda.

DÜNYADAKİ KOVAN VARLIĞININ YÜZDE 45'İ ASYA'DA

Küresel ölçekte beslenme alışkanlıklarının değişmesi ve doğal gıdalara olan ilginin artması

dünya genelinde devletlerin arıcılığı teşvik eden politikalar geliştirmesine zemin hazırlıyor. Yaşanan talep artışı ve 2023 yılı verileri incelendiğinde, dünyada üretilen balın yaklaşık yüzde 41'inin ticarete konu olduğu ve toplam ihracatın yüzde 89'unun sadece 20 üretici ülke tarafından gerçekleştirildiği görülüyor. Dünya genelindeki kovan varlığına bakıldığında, yıllık büyüme hızında bir yavaşlama hissedilse de genel tablonun pozitif yönde ilerlediği dikkat çekiyor.

2023 yılında toplam kovan sayısı bir önceki yıla göre yüzde 0,9 oranında artarak 102 milyon adede ulaştı. Kovan varlığı sıralamasında Hindistan yüzde 12,4'lük pay ile ilk sırada yer alırken Çin yüzde 9,1 ile ikinci ve Türkiye yüzde 9,0 pay ile üçüncü sırada konumlanıyor. Ülkeler bazında bakıldığında ise Türkiye'deki kovan artışının yüzde 2,7 ile diğer lider ülkelere göre daha hızlı gerçekleştiği görülüyor. Kıtasal dağılımda ise Asya, dünyadaki kovan varlığının yüzde 45'ine ev sahipliği yaparak liderliğini sürdürüyor; onu yüzde 24,9 ile Avrupa ve yüzde 18,1 ile Afrika takip ediyor.

KOVAN SAYISI VE BAL ÜRETİMİ PARALEL İLERLEMİYOR

Üretim tarafında ise kovan sayısındaki artışla her zaman paralellik göstermeyen dalgalı bir seyir izleniyor. 2023 yılında yaklaşık 1,9 milyon ton olarak gerçekleşen küresel bal üretimi, bir önceki yıla kıyasla yüzde



Türkiye'nin Tescilli Balları

- Ağrı Geven Balı
- Ardahan Çiçek Balı
- Artvin Hatila Balı
- Artvin Arhavi Balı
- Aydın Dikmen Çam/Kekik Balı
- Bayburt Balı
- Bingöl Balı
- Denizli Babadağ Kekik Balı
- Düzce Kestane Balı
- Elazığ Geven Balı
- Erzincan Refahiye Balı
- İstanbul Şile Kestane Balı
- Gaziantep Zahter Balı
- Kars Balı
- Kastamonu Geven Balı
- Kayseri Özvatan Çiçek Balı
- Kırklareli Meşe Balı
- Marmaris Çam Balı
- Muğla Çam Balı
- Rize Anzer Balı
- Rize Ayder Balı
- Kocaali Çamdağı Kestane Balı
- Siirt Pervari Balı
- Sinop Kestane Balı
- Sivas Zara Balı



Yaklaşık 9 milyonu aşkın arılı kovan varlığıyla koloni sayısı bakımından dünyanın önde gelen ülkeleriyle yarışır durumdaki Türkiye'nin bal üretiminde, Ordu, Muğla, Adana ve Sivas gibi iller başı çekiyor.

0,9 oranında bir düşüş yaşadı. Üretim liderliğini, 464 bin ton ve yüzde 25,5'lik pazar payı ile Çin üstlenirken; Türkiye 115 bin tonluk üretimiyle dünya ikincisi, Etiyopya üçüncü sırada yer aldı. Kovan sayısında dünya lideri olan Hindistan'ın ise üretim miktarında altıncı sıraya kadar gerilediği görülüyor.

Kovan sayısı ve üretimdeki dengesiz seyir, dünya genelinde kovan sayısı artmasına rağmen verimlilikte belirgin bir artış sağlanmadığını gösteriyor. 2023 yılında dünya genelinde kovan başına ortalama verim 18,6 kilogram olarak hesaplandı. Çin'in kovan başına 49,8 kilogram bal elde ettiği sektörde, Türkiye 12,5 kilogram, Hindistan ise 5,6 kilogram verim sağladı. Bu tablo, sürdürülebilir bir büyüme için sadece kovan sayısını artırmanın yeterli olmadığını, arı sağlığına ve verimlilik artırıcı yöntemlere de odaklanılması gerektiği gösteriyor.

TÜRKİYE'NİN KOVAN VARLIĞI DÜNYA İLE YARIŞIYOR

Tarım ve Orman Bakanlığının, Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü (TEPGE) tarafından hazırlanan raporlar; Türkiye'nin, sahip olduğu kovan varlığı bakımından dünyada ilk sıralarda yer alarak devasa bir üretim kapasitesine sahip olduğunu ortaya koyuyor. Yaklaşık 9 milyonu aşkın arılı kovan varlığıyla Türkiye, koloni sayısı bakımından dünyanın önde gelen ülkeleriyle yarışır durumda. Ülke genelinde kayıtlı 98 bin civarındaki arıcılık işletmesi ise bu büyük üretimin belkemiğini oluşturuyor.

Üretimin coğrafi dağılımına bakıldığında ise Ordu, Muğla, Adana ve Sivas gibi illerin başı çektiği görülüyor. 2024 yılında Türkiye'deki toplam bal üretiminde yüzde 13,6'lık pay ile Ordu birinci, yüzde 12,1'lik paya sahip Adana ikinci ve yüzde 7,4'lük pay ile Muğla ise

üçüncü sırada yer aldı. Özellikle Muğla, dünya çam balı üretiminin çok büyük bir kısmını tek başına karşılayarak Türkiye'ye bu alanda tartışmasız bir küresel üstünlük sağlıyor.

Bakanlık raporlarına yansıyan verilere göre işletme başına düşen kovan sayısındaki artış ve profesyonelleşme eğilimi, toplam bal rekoltesini yıllık ortalama 100 bin ton seviyelerinde tutarak sürdürülebilir bir arz güvenliği sağlıyor. Kovan başına verimlilikte bölgesel farklılıklar görülse de gezginci arıcılık faaliyetleri sayesinde bitki örtüsünün en verimli olduğu dönemler maksimum düzeyde değerlendiriliyor.

BAL ÇEŞİTLİLİĞİ TÜRKİYE'Yİ İKİNCİ SIRAYA TAŞIYOR

Küresel ölçekte bakıldığında Türkiye, bal üretiminde Çin'in ardından dünyanın en büyük ikinci üreticisi konumunda. Türkiye'yi diğer üreticilerden

ayıran en temel özellik ise ürettiği balın çeşitliliğinden geliyor. Yayla balından kestane balına, ayçiçeği balından dünyada tekel konumunda olduğu çam balına kadar sunduğu geniş ürün yelpazesi, Türkiye'yi butik ve katma değerli üretimde ayrıcalıklı bir yere taşıyor.

Kovan ve üretici sayısındaki sayısal büyümenin, ihracattaki niteliksel artışla desteklenmesi de sektörün geleceği adına umut veriyor. Tarım ve Orman Bakanlığının destekleri ve ihracatçı birliklerinin çalışmalarıyla markalaşma yolunda atılan adımlar, Türk balının dünya raflarında hak ettiği değeri bulmasına katkı sağlayan gelişmelerden. Önümüzdeki dönemde propolis ve arı sütü gibi katma değeri yüksek arı ürünlerinin, ihracatının yoğunlaşmasıyla Türkiye'nin bu alandaki liderliğini perçinlemesi bekleniyor.

2024 yılında 32,3 milyon dolar olarak kayıtlara geçen Türkiye'nin bal ihracatı, yüzde 4 oranında artarak 33,5 milyon dolara yükseldi. Miktar bazında da büyüme kaydeden sektör, Türk balını 51 farklı ülke, özerk ve serbest bölgeye ulaştırmayı başardı. 2025 yılında en büyük alıcı, Amerika Birleşik Devletleri (ABD) oldu. ABD'yi, gıda güvenliği konusunda dünyanın en katı kurallarına sahip ülkelerinden biri olan Almanya ve Birleşik Krallık takip etti.

2023 yılı verilerine göre, dünyada üretilen balın yaklaşık yüzde 41'i ticarete ayrılıyor. Toplam ihracatın yüzde 89'u ise sadece 20 üretici ülke tarafından gerçekleştiriliyor.



“2025’TE BAL İHRACATININ YÜZDE 35’İ EİB ÜYELERİ TARAFINDAN GERÇEKLEŞTİRİLDİ”



Bedri Girit
Ege Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı

2025 yılı itibarıyla Türkiye, 95 bin 492 tonluk bal üretimiyle Çin'in ardından dünya ikinciliğini koruyor. Özellikle çam balında sahip olduğu yüzde 90'lık küresel payla stratejik bir üstünlüğe sahip.

İhracat pazarlarımızda ABD ve Almanya ana destinasyonlar olmayı sürdürürken Birleşik Krallık'ta yüzde 138, İspanya'da ise yüzde 65 oranında yakalanan büyüme, doğru pazarlama ve konumlandırma stratejilerinin başarısını ortaya koyuyor. Küresel ölçekte Çin, Yeni Zelanda ve Hindistan gelir bazında öne çıkıyor. Muğla başta olmak üzere Ege illeri ise hem üretimin hem de katma değerli ihracatın merkezinde. 2025 yılında Türkiye bal ihracatının miktarda yüzde 35'i, değerinde yüzde 47'si EİB üyeleri tarafından gerçekleştirildi. EİB üyelerinin

5,18 dolarlık kilogram başı ihracat fiyatı, bölgemizin nitelikli ve markalı ihracattaki öncülüğünü gösteriyor.

Bu vizyonla, Türk çam balının marka değerini artırmak ve hak ettiği küresel konuma taşımak amacıyla Ege Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği olarak kapsamlı bir çalışma başlatma kararı aldık. Bu kapsamda Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Ege Tarımsal Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü ve Muğla İli Arı Yetiştiricileri Birliği yetkilileriyle iş birliği içinde bilimsel temelli çalışmalar yürütüyoruz. Hedefimiz; standardizasyonu güçlendiren, kalite algısını yükselten ve markalaşmayı hızlandıran adımlarla, çam balımızın uluslararası pazarlarda daha yüksek katma değerle konumlanmasını sağlamak.

“DOĞU KARADENİZ BALI ULUSLARARASI PAZARDA KATMA DEĞERLİ ÜRÜN OLARAK KONUMLANIYOR”



Saffet Kalyoncu
Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı

Doğu Karadeniz, 2025 yılında da nitelikli üretim yapısını koruyarak dış pazarlarda istikrarlı bir performans sergiledi. TR90 bölgesinin bal ihracatı, 2025'te miktar bazında 509 ton, değer bazında ise 2,15 milyon dolar seviyesinde gerçekleşti. Bir önceki yıla kıyasla miktar bazında sınırlı bir düşüş yaşanmasına rağmen ihracat değerindeki artış, bölge balının uluslararası pazarlarda katma değerli bir ürün olarak konumlandığını gösteriyor. Bölgenin 2025 yılı bal ihracatında öne çıkan ilk beş pazar sırasıyla Almanya, ABD, Birleşik Arap Emirlikleri, Ürdün ve Suudi Arabistan oldu. En çarpıcı artış ise Ürdün'de gerçekleşti. Ürdün'e yapılan ihracat, bir önceki

yılın aynı dönemine göre miktar bazında yüzde 725, değer bazında ise yüzde 705 oranında artış gösterdi. Ürdün'deki büyüme oranını Belçika, Bangladeş ve Almanya takip ederken 2025 yılı itibarıyla ihracata başlanan Hollanda ve Fas pazarları Doğu Karadeniz balı için yeni ihracat destinasyonları olarak öne çıktı. Bu gelişme, bölge balının yeni pazarlara erişim kabiliyetinin arttığını ve ihracat pazar yapısının çeşitlenerek güçlendiğini ortaya koyuyor. Önümüzdeki dönemde üretim standartlarının yükseltilmesi, markalaşma ve sürdürülebilir ihracat politikalarıyla Doğu Karadeniz'in bal sektöründeki uluslararası rekabet gücünün daha da artacağına inanıyoruz.

Birinciliği En iyi Biz Taşıyoruz

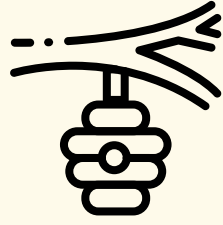
Mars Logistics olarak Hizmet İhracatçıları Birliği (HİB) tarafından düzenlenen “2024 Yılı Hizmet İhracatının Şampiyonları Ödülleri”nde “Yük Taşımacılığı ve Lojistik Hizmetleri” kategorisinde bu yıl da birinci olmanın gururunu yaşıyoruz.

Değerlerimizden aldığımız güç, hizmet anlayışımız ve stratejik yatırımlarımızla; liderliği yalnızca bir unvan olarak değil, her gün yeniden üstlenilen bir sorumluluk olarak taşıyoruz.



Dünyanın Arıcılık Devi Türkiye'nin Bal Haritası

Dünya bal üretiminde Çin'den sonra ikinci sırada yer alan Türkiye, zengin florası ve endemik bitki çeşitliliğiyle küresel bir oyuncu. Arıcılık sektöründe önemli bir potansiyeli elinde bulunduran Türkiye'nin, bal üretimi, yıllık ihracatı ve kovan varlığının güncel durumu...



9.400 ton

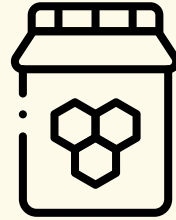
(2023)
Türkiye'nin yıllık
ihracatı

9,2 milyon adet
Türkiye'deki toplam
kovan sayısı



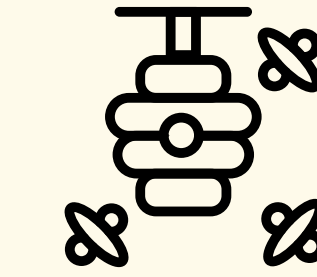
114.886 ton

Türkiye'deki toplam
bal üretimi



100.400

Türkiye'deki arıcılık
işletme sayısı



33,5 milyon dolar

2025 ihracat geliri



32,3 milyon dolar

2024 ihracat geliri

En Fazla Bal Üretimi Yapan İller (Ton)

Ordu	13.001
Adana	11.582
Muğla	7.031
Sivas	4.003
Siirt	3.048
Aydın	2.998
İzmir	2.884
Diyarbakır	2.459

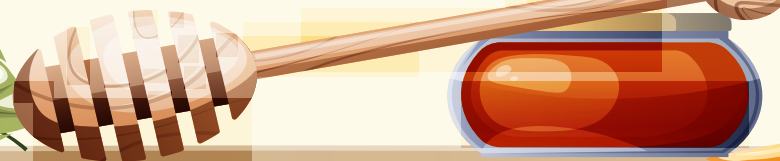
Kaynak: Tarım ve Orman Bakanlığı, Arıcılık Ürün Raporu 2025



Türkiye bal üretiminde dünya 2'ncisi, çam balı üretiminde ise dünya 1'ncisi

2025 yılında en fazla bal ihraç edilen ilk üç ülke ABD, Almanya ve Birleşik Krallık oldu.

ABD'ye 11,3 milyon dolar, Almanya'ya 5,4 milyon dolar, Birleşik Krallık'a ise 2,9 milyon dolarlık bal satıldı.



Kafkasya'nın Enerji ve Lojistik Koridoru

Azeri

Doğu ile batıyı birbirine bağlayan Orta Koridor'un kilit ülkesi Azerbaycan, sahip olduğu enerji kaynakları ve ulaşım ağlarıyla küresel ticaretin en güvenli köprülerinden biri konumunda. Enerji ihracatındaki liderliğini tarım, turizm ve sanayi atılımlarıyla destekleyen ülke, yabancı yatırımcılar için dinamik ve kârlı fırsatlar sunuyor.

Türkiye'nin ezelden ebede kardeş ülkesi Azerbaycan, Güney Kafkasya'nın en büyük ve stratejik açıdan en önemli ülkelerinden biri. Ülkenin, bölgesel bir güç merkezi olarak konumlanmasını hem coğrafi konumu hem de sahip olduğu zengin doğal kaynakları sağlıyor. Hazar Denizi'nin batı kıyısında, Asya ile Avrupa'nın kesişim noktasında yer alan ülke, enerji ve lojistik koridorlarıyla günümüzdeki stratejik köprü konumunu korumayı sürdürüyor.

1991 yılında Sovyetler Birliği'nin dağılmasıyla bağımsızlığını yeniden kazanan ve geçen 30 yılı aşkın sürede devlet yapısını istikrarlı şekilde güçlendiren Azerbaycan, piyasa ekonomisine geçiş süreçlerini başarıyla yöneterek uluslararası arenada saygın bir yer edinmeyi başardı. Ülke, ekonomik ilerlemelerin göstergesi olarak cari fiyatlara göre, 2025 yılı itibarıyla 196 ülke arasında dünyanın 84'üncü büyük ekonomisi oldu.

Genç ve dinamik nüfusu, köklü kültürel mirası ve hızla modernleşen çehresiyle ülke, sadece bir enerji tedarikçisi olmanın ötesine geçerek, yürüttüğü çok yönlü kalkınma hamlesini başarıyla sürdürüyor.

AZERBAYCAN EKONOMİSİ ENERJİ SEKTÖRÜNDEN BESLENİYOR

Petrol ve gaz sektörü ile birlikte gelişen Azerbaycan ekonomisinin omurgası, enerji sektörüne bağlı durumda. Sahip olduğu zengin petrol ve doğal gaz rezervleri sayesinde bağımsızlık sonrası dönemde hızlı bir kalkınma süreci yaşayan ülkenin, ihracatının yüzde



90'ından fazlasını petrol ve doğal gaz oluşturuyor.

Gayrisafi Yurt İçi Hasıla (GSYİH) verilerine bakıldığında, ülkenin ekonomik büyüklüğünün istikrarlı bir seyir izlediği ve 2025 yılı öngörülerinde büyümenin, 76 milyar dolar seviyelerine ulaşması bekleniyor. Ekonomik büyüme, küresel enerji fiyatlarındaki dalgalanmalara karşı duyarlı olduğu gibi; hükûmetin uyguladığı istikrar politikaları sayesinde de pozitif bir ivme yakalamış durumda. Ülkenin, 2024 ve sonrası için öngördüğü yüzde 3 civarındaki büyüme oranları, küresel belirsizliklere rağmen Azerbaycan ekonomisinin direncini kanıtlıyor.

Ülke ekonomisinin petrole olan bağımlılığı ise en büyük sorunlardan biri olarak görülüyor. Yönetim tarafından stratejik bir risk olarak değerlendirilen bu duruma



%4,1
Büyüme Oranı

75,6
milyar dolar
GSYİH

7.381
dolar
Kişi Başı GSYİH

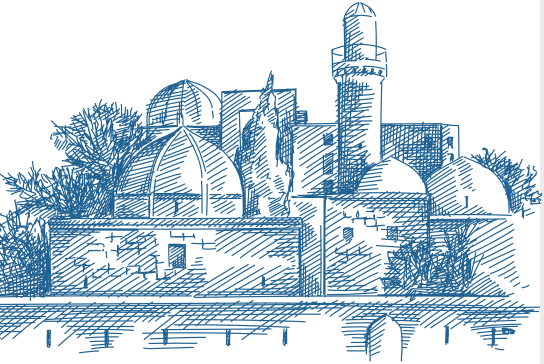


10.224,9

bin
Nüfus
(Nisan 2025)

86.600

kilometrekare
Yüz ölçümü



Azerbaycan ve Türkiye arasındaki ticaret dengesinde Azerbaycan'ın enerji kaynakları belirleyiciliği üstlenirken; Türkiye, makine, gıda ve sanayi ürünleriyle ağırlığını koyuyor.



Laza

karşı, ekonominin çeşitlendirilmesi önceliğe alınarak temel devlet politikası hâline gelmiş durumda. Bu kapsamda tarım, turizm, bilgi teknolojileri ve imalat sanayi gibi petrol dışı sektörlerin geliştirilmesine büyük önem veriliyor. Ancak yine de çeşitlendirme çabalarının yavaş kaldığı görülüyor. Petrol dışı alanlara yapılan yatırımlar artış kaydetse de ülkede, enerji dışındaki iş sektörlerinin ilerleme oranı hâlâ oldukça zayıf durumda.

TÜRKİYE, AZERBAYCAN'IN İHRACATINDA İKİNCİ SIRADA YER ALIYOR

Azerbaycan'ın ihracat hacmi, enerji fiyatlarına bağlı olarak değişim gösterse de genellikle

ithalatın üzerinde seyrediyor ve ülke cari fazla veriyor. 2024 yılında 27 milyar dolar ihracat gerçekleştiren ülkenin en büyük ihracat kalemini ham petrol ve doğal gaz oluşturdu. Azerbaycan'ın ihracat yaptığı başlıca ülkeler İtalya, Türkiye, Rusya, Çekya ve Hırvatistan olarak sıranırken; ülkenin ihracatında Türkiye yüzde 14 pay ile ikinci sırada yer aldı.

2024 yılında 21 milyar dolarlık ithalat yapan ülkenin, dış alımlarında ise makine, teçhizat, otomotiv, ilaç ve gıda ürünleri ön plana çıkıyor. Çin, Rusya ve Türkiye, Azerbaycan'ın en büyük ithalat ortakları arasında konumlanıyor. Özellikle Çin ve Rusya'dan yapılan ithalatın, sanayi ve tüketim malları ihtiyacını karşıladığı, ancak Türkiye ile olan ticaretin daha dengeli ve karşılıklı yatırımlarla desteklenen bir yapıda olduğu görülüyor.

