

Türkiye, İhracat Çıtasını 273 Milyar Doların Üzerine Çıkardı



Türk İhracatçılar
Beş Kıtayı Birleştiren
Ticaret Köprüleri Kuruyor

İnşaat Sektörü,
Güçlü Dinamiklerle
2027'ye Hazırlanıyor

Latin Amerika'nın
Ekonomik Motoru
Brezilya

yaparlar.com

YAPARLAR

CE

Conforms to EN ISO3691-5
Based on Directive 2006/42/EC

ISO 9001
ISO 14001
ISO 45001



12 ay Hidrolik Pompa
ve Akü Garantisi

12 ay Anakart
Garantisi

Kolay Ulaşılabilir
Yedek Parça

Cözüm Odaklı
Servis Hizmeti

**YENİ
ÜRÜN**

**EP15-E
EP20-E**

**ELEKTRİKLİ
TRANSPALET**

1500 KG - 2000 KG



YAPAR



yaparistif.com

f @ /yaparmaterialhandling

BORSA İSTANBUL YATIRIMA DEĞER

Güçlü
altyapısı ve
sürdürülebilir
finans
çözümleriyle
Borsa İstanbul,
güvenilir ve
yenilikçi
bir yatırım
platformu
sunar.



www.borsaistanbul.com

📱📺📺📺 / borsaistanbul

İÇİNDEKİLER

10

TÜRKİYE'NİN 2025 YILI İHRACATI 273,4 MİLYAR DOLAR OLDU

Aralıkta yüzde 12,8 artan ihracat, 26,4 milyar dolarla tüm zamanların en yüksek aylık değerine ulaştı. 2025 yılında ise ihracat 2024'e göre yüzde 4,5 artışla 273,4 milyar dolara yükseldi.

26

TÜRK İHRACATÇILAR BEŞ KİTAYI BİRLEŞTİREN TİCARET KÖPRÜLERİ KURUYOR

Yıl boyunca kurulan bu iş birliği köprüleri, sadece bugünün krizlerini aşmakla kalmayıp Türkiye ekonomisinin gelecekteki büyüme hedefleri için de sağlam bir temel oluşturması açısından büyük önem taşıyor.

34

İNŞAAT SEKTÖRÜ, GÜÇLÜ DİNAMİKLERLE 2027'YE HAZIRLANIYOR

Hizmet ihracatının lokomotif sektörlerinden inşaatın, kamu yatırımları ve konut dışı projelerin etkisiyle 2027 yılına kadar 77 milyar euro'luk devasa bir hacme ulaşması bekleniyor.

42

GELECEĞİN GIDASIZ ORGANİK TARIMDA GİZLİ

Tarladan rafla izlenebilirliği esas alan organik tarım yaklaşımında, önemli bir oyuncu haline gelen Türkiye'nin ihracatı, 200'ün üzerinde organik ürün çeşidiyle 1 milyar dolara aşmış durumda.

50

LATİN AMERİKA'NIN EKONOMİK MOTORU BREZİLYA

Güney Amerika'nın dev ekonomisi Brezilya, ham madde tedarikindeki gücü, BRICS içindeki etkisi ve 210 milyonu aşan nüfusuyla küresel dengeleri değiştiren stratejik bir aktör olarak öne çıkıyor.

58

PLASTİK SEKTÖRÜ ÜRETİM VE İHRACATTA HIZ KESMİYOR

Toplam büyüklüğü 10 milyon tonu aşan ve 200'e yakın ülkeye ulaşan plastik sektörü, üretim ve ihracattaki pozitif tablosuyla dikkat çekiyor.

64

"KÖKLERİME DUYDUĞUM SAYGIYI, ÇAĞDAŞ BİR BAKIŞ AÇISIYLA HARMANLIYORUM"

Moda Tasarımcısı Özgür Masur: "Türkiye'nin üretim gücü, değişen koşullara rağmen hâlâ vizyonumu büyüten, bana cesaret veren bir yaratıcı alan sağlamaya devam ediyor."