Doğrudan yabancı yatırımlar ise Azerbaycan'ın ekonomik canlanmasında kilit rol oynuyor. Azerbaycan ülkedeki ekonomik sorunların aşılması ve istikrarın sağlanması sonucunda özellikle petrol çıkarma ve işleme sanayisinde, yabancı yatırımlar açısından çok cazip bir pazar hâline gelmeyi başardı

TARIM, SANAYİ VE ULAŞTIRMA EKONOMİSİNE GÜÇ KATIYOR

Petrol dışı ekonominin can damarı olan tarım sektörü, nüfusun önemli bir kısmına istihdam sağlaması açısından kritik öneme sahip. Azerbaycan'ın farklı iklim koşullarına sahip, verimli topraklarında pamuk, tahıl, üzüm, çay, sebze ve meyve yetiştiriciliği yapılıyor. Özellikle pamuk ve meyve ihracatı, kırsal kalkınmanın lokomotifidir. Devlet de modern sulama sistemleri ve tarımsal teşviklerle verimliliği artırarak, tarımın

Sahip olduğu enerji rezervleri sayesinde bağımsızlık sonrası dönemde hızlı bir kalkınma süreci yaşayan Azerbaycan'ın, ihracatının yüzde 90'ından fazlasını petrol ve doğal gaz oluşturuyor.

ülke ekonomisindeki etkinliğini yükseltmeyi hedefliyor.

Sanayi sektöründe ise ağır sanayi tesislerinin modernizasyonu ve organize sanayi bölgelerinin kurulmasıyla kimya, inşaat malzemeleri ve metalürji alanlarında ciddi atılımlar yapıldığı görülüyor. İnşaat sektörü de hem konut projeleri hem de altyapı yatırımlarıyla ekonominin dinamik motorlarından birini oluşturuyor. Özellikle Karabağ bölgesinde yürütülen, "Büyük Dönüş" kapsamındaki imar faaliyetleri, inşaat ve altyapı sektörüne büyük bir ivme kazandırmış durumda.

Ulaştırma ve lojistik ise Azerbaycan'ın bir diğer stratejik kozlarından. Tarihi İpek Yolu üzerinde bulunan ülke, doğu-batı (Orta Koridor) ve kuzey-güney ulaşım koridorlarının kesişim noktasında yer alıyor. Bununla birlikte Bakü-Tiflis-Kars demir yolu hattı ve Bakü Uluslararası Deniz Ticaret Limanı aracılığıyla Asya ile Avrupa arasındaki yük taşımacılığında en kısa ve güvenli rotalardan birini oluşturuyor. Bu da Azerbaycan'ı, bir lojistik üssüne dönüştürüyor.

TÜRK İSLAM KÜLTÜRÜNÜN ZARİF TEMSİLCİSİ

Türk İslam kültürünün Kafkasya coğrafyasındaki en



Kelekhana

17

milyar dolar

Azerbaycan'daki Türk yatırımları
(2024)

21

milyar dolar

Türkiye'deki Azerbaycan yatırımları
(2024)

4,178

milyar dolar

İki ülkenin ticaret hacmi
(Ocak-Temmuz 2025)

Azerbaycan'ı Kalkındıracak "Asrın Anlaşması"

Hazar Denizi'ndeki devasa rezervlerin işletilmesi için kurulan uluslararası konsorsiyumlar ve "Asrın Anlaşması" ile başlayan süreç, Azerbaycan'ı Avrupa'nın enerji güvenliği için vazgeçilmez bir ortak hâline getirdi. 1.768 kilometre uzunluğundaki Bakü-Tiflis-Ceyhan (BTC) Ham Petrol Boru Hattı ve 113 kilometre uzunluğundaki Bakü-Tiflis-Erzurum Doğalgaz Boru Hattı, Azerbaycan hidrokarbonlarını dünya pazarlarına taşıyan ana arterleri oluşturuyor. Ayrıca Güney Gaz Koridoru'nun bel kemiğini oluşturan Trans Anadolu Doğalgaz Boru Hattı (TANAP) ve Trans Adriyatik Boru Hattı (TAP) projeleri, Hazar gazının Türkiye üzerinden Avrupa'ya nakledilmesini sağlayarak ülkenin jeostratejik önemini perçinliyor.



Karabağ

zarif temsilcilerinden biri olan Azerbaycan, zengin kültürel dokusunu korumayı başaran ülkelerden. Sanatın farklı dallarında köklü bir geleneğe sahip olan Azerbaycan, özellikle Muğam müziği ve geleneksel halı dokuma sanatı ile UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras listelerinde yer alıyor.

Ülkenin kültürel değerleri ve sosyal yapısındaki çeşitlilik, turizm potansiyelini ve dolayısıyla da sektöre yönelik yatırımları artırıyor. Şahdağ ve Tufandağ gibi modern kayak merkezleri, Hazar Denizi'nin kıyısındaki plajlar ve ev sahipliği yapılan uluslararası organizasyonlar ülkenin turizm cazibesini artırıyor. Azerbaycan'ın işgalden kurtarılan bölgeleri Karabağ ve Doğu Zengezur da restorasyon çalışmalarıyla turizmin yeni gözdeleleri arasında yer alıyor.

Azerbaycan seyahat ve turizm sektörü 2024 yılında, toplam ekonomiye 4,6 milyar dolar katkıda bulundu. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC), Azerbaycan'ın turizm sektörünün 2025'te önemli bir büyüme yaşayarak sektörün ulusal ekonomiye katkısının 6 milyar dolar olmasını öngörüyor. Vize kolaylıkları ve tanıtım faali-

yetleri sayesinde hızla artan turist sayısı, sektörün gelecekte petrol dışı gelirlerde önemli bir paya sahip olacağını gösteriyor.

"TEK MİLLET İKİ DEVLET"

Azerbaycan ve Türkiye arasındaki ilişkiler, diplomatik dostluğun ötesinde; iki ülkenin köklü geçmişinden dolayı derin bir ekonomik entegrasyona sahip. Diplomatik tanınmanın ötesine geçen bu ilişkiler, 2024 itibarıyla karşılıklı yatırımların zirveye ulaşmasıyla daha da derinleşti. Türkiye, Azerbaycan'ın ithalatında ikinci, ihracatında ise en önemli ortaklardan biri olarak konumlanıyor. 2025 yılının ilk yedi ayında 4,17 milyar doları aşan ticaret hacmi de bu dinamik ortaklığın en somut göstergesi.

İki ülke arasındaki ticaret dengesinde Azerbaycan'ın enerji kaynakları belirleyiciliği üstlenirken Türkiye, makine, gıda ve sanayi ürünleriyle bu akışa ağırlığını koyuyor. Türkiye, yalnızca bir ticaret ortağı değil, aynı zamanda Karabağ'ın imarından bölgesel bağlantısallığın güçlendirilmesine kadar her alanda Bakü'nün stratejik destekçisi olarak önemli bir rol üstleniyor.

in f @ canik

CANİK

SUPERIOR FIREARMS

X canikarms

YENİLİKÇİ KÜRESEL SAVUNMA ÇÖZÜMLERİ



SYS
GROUP

CANİK
SUPERIOR FIREARMS

systems

UNIROBOTICS

MECANİK

CANİK
ACADEMY

“Fuarlar Hizmet İhracatı İçindeki Payını İstikrarla Artırıyor”

Fuarcılık sektörü, yarattığı doğrudan gelir kadar tetiklediği ticaret hacmi ve ihracat bağlantılarıyla hizmet ihracatının stratejik itici gücü konumunda. Türkiye ise coğrafi avantajı ve esnek organizasyon kabiliyetiyle küresel fuarcılık ekosisteminde kalıcı bir oyuncu olma yolunda ilerliyor.



HİB Diğer İş Hizmetleri Komitesi Fuarcılık Hizmetleri Alt Komite Başkanı Cihat Alagöz: “Fuarlar sayesinde hem hizmet ihracatı gelirleri artıyor hem de Türkiye’de üretim yapan firmalarımızın yeni pazarlara erişimi hızlanıyor. Bu durum, HİB’in toplam ihracat hedeflerini destekleyen sürdürülebilir ve yüksek katma değerli bir yapı oluşturuyor..”



Fuarcılık sektörü, yalnızca doğrudan yarattığı gelirle değil; ticareti, ihracatı ve hizmet sektörlerini aynı anda harekete geçiren çarpan etkisiyle ekonominin stratejik alanlarından biri olarak öne çıkıyor. Türkiye’de düzenlenen yüzlerce fuar, her yıl on binlerce yabancı ziyaretçi ve iş insanını ülkeye çekerek turizmden lojistiğe uzanan geniş bir ekonomik hareketlilik yaratıyor.

Hizmet İhracatçıları Birliği (HİB) çatısı altında yürütülen çalışmalar ise fuarcılığı klasik bir organizasyon faaliyeti olmaktan çıkarıp, ihracat ekosisteminin tamamlayıcı ve sürdürülebilir bir unsuru hâline getiriyor. Türkiye, bu vizyonla küresel fuarcılık ligindeki yerini güçlendiriyor. “Türk fuarcılık sektörünü, devler liginde ayrıştıran en önemli unsur coğrafi konumu ile üretim gücünü aynı potada buluşturabilmesi.” diyen HİB Diğer İş Hizmetleri Komitesi Fuarcılık Hizmetleri Alt Komite Başkanı Cihat Alagöz, Türkiye’nin; Avrupa, Orta Doğu, Afrika ve Orta Asya’ya aynı anda hitap edebilen ender ülkelerden biri olduğunu altını çiziyor.

Fuarcılık sektörü, doğrudan yarattığı gelirin ötesinde; turizm, konaklama, yeme-içme ve lojistik gibi sektörlerle sağladığı çarpan etkisi ile hizmet ihracatının lokomotiflerinden biri. 2025 yılında, TOBB takviminde yer alan 300’ü aşkın fuarın, toplam hizmet ihracatı ve ülke ihracatı içindeki payını nasıl değerlendirdiğiniz?

Fuarcılık sektörü, yalnızca doğrudan oluşturduğu gelirle değil; tetiklediği ticaret hacmi, iş bağlantıları ve uzun vadeli ihracat ilişkileriyle hizmet ihracatının en stratejik alanlarından biri konumunda. Ülkemizde düzenlenen fuarlar, her yıl 10 binlerce yabancı ziyaretçi ve katılımcıyı ülkemize çekerek konaklama, yeme-içme, ulaşım,

lojistik ve tanıtım gibi birçok alt sektörde güçlü bir ekonomik hareketlilik oluşturuyor.

2025 projeksiyonlarına baktığımızda, fuarların hizmet ihracatı içindeki payının hem doğrudan gelirler hem de oluşturduğu çarpan etkisiyle istikrarlı biçimde arttığını görüyoruz. Özellikle üretici sektörlerimizle entegre ilerleyen ihtisas fuarları, mal ihracatına da ciddi katkı sağlayarak ülke ihracatımızın çok etkili bir tamamlayıcısı rolünü üstleniyor.

Sektörün yarattığı bu ekonomik büyüklük, HİB’in genel ihracat hedeflerine nasıl bir kaldıraç desteği sunuyor?

HİB çatısı altında yer alan hizmet sektörlerinin en önemli özelliklerinden biri, diğer sektörleri harekete geçiren bir katalizör işlevi görmesidir. Fuarcılık da bu açıdan HİB’in ihracat hedeflerine doğru- dan kaldıraç etkisi sunan başlıca alanlardan biridir.

Fuarlar sayesinde hem hizmet ihracatı gelirleri artıyor hem de Türkiye’de üretim yapan firmalarımızın yeni pazarlara erişimi hızlanıyor. Bu durum, HİB’in toplam ihracat hedeflerini destekleyen sürdürülebilir ve yüksek katma değerli bir yapı oluşturuyor. Biz fuarcılığı yalnızca bir organizasyon faaliyeti değil, ihracat ekosisteminin stratejik bir parçası olarak değerlendiriyoruz.

Bizim stratejimiz, klasik fuar organizatörlüğünün ötesine geçerek, katılımcı ve ziyaretçiye gerçek ticari değer sunan, sonuç odaklı fuarlar kurgulamak üzerine kurulu.



Türkiye, özellikle de İstanbul; coğrafi avantajı ve kaliteli hizmet altyapısıyla küresel fuarcılıkta Almanya, İtalya ve BAE gibi devlerle rekabet hâlinde. Türk fuarcılık sektörünü bu devler liginde ayırtıran temel strateji nedir?

Türkiye'yi bu ligde ayırtıran en önemli unsur, coğrafi konumu ile üretim gücünü aynı potada buluşturabilmesidir. Türkiye; Avrupa, Orta Doğu, Afrika ve Orta Asya'ya aynı anda hitap edebilen ender ülkelerden biri.

Buna ek olarak kaliteli hizmet altyapımız, esnek organizasyon kabiliyetimiz ve rekabetçi maliyet avantajımız Türk fuarcılık sektörünü güçlü kılıyor. Bizim stratejimiz, klasik fuar organizatörlüğünün ötesine geçerek, katılımcı ve ziyaretçiye gerçek ticari değer sunan, sonuç odaklı fuarlar kurgulamak üzerine kurulu.

Fuar anlamında, Türkiye'nin henüz yeterince pay alamadığı

ancak yüksek potansiyel barındırdığını düşündüğünüz hedef pazarlar veya sektörler var mı? 2026 yılında, Türk fuarcılarını daha aktif göreceğimiz yeni coğrafyalar hangileri olacak?

Önümüzdeki dönemde özellikle Afrika, Orta Asya ve Güneydoğu Asya pazarlarının fuarcılık açısından ciddi fırsatlar sunduğunu görüyoruz. Bu coğrafyalar, hem hızlı büyüyen ekonomilere sahip hem de Avrupa pazarına erişim için Türkiye'yi doğal bir ticaret kapısı olarak konumlandırıyor.

2026 yılında, Türk fuarcılarını bu bölgelerde daha aktif göreceğimize inanıyorum. Aynı zamanda sağlık, çevre teknolojileri, yenilenebilir enerji ve tarım teknolojileri gibi ihtisas alanlarında da yeni fuar konseptlerinin öne çıkacağını öngörüyoruz.

Türk fuarcılık sektörü, AB Yeşil Mutabakatı ve dijitalleşme süreçlerine ne kadar hazır? HİB bünyesinde, firmaların bu yeşil

ve dijital uyum sürecini hızlandırmak adına yürütülen özel bir çalışma veya teşvik mekanizması bulunuyor mu?

Sektörümüz, yeşil dönüşüm ve dijitalleşme konusunda önemli bir farkındalık aşamasını geride bırakmış durumda. Sürdürülebilirlik artık fuar organizasyonlarının ayrılmaz bir parçası hâline geldi.

HİB bünyesinde, firmalarımızın dijital platformları daha etkin kullanmalarını, karbon ayak izini azaltan uygulamalara yönelmelerini ve uluslararası standartlara uyum sağlamalarını teşvik eden çalışmaları tavsiye ediyoruz. Dijitalleşmeyi bir tehdit değil, erişim alanını genişleten stratejik bir araç olarak görüyoruz.

Ticaret Bakanlığı'nın fuar katılımcılarına ve organizatörlerine sağladığı destekler, sektörün finansal dayanıklılığı için kritik bir role sahip. HİB Diğer İş Hizmetleri Komitesi olarak, fuarcılık sektörünün kurumsal-

laşması ve uluslararası marka değerinin artırılması adına 2026 yılı için masanızdaki en öncelikli stratejik hedef nedir?

2026 yılı için en temel hedefimiz, Türk fuarcılık sektörünün kurumsallaşma düzeyini daha da yükseltmek ve uluslararası marka değerini güçlendirmektir. Bu kapsamda, uluslararası nitelikli fuarlarımızın desteklenmesi, yeni salon yatırımlarının teşvik edilmesi ve Türk fuar markalarının yurt dışında daha görünür hâle gelmesi öncelikli gündem maddelerimiz arasında yer alıyor.

Ticaret Bakanlığımız bu süreçte sektörümüzle çok yakın çalıştı ve ortaya koyduğu vizyoner yaklaşım sayesinde fuarcılık sektörümüz uluslararası rekabet gücünü belirgin şekilde artırdı. Bakanlığımızın proaktif, çözüm odaklı ve sahayı yakından takip eden yönetim anlayışı, sektörümüze hem hız hem özgüven kazandırdı.

Öte yandan KOSGEB'in fuar katılım desteği, KOBİ'lerin fuarlara erişimi açısından kritik bir programdı. 2024'te revizyon nedeniyle durduruldu ancak önümüzdeki dönemde yeniden devreye alınmasını güçlü bir şekilde bekliyoruz.

Önümüzdeki dönemde özellikle Afrika, Orta Asya ve Güneydoğu Asya pazarlarının fuarcılık açısından ciddi fırsatlar sunduğunu görüyoruz. 2026 yılında Türk fuarcıları, bu bölgelerde daha aktif olacak.



Avrupalı Soyluların Osmanlı Rüyası

Turquerie

Avrupa aristokrasisinin ağır peruklar ve dar kalıplardan uzaklaşarak Osmanlının ipek kaftanlarına sığındığı bir rüya: Turquerie. Avrupa'nın, kendi sınırlarının dışına çıkıp başka bir dünyanın renkleriyle kendini yeniden keşfetme çabasına dayanan bu akım; giyim, edebiyat, dekor ve müzik gibi birçok alanı etkileyerek Türk'ün Avrupa'daki görünen değil de kabullenilen ilk hâli oldu.

Osmanlı İmparatorluğu, 600 yılı aşkın varlığı boyunca; kimi zaman gücüyle kimi zaman savaşçı kimliğiyle kimi zaman da sanatı ve ihtişamıyla ilgi odağı oldu. İlham aldığı da oldu ilham kaynağı olduğu da... Ancak özellikle 18. yüzyılda Avrupa kıtasının zihniyet dünyasını en çok meşgul edenlerden biri hiç şüphesiz "Türk" imgesi oldu.

Yüzyıllarca yenilmez bir güç olarak korkuyla izlenen Osmanlı İmparatorluğu, 18. yüzyıl itibarıyla askeri bir tehdit olmaktan çıkarak Avrupa aristokratları için estetik bir hayranlık nesnesine dönüştü. Avrupalıların doğu hayali de tarihte Turquerie akımı olarak yer etti.

OSMANLI KÜLTÜRÜNÜN AVRUPA'DAKİ KABULLENESİ

Turquerie için en kısa tanımla batının Türk hayranlığı denilebilir. Fakat aslında bu tanımdan çok daha fazlası... Türk'ün Avrupa'daki görünen değil de kabullenilen ilk hâli... Avrupalılar bu dönemde, Osmanlı'yı olduğu gibi görmekten ziyade, kendi hayallerindeki doğuyu inşa etmeye çalıştı. Bu akım sayesinde de Osmanlı nesneleri hem birer eşya olarak hem de beraberlerinde getirdikleri anlam katmanlarıyla Avrupa evlerine girmiş oldu.

Aslında Avrupa'nın doğuya ve doğu ürünlerine olan tutkusu Turquerie akımından çok daha eskiye, Rönesans dönemine dayanıyor. Rönesans tablolarında zeminleri süsleyen Anadolu halılarıyla başlayan bu merak; Turquerie akımıyla ipek kaftanla-

ra, mis kokulu kahve ritüellerine ve malikânelerin en kıymetli köşelerini süsleyen Türk odaları na evrildi.

Avrupa'nın, kendi sınırlarının dışına çıkıp başka bir dünyanın renkleriyle kendini yeniden keşfetme çabasına dayanan Turquerie akımı; Avrupa'ya Osmanlı'nın saray kültürünü ve tarzını benimseterek giyim, edebiyat, dekor ve müzik gibi birçok alanı etkiledi.

KORKUDAN HAYRANLIĞA GEÇİŞ

1699 yılında imzalanan Karlofça Antlaşması'nın ardından Osmanlı'nın, Avrupa için askeri bir tehdit olmaktan çıkarak diplomatik bir partnere dönüşmesiyle merak duygusu korkunun önüne geçti. Avrupa'nın zamanla Osmanlı'yı daha iyi tanımaya başlaması Turquerie akımının zeminini oluştururken; akımın fitilini, Osmanlı elçilerinin Avrupa başkentlerine yaptıkları şaşılahtı ziyaretler ateşledi.

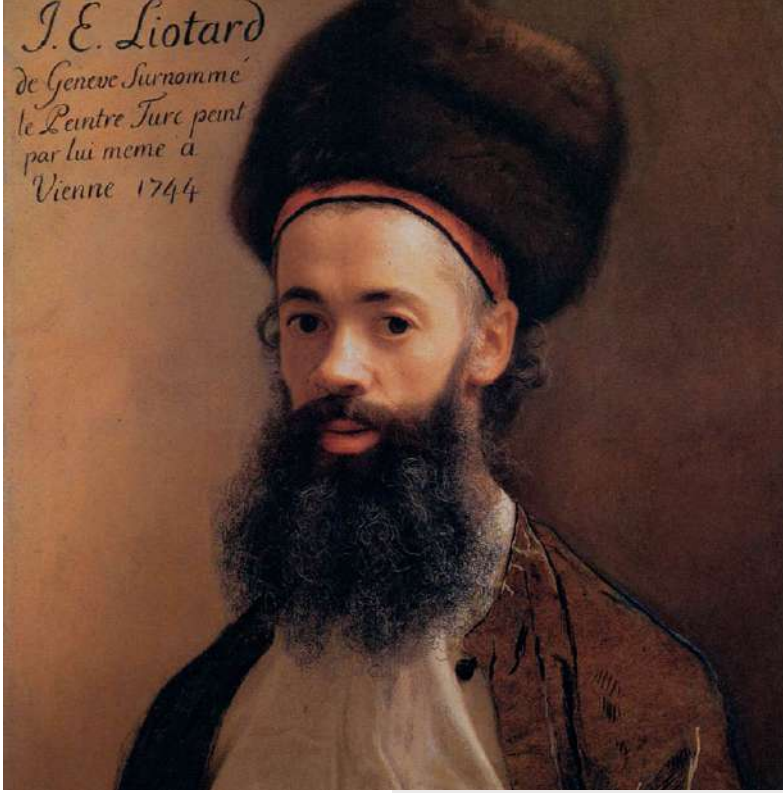
1669 yılında Müteferrika Süleyman Ağa'nın Fransa'ya, 1721'de Yirmisekiz Çelebi Mehmed Efendi'nin Paris'e, 1742'de ise Kozbekçi Mustafa Ağa'nın İsveç'e elçi olarak girişleri, Avrupalılar için âdeta canlı bir tiyatro sahnesine dönüştü. Elçilerin ihtişamlı kaftanları, sorguçu sarıkları, maiyetlerindeki egzotik hayvanlar ve sundukları hediyeler, dönemin gri ve kasvetli Avrupa'sına renkli ve bambaşka bir dünyanın var olduğunu gösterdi.



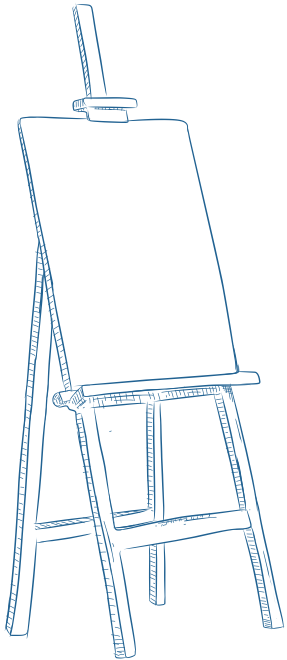
Türk Kahvesi Avrupalı Aristokratların Rutinlerine Eklendi

Osmanlı'dan Avrupa'ya ihraç edilen en etkili alışkanlık kuşkusuz kahve oldu. Osmanlıya 14. yüzyılda Yemen'den gelen ve zamanla yaygınlaşan kahvenin ünü, Avrupa'ya da Osmanlı üzerinden taşındı. Başlarda ilaç niyetine içilen bu içecek, kısa sürede sosyetik bir ritüele dönüşünce ressamın tablolarında, "sedirde kahve içen Türk kızı" ya da "kahve keyfi yapan kadınlar" gibi temalar sıkça işlenmeye başladı.

Fransız aristokrasisi, Osmanlı kültürünü keyif, aylıklık ve zerafet ile özdeşleştirdiğinden saray hanımları; rahat korseler yerine bol Osmanlı kaftanları içinde, kürkleri ve yumuşak yastıklar üzerinde kendilerini hanım sultan gibi resmettiriyorlardı. Kral XV. Louis'in ünlü metresi Madame de Pompadour, Türk odasında kahve içerken verdiği poz ile bu akımın öncüsü oldu.



Cenevrelî sanatçı Jean-Étienne Liotard, İstanbul'da kaldığı beş yılın ardından Avrupa'ya dönerken, yanında Osmanlı kültürüne ait kıyafetler götürdü ve Avrupa'da bu giysileri giydirdiği modellerin portrelerini yaptı. Turquerie akımının önemli isimlerinden biri olan Liotard, Avrupa'da "Türk Ressam" lakabıyla ünlendi.



Fransız aristokrasisi, elçileri izleyerek; onların giyim kuşamını, yeme içme alışkanlıklarını ve hatta yürüyüşlerini bile taklit etmeye başladı. Turquerie de bu meraklı bakışın bir ürünü olarak 18. yüzyılın süslü, kıvrımlı ve oyuncu Rokoko sanatıyla harmanlanarak yeni bir stil hâline geldi.

RESSAMLAR AVRUPA'DAKİ DOĞU İMAJININ GÖRSEL HAFIZASI OLDU

Bu akımın görsel hafızasını oluşturma konusundaki en önemli görevi ise şüphesiz ressamlar üstlendi. Avrupalı sanatçılar, Osmanlı coğrafyasını bizzat ziyaret ederek veya elçilerin getirdiği rûzgârdan etkilenecek doğunun sıcak temalarını resimlerine yansıttı. Felemenk asıllı Fransız ressam Jean Baptiste Vanmour, akımın en önemli isimleri arasında yer aldı. 1699'da geldiği İstanbul'da uzun yıllar yaşayan Vanmour,



Lady Williams-Wynn ve Çocukları

saray erkanı ve törenlerinin yanı sıra hamam sefalarını, dervişleri ve sokaktaki insanları resmederek Avrupa'ya, İstanbul'un çok kültürlü yapısını ve gerçek Türk'ü Vanmour, bu konuda o kadar başarılıydı ki Fransa Kralı XIV. Louis tarafından "Doğudaki Has Ressam" ünvanını aldı.

Bir diğer önemli isim olan Cenevrelî sanatçı Jean-Étienne Liotard ise işi bir adım daha ileri götürdü ve kendisi de Osmanlı gibi giyinerek, "Türk Ressam" lakabıyla Avrupa'yı dolaştı. Liotard, kariyerini portre ressamı olarak inşa etse de sahip olduğu ününü daha çok Turquerie akımına borçlu. 1738 yılında çıktığı bir doğu seyahati sırasında İstanbul'a gelen Liotard, sakal bırakarak sokaklarda yerli gibi dolaşmaya başladı. Bu durum ona, Avrupa'ya döndüğünde ömür boyu taşıyacağı "Türk Ressamı" lakabını kazandırdı.

İstanbul'da kaldığı beş yılın

ardından Avrupa'ya dönerken yanında Osmanlı kültürüne ait kıyafet ve aksesuarlar götürün sanatçı, Avrupa'da bu giysileri giydirdiği modellerin portrelerini yaptı. Liotard'ın Turquerie akımındaki başarısının sırrı, seçtiği temalardan ziyade bu temaları işleyişindeki teknik ustalıkla saklıydı. Pastel tekniğini ustalıkla kullanan ressam, yağlı boyanın ağırlığından uzak, yumuşak geçişler ve kadifemsi dokularla doğulu kumaşların zarafetini başarılı şekilde uyguladı. Ayrıca resimlerinde, doğuyu oryantalist bir fantezi olarak değil; kumaşın dokusundan takının parıltısına kadar gerçeğe en yakın hâliyle resmettiği için çok sevildi.

MODA VE MEKÂNDA OSMANLI ETKİSİ

Osmanlıda kadınlar, üstlük olarak ferace giyer ve yüzlerini örten peçeler takardı. Erkekler ise fes ve sosyal sınıflarına göre kavuk takar, yelek ve mintan



Sultan Kıyafetlerinde Madame de Pompadour

giyerdi. Cepken, şalvar ve yemeni de dönemin kıyafetleri arasındaydı. Geleneksel çizgileri koruyan Osmanlı dönemi giysileri, görsel bir iletişim dili oluşturan araç konumundaydı. Moda nesnesi olarak talep gören bu kıyafetler Turquerie modasını yarattı. Başta Paris sosyetesinin ünlü kadınları olmak üzere, Avrupalı aristokratlar, Turquerie modasını benimseyerek sultan kıyafetlerine büründü.

Osmanlı'nın parlak ve yüksek işçilikli kumaşlarıyla yapılmış ipek şalvarlar, işlemeli yelekler, kuşaklar ve türbanlar Avrupa'lı kadınlar arasında büyük bir ilgi gördü. Bu da Turquerie akımının, en çok moda aracılığıyla yayılmasına sebep oldu. Avrupa'nın aristokrat hanımları, kat kat eteklerin ve ağır perukların baskısından bunaldıklarında, "à la Turque" (Türk usulü) giyinmeyi tercih ettiler. Evlerinde Türk usulü giyindikleri gibi iç mekân tasarımlarında da Osmanlıya ait

Osmanlı'nın parlak ve yüksek işçilikli kumaşlarıyla yapılmış ipek şalvarlar, işlemeli yelekler, kuşaklar ve türbanlar Avrupa'lı kadınlar arasında büyük bir ilgi gördü.

detaylara yer vermeye başladılar.

Turquerie modası, lokum, nargile, Türk hamamı, havlu/peşkir, kavuk (serpuş), lale motifleri, gümüş toka ve kemerler, takunya, mohair olarak adlandırılan angora yünü, oryantal çiçek motifli Bursa çatma ipek kumaşlar ve ebru sanatı gibi ürünlerle yayıldı.

Akımın mekânlar üzerindeki etkisi öyle büyüktü ki Avrupa şatolarında ve malikanelerinde, Türk Odaları veya Türk Köşeleri oluşturmak bir prestij meselesi hâline gelmişti. Alçak divanlar, yer minderleri, doğu halıları ve buhurdanlıklarla döşenen odalar, batılı insanın gündelik hayatın stresinden kaçıp sığındığı ve hayalindeki doğuyu yaşadığı mekânlar oldu. Bu mekânlar aynı zamanda, Avrupalılar için çok yeni bir alışkanlık olan kahve içme ritüelinin de merkeziydi.

ALLA TURCA'NIN BATI MÜZİĞİNDEKİ İZLERİ

Turquerie'nin etkisi sadece göze değil, kulağa da hitap etti ve müzikal anlamda yeni keşiflerin doğmasını tetikledi. Dünyanın en eski bandolarından, Osmanlının gümbürdeyen ritmi mehter; kösleri, davulları, zilleri ve çevganları ile Avrupalı bestecileri



Kanepede Oturan Türk Elbiseli Kadın

derinden etkiledi. Alla Turca yani Türk Tarzı olarak adlandırılan bu müzikal üslup, klasik batı müziğinin içine dâhil edilmiş ve böylece ozamana kadar hiç duyulmamış yeni bir yorum, farklı ve dinamik bir müzik tarzı oluşturuldu. Bu etkileşimin en parlak örnekleri ise Wolfgang Amadeus Mozart tarafından verildi.

Mozart'ın dünyaca ünlü klasiği "Türk Marşı" (Rondo alla Turca), mehterin ritmik yapısının piyanodaki yansımalarından sadece

biri. Başlı başına Turquerie akımının bir ürünü olan "Saraydan Kız Kaçırma" (Die Entführung aus dem Serail) isimli opera eseri ise en ünlüsüdür diyebiliriz. Dönemin ruhunu çok başarılı şekilde yakalayan Mozart, bu operasında sadece konuyu değil müziği de Türk stiline uyarladı.

Topkapı Sarayı'nda geçen, Selim Paşa ve Osman gibi karakterlerin yer aldığı bu opera; dönemin Avrupasının Osmanlı'ya bakışındaki pozitif yönlü değişimi göstermesi açısından önem taşıyor. Operadaki Türk karakterler, gaddar oldukları kadar aynı zamanda başışlayıcı ve asil şekilde oluşturulmuş. Mozart, babasına yazdığı 1781 tarihli bir mektupta, opera için "Seyirci Osman'ın öfkelerini Türk müziği kullanıldığında komik buluyor." diye yazmış; yenicileri korosunun icrasını ise "Kısa, canlı ve Viyanalıları eğlendirmek için yazılmış." olarak tanımlamış.

TURQUERIE AKIMININ EDEBİYATTAKİ ÖNCÜSÜ MOLIÈRE

Aydınlanma Çağı'nın filozofları ve yazarları için Turquerie, estetik bir zevk olduğu kadar

kendi toplumlarını eleştirmek için kullandıkları bir araçtı. Bu akımdan etkilenecek kaleme alınan eserlerdeki Türk karakterlerinin, genellikle Avrupa'nın dogmalarına, kilisenin baskısına ve kralların mutlakiyetine dışarıdan bakan, rasyonel ve gözlemci bir figür olarak kurgulandığı görülüyor. Örneğin, Montesquieu'nün İran Mektupları ve Voltaire'in eserlerinde, doğu toplumlarına atfedilen özellikler üzerinden aslında bir Fransa eleştirisi yapılıyor.

Özellikle 16. yüzyıl itibarıyla Osmanlı Türkleri imajı Fransız edebiyatında yaygınlaşmaya başlamıştı. Turquerie kelimesini literatüre kazandıran ilk isim ise Fransız oyun yazarı Molière oldu. Bu terime ilk yer verdiği Cimri

oyununda, taş kalplilik anlamında kullansa da 1669'da Osmanlı elçisi Müteferrika Süleyman Ağa'nın Fransa Kralı XIV. Louis'yi ziyareti her şeyi değiştirdi. Elçinin ihtişamı ve beraberinde getirdiği kahve geleneği Paris sosyetesini büyüledi.

Molière de bu rüzgârı arkasına alarak Kibarlık Budalası (Le Bourgeois Gentilhomme) aslı oyununu yazdı. Oyundaki komik Türk törenleri ve sahte Osmanlı şehzadeleri, Türk kıyafetlerini bir moda ikonu hâline getirdi. Bu sayede kavuklar ve kaftanlar, maskeli baloların vazgeçilmez kostümü oldu. Kostümler sadece eğlence değil, aynı zamanda Avrupalıların kendi toplumlarındaki katı kuralları ve siyasi aksaklıkları yabancılaştırarak eleştirmeleri için de bir paravan sağlıyordu.



Avrupalı Bestecilerin Doğulu Tınıyı Yakalama Gayreti

Turquerie akımından etkilenen Avrupalı besteciler, Türk melodilerini birebir kopyalamaktan ziyade hayal dünyalarındaki Doğulu tınıyı yaratma çabası içindeydi. Müzisyenler, ritmi vurgulayıp bolca "üçlü" aralık kullanarak, Avrupalının kulağına hoş gelecek ve heyecanlandıracak bir "Türk stili" sunmaya çalıştı. Bu tarzda üretilen en önemli ve bilinen eserleri Mozart verirken; Ludwig van Beethoven ve Joseph Haydn'ın da bu rüzgârdan etkilenecek Türk motiflerine ve ritimlerine yer verdiği besteler oldu.



Türk Kostümü Giymiş Bir Avrupalı



Sultan III. Ahmed'in Hollandalı büyükelçi Cornelis Calkoen'i kabul edişi



Sadece birer alışveriş rotası değil, aynı zamanda mimari, tarih ve prestijin buluşma noktası olan dünyanın en ünlü ve bulundukları şehirlerin yüzü hâline gelen ikonik caddeler; ekonomiye kazandırdıklarının yanı sıra ziyaretçilerine lüksün tanımını yeniden yapıyor.

Şehirleri tanımlayan unsurlar genellikle tarihi yapıları, doğal ve kültürel güzellikleri ile yemekleri olsa da modern dünyada, metropollerin gücünü simgeleyen önemli bir faktör daha var; o da sahip oldukları ikonik alışveriş caddeleri. Şehrin, globaldeki reklam panosu görevini üstlenen bu caddeler, bulundukları yerin güncel durumunu anlatmadan gösterme gücüne sahip. Bu ikonik caddeler, küresel ekonominin vitrini olmalarının yanı sıra; şehrin ekonomik refahı, turist çekme kapasitesi ve kültürel cazibesi hakkında fikir edinmek için de en doğru destinasyonların başında geliyor.

Küresel ekonominin enflasyonla mücadele içinde olduğu 2024-2025 yıllarında, lüks perakende sektörünün zorluklara karşı dirençli yapısını koruduğu görüldü. Cushman&Wakefield tarafından yayımlanan "Main Streets Across the World 2025" raporu da fiziksel mağazacılığın, özellikle lüks segmentte, markalar için hayati bir değer yaratma aracı olmaya devam ettiğini kanıtıyor. Dijitalleşmenin getirdiği tüm kolaylıklara rağmen, tüketicilerin deneyim odaklı alışverişe olan talebi, değişmiyor. Bu da dünyanın en ikonik caddelerindeki kiralama bedellerinde değer artışı anlamına geliyor.

Cushman&Wakefield'in 2024 verileri ışığında hazırlanan raporda, küresel sıralamanın zirvedeki isimlerinde değişiklik olması şaşkınlık yarattı. Önceki yılın lideri olan Milano ve uzun yılların bir numarası New York, bu yıl zirveyi Londra'nın köklü lüks merkezi, Bond Street'e devretti. Rapor genelinde izlenen 138 lokasyonun yüzde 58'inde kira artışları kaydedilirken;

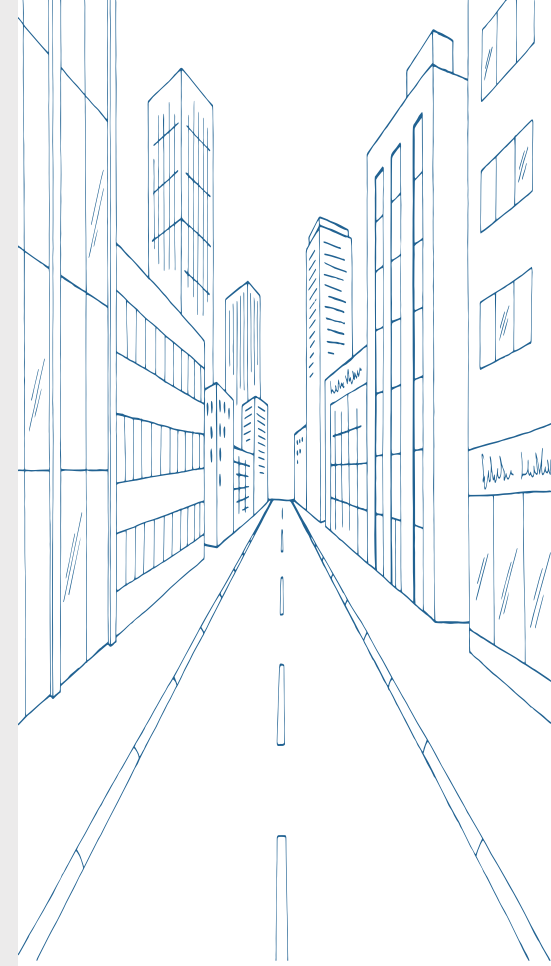
küresel ortalama kira büyümesi yüzde 4,2 seviyesinde gerçekleşti.

LONDRA'NIN SOYLU ADRESİ: BOND STREET

Londra'nın karmaşasından uzaklaşmak isteyenlerin durağı kuşkusuz Mayfair'deki en köklü lüks caddelerinden biri olan Bond Street oluyor. Oxford Street'in, kalabalık ve hızlı moda odaklı yapısının aksine Bond Street; İngiliz asaletinin, müzayede evlerinin ve mücevheratın merkezi olarak biliniyor. 18. yüzyıldan bu yana aristokrasinin ve sosyetenin alışveriş durağı olan cadde, ziyaretçisine sadece ürün değil, bir miras sunmasıyla ünlü.

Orta Doğu, Çin ve ABD'den gelen varlıklı turistlerin uğrak noktası olan cadde, Birleşik Krallık ekonomisi için önemli bir döviz girdisi sağlıyor. Caddenin ekonomik hacmi o kadar yüksek ki tek başına birçok küçük Avrupa şehrinin toplam perakende cirosundan daha fazla gelir ürettiği biliniyor. Metrekare başına kiralarnın 15 bin euro bandını zorladığı lokasyonun ısıltısına, Burberry, Alexander McQueen gibi İngiliz markalarının yanı sıra Cartier ve Tiffany&Co. gibi mücevher devleri katkıda bulunuyor.

Metrekare başına yıllık kiralarda yaşanan yüzde 22'lik devasa artış, caddenin sadece bir alışveriş noktası değil, aynı zamanda küresel bir prestij sembolü olduğunu kanıtıyor. Uzun yıllardır Cushman&Wakefield tarafından hazırlanan raporlarda, ilk beşte kendine yer bulan bu ikonik cadde, 2025 raporunda da Milano ve New York'u geride bırakarak dünyanın en pahalı alışveriş caddesi ünvanını kazandı.



Dünyanın En Pahalı 10 Caddesi

- Bond Caddesi - Londra, Birleşik Krallık
- Via Montenapoleone - Milano, İtalya
- Beşinci Cadde - New York Şehri, ABD
- Tsim Sha Tsui - Hong Kong, Büyük Çin
- Avenue des Champs-Élysées - Paris, Fransa
- Ginza - Tokyo, Japonya
- Bahnhofstrasse - Zürih, İsviçre
- Pitt Street Alışveriş Merkezi - Sidney, Avustralya
- Myeongdong - Seul, Güney Kore
- Kohlmarkt - Viyana, Avusturya



Via Montenapoleone - Milano



Beşinci Cadde - New York



Tsim Sha Tsui - Hong Kong



Champs-Élysées (Şanzelize) - Paris

Cushman&Wakefield'in 2024 verileri ışığında hazırladığı rapora göre, önceki yılın lideri olan Milano ve uzun yılların bir numarası New York, bu yıl zirveyi Londra'nın köklü lüks merkezi Bond Street'e devretti. İkinci sırada ise Milano ikonığı Via Montenapoleone yer aldı.