68

ANADOLU TOPRAKLARINDA 2025 KEŞİFLERİ

Türkiye, "Geleceğe Miras" projesiyle arkeoloji dünyasında unutulmaz bir yıla imza attı. 2025 yılı boyunca Anadolu'nun bereketli topraklarından gün yüzüne çıkarılan hazineler, Neolitik çağdan Osmanlı batıklarına uzanan izler taşıyor.

72



Yıllık ortalama, 1,35 ile 1,45 milyon ton arasında değişen yaş çay üretimiyle Türkiye, dünya liginde ilk beş ülke arasında kendine sağlam bir yer buluyor. Bu devasa üretim hacmi işlendiğinde ise yılda yaklaşık 270 ila 300 bin tonluk kuru çay elde ediliyor.

42



HİB Yönetim Kurulu Üyesi, Mühendislik ve Teknik Müşavirlik Hizmetleri Sektör Komitesi Başkanı Fatih Volkan Kazova: "Türk mühendislik sektörü, dünyanın en büyük ve en karmaşık projelerinde söz sahibi bir aktör konumunda."

38



50



TİMREPORT

TİM ADINA SAHİBİ BAŞKAN
Mustafa GÜLTEPE

YAYIN KURULU
Adil PELİSTER
Birold 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

TİM TÜRKİYE
İHRACATÇILAR
MECLİSİ



İŞİMİZ ÜRETİM GÜCÜMÜZ İHRACAT

MUSTAFA GÜLTEPE

TİM Başkanı



Zorluklara Rağmen Geleceğe İlerliyoruz

Küresel ticarete belirsizliklerin arttığı, rekabetçiliğin sertleştiği, korumacılık duvarlarının daha da yükseldiği bir yılı geride bıraktık. 2025, özellikle emek yoğun sektörlerimizin rekabetçiliğinin zayıfladığı, ihracatı tabana yaymakta zorlandığımız, pazar kayıpları yaşadığımız bir yıl oldu. Bütün zorluklara rağmen aralık ayında 26,4 milyar dolarla tüm zamanların en yüksek aylık ihracat değerine ulaştık. Yıllık mal ihracatımızı yüzde 4,5 artırarak 273,4 milyar dolara çıkardık. Hizmet ihracatımızın ise 122 milyar doların üzerine çıkacağını tahmin ediyoruz. Böylece hem mal hem de hizmet ihracatında bugüne kadarki en yüksek değerlerimize ulaşmış olduk.

Elbette sağlıklı bir değerlendirme yapabilmemiz için verileri doğru analiz etmemiz gerekiyor. 2025'te ihracatımızı önceki yıla göre 11,6 milyar dolar artırdık. Bu artışın yaklaşık 10 milyar doları otomotiv, savunma sanayi, kimya ve elektrik-elektronik sektörlerinden geldi. Daha doğrusu bu sektörlerdeki sınırlı sayıdaki firmamızın performansı bizi artıya taşıdı. Ayrıca 5,4 milyar dolarlık parite katkısını da unutmamamız gerekiyor.

Her şeye rağmen Cumhurbaşkanımızın, 2025 için bize hedef gösterdiği 390 milyar dolarlık ihracat hedefine ulaşmanın gururunu yaşadık. Bu gurur tablosunun oluşmasına katkı sunan tüm firmalarımıza ayrı ayrı teşekkür ediyorum.

Evet, bir hedefe daha ulaştık. Ancak Türkiye'yi ihracatta ilk 10 ülke arasına çıkarmak için kat etmemiz gereken uzun bir yol var. Bu iddialı hedefe ulaşabilmemiz için yürümek yetmiyor; koşmamız, hızımıza hız katmamız gerekiyor. Yani ihracatımızı her yıl çift haneli artırabilmeliyiz. Bir başka ifadeyle yatırımı, üretimi, istihdamı ve ihracatı yeniden eko-

nominin lokomotifi hâline getirmeliyiz.