İTALYAN ZARAFETİNİN ZİRVESİ: VIA MONTENAPOLEONE

Moda denilince akla gelen ilk şehirlerden biri olan Milano'da, "Quadrilatero della Moda" yani "Moda Dörtgeni" olarak bilinen bölgenin kalbi, Via Montenapoleone'de atar. New York veya Paris'teki geniş bulvarların aksine Via Montenapoleone; dar, samimi ama bir o kadar da aristokrat bir havaya sahip olmasıyla dikkat çekiyor. İtalyan neoklasik mimarisinin en güzel örnekleriyle süslü bu cadde, sessiz lüks kavramının doğduğu yerlerden biri olarak kabul görüyor.

Önceki yıl, bir Avrupa cadde-si olarak tarihte ilk kez zirveye yerleşerek büyük bir başarıya

imza atan Via Montenapoleone, bu yıl liderliği Londra'ya devretse de dünyanın en pahalı ikinci caddesi olarak gücünü hâlâ koruyor. Metrekare başına 20 bin euro'yu bulan kira bedelleriyle Via Montena-po-leone, lüks markalar için bir prestij arenası olmaya devam ediyor.

Via Montenapoleone, son yıllarda euro/dolar paritesindeki değişimler ve İtalya'ya yönelen lüks turizm akınıyla birlikte kira bedelleri açısından Fifth Avenu-e'yu zorlayan, hatta bazı çeyrekler-de onu geride bırakan tek Avrupa caddesi oldu. Caddenin başarısının sırrı, sadece yüksek harcama gücüne sahip turistleri çekmesine değil, aynı zamanda Prada, Gucci ve Versace gibi İtalyan lüks devlerinin evi olmasına dayanıyor. 2024 yılında caddedeki boş mağaza oranının

neredeyse sıfıra yakın olması ise markaların, Via Montenapoleone'de kendilerine yer bulabilmek için yıllarca sıra beklediğinin bir kanıtı olarak gösteriliyor.

NEW YORK'UN ALTIN GEÇİDİ: BEŞİNCİ CADDE

Audrey Hepburn'un, Breakfast at Tiffany's filminde elinde kahvesiyle vitrinleri izlediği o ikonik sahneye bir kere olsun denk geldiyseniz, Fifth Avenue yani Beşinci Cadde'ye aşinasızdır demektir. Manhattan'ın tam kalbinde, kuzeyden güneye bir omurga gibi uzanan Beşinci Cadde, modern perakendeciliğin tartışmasız en görkemli sembollerinden biri. Temelleri 1824 yılında atılan cadde, iki yüzyıldır New York şehrinin kalbinde, lüks alışveriş ile ışıltılı ihtişamın zirvesini yaşıyor. Özellikle 49. ve 60. sokaklar arasında kalan bölüm; sıklıkla "Dünyanın En Pahalı Alışveriş Caddesi" ünvanı için Milano ile karşı karşıya geliyor.

Geniş kaldırımları, göğe uzanan ikonik binaları ve vitrin tasarımlarının özgünlüğüyle perakende devlerinin en görkemli sahnelerinden

Beşinci Cadde; Cushman&Wakefield'in "Dünyadaki Ana Caddeler 2025" raporunda, listenin üçüncü sırasına geriledi. Ancak kira fiyatlarının metrekare başına yıllık 21 bin dolar seviyelerinde sabit kalması, caddenin değerinden hiçbir şey kaybetmediğini gösteriyor. Bu astronomik rakamlar, caddenin sadece bir alışveriş noktası değil markalar için küresel bir reklam panosu olduğunu gösteriyor.

Beşinci Cadde'nin en büyük özelliği, sadece lüks markaları değil teknoloji devleri ile spor giyim markalarını da barındıran geniş bir yelpazeye sahip olmasından geliyor. Apple Store'un cam küp şeklindeki mağazası ve Tiffany&Co'nun yenilenen efsanevi binası gibi yapılar, caddenin mimari ve kültürel önemini artırıyor. Yıllık ziyaretçi sayısının 50 milyonu aştığı tahmin edilen cadde, 2024 yılında ABD ekonomisindeki toparlanma ve turist sayısındaki artış ile yaya trafiğini canlı tutmayı başardı.

ASYA'NIN LÜKS PERAKENDE KALBI: TSİM SHA TSUI

Asya'nın lüks perakende başkenti ünvanını elinde tutan Hong

Kong'un Tsim Sha Tsui bölgesi, küresel sıralamada dördüncü sırada yer alarak doğunun gücünü temsil ediyor. Pandemi sonrası sınırların açılması ve Çin'den gelen turist akışının yeniden başlamasıyla birlikte bölge kaybettiği eski dinamizmine kavuşmaya başlamış durumda.

Cadde, Victoria Limanı manzarasıyla çevrelenmiş cadde mağazacılığını, Harbour City gibi dev ölçekli alışveriş merkezleriyle birleştirerek kompakt ama son derece yoğun bir lüks deneyimi sunuyor. Saat, mücevher ve kozmetik markalarının güçlü varlığı, Tsim Sha Tsui'yi özellikle Asyalı tüketiciler için vazgeçilmez bir alışveriş destinasyonu hâline getiriyor. Cadde, Asya-Pasifik bölgesinin en değerli perakende lokasyonu olmayı başarılı şekilde sürdürüyor.

2024 verileri, bölgedeki kira seviyelerinin henüz pandemi öncesi zirvelerine tam olarak dönmediğini, ancak istikrarlı bir toparlanma sürecinde olduğunu gösteriyor. Hong Kong dolarının, ABD dolarına endeksli yapısı zaman zaman turistler için pahalı bir konum algısı yaratsa da Tsim Sha Tsui, lüks markalar için Asya

Küresel ölçekte 22'nci sırada, Avrupa genelinde ise 36'ncı sırada yer alan İstiklal Caddesi, metrekare başına yıllık 2.251 euro seviyesindeki kira değeriyle Türkiye'nin en değerli caddesi konumunda.



pazarına açılan en stratejik kapı olma özelliğini koruyor. Özellikle saat, mücevher ve kozmetik sektörlerinin yoğunlaştığı Tsing Sha Tsui, gece geç saatlere kadar süren canlılığı ve neon ışıklarıyla bezeli atmosferiyle, batıdaki rakiplerinden çok daha farklı olarak enerjik bir alışveriş kültürü sunuyor.

PARİS'İN IŞILTILI BULVARI: CHAMPS-ÉLYSÉES

Fransızların, dünyanın en güzel caddesi olarak adlandırdıkları Champs-Élysées; yani herkesin bildiği ismiyle Şanzelize, adını Yunan mitolojisinde cennet olarak gösterilen Elysion ovalarından alıyor. 1.950 metre uzunluğundaki bulvar, Concorde Meydanı'ndan başlıyor ve Arc de Triomphe anıtının bulunduğu Charles de Gaulle Meydanı'nda tamamlanıyor. Bir tarih ve lüks şeridi olan bu lokasyonu, sadece alışveriş caddesi olarak tanımlamak eksik kalacaktır. Çünkü burası, Paris'in turistik cazibesinin merkez üssü olduğu gibi Fransa'nın ulusal törenlerinin, zafer

kutlamalarının ve protestolarının da yapıldığı, ülkenin kolektif hafızasının bir parçası.

Lüks moda evlerinden otomobil showroomlarına, tarihi kafelerden teknoloji mağazalarına kadar sunduğu çeşitlilik, caddenin hem turistler hem de yerel halk için cazibesini artırıyor. Louis Vuitton'un amiral mağazası gibi ikonik yapılar ise caddenin marka değerini yukarı taşıyor. Ayrıca son yıllarda Apple ve Galeries Lafayette'in de caddede devasa mağazalar açması caddenin popülaritesini tazelemiş durumda.

Yıllık metrekare kiralalarının 12 bin 500 euro seviyelerinde seyrettiği cadde, Avrupa'nın en yüksek yaya trafiğine sahip noktalarından biri. Caddenin, günlük ortalama yaya trafiği 300-500 bin arasında değişiyor. 2024 Paris Olimpiyatları öncesinde başlatılan yenilenme projesiyle daha yeşil ve yaya dostu bir hâle getirilmesi hedeflenen cadde, lüks perakendenin yanı sıra otomobil showrooms ve sinemalarıyla da karma bir ekonomik yapı sunuyor.

İSTANBUL'UN PRESTİJ İKONU: İSTİKLAL CADDESİ

İstanbul'un kültürel, ticari ve sosyal belleğinde merkezi bir yere sahip olan İstiklal Caddesi, tarih boyunca her dönemde şehrin ikonik destinasyonlarının başında geldi. Sahip olduğu kültürel varlığıyla şehrin hafızasını taşıyan cadde, aynı zamanda da Türkiye'nin en güçlü yaya perakende aksı olma özelliğini uzun yıllardır koruyor. Taksim Meydanı'ndan Galata Kulesi'ne doğru uzanan cadde, yerli ve yabancı ziyaretçi trafiğinin kesintisizliği sayesinde alışverişle birlikte aynı zamanda bir şehir deneyimi sunuyor.

Cadde boyunca uzanan tarihi binalar, pasajlar ve çok katlı mağazalar; uluslararası hazır giyim markaları, yerli perakendeciler, kültür-sanat mekânları ve yeme-içme konseptleriyle iç içe geçmiş bir yapı oluşturuyor. Özellikle hızlı moda, kozmetik ve kafe-restoran segmentleri, yüksek yaya trafiğinden beslenerek caddenin ticari canlılığını ayakta tutuyor. 2024 itibarıyla kira seviyeleri döviz bazında hâlâ geçmiş zirvelerin altında seyretse de doluluk oranları ve marka ilgisi İstiklal Caddesi'nin cazibesini koruduğunu gösteriyor.

Cushman&Wakefield raporunda küresel ölçekte 22'nci sırada, Avrupa genelinde ise 36'ncı sırada yer alan İstiklal Caddesi, istikrarlı duruşunu korumayı başardı. Metrekare başına yıllık 2 bin 251 euro seviyesindeki kira değeriyle ise Türkiye'nin en değerli perakende lokasyonu konumunda. Rapora göre İstiklal Caddesi'ndeki mağaza arzının kısıtlı olması ve mevcut markaların konumlarını koruma isteği, caddedeki rekabeti üst düzeyde tutuyor. Özellikle yerli markaların güçlü varlığı, Beyoğlu Kültür Yolu projesi ve Atatürk Kültür Merkezi'nin yarattığı sinerji, caddenin kültürel cazibesini artırarak perakende performansına da olumlu yansıyor.

TİM TÜRKİYE
İHRACATÇILAR
MECLİSİ

INOVA
LİG / İnovasyon
Liderleri

**İNOVALIĞ
2026
BAŞVURULARI
BAŞLADI**

**Son başvuru tarihi
30 Nisan 2026**

www.inovalig.com



Seyfeddin Cevdet Uludoğan
Uludoğan Savunma Kurucusu

Uludoğan Savunma

Geleceğin Savunmasına Yön Veren Girişim

Türkiye’nin yerli ve milli teknoloji vizyonunu sahaya taşıyan yenilikçi çözümleriyle dikkat çeken Uludoğan Savunma, NanoAlp başta olmak üzere geliştirdiği sistemlerle teknolojik bağımsızlık hedefinin somut karşılığı olarak konumlanıyor.

Uludoğan Savunma’nın kuruluş hikâyesi, Türkiye’nin “yerli ve millî teknoloji” hamlesiyle nasıl bir bağ kuruyor?

Uludoğan Savunma, Türkiye’nin son yıllarda hız kazanan “yerli ve millî teknoloji” vizyonunun sahadaki somut bir yansıması. Şirketimiz; savunma sanayisinde dışa bağımlılığı azaltma, kritik teknolojileri yerli imkânlarla geliştirme ve stratejik alanlarda millî çözümler üretme hedefiyle kuruldu. Kuruluş sürecinden itibaren Türkiye’nin savunma ve güvenlik alanındaki ihtiyaçlarını yakından analiz ederek bu ihtiyaçlara doğrudan cevap verebilecek teknolojiler üzerinde yoğunlaştık. Uludoğan Savunma, yalnızca bir ticari yapı değil; millî teknoloji hamlesi doğrultusunda yerli bilgi birikimini ve mühendislik yetkinliğini savunma sanayisine kazandırmayı amaçlayan bir girişim.

Savunma sanayi ekosistemindeki fark yaratan konumunu nasıl tanımlarsınız?

“Limitleri zorlayan teknolojiler” mottosu, Uludoğan Savunma’nın savunma sanayi ekosistemindeki konumunu en net şekilde tanımlayan yaklaşımdır. Şirketimiz, mevcut çözümleri tekrar etmek yerine; operasyonel ihtiyaçları yeniden ele alan, sınırları zorlayan ve sahada gerçek karşılığı olan teknolojiler geliştirmeyi he-

defliyor. Uludoğan Savunma’yı farklı kılan da hızla değişen tehdit ortamına uyum sağlayabilen, esnek ve yenilikçi çözümler sunabilme kabiliyeti. Bu yaklaşım sayesinde yalnızca bugünün ihtiyaçlarına değil, geleceğin savunma konseptlerine de katkı sağlayan bir konumda yer alıyoruz. Ekosistem içinde Uludoğan Savunma, cesur mühendislik anlayışı, yüksek teknik yetkinlik ve çözüm odaklı yaklaşımıyla fark yaratan bir paydaş olarak konumlanıyor.

TÜBİTAK destekli projelerinizin, Türkiye’nin teknolojik bağımsızlığına sağladığı katkılardan bahsedebilir misiniz?

Uludoğan Savunma’nın TÜBİTAK destekli projeleri, Türkiye’nin teknolojik bağımsızlığı hedefi doğrultusunda kritik bir rol üstleniyor. Bu projeler kapsamında geliştirilen çözümler, dışa bağımlı olunan alanlarda yerli alternatiflerin ortaya çıkmasını sağlarken ülkemizin stratejik kabiliyetlerini güçlendiriyor. TÜBİTAK destekleri, fikir aşamasından uygulamaya uzanan süreçte teknolojilerin olgunlaştırılmasına imkân tanıyor ve bu sayede yerli kaynaklarla geliştirilen sistemler sahaya entegre edilebilir seviyeye ulaşıyor. Uludoğan Savunma olarak yürüttüğümüz bu çalışmalar, yalnızca kısa vadeli kazanımlar değil aynı zamanda

bilgi birikimi, insan kaynağı ve sürdürülebilir teknoloji altyapısı açısından uzun vadeli katkılar sunarak Türkiye’nin teknolojik bağımsızlığına somut ve kalıcı değerler kazandırıyor.

Uludoğan Savunma’nın Teknokent ve Teknopark İstanbul’daki merkezlerinde, savunma sanayisinin gelecekte ihtiyaç duyacağı teknolojiler üzerine çalışmalar yürütülüyor. Bu çalışmalar; insansız sistemlerin performansını artırmaya, görev süreçlerini daha etkin hâle getirmeye ve sistemlerin güvenilirliğini güçlendirmeye odaklanıyor. Geliştirilen çözümler, sahada karşılığı olan, kullanıcı ihtiyaçlarını önceleyen ve farklı görev şartlarına uyum sağlayabilen yapılar sunmayı amaçlıyor.

Ürünlerinizin zorlu saha koşullarında yüksek performans göstermesi için uyguladığınız kalite kontrol ve test süreçleri nelerdir?

Uludoğan Savunma olarak nano sınıf insansız helikopter NanoAlp’in zorlu saha koşullarında yüksek performans gösterebilmesi için çok katmanlı kalite kontrol ve test süreçleri uyguluyoruz. Geliştirme sürecinin her aşamasında; yapısal dayanım, uçuş kararlılığı, görev sürekliliği ve çevresel etkilere karşı dayanıklılık kriterleri titizlikle değerlendiriliyor. NanoAlp, farklı hava koşulları, titreşim, sıcaklık değişimleri ve operasyonel stres senaryolarını içeren testlerden geçirilerek sahada karşılaşılabileceği durumlara karşı doğrulanıyor. Ayrıca sistem bütünlüğü, alt bileşen uyumu ve görev esnasındaki güvenilirlik, gerçek kullanım senaryolarını esas alan testlerle kontrol ediliyor. Bu yaklaşım sayesinde NanoAlp, kompakt yapısına rağmen yüksek performans, güvenilirlik ve operasyonel süreklilik sunabilen

bir platform olarak sahaya hazır hâle getiriliyor.

Dışa bağımlılığı minimize etmek adına yürüttüğünüz çalışmalar hangi aşamada?

Üretim süreçlerinde dışa bağımlılığı minimize etmeyi stratejik bir öncelik olarak ele alıyoruz ve bu doğrultuda kapsamlı yerleştirme çalışmaları yürütüyoruz. Kritik alt sistemler ve bileşenler başta olmak üzere, tedarik zincirinin mümkün olan her aşamasında yerli kaynakların kullanımı artırılıyor. Yerleştirme süreci yalnızca üretimle sınırlı kalmayıp; tasarım, entegrasyon ve test aşamalarını da kapsayan bütüncül bir yaklaşımla ilerliyor. Bugün gelineen noktada, nano sınıf insansız helikopter NanoAlp’de yerli katkı oranı istikrarlı biçimde yükseltilmiş olup önümüzdeki dönemde bu oranın daha da artırılması hedefleniyor. Bu çalışmalar hem operasyonel sürdürülebilirliği güçlendirmekte hem de Türkiye’nin savunma sanayisinde teknolojik bağımsızlık vizyonuna doğrudan katkı sağlıyor.

Uludoğan Savunma’nın gelecek yol haritasında neler var?

Uludoğan Savunma’nın gelecek yol haritası; teknolojik yetkinliklerin sahaya daha geniş ölçekte yansıtılması, üretim kapasitesinin artırılması ve uluslararası pazarlara açılım doğrultusunda şekilleniyor. 2026 hedeflerimiz arasında, nano sınıf insansız helikopter NanoAlp’in seri üretim sürecine geçirilmesi ve birden fazla ülkeye ihracatının gerçekleştirilmesi öncelikli yer tutuyor. Uludoğan Savunma olarak 2026 itibarıyla yalnızca ulusal ihtiyaçlara cevap veren değil, aynı zamanda küresel ölçekte rekabet edebilen ve tercih edilen bir savunma teknolojileri markası olmayı hedefliyoruz.



“Girişim Evi Ekosistemi Bizi Doğru Paydaşlarla Buluşturdu”

TİM-TEB Girişim Evi’nin sunduğu destekler, Uludoğan Savunma’nın büyüme ve ölçeklenme sürecinde önemli bir kaldıraç. Sağlanan mentörlük, iş geliştirme ve stratejik yönlendirme destekleri; yalnızca finansal değil, aynı zamanda kurumsal olgunluk açısından da şirketimize değer kattı. Girişim Evi ekosistemi sayesinde, doğru paydaşlarla bir araya gelme, iş birlikleri geliştirme ve vizyonumuzu daha geniş bir perspektiften ele alma imkânı bulduk. Bu destekler, Uludoğan Savunma’nın hedeflerine daha sağlam adımlarla ilerlemesine katkı sağlarken savunma sanayisinde sürdürülebilir ve rekabetçi bir yapı oluşturma sürecimizi de güçlendirdi.



Merve Erbaylar
Strade Kurucu
Ortağı

Strade Çevreci Ürün Güçsüzdür Algısını Yıkan İnovasyon

Atığı çöp değil, stratejik bir kaynak olarak gören Strade, AB Yeşil Mutabakatı ve karbon regülasyonlarının şekillendirdiği yeni dünyada, sanayinin “yeşil darboğazlarına” inovasyonla çözüm üretiyor. Yapı sektörüne de yüksek performanslı ve ekolojik bir çözüm sunan girişim, böylece hem kaynağında hem de kullanımda sürdürülebilirliği mümkün kılıyor.

Atığı stratejik bir kaynağa dönüştürerek döngüsel ekonomiyi ölçeklenebilir bir iş modeline taşıma fikriyle yola çıkan Strade’nin kuruluş hikâyesini bizimle paylaşabilir misiniz?

Tekstil sektöründe yolları kesen dostlar olarak atıkların hem Türkiye’de hem de küresel ölçekte ne kadar yanlış yönetildiğine şahit olduk. Çoğu şirket, değerli bir hammaddeyi solventlerle yakarak imha ediyor ve çevreye ciddi zarar veriyordu. Biz de multidisipliner ekibimizle bu atıkları, ileri dönüşüm yoluyla yüksek performanslı izolasyon panellerine dönüştürmeye karar verdik. Bugün Strade’yi sadece bir panel üreticisi değil, farklı sektörlerin atık problemlerine inovatif çözümler üreten bir “Atık AR-GE Merkezi” olarak konumluyoruz.

Döngüsel ekonomi modeline nasıl bir katkı sağlıyorsunuz? Bir ürünün atıktan son teknolojik bir malzemeye dönüşme sürecindeki aşamaları anlatır mısınız?

Strade, atığı çöp değil, stratejik bir kaynak olarak gören bir yapıya sahip. Tekstil şirketlerine, çevreye zarar veren yakma yöntemi yerine atıklarını katma değerli ürünlere dönüştürme çözümü sunuyoruz.

Yapı sektörüne ise geleneksel malzemelere karşı temiz içerikli ve yüksek performanslı bir alternatif sağlıyoruz. Hem ham madde kaynağında hem de nihai üründe çift taraflı bir sürdürülebilirlik döngüsü yaratıyoruz.

“Geleceği Sürdürülebilir Malzemelerle İnşa Ediyoruz” motto-nuz, inşaat ve yalıtım sektörüne ne vadediyor? Sektörlerin geleneksel anlayışını nasıl değiştiriyorsunuz?

Geleneksel, insan sağlığına ve çevreye duyarısız ürünlere karşı; performanstan ödün vermeyen ekolojik bir alternatif vadediyoruz. Akredite test sonuçlarımıza göre, ürünlerimiz geleneksel rakiplerinden çok daha iyi akustik ve ısı izolasyonu sağlıyor. “Çevreci ürün güçsüzdür” algısını, yüksek teknik performansımızla yıkıyoruz.

Küresel pazarda sürdürülebilir yapı malzemelerine olan talebi nasıl değerlendiriyorsunuz? Türkiye’de bu alana ilgi ne boyutta?

Küresel pazar artık bir yeşil dönüşüm eşiğinde. Özellikle Avrupa’da doğal elyaf bazlı yalıtım ürünleri pazarı yıllık yüzde 9,5 oranında büyüyor. AB Yeşil Mutabakatı ve Sınırda Karbon Düzenlemesi (CBAM) gibi regülasyonlar, sürdürülebilir malzemeyi bir seçe-

nekten ziyade zorunluluk haline getirdi. Türkiye’de ise özellikle ihracat odaklı çalışan sanayiciler ve vizyoner mimarlık ofisleri bu alana büyük ilgi gösteriyor. Kentsel dönüşüm süreçlerinde enerji verimliliğinin kritik hale gelmesiyle, yerli pazarın 2028’de 2 milyar dolar seviyesine ulaşacağını öngörüyoruz.

Çevreci tercihlerin genellikle daha maliyetli olduğu algısını kırma noktasında nasıl bir yol izliyorsunuz? Ekonomik avantaj ile çevre bilincini nasıl tek bir potada sunuyorsunuz?

Geleneksel ürünlerle kıyaslanabilir bir ölçeklendirme sunuyoruz. Avrupa’daki yakma yasakları ve Türkiye’de 2026’da beklediğimiz benzer regülasyonlar, atık yönetimini şirketler için maliyetli bir yük hâline getiriyor. Biz bu noktada devreye girerek hem atık bertaraf maliyetini ortadan kaldırıyoruz hem de vergi indirimleri ve karbon vergisi muafiyetleri gibi finansal avantajlarla “yeşil olanı seçmeyi” ekonomik olarak en mantıklı karar hâline getiriyoruz.

Geri dönüştürülmüş içerikli malzemelerin dayanıklılığı



konusunda şüpheleri olanlara, ürünlerinizin üstün ve kalıcı performansı hakkında nasıl bir garanti sunuyorsunuz?

Ürünlerimizin akredite test süreçlerini büyük oranda tamamladık. İzolasyon sektöründe devrim niteliğinde olan 0.015 W/mK bandındaki ısı iletkenlik değerimiz ve Rw= 59,9 dB seviyesindeki ses kesme endeksimizle piyasadaki en iyi sonuçlardan birine sahibiz. Kimyasal bağlayıcı içermeyen doğal yapımız sayesinde bu performans zamanla bozulmuyor; kalıcı ve güvenilir bir koruma sağlıyoruz.

Sürdürülebilirlik, Strade’in stratejik planlarında nasıl bir yer tutuyor?

İsmimiz Sustainable Trade’den geliyor; yani sürdürülebilirlik bizim DNA’mızda var. Sektörün ihtiyaçlarına göre şekillenen esnek bir AR-GE anlayışımız var. Örneğin, Sınırda Karbon Düzenlemesi nedeniyle paketleme sorunu yaşayan bir müşterimiz için tekstil atıklarından PACK-C ürünümüzü geliştirdik. Stratejimiz, global regülasyonları takip ederek sanayinin “yeşil darboğazlarını” inovasyonla aşmak üzerine kurulu.



HEDEF VE BAŞARILAR

2025 bizim için tescil ve görünürlük yılı oldu. Ürünlerimizi patentledik, akredite testlerimizi aldık ve ilk büyük satışlarımızı gerçekleştirdik. Düzce Teknopark Iceberg ve Techxtile Challenge’da finale kalarak yatırımcı bağlarımızı güçlendirdik. 2026 hedefimiz ise global sertifikasyon süreçlerini tamamlayarak hem Türkiye satış hacmimizi hem de ihracat hacmini artırmak var. Kendi üretim tesisimizi kurarak maliyetleri düşürmekte yine hedeflerimiz arasında.

Aralık 2025

Tarım Bülteni



SEKTÖREL İHRACAT VERİLERİ (1000\$)

Sektör	Aralık 2024	Aralık 2025	Değişim (%)
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	1.125.970	1.207.514	7,2
Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri	708.363	737.174	4,1
Yaş Meyve ve Sebze	349.164	621.508	78,0
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	348.907	446.904	28,1
Fındık ve Mamulleri	285.245	249.028	-12,7
Meyve Sebze Mamulleri	247.057	240.897	-2,5
Kuru Meyve ve Mamulleri	177.793	168.888	-5,0
Tütün	90.529	100.850	11,4
Zeytin ve Zeytinyağı	70.996	43.077	-39,3
Süs Bitkileri ve Mamulleri	13.807	14.356	4,0

Dünyadan Tarım Haberleri

Avrupa'daki Çiftçilerin Tepkisi Brüksel'de Gündem Oldu

Avrupa Birliği'nin (AB) tarım politikaları ile Güney Amerika ülkeleriyle (Mercosur) imzalanması planlanan serbest ticaret anlaşmasına yönelik endişelerini dile getiren binlerce çiftçi, geçtiğimiz günlerde Belçika'nın başkenti Brüksel'de bir araya geldi. Traktörleriyle şehir merkezine gelen üreticiler, Avrupa kurumlarının bulunduğu bölgede dikkat çekici bir protesto gerçekleştirdi.

Gösteriler sırasında bazı çiftçiler barikatları aşmaya çalışırken, güvenlik güçleri de kalabalığı kontrol altına almak için müdahalede bulundu. Protestoların odağında, Mercosur anlaşmasının AB standartlarına uymayan daha düşük maliyetli ithal ürünlerin önünü açabileceği ve bunun yerli üreticiler üzerinde baskı yaratacağı yönündeki kaygılar yer aldı.

AB-Mercosur Ticaret Anlaşmasında Tarım Engeli

AB ile Güney Amerika ortak pazarı Mercosur arasında 20 yılı aşkın süredir devam eden serbest ticaret müzakerelerinde kritik bir dönemece girildi. Brezilya'da düzenlenen son zirvede imzalanması beklenen tarihi anlaşma, Avrupa kanadından gelen sert itirazlar ve yükselen çiftçi protestoları nedeniyle ocak ayına ertelendi. Avrupa Komisyonu Başkanı Ursula von der Leyen, üye devletlerin liderlerine yaptığı bilgilendirmede, anlaşmanın mevcut hâliyle yeterli siyasi desteği bulamadığını ve nihai imza süreci için takvimin 2025 yılının başına kaydırıldığını belirtti.

Bu erteleme kararının arkasında, özellikle Avrupa'daki tarım üreticilerinin yaşadığı derin

kaygılar ve bu kaygıların siyasi yansımaları yatıyor. Avrupalı çiftçiler, AB'nin sıkı çevre ve sağlık standartlarına tabi olmayan ithal ürünlerin haksız rekabet yaratmasından ve kendi üretim kapasitelerini tehdit etmesinden endişe duyuyor.

Güney Amerika Tahıl Yükselişte

Arjantin'in rekor buğday hasadı ve devlet başkanı Javier Milei'nin tarım ihracat vergilerinde yaptığı önemli indirim, Çin'in 10 yıllardır ilk kez Arjantin buğdayı satın almasını sağladı ve küresel tahıl piyasasında dikkatleri Güney Amerika'ya çevirdi. Çin, son 20 yılı aşkın süredir ilk kez Arjantin buğdayı ithal ederek küresel tedarik zincirinde önemli bir çeşitlendirme adımı attı. Çin devleti iştiraki COFCO International, Arjantin'in Parana Nehri üzerindeki Timbues terminalinde buğday yüklemesine başladı. Bu sevkiyat, 1990'lardan bu yana Pekin'e giden ilk Arjantin buğdayı kargosu olarak kaydedildi. Bu tarihi anlaşma, Arjantin'deki neredeyse kusursuz büyüme mevsiminin etkisiyle ülkenin rekor düzeyde buğday hasadı yaptığı bir döneme denk geldi. Elde edilen yüksek verim sayesinde Arjantin buğdayı, küresel piyasada en ucuz seçenekler arasında yer alıyor.

Ditwah Kasırgası Sri Lanka'daki Tarımsal Üretimi Vurdu

Güney Asya'nın önemli tarım üreticilerinden Sri Lanka, Kasım ayında ülkeyi etkisi altına alan Ditwah Kasırgası'nın yarattığı devasa tahribatla mücadele ediyor. Yaklaşık 1,8 milyon çiftçi ailesini doğrudan etkileyen felaket, ülkenin en temel gıda

maddesi olan pirinç başta olmak üzere sebze ve mısır üretim alanlarında büyük bir yıkıma yol açtı. Birleşmiş Milletler ve yerel hükümet verilerine göre 535 bin hektarlık ekili alan sel suları altında kalırken, 120 bin hektardan fazla tarım arazisi tamamen çamur ve kumla kaplanarak üretim dışı kaldı. Özellikle ana ekim sezonunun başında yakalanan çiftçiler, tarlalarını temizleyip yeniden ekim yapmaya çalışsalar da takvimin gecikmesi nedeniyle düşük rekolte riskiyle karşı karşıya kaldı.

Dünya Bankasından Fas Tarımına İklim Odaklı Destek

Dünya Bankası, Fas'ın tarımsal gıda sistemlerini iklim değişikliğine karşı daha dirençli hâle getirmeyi amaçlayan "Tarımsal Gıda Sistemlerini Dönüştürme Programı" kapsamında Fas'a 4 milyon dolarlık yeni bir hibe sağladığını duyurdu. "Yaşanabilir Gezegen Fonu" (Livable

Planet Fund) aracılığıyla verilen bu destek, 2024 yılı sonunda onaylanan 250 milyon dolarlık ana finansman paketine ek olarak sunuldu.

Yeni hibe programı, özellikle kuraklıktan en çok etkilenen yağışa dayalı tahıl sektöründe faaliyet gösteren küçük ve orta ölçekli çiftçileri hedefliyor. Toplamda 20 bin hektarlık bir alanda yaklaşık 1.200 çiftçiye ulaşması planlanan proje kapsamında, iklim akıllı tarım uygulamaları dijital çözümlerle desteklenecek. Çiftçilere verilecek dijital e-kuponlar sayesinde; iklim dirençli tohumlara erişim kolaylaşacak ve doğrudan ekim gibi toprağı koruyan mekanizasyon hizmetlerinin maliyeti düşürülecek.

E-İhracat Desteklerinde Kapsam Daraltıldı

Yapılan yeni düzenlemelerle birlikte e-ihracat desteklerinde kapsam daraltılarak bazı teşvikler tamamen kaldırıldı, mevcut desteklerde ise oranlar düşürüldü. Düzenleme kapsamında, şirketlerin ve e-ticaret paydaşlarının yurt dışı pazarlara açılmasında devlet katkısının sınırları yeniden belirlendi.



E-İhracat Destekleri Hakkında Kararda Değişiklik Yapılmasına Dair Karar ile şirketlerin, pazaryerlerinin ve perakende e-ticaret sitelerinin yurt dışı pazarlara açılmasına yönelik sağlanan devlet teşviklerinde kapsamlı değişikliğe gidildi. E-ticaret paydaşları, e-ihracat konsorsiyumları ve iş birliği kuruluşlarının yararlandığı desteklerin sınırları ile uygulama usulleri yeniden belirlendi.

- Karara göre,
- Sektörel ticaret ve alım heyeti desteği,
 - E-ihracatı geliştirme projesi desteği,
 - Türkiye e-ihracat Platformu destekleri yürürlükten kaldırıldı.

Mevcut destek kalemlerinden biri olan e-ihracat tanıtım projesi desteğinde ise daha önce yüzde 75 olarak uygulanan destek oranı

yüzde 50'ye düşürülürken, yıllık 4 milyon liralık üst limit sabit bırakıldı. Ayrıca, karar kapsamında ödenecek toplam destek miktarının, desteğe konu olan toplam giderlerin yüzde 75'ini aşamayacağı hükme bağlandı. Tanımlarda yapılan güncelleme ile "e-ticaret paydaşı" ve "yurt dışı pazaryeri" kavramları modernize edilerek uygulama alanı netleştirildi. Yeni düzenlemeyle birlikte yürürlük-

ten kaldırılan destekler için daha önceden yapılmış başvurular süre sonuna kadar desteklerden yararlanabilecek.

SGK Primi İşveren Desteğinin Süresi 2026 Yılı Sonuna Kadar Uzatıldı

25 Aralık 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan 4447 Sayılı İşsizlik Sigortası Kanununun Geçici 10 uncu Maddesinin Uygulanma Süresinin 31/12/2026 Tarihine Kadar Uzatılması Hakkında Karar (Karar Sayısı: 10769) ile 4447 sayılı İşsizlik Sigortası Kanunu'nun geçici 10'uncu maddesinin uygulanma süresi uzatıldı.

Karara göre, öngörülen şartları taşıyan işverenlere ilave istihdama 7 bin 184 lira ile 64 bin 656 lira arasında sağlanan SGK işveren hisselerine ait tutarın İşsizlik Sigortası Fonu üzerinden karşılanması uygulaması 31 Aralık 2026 tarihine kadar uzatıldı.

DİJİTAL HİZMET VERGİSİ ORANI YENİDEN BELİRLENDİ

25 Aralık 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan 7194 Sayılı Dijital Hizmet Vergisi ile Bazı Kanunlarda ve 375 Sayılı Kanun Hükmünde Kararnamede Değişiklik Yapılması Hakkında Kanunun 5 inci Maddesinin Üçüncü Fıkrasında Yer Alan Dijital Hizmet Vergisi Oranının Yeniden Belirlenmesi Hakkında Karar ile Dijital Hizmet Vergisi oranı 1 Ocak 2026'dan itibaren yüzde 5, 2027'den itibaren yüzde 2,5 olarak yeniden belirlendi.

AR-GE VE TASARIM MERKEZLERİNDE MERKEZ DIŞI ÇALIŞMALARA YÖNELİK TEŞVİK UYGULAMASI UZATILDI

25 Aralık 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Teknoloji Geliştirme Bölgeleri ile AR-GE veya Tasarım Merkezlerinde Çalışan Personelin Gelir Vergisi Stopajı Teşvikine Konu

Edilmek Üzere Söz Konusu Bölge ve Merkezler Dışında Geçirebilecekleri Süreler Hakkında Karar (Karar Sayısı: 10766) ile AR-GE ve tasarım merkezlerinde çalışan personelin, faaliyetleri kapsamında merkez dışında geçirdikleri sürelerin gelir vergisi stopajı teşviki kapsamında değerlendirilmesine devam edilmesine karar verildi.

Buna göre, AR-GE ve tasarım merkezlerinde görev yapan personelin, projeler kapsamında merkez dışında geçirdikleri süreler için sağlanan gelir vergisi stopajı teşviki uygulaması 31 Aralık 2026 tarihine kadar uzatıldı.

YENİ ASGARİ ÜCRET KARARI YAYIMLANDI

26 Aralık 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Asgari Ücret Tespit Komisyonu Kararı ile 2026 Yılı İçin Belirlenen Yeni Asgari Ücret Tutarları ve Uygulama Esasları Hakkında Karar uyarınca iş sözleşmesiyle çalışan her türlü işçinin asgari ücretinin belirlenmesine ve asgari ücret desteğinin devamına karar verildi.

Tebliğe göre, Asgari Ücret Tespit Komisyonu tarafından yapılan toplantılar neticesinde; işçinin bir günlük normal çalışma karşılığı asgari ücreti 1 Ocak-31 Aralık 2026 dönemi için 1.101 TL olarak tespit edildi. Böylece aylık asgari ücret 28 bin 75 lira net olarak belirlendi. Ayrıca 2026 yılı genelinde uygulanacak asgari ücret desteğinin 1.270 TL olarak sürdürülmesi kararlaştırıldı.

ARABULUCULUKTA 2026 YILI ÜCRET TARİFESİ BELİRLENDİ

26 Aralık 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan 2026 Yılı Arabuluculuk Asgari Ücret Tarifesi Tebliği ile özel hukuk uyuşmazlıklarının arabuluculuk yoluyla çözülmesi için 2026'da yapılacak ödemeye ilişkin asgari ücret tarifesi belli oldu.

AR-GE ve tasarım merkezlerinde görev yapan personelin, projeler kapsamında merkez dışında geçirdikleri süreler için sağlanan gelir vergisi stopajı teşviki uygulaması 31 Aralık 2026 tarihine kadar uzatıldı.



Ticari uyuşmazlıklarda 2 kişinin taraf olduğu işlemlerde saat ücreti 1 bin 500 lira olacak. Taraf sayısı 3-5 kişi olan uyuşmazlıklar için ücret 3 bin 200 lira, 6-10 kişi için 3 bin 300 lira, 11 ve üzeri için ise 3.400 lira olarak belirlendi.

İşçi/işveren uyuşmazlıklarında 2 kişinin taraf olduğu işlemlerde saat ücreti 1 bin 130 lira olacak. Taraf sayısı 3-5 kişi olan uyuşmazlıklar için ise 2 bin 460 lira, 6-10 kişi için 2 bin 560 lira, 11 ve üzeri için ise 2 bin 660 lira ücret ödenecek.

YEREL VE KÜRESEL ASGARİ TAMAMLAYICI KURUMLAR VERGİSİNİN UYGULAMA ESASLARI BELİRLENDİ

26 Aralık 2025 tarihli Resmî Gazete’de yer alan Yerel ve Küresel Asgari Tamamlayıcı Kurumlar Vergisi Uygulama Genel Tebliği’ne göre, yıllık konsolide hasılat tutarları, gelirin raporlandığı hesap döneminden önceki dört hesap döneminin en az ikisinde 750 milyon euro karşılığı TL sınırını geçen çok uluslu işletme

grubunun bağlı işletmelerinin ilgili hesap dönemindeki kazançları yerel ve küresel asgari tamamlayıcı kurumlar vergisine (ATV) tabi olacak. Daha düşük konsolide hasılat elde eden gruplar veya tamamen yerel nitelikte olan gruplar bu verginin kapsamına dâhil olmayacak. ATV, tebliğde çok uluslu işletmelerin düşük vergi oranlarına sahip ülkelere kâr transferini ve yıllık kazançlarının belirli bir oranın altında vergilendirilmesini engelleyen yüzde 15 vergi oranı şeklinde tanımlandı.

GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ İŞLEMLERİNDE 2026 YILI ASGARİ ÜCRETLERİ BELİRLENDİ

30 Aralık 2025 tarihli Resmî Gazete’de yer alan Gümrük Müşavirliği ve Yetkilendirilmiş Gümrük Müşavirliği Asgari Ücret Tarifesine İlişkin Tebliğde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ ile gümrük müşavirliği ve yetkilendirilmiş gümrük

müşavirliği hizmetlerinde gelecek yıl uygulanacak asgari ücret tarifesi belli oldu.

Tebliğe göre gümrük müşavirliği asgari ücretleri, 2026’da 50 lira ile 15 bin 940 lira arasında olacak. Yetkilendirilmiş gümrük müşavirliği asgari ücretleri de 350 lira ile 332 bin 960 lira arasında değişecek.

Gümrük müşavirliği kapsamındaki toplam ücretin 78 bin lirayı, yetkilendirilmiş gümrük müşavirliği doğrultusundaki toplam ücretin 26 bin lirayı aşması hâlinde aşan kısma ait tutar, tarafların anlaşmasıyla belirlenecek. Öte yandan sektörel dış ticaret firmaları, dış ticaret sermaye şirketleri ve yetkilendirilmiş yükümlü sertifikası sahibi firmaların ihracat işlemlerinde uygulanan asgari ücret tarifesindeki indirim oranı yüzde 20’ye düşürüldü.

ÇEVREYİ KİRLETENLERE 2026’DA VERİLECEK CEZALAR BELLİ OLDU

30 Aralık 2025 tarihli Resmî Gazete’de yer alan 2872 Sayılı Çevre Kanunu Uyarınca Alınacak Geri Kazanım Katılım Payı Tutarlarına İlişkin Tebliğ (2026/1) ile 2872 sayılı Çevre Kanunu’na aykırılıklar için uygulanacak idari para cezaları 2026 yılı yeniden değerlendirilme oranına göre güncellendi.

Tebliğe göre, çevre mevzuatına aykırı fiiller nedeniyle uygulanacak idari para cezaları, 2026 yılında yeniden değerlendirilme oranı esas alınarak güncellendi. Düzenlemeye, idari para cezalarının Vergi Usul Kanunu hükümleri çerçevesinde yeniden değerlendirilme oranında artırıldığı ve hesaplamalarda Türk lirasının küsuratlarının dikkate alınmadığı belirtildi.

Yeniden değerlendirilme oranının yüzde 25,49 olarak uygulanacağı ifade edildi. “Buna göre; plastik poşet 107 kuruş, lastik 27 TL, çinko karbon piller 33 TL, madeni yağ 8

Çevre mevzuatına aykırı fiiller nedeniyle uygulanacak idari para cezaları, 2026 yılında yeniden değerlendirilme oranı esas alınarak güncellendi. Düzenlemeye, idari para cezalarının Vergi Usul Kanunu hükümleri çerçevesinde yeniden değerlendirilme oranında artırıldığı ve hesaplamalarda Türk lirasının küsuratlarının dikkate alınmadığı belirtildi.