Türkiye bugün, yakın çevresindeki coğrafyanın en önemli üretim üssü. Üretimde marka ülkeyiz. Özellikle Avrupa için yakından tedarik konusunda büyük bir avantaja sahibiz. Ancak yüksek üretim maliyetleri nedeniyle birçok sektörümüz rekabetçilikte zorlanıyor.

Rekabetçiliğimizi yeniden kazanabilmemiz için istihdam desteğinin 6 bin liraya, asgari ücret desteğinin 2 bin 500 liraya çıkarılması, döviz dönüşüm desteğinin daha etkin ve verimli bir şekilde uygulanacak düzenlemelerin yapılması; ihracatçımızın uzun vadeli ve düşük faizli finansmana erişimini sağlayacak politikaların devreye alınması gerekiyor. Dört başlık altında derlediğimiz taleplerimizi, 2025 yılı ihracat verilerini açıkladığımız toplantıda Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'a arz ettik.

Jeopolitik risklerin ve belirsizliklerin 2026'da da devam edeceği görülüyor. Dolayısıyla bizim bu sürecin risklerini azaltabilmemiz için üç yıl önceki rekabet gücümüzü kazanmamız gerekiyor. Rekabetçilikle ilgili sorunlarımızı aşabilirsek 2026'da çok daha iyi bir performans sergileyebilir, mal ve hizmet ihracatında 410 milyar dolarlık hedefin üzerine çıkabiliriz.

Tüm zorluklara rağmen TİM olarak biz 2026'da da durmayacak, ihracatçılarımızı yeni pazarlarda yeni alıcılarla buluşturmaya devam edeceğiz. Bu kapsamda 38'i TİM organizasyonunda olmak üzere ihracatçı birliklerimizle toplamda 200'ü aşkın heyet programı düzenleyeceğiz. Gelişmiş pazarlarda, yeni nesil "TİM Vizyon Heyetleri" dönemini başlatacağız. Ben bir kez daha firmalarımızı ticaret heyetlerine katılmaya davet ediyor, 2026'nın ihracat ailemize güzellikler getirmesini diliyorum.

DÜNYA TURU



DÜNYA

KÜRESEL YABANCI YATIRIM 2025'İN İLK YARISINDA YÜZDE 3 DÜŞTÜ

Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Ajansının (UNCTAD) son raporunda, küresel doğrudan yabancı yatırımların 2025'in ilk yarısında yüzde 3 düştüğü ve ticaret gerginlikleri, yüksek faiz oranları ve jeopolitik belirsizliklerin yatırımcıları temkinli tutması nedeniyle iki yıllık düşüş trendinin sürdüğüne yer verildi. Gelişmiş ekonomilerde birleşme ve satın almalar yüzde 18 gerilerken gelişmekte olan piyasalar görece daha dirençli bir performans sergiledi. Yabancı yatırım girişleri Latin Amerika ve Karayipler'de yüzde 12, Asya'daki gelişmekte olan ülkelerde ise yüzde 7 artarken Afrika'da yüzde 42 düştü.



ABD

VERİ MERKEZLERİ “PATLAMA DÖNGÜSÜNÜ” TETİKLEYEBİLİR

Yapay zekâ veri merkezlerinden kaynaklanan yoğun elektrik talebi, önümüzdeki beş yılda küresel enerji depolama sektöründe devasa bir büyüme döngüsünü tetikleyecek. Analistler 2026'da talebin yüzde 40 artacağını öngörüyor. ABD'de, önümüzdeki beş yılda kayda değer büyüme göstermesi beklenen tek enerji üretim segmentinin yenilenebilir kaynaklar olması bekleniyor. Çin'de ise piyasa temelli fiyatlandırma sistemlerinin, enerji depolama projelerine ilave ivme kazandırması öngörülüyor. ABD pazarı Çinli üreticiler için en yüksek kâr marjına sahip olsa da Orta Doğu, Latin Amerika, Afrika ve Güneydoğu Asya gibi bölgelerde yüzde 30–50 oranında hızlı büyüme bekleniyor.



AB

YAPAY ZEKÂ YASASI ASKIYA ALINABİLİR

Avrupa Komisyonu, teknoloji devleri ve ABD hükûmetinden gelen yoğun baskılar nedeniyle çığır açan yapay zekâ yasasının bazı bölümlerini askıya almayı önerisinde bulundu. Bu adım, Meta (META.O) ve Alphabet (GOOGL.O) gibi teknoloji devlerinin aylar süren çağrılarının yanı sıra Donald Trump yönetiminin ticaret gerilimlerine yol açabilecek düzenlemelere karşı yaptığı uyarıların ardından geldi. Avrupa Birliği, yapay zekâ yasası (AI Act) ve diğer dijital düzenlemelere ilişkin yapılacak değişiklikler konusunda, Trump yönetimiyle bir süredir temas hâlinde. Konuya yakın üst düzey bir AB yetkilisi, Financial Times'a yaptığı açıklamada, bu temaslara 19 Kasım'da kabul edilmesi planlanan daha geniş kapsamlı bir sadeleştirme sürecinin parçası olduğunu belirtti.



AVUSTRALYA

ALTIN ARAMA ÇALIŞMALARI HARCAMALARI YÜZDE 45 ARTTI

Avustralya İstatistik Bürosunun yeni verilerine göre, Avustralya'da altın arama çalışmaları için yapılan harcamalar bir önceki yıla kıyasla yüzde 45 oranında arttı.

Ülkede altın arama için yapılan harcamalar, 2024'ün üçüncü çeyreğinde gerçekleşmiş olan 297,5 milyon dolara göre keskin bir artışla 2025'in üçüncü çeyreğinde 431,5 milyon dolara yükseldi. 2025 yılında altın arama harcamaları üçüncü çeyrekte bir önceki çeyreğe göre yüzde 7,2 oranında artış kaydetti. İstatistik Bürosu, söz konusu artışın Yeni Güney Galler ile Güney Avustralya bölgelerinde artan altın arama çalışmalarından kaynaklandığını belirtti.



SUUDİ ARABİSTAN

32 MİLYAR DOLARLIK DOĞRUDAN YABANCI YATIRIM ÇEKTİ

Suudi Arabistan, 2024 yılında 31,7 milyar dolar doğrudan yabancı yatırım girişi elde etti. Bu miktar, bir önceki yıla göre yüzde 24'lük bir artışa işaret ediyor. Doğrudan yabancı yatırım girişleri, hükûmetin 2030 yılı için belirlediği 100 milyar dolar yıllık hedefin altında kalsa bile yatırımcı ilgisinin yenilendiğini gösteriyor.

İmalat sektörü, toplam yatırımın yüzde 29'unu oluşturan 9,3 milyar dolar ile doğrudan yabancı yatırım girişlerine öncülük etti. Bunu, her biri yaklaşık 4,7 milyar dolar ile toplamın yüzde 15'ini oluşturan toptan ve perakende ticaret ve inşaat sektörleri takip etti. Finans ve sigorta hizmetleri de yaklaşık 3,7 milyar dolar ile önemli bir paya sahip oldu.



AFRİKA

YABANCI YATIRIM REKOR SEVİYELERE ULAŞTI

Doğrudan yabancı yatırımlardaki küresel düşüşe karşı, Doğu ve Güney Afrika Ortak Pazarının (COMESA) kayda değer bir ilerleme kaydettiği görüldü. BM Ticaret ve Kalkınma Ajansının (UNCTAD) yeni raporuna göre 2024 yılında bölgedeki 21 ekonomiye gelen doğrudan yabancı yatırımlar, yüzde 154 artarak 65 milyar dolara ulaştı ve tüm zamanların en yüksek seviyesini yakaladı. Bu gelişme, aynı dönemde küresel doğrudan yabancı yatırım akışlarındaki yüzde 11'lik düşüş ve 2025'e yönelik küresel görünümün zayıf oluşuyla birlikte değerlendirildiğinde bölgenin küresel olumsuz gidişattan olumlu bir şekilde ayrıştığını gösteriyor.