TL, bitkisel yağ 1 lira 70 kuruş, ilaç 17 kuruş, plastik ambalajlardaki 0,33 litreye kadar olan içecek ambalajı 10,7 kuruş olarak belirlendi.

ÇİFTÇİLERE SAĞLANACAK DESTEKLERE İLİŞKİN USUL VE ESASLAR YENİDEN BELİRLENDİ

30 Aralık 2025 tarihli Resmî Gazete’de yer alan 2025-2027 Yıllarında Yapılacak Bitkisel Üretime Yönelik Desteklemeler ile Diğer Bazı Tarımsal Desteklemelere Ödeme Yapılmasına Dair Tebliğ (Tebliğ No: 2024/39)’de Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ (No: 2025/42) ile Türkiye’de bitkisel üretimi artırmak ve üretim maliyetlerinin karşılanmasına katkıda bulunmak amacıyla çiftçilere sağlanacak desteklere ilişkin usul ve esaslar yeniden belirlendi.

Tebliğe göre temel, planlı üretim, üretimi geliştirme ve biyolojik veya biyoteknik mücadele desteği destekleme tutarı, destek katsayı değeri ile destek katsayısının çarpımı sonucu elde edilecek. Tarımsal yayım ve danışmanlık desteği konuya dair Cumhurbaşkanı Kararında belirtilen tutar esas alınarak hesaplanacak.

İlgili üretim yılında, planlama kapsamındaki ürünleri belirlenen havzalarda üreten çiftçilere Çiftçi Kayıt Sistemi (ÇKS), Örtü Altı Kayıt Sistemi (ÖKS) ve Kapalı Ortamda Bitkisel Üretim Kayıt Sistemi’ne (KOBÜKS) kayıtlı tarım arazisi dikkate alınarak Cumhurbaşkanı Kararında belirlenen kategorilere göre hesaplanan tutar üzerinden destek ödenecek.

Planlı üretim desteğinde çiftçi adına düzenlenmiş, yurt içinde üretilip sertifikalandırılmış tohumla ait sertifikanın tarih ve numarası yazılı olan tohum satış faturası istenecek. Fatura tarihi itibarıyla sertifika bir yılını doldurmuş ise fatura tarihinden önce alınmış geçerli “tohumluk analiz raporu” talep edilecek.

Zeytin üreticilerinin zeytin sineğine karşı biyoteknik mücadelede ruhsatlı olan feromon artı tuzak desteğinden yararlanabilmeleri için bireysel olarak en az 40 dekar zeytinlik alanda biyoteknik mücadele yaptığını beyan etmeleri gerekiyordu. Yeni düzenlemeye göre bu alan 20 dekara düşürüldü.

Tebliğ ile münavebe uygulama kuralları da yeniden düzenlendi. Sulu tarım arazilerinde dörtlü münavebe uygulanmasında mısır (dane/silaj), patates, şeker pancarı, domates ve havuç ürünleri dört üretim yılında art arda gelmemek şartıyla en fazla iki defa ekilebilecek.

TBAZI SANAYİ ÜRÜNLERİNİN GÜMRÜK VERGİSİZ İTHALATI İÇİN TARİFE KONTENJANI BELİRLENDİ

31 Aralık 2025 tarihli Resmî Gazete’de yer alan İthalat Rejimi Kararında Değişiklik Yapılmasına İlişkin Karar (Karar Sayısı: 10790) ile 10791, 10792, 10793 ve 10794 Sayılı Kararlar Resmî Gazete’nin üçüncü mükerrer sayısında yayımlandı. Söz konusu kararlar kapsamında; bazı kimyasallar, elektrik transformatörleri, akümülatörler, iyon piller, baskı devre kartları ve

ses mekanizmaları gibi çok sayıda sanayi ürününün ithalatında, kararlarda belirtilen miktarlar dâhilinde ve 15 Şubat 2027 tarihine kadar geçerli olmak üzere sıfır gümrüklü tarife kontenjanları açıldı.

Bir diğer kararla, dokuma ürünlerinin sıfır gümrükle ithalatı için 31 Aralık 2026 tarihine kadar uygulanmak üzere tarife kontenjanı belirlendi. Bu kapsamda, yalnızca imperteks kumaşları girdi olarak kullanan sanayicilerin gerçekleştireceği ithalat için 8 milyon metrekairelik tarife kontenjanı uygulanacak.

Bu iki karar 1 Ocak 2026 tarihinde yürürlüğe girmektedir. Ayrıca, başka bir Cumhurbaşkanı kararıyla bazı kimyasalların sıfır gümrükle ithalatına yönelik olarak 16 Şubat-31 Aralık 2026 döneminde geçerli olacak şekilde tarife kontenjanı tespit edildi. Bu karar ise yayımı tarihinde yürürlüğe girmektedir.

Yeni tebliğe göre temel, planlı üretim, üretimi geliştirme ve biyolojik veya biyoteknik mücadele desteği destekleme tutarı, destek katsayı değeri ile destek katsayısının çarpımı sonucu elde edilecek.

Savunma ve Havacılıkta 2025 İhracat Şampiyonları Ödülleri Aldı

Antalya'da düzenlenen 5. Savunma ve Havacılık Sanayiinde Küresel Stratejiler Konferansı'nda, savunma sanayisinde ihracatı 10 milyar doları aşan Türkiye'nin, performansı ve küresel pazarlardaki yükselişi vurgulandı.



TİM Başkanı Mustafa Gültepe: "İhracatı geçen yıl yüzde 50'ye yakın artışla 10 milyar doların üzerine çın savunma sanayisi, Türkiye'nin stratejik kapasitesinin en güçlü alanlarından biri hâline geldi."



Ticaret Bakanlığı ve Savunma Sanayii Başkanlığı öncülüğünde, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ile Türk Savunma ve Havacılık Sanayi İhracatçıları Birliği (SSI) iş birliğiyle Antalya'da düzenlenen "5. Savunma ve Havacılık Sanayiinde Küresel Stratejiler Konferansı" devletin zirvesini ve sektör temsilcilerini bir araya getirdi.

Konferansa, Cumhurbaşkanı Yardımcısı Cevdet Yılmaz, Hazine ve Maliye Bakanı Mehmet Şimşek, Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, Savunma Sanayii Başkanı Haluk Görgün, TİM Başkanı Mustafa Gültepe ve Türkiye Savunma ve Havacılık İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Dr. Mehmet

Demiroğlu ile savunma ve havacılık sektöründe çalışan şirket temsilcileri katıldı. .

"SAVUNMA SANAYİMİZİN GELDİĞİ SEVİYE HER TÜRLÜ TAKDİRİN ÖTESİNDE"

Programın açılışında konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, savunma sanayisinin Türkiye'nin stratejik kapasitesinin en güçlü alanlarından biri hâline geldiğini söyledi. Türkiye'nin kritik savunma kabiliyetlerinde kendi göbeğini kendisinin kesmek zorunda olduğunu ifade eden Gültepe, "Bu konuda özellikle son 25 yılda büyük bir vizyon ortaya konuldu. Yerli üretim ve teknoloji geliştirme kabiliyetimiz arttı. Bu gelişimde

emeği geçen tüm paydaşların katkısını teslim etmek gerekiyor." dedi.

Türkiye'nin 2025'te yüzde 4,5 artışla 273,4 milyar dolarlık tarihi ihracat rekoruna imza attığını belirten Gültepe, savunma sanayisi ihracatının geçen yıl yüzde 50'ye yakın artışla 10 milyar doların üzerine çıktığını dile getirdi.

Gültepe, 2025'te ihracat artışını analiz ettiklerinde bu yükselişin otomotiv, kimya, savunma ve havacılık sektöründen geldiğini belirterek, "Savunma ve havacılık sektörümüz, bu artışta yüzde 30'luk bir paya sahip. Savunma ve havacılık sanayimiz, bu zorlu tabloda çok güçlü bir performans ortaya koydu. Bu ivmeyi korumak ve büyütmek ülke ihracatı açısından stratejik önem taşıyor. Savunma sanayimizin geldiği seviye her türlü takdirin ötesinde." diye konuştu.

"HEDEF PAZAR AVRUPA VE AMERİKA"

Savunma Sanayii Başkanı Prof. Dr. Haluk Görgün de, "Geçen yıl ihracatımızın yarısından fazlasını Avrupa ve Amerika'ya gerçekleştirdik. 2025 yılında Lahey'deki NATO Liderler Zirvesi'nde müttefik ülkelerin savunma ve güvenlik harcamalarını kademeli olarak millî gelirlerinin yüzde 5'ine çıkarma kararı alındı. NATO üyesi 32 ülkenin her yıl 50 milyar dolar ek savunma harcaması yapması, büyük bir fırsat sunuyor. Bu nedenle, Avrupa ve Amerika'yı öncelikli pazar hedefleriniz arasında bulundurmayı ihmal etmeyin. Ayrıca, Avrupa Birliği fonlarından yararlanabilmek için Avrupa'daki firmalarla ortaklıklar kurmanızı veya satın almanızı öneriyorum." dedi.

"NEREYE GİDERSEK TÜRK SAVUNMA SANAYİİ ÜRÜNLERİNİN KALİTESİNDEN BAHSEDİLİYOR"

Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat ise Türkiye'nin küresel ölçekte birçok sektörde kalite ve rekabetçiliğin sembolü hâline geldiğini söyledi. Türkiye'nin öncelikli hedefleri arasında enflasyonla mücadele ve dış dengelerin korunmasının yer aldığını ifade eden Bolat, savunma sanayii ihracatına ilişkin "İki yıl dokuz aydır görevdeyim, savunma sanayisi ihracatımız neredeyse yüzde 100 artarak 10 milyar 54 milyon dolara ulaştı. Nereye gidersek gidelim Türk savunma sanayisi ürünlerinin kalitesinden, teknolojik üstünlüğünden bahsediliyor." değerlendirmesinde bulundu.

Geçen yıl yüksek teknoloji ürünlerin toplam mal ihracatı içindeki payının yüzde 43,5'e yükseldiğini belirten Bolat, elektronik ürünler, uçaklar, gemiler ve savunma sanayi ürünlerinin yüksek teknoloji kapsamında değerlendirilmesi gerektiğini söyledi. Türkiye'nin savunma sanayii ihracatında dünyada 10'uncu sırada yer aldığını aktaran Bolat, ABD, İngiltere, Avrupa Birliği ülkeleri başta olmak üzere Slovakya, Romanya, Birleşik Arap Emirlikleri ve Suudi Arabistan'ın da aralarında bulunduğu 185 ülkeye ihracat yapıldığını kaydetti.

"ERKEN YOLA ÇIKTIĞIMIZ İÇİN AVANTAJLI KONUMDAYIZ"

Cumhurbaşkanı Yardımcısı Cevdet Yılmaz yaptığı konuşmada dünyada güç dengelerinin değiştiğini söyledi. Yılmaz, "Dünyanın bugün geldiği noktayı, küresel eğilimleri çok iyi analiz etmemiz lazım. Küresel düzeyde güvenlik endişelerinin

ön plana çıktığı, belirsizliklerin yükseldiği bir dönemden geçiyoruz." diye konuştu.

Yılmaz, daha önce savunma alanına çok ilgi göstermeyen Uzak Doğu ülkelerinin yoğun şekilde güvenlik ve savunmayı tartışır hâle geldiğini, Türkiye'nin de buna göre hareket etmek zorunda olduğunu belirtti. Yılmaz, sözlerine şöyle devam etti: "Bir ülkenin güvenliği sadece silahlarla ölçülemez. Ekonomisinden kültürel boyutuna, idari yapılanmasına, hukuk düzenine varıncaya kadar bütün kurumları ve temel dayanaklarıyla güçlü olmak durumundasınız. Burada savunma sanayisi, bu genel yapı içinde olduğu zaman anlam ifade ediyor. Küresel ortam içinde erken yola çıktığımız için Türkiye avantajlı bir konumda. Cumhurbaşkanımız çok daha erken bir aşamada savunma sanayisinin arkasına güçlü bir irade koydu. Savunma sanayisi, arkasına güçlü bir siyasi irade koymadan mesafe alabileceğiniz bir sektör değil. Türkiye bu avantajını çok iyi kullanmak durumunda. Erken yola çıkmanın avantajını en üst düzeyde değerlendirmeliyiz."

Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat: "Savunma sanayisi ihracatımız neredeyse yüzde 100 artarak 10 milyar 54 milyon dolara ulaştı. Nereye gidersek gidelim Türk savunma sanayisi ürünlerinin kalitesinden, teknolojik üstünlüğünden bahsediliyor.."



Ege İhracatının Yıldızları Ödüllendirildi

2025 yılını 18,5 milyar dolarlık ihracatla kapatan Ege İhracatçı Birlikleri, ekonomiye katkı sağlayan sektör temsilcilerini ödüllendirdiği törende, 51 ödülü sahipleriyle buluşturdu.



Ege İhracatçı Birlikleri (EİB), 2025 yılında 18,5 milyar dolarlık ihracatla Türkiye ekonomisine önemli katkı sağlayan Egeli ihracatçıları, "İhracatın Yıldızları Ödül Töreni"nde ödüllendirdi. Tören kapsamında başarılı firmalara 17 farklı kategoride toplam 51 ödül takdim edildi.

"FARKLI DESTEK MEKANİZMALARINI DEVREYE ALMAK DURUMUNDAYIZ"

Ödül töreninde konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, 2025 yılının ihracatçıları için çok zor geçtiğini, ancak buna rağmen Türkiye'nin ihracatının yüzde 4,5 artışla 273,4 milyar dolara ulaştığını vurguladı. Gültepe, "Parite ve beş firmanın katkısı olmasaydı 2025'i ekside tamamlayabilirdik. Net ihracat dört çeyrek, büyümeyi aşağı çekiyor. Ocak 2022'den Ocak 2026'ya dört yılda asgari ücret yüzde 560, enflasyon yüzde 367, dolar kuru yüzde 217, euro kuru ise yüzde 228 arttı. Mevcut koşullarda kuru rekabetçi seviyeye çıkaracak bir ortam görünmüyor. Dolayısıyla rekabetçiliğimizi kazandıracak farklı

destek mekanizmalarını devreye almak durumundayız." diye konuştu.

"BU ŞARTLAR ALTINDA KÜRESEL ARENADA REKABET EDEMEYİZ"

Gültepe, "Ülkeler birbirlerine gümrük duvarları örüyor, ek vergiler getiriyor. Bize ek vergi koymalarına gerek kalmıyor. Çünkü hiç vergi ödemesek bile gittiğimiz pazarlarda rakiplerimize göre yine pahalı kalabiliyoruz. Bu şartlar altında küresel arenada rekabet edemeyiz. Ancak en zor dönemlerde bile fırsatların olabileceğini biliyoruz. Geçen yıl EİB çatısı altında 6 bin 800'ü aşkın firmamız ihracat yaptı. İhracat ekosistemimize değer katan tüm firmalarımıza teşekkür ediyorum." dedi.

"PARİTE ETKİSİ OLMASAYDI, EİB İHRACATI 2024'E GÖRE DAHA DÜŞÜK OLACAKTI"

Ege İhracatçı Birlikleri Koordinatör Başkanı Jak Eskinazi, "Bazı firmalar EİB Koordinatör Başkanı Jak Eskinazi özellikle tekstil ve hazır

giyim gibi emek yoğun sektörlerde istihdam kayıplarının yaşandığını belirtti ve ekledi: "Bazı firmalar üretimlerini maliyet avantajı olan ülkelere taşımaya devam etmiştir. Ege İhracatçı Birlikleri olarak 2025 yılı ihracatımız 18,5 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. EİB'nin 2025 yılı toplam ihracatı 2024 yılına göre yüzde 1 oranında artmasına karşın, bunu parite etkisinden arındırdığımızda aslında ihracatımız 2025 yılında 2024 yılına göre yüzde 1,7 oranında azalmıştır. Parite etkisi olmasaydı, muhtemelen EİB ihracatı 2024'e göre daha düşük olacaktı."

Eskinazi, "Ege Bölgesi, 2025'te Türkiye'ye 43,7 milyar dolar kazandırırken Türkiye'nin ihracat artışından payına düşeni alamadı. Türkiye'nin ihracatı 2025'te yüzde 4,5'luk artışla 261,7 milyar dolardan 273,4 milyar dolara çıkarken, Ege Bölgesi'nin ihracat artış hızı yüzde 0,6'da kaldı. İzmir, 2025 yılında 23 milyar 614 milyon dolarlık ihracatla Türkiye genelinde en çok ihracat yapan üçüncü şehir oldu." dedi.

TİM TÜRKİYE
İHRACATÇILAR
MECLİSİ

Daha Yeşil Bir Gelecek için GREEN TİM Yanınızda!



CO₂



www.greentim.com

Mobilya Dünyası İstanbul'da Buluştu

Dünyanın en prestijli üç mobilya fuarından biri olan Uluslararası İstanbul Mobilya Fuarı, 150 bini aşkın profesyonel ziyaretçiyi ağırlayarak, Türk mobilya sektörünün küresel gücünü bir kez daha ortaya koydu.



Mobilya Dernekleri Federasyonu (MOSFED) tarafından düzenlenen ve alanında dünyanın en prestijli üç fuarından biri olarak öne çıkan Uluslararası İstanbul Mobilya Fuarı (İstanbul International Furniture Fair-IIFF) sona erdi. Üç bini aşkın markanın yeni koleksiyonlarıyla yer aldığı, 150'den fazla ülke ve bölgeden 150 bini aşkın profesyonel ziyaretçiyi ağırlayan fuar, Tüyap Kongre ve Fuar Merkezi ile İstanbul Fuar Merkezi'nde eş zamanlı olarak gerçekleştirildi.

“ÇOK DAHA GÜZEL GÜNLER BİZİ BEKLİYOR”

Törende konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, IIFF'nin Avrupa'nın en büyük mobilya fuarı olduğunu vurgulayarak, “Bu fuar; birlikler, dernekler ve MOSFED ile birlikte sektörün bütünlüğünü, birliğini ve beraberliğini ortaya koydu. Aynı zamanda diğer fuarlarımıza da örnek teşkil etti.” dedi.

Mobilya sektörünün İnegöl'den Kayseri'ye, Ankara'dan Hatay'a kadar Türkiye'nin dört bir yanın-da faaliyet gösterdiğine dikkat

çeken Gültepe, sektörün güçlü bir ekosisteme, markalaşma altyapısına ve tasarım kabiliyetine sahip olduğunu ifade etti. İnovasyonu yakından takip eden sektörün ihracatının 4,7 milyar dolar seviyesinde gerçekleştiğini belirten Gültepe, 2024 yılına kıyasla yüzde 1,7'lik artış sağlandığını kaydetti.

Gültepe, “Bu nedenle tüm mobilya sektörünü tebrik ediyorum. Düzenlenen fuarlar, ticaret heyetleri, markalaşma çalışmaları ve hayata geçirilen yeni tasarım fuarıyla çok daha iyi bir geleceğin bizi beklediğine inanıyorum.” ifadelerini kullandı.

“MOBİLYA İHRACATINDA KİLOGRAM DEĞERİNDEKİ ARTIŞ SEVİNDİRİCİ”

Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat ise 2002'de mobilya ihracatının 250 milyon dolar olduğunu hatırlattı. Bolat, “Şu anda 20 kat artışla, geçen yıla göre yüzde 1,8 artış göstererek 4,6 milyar dolar ihracata ulaştı ama bu ahşap mobilyanın ihracatı. Bunun içine çelik, plastik ve cam gibi diğer yapı ürünlerini de koyduğumuzda bu rakam

çok daha yukarılarda. Almanya, İtalya ve Polonya gibi önde gelen ülkelerin seviyesinde olan 10 milyar dolarlık ihracat rakamına ahşap mobilyada da ulaşacağız.” dedi.

Ticaret Bakanı Bolat, Türk mobilya sektörünün dünya ticaretinden yaklaşık yüzde 2'lik pay aldığını ve en önemli pazarlar arasında Irak, ABD, Avrupa ülkeleri, Rusya ile Afrika ve Orta Doğu ülkelerinin olduğunu söyledi.

“SEKTÖRÜN GELECEĞİ İSTANBUL'DA ŞEKİLLENECEK”

MOSFED Başkanı Ahmet Güleç ise mobilya sektörünün yurt içinde ve dışında ivmesini her geçen gün artırdığını belirterek, “Bugün Türk mobilya sektörünün dünyaya dönük vizyonunu, iddiasını ve ortak geleceğini hep birlikte görürüz.” dedi.

Güleç, fuarda Türkiye'nin yanı sıra Avrupa'dan Asya'ya, Orta Doğu'dan ABD'ye uzanan geniş bir coğrafyadan gelen markaların yer aldığını kaydederek, “Beş gün boyunca dünya mobilyasının ticareti, iş birlikleri ve vizyonu İstanbul'da şekillenecektir.” diye konuştu.

Halı Sektörünün Kalbi İstanbul'da Attı

Türkiye'nin halı ve zemin kaplamaları alanındaki küresel gücünü vitrine çıkaran ICFE 2026, 25 ülkeden 400'ü aşkın firmayı İstanbul'da buluşturdu.



Güneydoğu Anadolu Halı İhracatçıları Birliği ile İstanbul Halı İhracatçıları Birliğinin ev sahipliğinde düzenlenen İstanbul Uluslararası Halı ve Zemin Kaplamaları Fuarı 2026 (International Carpet & Flooring Expo-ICFE 2026), 6-9 Ocak tarihleri arasında İstanbul Fuar Merkezi'nde kapılarını açtı. TÜYAP organizasyonu ile gerçekleştirilen fuar, halı sektörünün küresel ölçekteki en önemli buluşma platformlarından biri olarak öne çıktı.

Üçüncü yılında ilk kez uluslararası kimliğiyle “International Carpet & Flooring Expo” adı altında sektörle buluşan ICFE 2026'ya, 25 ülkeden 400'ü aşkın firma fiziki olarak katılım sağladı. 11 salon-da, toplam 100 bin metrekarelik geniş bir alanda kurulan fuar, halı ve zemin kaplamaları alanındaki yenilikleri ve sektörel vizyonu bir araya getirdi.

Fuar süresince düzenlenen Carpet Design Awards Sergisi, Halı Tasarım Yarışması Sergisi, Her Motif Bir Hikâye Sergisi, Carpet Talks Programı ve Benim Parçam Workshop'u gibi etkinlikler; tasarım, yaratıcılık ve inovasyonu

odağına alarak sektörün dinamik ve yenilikçi yönünü ziyaretçilere sundu.

“SEKTÖRDE DÜNYANIN EN ÖNDE GELEN ÜLKELERİ ARASINDAYIZ”

Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, dünya halı sektörünü buluşturan fuarın açılışında yaptığı konuşmada, sektör temsilcilerine ülke ekonomisine katkılarından dolayı teşekkür etti. Bakan Bolat, “Dünyanın en büyük halı fuarının açılışını yapmaktan dolayı mutluyuz. Türkiye olarak sektörde dünya liginde en önde gelen ülkeler arasındayız. Halı üretim ve ihracatında ikinci sıradayız. Gaziantep halı sektöründe adeta bir yıldız haline geldi. Halı sektöründeki kümelenme ile dünya çapında bilinen, tanınan ve tüm dünyaya ihracat yapan bir şehir oldu. Gaziantep bu özelliği ile diğer şehirlerimizi de motive ediyor. Bu anlamda önemli bir fonksiyon üstleniyor. Bütün Gaziantep birlik ve beraberlik içinde buradalar. Bu birlik, beraberlik ve dayanışmadan dolayı onları tebrik ediyorum. Her

yıl büyüyen fuarımız son derece prestijli bir fuar haline geldi. Emegi geçenlere teşekkür ediyorum.” dedi.

“ÜRETİM VE FUARCILIK ALANINDA ZİRVEDEYİZ”

Güneydoğu Anadolu Halı İhracatçıları Birliği Başkanı Zeynal Abidin Kaplan da fuarla ilgili yaptığı değerlendirmede, makine halısı üretiminde dünya lideri olan Türkiye'yi fuarcılık alanında da zirveye çıkarmaktan dolayı mutlu olduklarını ifade etti. Kaplan, “Her yıl daha da büyüyen fuarımızın bu yıl uluslararası fuar lisansı olarak dünyanın en büyük halı fuarı unvanına kavuşması büyük bir gururdur, mutluluktur. Dünyada halı üretiminin merkezi denildiğinde Gaziantep akla geliyor. Bundan böyle dünyada halı fuar denildiğinde de İstanbul akla gelecektir. Ülkemize bu gururu ve başarıyı yaşatan tüm halı üreticilerine ve ihracatçılarına teşekkür ediyoruz. Halıcular olarak ülke kalkınmasına daha fazla katkı sağlamak için durmadan, yorulmadan çalışmaya devam edeceğiz.” şeklinde konuştu.

Hizmet İhracatında 121 Milyar Dolarlık Dev Hedef Aşılıyor



Küresel hizmet ihracatındaki payı yüzde 1,32'ye yükselen Türkiye, hizmet ticaretinde fazla veren dünyadaki beşinci ülke konumuna yükseldi. Hizmet İhracatçıları Birliği (HİB), Türk hizmet sektörüne en büyük katkıyı sağlayan firmaları düzenlediği ödül töreninde ödüllendirdi.

Türesel ticaretin dijitalleşme ve hizmet odaklı bir dönüşümden geçtiği 2025 yılında, değişimin öncü aktörü hizmet sektörü oldu. 2024 yılını 117 milyar doları aşan bir hacimle kapatan sektör, 2025 yılı itibarıyla yıllık bazda 123 milyar dolarlık rekor bir seviyeye ulaşarak Türkiye'nin net döviz kaynağı olmayı sürdürdü. Sadece turizm ve taşımacılıkla sınırlı kalmayarak bilişimden sağlığa, medyadan eğitime uzanan geniş bir yelpazede performans sergileyen sektör, Türkiye'nin dünya hizmet ticaretindeki payını da yüzde 1,3'ün üzerine taşıdı.

Bu güçlü performansla imza atan firmalar ise Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, TİM Başkanı Mustafa Gültepe, HİB Başkanı Şekib Avdagiç ile HİB üyelerinin katıldığı ödül töreninde ödüllendirildi. Hizmet İhracatının Şampiyonları Ödül Töreni'nde 20 kategoride toplam 60 ödülün verildi.

“HİZMETLER TİCARETİNDE FAZLA SAĞLAYAN 5'İNCİ ÜLKEYİZ”

Törenin açılışında konuşan Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, “Yılın ilk dokuz ayında hizmet ihracatımız 91,9 milyar dolara, hizmet ticareti fazlamız ise 48,8 milyar dolara ulaştı. Yıllıklandırılmış bazda hizmet ihracatımıza baktığımızda, Ocak-Ekim dönemi toplam hizmet ihracatımızın 121,6 milyar dolara ulaşması bekleniyor. Böylece, yalnızca 2025 yılı için hedeflediğimiz 121 milyar doları yıllıklandırılmış bazda yılın ilk dokuz ayında aşmış olmuyor, ayrıca geçen yılın aynı dönemine göre 3,8 milyar dolarlık hizmet ihracatı artışına ulaşmış oluyoruz.”

Bakan Bolat, mal ve hizmetler ihracatında 390 milyar dolarlık hedefi aşacaklarını belirterek, hizmetler sektörünün gayri safi millî hasılda ve istihdamda çok önemli yeri olduğunu kaydetti. Küresel hizmet ihracatında ya-



şanan hızlı artıştan da bahseden Bolat, Türkiye'nin bu artıştan pay aldığını ve COVID-19 döneminde, 39 milyar dolara kadar düşen hizmetler ihracatının 2024'te 117 milyar dolara yükseldiğini söyledi.

Türkiye'nin hizmetler sektöründe 62 milyar dolar dış ticaret fazlası verdiğine işaret eden Bolat, “Türkiye hizmetler ticaretinde fazla sağlayan 5'inci dünya ülkesi konumunda. Aynı zamanda da dış ticaret açığımızı azaltarak cari işlemler denge-mizde iyi bir tablo oluşmasını sağlıyor.” ifadelerini kullandı.

“HİZMET İHRACATI TİCARETİN LOKOMOTİFİ OLDU”

TİM Başkanı Mustafa Gültepe yaptığı konuşmada, “Hizmet ihracatını küresel ticaretin yükselen yıldızına benzetiyorum. Özellikle son çeyrek yüzyılda, bilgi teknolojilerinin gelişmesi, dijital platformların yaygınlaşması, iş yapma biçimlerinin değişmesiyle birlikte hizmet ihracatı, ticaretin lokomotif güçlerinden biri hâline geldi. Biz mal ve hizmet ihracatını bir bütünün ayrılmaz parçaları olarak görüyoruz. İkisinin de beklentileri ve sorunları ortak. Örneğin, Ankara'daki mobilya üreticimizin, Bursa'daki makine firmamızın yaşadığı maliyet

sorununu; Antalya'daki otel işletmecimiz, Mersin'deki nakliyecimiz de benzer şekilde yaşıyor. Dolayısıyla birçok sorunda ortaklaşıyor, ortak sorunlara birlikte çözüm arıyoruz. Ortak çözüm arayışında olduğumuz gibi başarının gururunu da birlikte paylaşıyoruz.” dedi.

“TÜRK MARKALARI GÜVEN SEMBOLÜNE DÖNÜŞTÜ”

Hizmet İhracatçıları Birliği (HİB) Yönetim Kurulu Başkanı Şekib Avdagiç ise, “2024, küresel ekonomideki tüm belirsizliklere ve sıkıntılara rağmen Türk hizmet sektörünün direncini, kabiliyetini, yeni çıkış yolları üretme yeteneğini ve uyum gücünü bir kez daha ispatladığı bir yıl oldu. Hizmet ihracatımız geçen yılı 117 milyar 189 milyon dolar seviyesinde tamamladı. Bu bizim hizmet ihracatındaki gücümüzün ve azmimizin göstergesidir. HİB üyeleri adına iftiharla söylemek isterim ki, 61 milyar 369 milyon dolarlık cari fazla ile ülkemize, hizmetler sektörü olarak tarihinin en yüksek net katkısını sağlamış bulunuyoruz. Bu tablo, sadece rakamlardan ibaret değildir. Burada aynı zamanda yüz binlerce çalışan, milyonlarca hizmet deneyimi ve güçlü bir inanç var.” değerlendirmesinde bulundu.

Hizmet İhracatının Şampiyonları

BAKIM VE ONARIM HİZMETLERİ
TÜRK HAVA YOLLARI TEKNİK AŞ

DANIŞMANLIK, MÜŞAVİRLİK VE DESTEK HİZMETLERİ
UBM ULUSLARARASI BİRLEŞMİŞ MÜŞAVİRLER MÜŞAVİRLİK HİZMETLERİ AŞ

EĞİTİM HİZMETLERİ
T.C. İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ

FİLMCİLİK, EĞLENCE VE DİĞER KÜLTÜR HİZMETLERİ
TÜRKÜVAZ AKTİF TELEVİZYON PRODÜKSİYON AŞ

FİNANS, SİGORTA VE DİĞER MALİ HİZMETLER
CORAL HOLDİNG AŞ

FUARCILIK HİZMETLERİ
İPEKYOLU ULUSLARARASI FUARCILIK LTD ŞTİ

GASTRONOMİ HİZMETLERİ
BTA HAVALİMANLARI YİYECEK VE İÇECEK HİZMETLERİ AŞ

LİMAN İŞLETMECİLİĞİ HİZMETLERİ
İGA HAVALİMANI İŞLETMESİ AŞ

MİMARİ, MÜHENDİSLİK, BİLİMSSEL VE DİĞER TEKNİK HİZMETLER
DENZAY MÜHENDİSLİK ENERJİ İNŞ.

SAĞLIK HİZMETLERİ SEKTÖRÜ
ACİBADEM SAĞLIK HİZMETLERİ VE TİC. AŞ

SAĞLIK SEKTÖRÜ ACENTE HİZMETLERİ
ADA MEDICAL TEKNOLOJİ VE SAĞLIK TURİZMİ AŞ

SEYAHAT ACENTELİĞİ HİZMETLERİ
ODEON TURİZM İŞLETMECİLİĞİ AŞ

TELEKOMÜNİKASYON HİZMETLERİ
CONCENTRIX

TURİZM VE KONAKLAMA HİZMETLERİ
FINE OTEL TURİZM İŞLETMECİLİK AŞ

YAZILIM VE BİLİŞİM HİZMETLERİ
HAVELSAN HAVA ELEKTRONİK SAN. VE TİC. AŞ

YÜK TAŞIMACILIĞI VE LOJİSTİK HİZMETLERİ
MARS LOJİSTİK ULUSLARARASI TAŞIMACILIK DEPOLAMA DAĞITIM VE TİC. AŞ

İKMİB'den Ev ve Mutfak Eşyaları Sektörüne Afrika Açılımı

İstanbul Kim-yevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İKMİB), plastik ev ve mutfak eşyaları sektörünün ihracat potansiyelini artırmak ve firmaları yeni pazarlara taşımak amacıyla ocak ayında Fas ve Nijerya'ya yönelik iki ayrı sektörel ticaret heyeti

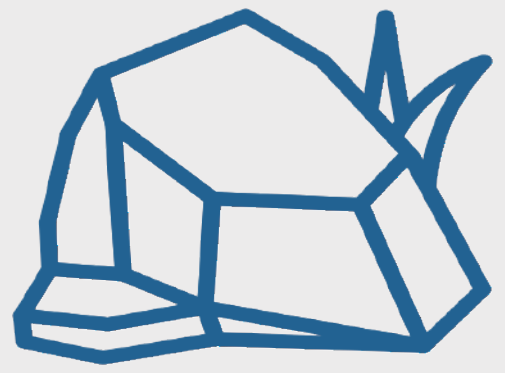
İKMİB, plastik ev ve mutfak eşyaları sektörünün ihracat potansiyelini artırmak ve firmaları yeni pazarlara taşımak amacıyla ocak ayında Fas ve Nijerya'ya yönelik iki ayrı sektörel ticaret heyeti

organizasyonu gerçekleştirdi. İKMİB koordinasyonunda düzenlenen programlar kapsamında Türk firmaları, hedef pazarlarda pazar araştırması yapma, yerel perakende kanallarını yerinde inceleme ve doğrudan alıcılarla ikili iş görüşmeleri gerçekleştirme imkânı buldu.

İKMİB ve GEEM iş birliğiyle 4-7 Ocak tarihleri arasında Fas'ın Kazablanka kentinde düzenlenen Ev ve Mutfak Eşyaları Sektörel Ticaret Heyetine Türkiye'den 20 firmadan 31 temsilci katıldı. Program kapsamında firmalar, yerel market ziyaretleriyle Fas pazarını yakından tanırken, 42 Faslı alıcı firma ile toplam 242 ikili iş görüşmesi gerçekleştirildi. Organizasyona T.C. Rabat Büyükelçisi Mustafa İlker Kılıç ve Kazablanka Ticaret Müşaviri Burcu Özergül Çolak da katılım sağladı.

Yılın ikinci sektörel ticaret heyeti ise 12-15 Ocak 2026 tarihleri arasında Nijerya'nın Lagos kentinde düzenlendi. Türkiye'den 11 firmadan 13 temsilcinin yer aldığı heyet kapsamında Orca Mall, SPAR Market ve Mega Plaza gibi önemli perakende noktalarına ziyaretler gerçekleştirildi. Program boyunca 55 Nijeryalı alıcı firma ile yaklaşık 200 ikili iş görüşmesi yapıldı.

İKMİB Yönetim Kurulu Başkanı Adil Pelister, ev ve mutfak eşyaları sektörünün tasarım gücü, kalite ve rekabetçi üretim yapısıyla küresel pazarlarda güçlü bir konuma sahip olduğunu vurgulayarak, Afrika pazarındaki büyüme potansiyelinin farkında olduklarını ve ihracatı artırmaya yönelik organizasyonlara kararlılıkla devam edeceklerini ifade etti.



Türk Doğal Taşı Dünya Pazarlarında Gücünü Artırıyor

Ege Maden İhracatçıları Birliği (EMİB), ihracatta istikrarlı büyüme vizyonu doğrultusunda 2026 yılı için 1,5 milyar dolar, 2030 yılı için ise 2 milyar doların üzerinde ihracat hedefi belirledi. EMİB, 2025 yılı ihracat performansını ve yeni dönem hedeflerini düzenlediği basın toplantısıyla kamuoyuyla paylaştı. Toplantıda konuşan EMİB Başkanı İbrahim Alimoğlu, Türk maden sektörünün 2025 yılında 6,2 milyar dolarlık ihracatla bir önceki yıla göre yüzde 3 büyüme kaydettiğini açıkladı. Bu rakamın yaklaşık 2 milyar dolarlık bölümünün doğal taş ihracatından geldiğini belirten Alimoğlu, "Madencilik sektörümüz diğer sektörlerle sağladığı destekle 60 milyar dolarlık bir katma değeri Türk ekonomisine kazandırıyor. Birliğimizin 2025 yılı ihracatı yüzde 6'lık bir artışla 1,38 milyar dolara ulaştı. Bu başarıımızda en büyük payı yüzde 9'luk artışla 704 milyon dolardan 771 milyon dolara çıkan doğal taş oluştururken, kıymetli metal cevherleri ve feldspat bu kalemi takip etti." dedi.

EMİB'in en fazla ihracat yaptığı ülkelerin Çin, ABD ve İspanya olduğunu kaydeden Alimoğlu, doğal taşta ise ABD, Çin ve Fransa'nın öne çıktığını ifade etti. ABD'ye doğal taş ihracatının 235 milyon dolara, Çin'e ihracatın 103 milyon dolara yükseldiğini belirtti. Sektörün karşı karşıya olduğu yapısal sorunlara da değinen Alimoğlu, yatırım teşvik belgelerinin kapsamı ve madencilğe yönelik olumsuz algının üretim ve yatırım iştahını sınırlandığını vurguladı.

2025 yılında zorlu ekonomik koşullara rağmen yoğun tanıtım ve pazarlama faaliyetleri yürüttüklerini dile getiren Alimoğlu, ticaret heyetleri, fuar katılımları ve sürdürülebilirlik odaklı UR-GE projeleriyle sektörü desteklemeye devam edeceklerini söyledi. EMİB'in, 2026 yılında da ihracatı artıracak uluslararası organizasyonlara kararlılıkla devam edeceğini bildirdi.

Türk maden sektörü, 2025 yılında 6,2 milyar dolarlık ihracatla bir önceki yıla göre yüzde 3 büyüme kaydetti. Bu rakamın yaklaşık 2 milyar dolarlık bölümü doğal taş ihracatından geldi.

Türk Fındığı Hindistan Yolculuğunda Rekor Kırıyor

Türk fındığı, Hindistan pazarında yürüttüğü stratejik tanıtım faaliyetleriyle altın çağını yaşıyor. Karadeniz ile İstanbul Fındık ve Mamulleri İhracatçıları Birlikleri, bu dev pazarda Türk fındığının bilinirliğini artırmak amacıyla Yeni Delhi'de gerçekleştirilen MEWA Fuarı'nda tanıtım faaliyetlerini hayata geçirdi.

23-25 Ocak 2026 tarihlerinde gerçekleşen fuarda, Türkiye Cumhuriyeti Yeni Delhi Büyükelçisi Ali Murat Ersoy'un da katılımıyla Türk fındığı tanıtılırken; Hindistan'ın ünlü şeflerinden Ajay Chopra ise 1,5 milyona yakın takipçisine Türk fındığının eşsiz aromasını yaratıcı tariflerle sunarak büyük ilgi topladı. MEWA Fuarı kapsamında gerçekleştirilen panelde konuşmacı olarak yer alan Karadeniz Fındık ve Mamul-

Türkiye'nin Hindistan'a gerçekleştirdiği fındık ihracatı; 2020 yılında 352 ton/iç, 2025 yılında ise 985 ton/iç seviyesine yükselerek yüzde 180 artış gösterdi.

leri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Hasan Osman Sabır, Türk fındığının ülkedeki tüketim potansiyeline dikkat çekti.

Türkiye, Hindistan'a 2020 yılında 352 ton/iç, 2025 yılında ise 985 ton/iç ihracat gerçekleştirdi. Değer bazında 2020'de 2,7 milyon dolar olan ihracat geliri, 2025 yılında 10 milyon dolara çıkarak yaklaşık yüzde 270 artış kaydetti. Başkan Sabır konuya dair yaptığı değerlendirmede, "Türk fındığında fiyat istikrarının sağlanması, Hindistan gibi yüksek potansiyele sahip alternatif pazarlarda ihracatın beklenen

seviyelere yükseltilebilmesi için büyük önem taşıyor. Türk fındığının geleceğinin ihracat odaklı bir perspektifle planlanması gerekiyor. ABD'nin Hindistan'a yılda yaklaşık 190 bin ton badem ihraç ettiği düşünüldüğünde, geniş nüfuslu pazarların ihracat açısından değeri çok daha net ortaya çıkıyor. Fındıkta ihracat odaklı stratejilerin uygulanması hâlinde tıpkı Avrupa'da olduğu gibi Hindistan ve Çin gibi pazarlarda da Türk fındık ihracatçıları her daim sektördeki ikame ürünler ile güçlü bir rekabet yaratabilecek imkân ve kabiliyete sahiptir."

Türkiye'nin Suriye'ye İhracatı 2025 Yılında 2,6 Milyar Dolara Ulaştı

Türkiye'nin Suriye'ye ihracatı 2025'te, önceki yıla göre yüzde 69,6 artışla 2,6 milyar dolara yükseldi. Yıl boyunca artan ticari temaslar, sahada kurulan sürekli diyalog mekanizmaları ve ihracatçıların değişen koşullara hızla uyum sağlayabilen yapısı, bu artışta belirleyici rol oynadığı görüldü. TİM Suriye Masası Başkanı ve Güneydoğu Anadolu Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Celal Kadooğlu, ortaya çıkan tablonun tekil gelişmelerin değil, yıl geneline yayılan ve sahada kararlılıkla sürdürülen sistematik bir çalışmanın sonucu olduğuna dikkat çekerek, "2025 yılı, Türkiye-Suriye ticari ilişkilerinin daha öngörülebilir, daha kurumsal ve daha sürdürülebilir

bir zemine oturduğu bir yıl oldu. Yıl boyunca ihracatçılarımızın sahadan ilettiği ihtiyaçları kamu otoriteleriyle eş zamanlı olarak ele aldık; temas, çözüm ve sonuç üretme refleksini sürekli canlı tuttuk. Ulaştığımız 2,6 milyar dolarlık ihracat seviyesi, bu yaklaşımın somut bir çıktısıdır." dedi.