Türkiye 2025'te 273,4 Milyar Dolar İhracatla Yeni Bir Rekora İmza Attı

Küresel pazarlardaki korumacılık önlemlerine rağmen Türkiye, 2025 yılında 273,4 milyar dolar ihracatla Cumhuriyet tarihinin zirvesine ulaştı. Üst üste beşinci yılında da artış trendini sürdüren ihracat ailesi, aralık ayında imza attığı 26,4 milyar dolarlık performansla tüm zamanların aylık rekorunu kırdı.



TİM Başkanı Mustafa Gültepe: "İhracatçımızın uzun vadeli ve düşük faizli krediye erişimini sağlayacak finansman paketlerinin devreye alınmasını bekliyoruz."



Emek yoğun sektörlerde yaşanan rekabetçilik sorunlarına ve küresel pazarlardaki korumacılık önlemlerine rağmen Türkiye'nin ihracatındaki artış trendi 2025'te de devam etti. 2025 yılında ihracat 2024'e göre yüzde 4,5 artışla 273,4 milyar dolara yükseldi. Yıllık ihracat böylece 2021'den bu yana aralıksız olarak beşinci yılda da artış trendini sürdürdü.

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan; 2025 yılı ihracat verilerini Ticaret Bakanı Ömer Bolat, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mehmet Fatih Kacır, Tarım ve Orman Bakanı İbrahim Yumaklı'nın da katıldığı toplantıda

açıkladı. Aralıkta yüzde 12,8 artan ihracat, 26,4 milyar dolarla tüm zamanların en yüksek aylık değerine ulaştı. Yıllık ihracat ise 4,5 artışla 273,4 milyar doların üzerine çıktı.

"TÜRKİYE EKONOMİSİ 2025'TE BAŞARILI BİR SINAV VERDİ"

Konuşmasına, Türk ekonomisinin 2025 yılında çok başarılı bir sınav verdiğini belirterek başlayan Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, sadece büyüme rakamlarının değil, ihracat rakamlarının da Türkiye'nin kapasitesini ortaya koyduğunu vurguladı. Erdoğan

dış ticaret rakamlarına dair değerlendirmelerini şu sözlerle paylaştı: "2025 yılı küresel ticarete belirsizliklerin tırmandığı ve korumacılığın belirgin biçimde yükseldiği bir dönem olmuştur. Zayıf dış talep, yakın coğrafyamızda süre gelen savaşlar, iç karışıklıklar ve jeopolitik gerilimlere, tarife artışlarının yol açtığı sorunlar eklenmiştir. Türkiye tüm bunlara ilave olarak dolaylı maliyeti 150 milyar doları bulan 6 Şubat depremlerinin etkileriyle de mücadele etmiştir. Şunu burada büyük bir gururla söylemek isterim, dünyada pek az ülkenin altından kalkabileceği bu sınamaların üstesinden alımızın akıyla geldik."

Aralık ayında 26,4 milyar dolarla aylık bazda yeni bir ihracat rekoruna imza atıldığını ifade eden Erdoğan, "İlk defa aylık ihracatımız 26 milyar dolar eşğini aşmış oldu. 2025 yılı mal ihracatımızda da benzer bir rekor söz konusu. Önceki yıla kıyasla yüzde 4,5 artan mal ihracatımız, toplam 273,4 milyar dolara ulaştı. Böylece Cumhuriyet tarihimizin en yüksek yıllık ihracatını gerçekleştirdik. Hayırlı uğurlu olsun diyorum. 2025 yılına ait rekorlarımız elbette bununla bitmiyor. Geçen yılın ilk on ayında mal ihracatımızda artış kaydedildi. Beş ayda ise aylık mal ihracatı rekoru kırıldı. 2025 yılında mal ihracatımızda net olarak 11,7 milyar dolar artış yaşandı. Hizmetler ihracatında ise net 6 milyar dolar artış olduğunu, yıllık hizmetler ihracatımızın 123,1 milyar doları bulduğunu, böylece 2025 yılı mal ve hizmet ihracatımızın 396,5 milyar dolara ulaştığını tahmin ediyoruz." dedi.