İller bazında Suriye'ye en fazla ihracat 653 milyon dolar ile Gaziantep'ten yapılırken, kentin ihracatı geçen yıla göre yüzde 35,7 arttı. İstanbul, yüzde 140,1 artışla 382 milyon dolara, Ankara ise yüzde 1.501 gibi dikkat çekici bir artışla 281,8 milyon dolara ulaştı. Sektörel dağılımda ise yüzde 35,4 artış gerçekleşen hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri 700 milyon dolarla ilk sırada yer aldı; kimyevi madde-

Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin Suriye'ye ihracatı 2025'te 967,8 milyon dolar olurken, bölgenin toplam içindeki payı yüzde 37,7 olarak gerçekleşti.

ler ve mamulleri ihracatı yüzde 78,6 artışla 299,1 milyon dolara, elektrik ve elektronik ihracatı ise yüzde 61 artışla 224,3 milyon dolara yükseldi. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin Suriye'ye ihracatı 2025'te 967,8 milyon dolar olurken, bölgenin toplam içindeki payı yüzde 37,7 olarak gerçekleşti; bölgeden en fazla ihracat yapan sektör 400,9 milyon dolarla hububat oldu.



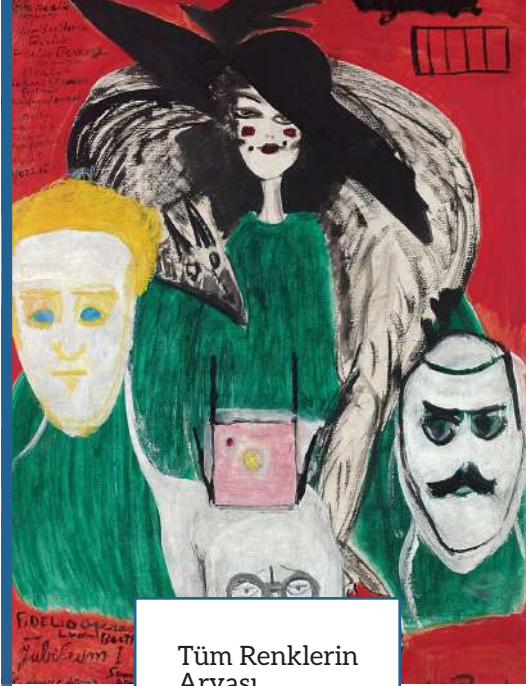
Gerçek En İyi Fotoğrafır Sergi

Mekân:
Ara Güler Müzesi

Saat:
10:00-18:00

Robert Capa'nın Objektifinden

Ara Güler Müzesi, Robert Capa Contemporary Photography Center iş birliğiyle 20. yüzyılın en önemli foto muhabirlerinden Robert Capa'nın, Türkiye'de bugüne dek gerçekleştirilmiş en kapsamlı seçkisi Gerçek En İyi Fotoğrafır sergisini izleyiciyle buluşturuyor. İspanya İç Savaşı'ndan II. Dünya Savaşı'na uzanan çarpıcı karelerin yanı sıra Capa'nın 1946 Türkiye ziyaretinde çektiği fotoğraflara da yer veren sergi, sanatçının "yakın olma" felsefesini odağına alıyor. Sergi, 22 Mart 2026 tarihine kadar ziyaret edilebilir.



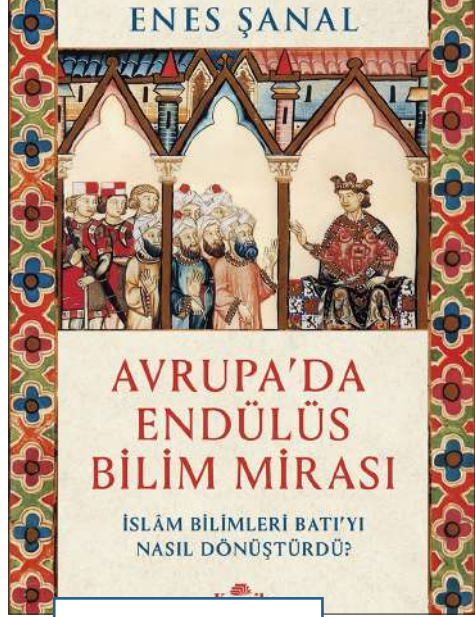
Tüm Renklerin Aryası Sergi

Mekân:
İstanbul Modern Sanat

Saat:
11:00-18:00

Semiha Berksoy'un Çok Katmanlı Sanatı

İstanbul Modern, Türkiye ve Avrupa'da birçok ilke imza atan Semiha Berksoy'un disiplinlerarası üretimini "Tüm Renklerin Aryası" sergisiyle bir araya getiriyor. Operadan tiyatroya, resimden edebiyata uzanan 200'ü aşkın yapıt; sanatçının sahneyle kurduğu derin bağı ve kişisel mitolojisini görünür kılıyor. Berlin'deki Hamburger Bahnhof'ta başlıyan retrospektifin İstanbul'a uyarlanan bu versiyonu, ses kayıtları, görüntüler ve arşiv materyalleriyle zenginleşiyor. Sergi, 6 Eylül 2026 tarihine kadar ziyarete açık olacak.



Avrupa'da Endülüs Bilim Mirası Enes Şanal

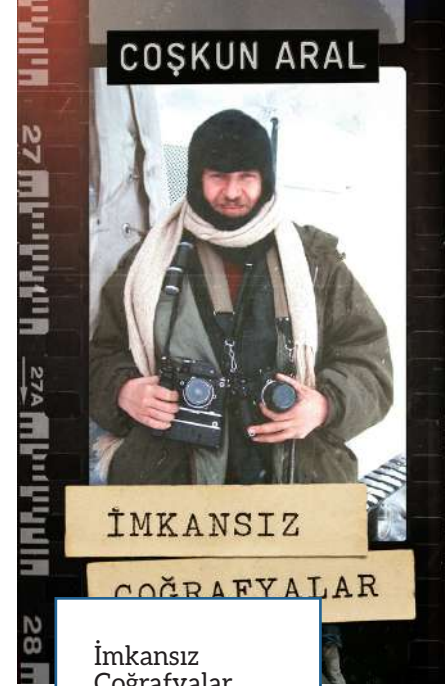
Sayfa Sayısı:
448

İlk Baskı Yılı:
2025

Yayınevi:
Kronik Kitap

İslam Bilimleri Batıyı Nasıl Dönüştürdü?

Orta Çağ Avrupa'sının kültürel ve bilimsel uyanışında İslam dünyasının belirleyici rolünü kapsamlı biçimde ele alan kitap; Mozaraplar'dan Toledo Tercümanlar Okulu'na, İbn Sinâ ve İbn Rüşd'ün etkilerinden Arapça'dan Latince'ye yapılan çevirilere uzanan zengin içerik sunuyor. Kitapta, batı düşüncesinin nasıl şekillendiği de somut örneklerle ortaya koyuluyor. Şanlı, İslam bilim mirasının Avrupa entelektüel dünyasındaki izlerini derinlemesine incelemek isteyenler için önemli bir başvuru kaynağı sunuyor.



İmkansız Coğrafyalar Coşkun Aral

Sayfa Sayısı:
264

İlk Baskı Yılı:
2025

Yayınevi:
Kronik Kitap

Coşkun Aral'dan Savaşın İç Yüzüne Tanıklık

Dünyanın çatışma bölgelerinde, cehennem andıran sokaklarda fotoğraf makinesiyle gerçeğin peşinde koşan bir isim: Coşkun Aral. İmkansız Coğrafyalar, Aral'ın 1970'lerden itibaren devam eden foto muhabirliği serüvenini gözler önüne seriyor. Lübnan'dan Afganistan'a, İran'dan Afrika çöllerine uzanan bu tanıklık, savaşın yıkıcı gerçekliğini ve insan ruhudaki derin izlerini belgeliyor. Time ve Newsweek kapaklarına taşınan fotoğraflarla şekillenen bu anlatı, yalnızca kişisel bir hatırat değil, 20. yüzyılın ikinci yarısına dair güçlü bir küresel bellek sunuyor.



Béjart Ballet Lausanne Konser

Mekân:
Atatürk Kültür Merkezi

Béjart Ballet Lausanne İstanbul'da

Mart 2025'te Ballet for Life ile 10 bin sanatsever buluşturan Béjart Ballet Lausanne, yoğun ilgi üzerine yeniden İstanbul'a geliyor. Programda Maurice Béjart'ın zamansız başyapıtları Boléro ve The Firebird ile Simone Repele ve Sasha Riva'nın dünya prömiyeri Oskar yer alıyor. Klasik müzikle çağdaş dansı buluşturan bu özel repertuar, izleyicilere unutulmaz bir sahne deneyimi vad ediyor. Gösteri, 20-21-22 Şubat 2026 tarihlerinde Zorlu PSM Türkcell Sahnesi'nde gerçekleşecek.



Güne Bakan Cam Kırıkları Tiyatro

Yazan:
Memet Baydur

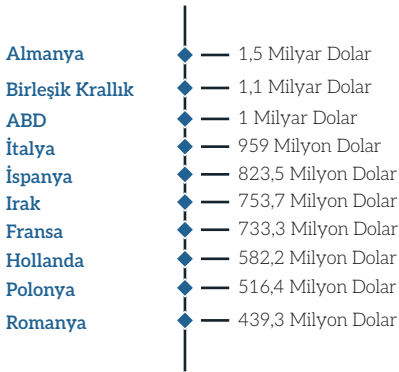
Oyuncular:
Almila Uluer
Atabeyoğlu, Kerem
Atabeyoğlu

Mekân:
Atatürk Kültür Merkezi

Yalnızlığın ve Gerçeğin Sahnedeki Hâli

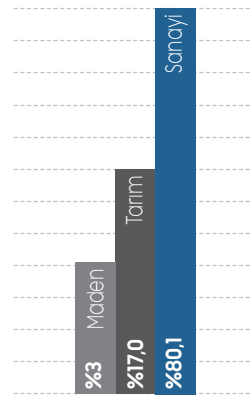
Memet Baydur'un Türk tiyatrosunun klasikleri arasında yer alan Güne Bakan Cam Kırıkları oyunu, Almila Uluer Atabeyoğlu ve Kerem Atabeyoğlu'nun yönetimi ve performansı ile yeniden sahneliyor. Yalnızlık, gerçek ve yanılsama ekseninde ilerleyen oyun; hüznü olduğu kadar alaycı diliyle izleyiciyi Baydur'un dünyasına davet ediyor. Güçlü yaratıcı kadrosu ve ödüllü oyunculuklarıyla dikkat çeken yapım, 31 Mart'ta AKM sahnesinde tiyatrosahne verilerle buluşacak.

İhracat Rakamları (ÖTS)

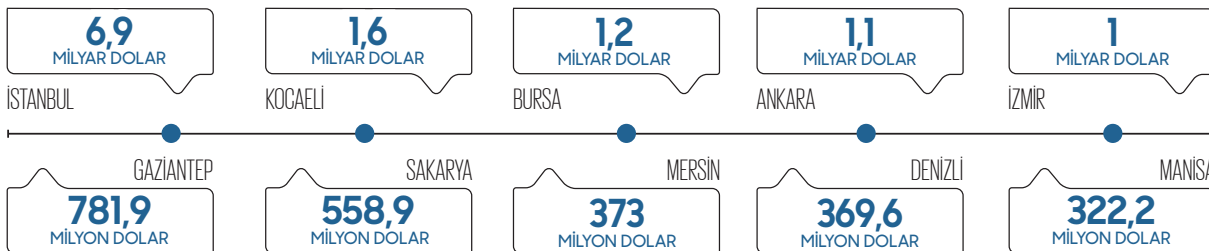
2026 Yılı Ocak Ayı İhracatı
20,3 Milyar Dolar Oldu.Ocak Ayı İhracatı Geçen Yıla
Göre Yüzde 3,9 Düştü.Son 12 Aylık İhracat 272,5
Milyar Dolar Oldu.Son 12 Aylık İhracat Geçen
Yıla Göre Yüzde 3,6 Arttı.

En Fazla İhracat Yapılan 10 Ülke

2026 yılı Ocak ayında en fazla ihracat yapılan ülke 1,587 milyar dolarla Almanya oldu. Almanya'yı, 1,135 milyar dolarla Birleşik Krallık ve 1.026 milyar dolarla Amerika Birleşik Devletleri izledi.

Alt Üretim Gruplarının 2026 Yılı
Ocak Ayında İhracattan Aldığı PayAna Üretim Gruplarının
2026 Yılı Ocak Ayında
İhracattan Aldığı Pay2026 Yılı Ocak Ayında İl
Bazında En Dikkat Çeken
İhracat Artışı

İllere Göre 2026 Yılı Ocak Ayı İhracat Dağılımı



Sektörel Bazda İhracat Rakamları -1,000 \$

SEKTÖRLER	2025	1 - 31 OCAK			2025	1 OCAK - 31 OCAK		
		2026	Değişim (*26/'25)	Pay(26) (%)		2026	Değişim (*26/'25)	Pay(26) (%)
I. TARIM	3.006.130	2.984.666	-0,7	17,0	3.006.130	2.984.666	-0,7	17,0
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	2.113.458	2.058.706	-2,6	11,7	2.113.458	2.058.706	-2,6	11,7
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	1.024.885	929.385	-9,3	5,3	1.024.885	929.385	-9,3	5,3
Yaş Meyve ve Sebze	352.916	513.368	45,5	2,9	352.916	513.368	45,5	2,9
Meyve Sebze Mamulleri	209.829	187.382	-10,7	1,1	209.829	187.382	-10,7	1,1
Kuru Meyve ve Mamulleri	163.153	138.972	-14,8	0,8	163.153	138.972	-14,8	0,8
Fındık ve Mamulleri	207.208	180.835	-12,7	1,0	207.208	180.835	-12,7	1,0
Zeytin ve Zeytinyağı	51.206	29.950	-41,5	0,2	51.206	29.950	-41,5	0,2
Tütün	85.914	63.853	-25,7	0,4	85.914	63.853	-25,7	0,4
Süs Bitkileri ve Mamulleri	18.348	14.961	-18,5	0,1	18.348	14.961	-18,5	0,1
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	284.327	363.532	27,9	2,1	284.327	363.532	27,9	2,1
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	284.327	363.532	27,9	2,1	284.327	363.532	27,9	2,1
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	608.345	562.428	-7,5	3,2	608.345	562.428	-7,5	3,2
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	608.345	562.428	-7,5	3,2	608.345	562.428	-7,5	3,2
II. SANAYİ	14.943.608	14.099.947	-5,6	80,1	14.943.608	14.099.947	-5,6	80,1
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	1.180.636	1.042.826	-11,7	5,9	1.180.636	1.042.826	-11,7	5,9
Tekstil ve Hammaddeleri	825.242	729.698	-11,6	4,1	825.242	729.698	-11,6	4,1
Deri ve Deri Mamulleri	126.181	106.755	-15,4	0,6	126.181	106.755	-15,4	0,6
Halı	229.213	206.372	-10,0	1,2	229.213	206.372	-10,0	1,2
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	2.551.109	2.286.486	-10,4	13,0	2.551.109	2.286.486	-10,4	13,0
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	2.551.109	2.286.486	-10,4	13,0	2.551.109	2.286.486	-10,4	13,0
C. SANAYİ MAMULLERİ	11.211.863	10.770.635	-3,9	61,2	11.211.863	10.770.635	-3,9	61,2
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1.409.246	1.340.771	-4,9	7,6	1.409.246	1.340.771	-4,9	7,6
Otomotiv Endüstrisi	2.996.342	3.061.673	2,2	17,4	2.996.342	3.061.673	2,2	17,4
Gemi, Yat ve Hizmetleri	82.415	166.947	102,6	0,9	82.415	166.947	102,6	0,9
Elektrik ve Elektronik	1.223.530	1.342.366	9,7	7,6	1.223.530	1.342.366	9,7	7,6
Makine ve Aksamları	790.366	813.838	3,0	4,6	790.366	813.838	3,0	4,6
Demir ve Demir Dışı Metaller	1.010.429	1.074.412	6,3	6,1	1.010.429	1.074.412	6,3	6,1
Çelik	1.245.834	1.084.607	-12,9	6,2	1.245.834	1.084.607	-12,9	6,2
Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	317.186	317.552	0,1	1,8	317.186	317.552	0,1	1,8
Mücevher	1.162.563	476.827	-59,0	2,7	1.162.563	476.827	-59,0	2,7
Savunma ve Havacılık Sanayii	385.096	555.347	44,2	3,2	385.096	555.347	44,2	3,2
İklimlendirme Sanayii	588.854	536.295	-8,9	3,0	588.854	536.295	-8,9	3,0
III. MADENCİLİK	456.641	522.106	14,3	3,0	456.641	522.106	14,3	3,0
Madencilik Ürünleri	456.641	522.106	14,3	3,0	456.641	522.106	14,3	3,0
TOPLAM (TİM*)	18.406.378	17.606.718	-4,3	100,0	18.406.378	17.606.718	-4,3	100,0
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat ile Antrepo ve Serbest Bölgeler Farkı	2.754.277	2.721.763	-1,2	13,4	2.754.277	2.721.763	-1,2	13,4
GENEL İHRACAT TOPLAMI	21.160.655	20.328.481	-3,9	100,0	21.160.655	20.328.481	-3,9	100,0

AKİB 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	HİB 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
BAİB 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	İİB 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
DENİB 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	İMMİB 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
DAİB 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	İTKİB 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
DKİB Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği Pazarcı 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	KİB Karadeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Atatürk Bulvarı No:19/E 28200 Giresun Tel: 0 454 216 24 26 Faks: 0 454 216 48 42 E-Posta: kib@kib.org.tr Web Adresi: www.kib.org.tr Genel Sekreter: Sertaç Şevket Toramanoğlu
EİB Ege İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Atatürk Cad. No:382 Alsancak/İzmir Tel: 0 232 488 60 00 Faks: 0 232 488 61 00 E-Posta: eib@egebirlik.org.tr Web Adresi: www.egebirlik.org.tr Genel Sekreter: İ. Cumhur İşbirakmaz Genel Sekreter Yrd.: Kemal Coşkun Genel Sekreter Yrd.: Çiğdem Önsal Genel Sekreter Yrd.: Serap Ünal	OAİB Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Ceyhan Atuf Kansu Cad. No: 120 Balgat/Ankara Tel: 0 312 447 27 40 (5 Hat) Faks: 0 312 446 96 05 E-Posta: oaibwebmaster@oaib.org.tr Web Adresi: www.oaib.org.tr Genel Sekreter: Musa Demir Genel Sekreter Yrd.: Esra Arpınar Genel Sekreter Yrd.: Fatih Yumuş
GAB 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	UIB Uludağ İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Organize Sanayi Bölgesi 2. Gelişim Sahası Kahverengi Cad. No: 11 16140 Nilüfer/Bursa Tel: 0 224 219 10 00 Faks: 0 224 219 10 90 E-Posta: uludag@uib.org.tr Web Adresi: www.uib.org.tr Genel Sekreter: Mümin Karacakayalılar Genel Sekreter Yrd.: Ayşe Mehtap Ekinci Genel Sekreter Yrd.: Birgül Polat

Genel Sekreter Yiğit Tufan Eser

Genel Sekreter Yrd. Dr. Kübra Ulutaş Genel Sekreter Yrd. Mustafa Seçilmiş Genel Sekreter Yrd. Funda Özgüleş 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

**Daha güçlü
Tamamlayıcı
Sağlık mı?
iyi fikir.**

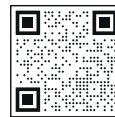
**QUICK
TAMAMLAYICI
SAĞLIK
SİGORTASI**

**YENİLENDİ
DAHA DA GÜÇLENDİ**

Quick Tamamlayıcı Sağlık Sigortası, senCard'la güçlendi.

Geniş anlaşmalı kurum ağı, check-up, dış check-up ve daha fazlası yenilenen Quick Tamamlayıcı Sağlık Sigortasında. Hemen gelin sağlığınıza güçlendirin.

**DİLEDİĞİN KAPSAMI SEÇME ÖZGÜRLÜĞÜ • ÖMÜR BOYU YENİLEME GARANTİSİ • ÜCRETSİZ
CHECK-UP • DOĞUM TEMİNATI • DIŞ CHECK-UP • 18 YAŞ ALTI İÇİN TEK BAŞINA SİGORTA**



Q BLOG

Q MAG

Q SÖZLÜK



QUICK
SIGORTA

MARKAYI BAŞARIYA GÖTÜREN YOL...

adres  patent
"Katma Değerli Hizmet Merkezi"



flümen
Zürken

adrespatent

adres  patent
"Katma Değerli Hizmet Merkezi"

www.adrespatent.com.tr
0(212) 347 89 89


Sige çok yakınız?



İSTANBUL LEVENT

0(212) 347 89 89

info@adrespatent.com

İKİTELLİ TEKNOLOJİ

0(212) 549 43 70

ikiteilli@adrespatent.com

MERTER

0(212) 890 55 50

merter@adrespatent.com

ESENYURT TEKNOLOJİ

0(549) 474 04 37

esenyurt@adrespatent.com

KADIKÖY

0(216) 386 26 88

anadolu@adrespatent.com

GEBZE TEKNOLOJİ

0(537) 659 50 23

gebze@adrespatent.com

ANKARA

0(312) 232 62 85

ankara@adrespatent.com

İZMİR

0(232) 425 20 40

izmir@adrespatent.com

DENİZLİ

0(258) 265 69 12

denizli@adrespatent.com

BURSA

0(224) 504 53 43

bursa@adrespatent.com

LONDRA

+44(7552) 725 955

londra@adrespatent.com

I ♥ PATENT