"TÜRKİYE, 820 MİLYAR DOLARI AŞAN DIŞ TİCARET HACMİNE ULAŞTI"

Son 23 yılda Türkiye ekonomisinin dolar bazında 6 kat, mal ihracatında 7,3 kat,

hizmetler ihracatında ise 8,3 kat büyüdüğünü ifade ederek sözlerine başlayan Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, "Küresel ekonomik büyümenin zayıf seyrettiği, dış ticarete artış hızının tarihsel ortalamaların altında kaldığı, ticaret savaşlarının, gümrük vergisi artışlarının ve korumacılık eğilimlerinin güç kazandığı böylesine zorlu bir süreçte; Türkiye ekonomisi yatırım, üretim kapasitesi, ekonomik büyüme, istihdam ve ihracat artışıyla pozitif bir şekilde ayrılmayı başardı. Bu gelişmeler, ülkemizi dünya ekonomik liginde üst gelir grubu ülkeler arasına taşıyor." dedi.

Türkiye'nin 1,5 trilyon doları aşan ekonomik büyüklüğe ve 820 milyar doları aşan dış ticaret hacmine ulaştığının altını çizen Bolat, sözlerini şöyle sürdürdü: "Bu başarı kendiliğinden gerçekleşmedi. Yapılan reformlar, alınan tedbirler, ihracata dayalı büyüme stratejileri, ulaştırma ve altyapı yatırımları, enerji, sanayi, tarım ve hizmetler alanında artırılan üretim kapasiteleri bu sonucun temelini oluşturdu. Ayrıca Cumhurbaşkanımızın öncülüğünde yürütülen ticaret diplomasisi faaliyetleri, dış politika ve savunma alanındaki başarılarımız ve terörle mücadelede kat edilen büyük mesafe de bu güçlü tabloya önemli katkı sağlıyor."

Türkiye'nin, 21 çeyrektir kesintisiz büyümesini sürdürdüğünün altını çizen Bolat, "Yıllık enflasyon son 48 ayın en düşük seviyesine gerilemiş durumda. İstihdamda sağlanan iyileşmelerle birlikte yaklaşık 13 milyon yeni istihdam oluşturuldu, işsizlik oranı ise 31 aydır tek haneli seviyelerde korunuyor. İmalat PMI endeksi de son 12 ayın en yüksek seviyesi olan 49 düzeyine yükseldi. Bu başarılar; tarımda, sanayide, hizmetlerde, enerjide, ulaştırmada ve ticaret diplomasisinde yürütülen karar-

İhracatçıların 2025 Yılı Performansı

76

Ülke

206

Ticaret ve alım heyeti

401

Fuar katılımı

Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat: "Türkiye ekonomisi, son 23 yılda dolar bazında 6 kat, mal ihracatında 7,3 kat, hizmetler ihracatında ise 8,3 kat büyüdü."





lı ve bütüncül politikaların bir sonucu. İhracat sayesinde döviz yeterliliğimiz arttı, döviz ülkemiz için bir kriz unsuru olmaktan çıkarıldı." şeklinde konuştu.

"YATIRIMI, ÜRETİMİ, İSTİHDAMI VE İHRACATI EKONOMİNİN LOKOMOTİFİ HÂLİNE GETİRMELİYİZ"

Toplantıya ev sahipliği yapan Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe konuşmasına, 2025 yılının ihracatçıları için zor geçtiğinin altını çizerek başladı. Özellikle emek yoğun sektörlerin rekabetçiliğini kaybetmesi nedeniyle ihracatı tabana yaymakta zorlandıklarını vurgulayan Gültepe, şöyle devam etti: "Rekabetçiliğin sertleştiği, korumacılık duvarlarının her gün biraz daha yükseldiği bir dönemde biz beklemeyi değil mücadele etmeyi seçtik. Mevlana'nın dediği gibi, Bir ayağımızla yere sağlam basarken diğer ayağımızla dünyayı dolaştık. 76 ülkede 206 ticaret ve

alım heyeti, 401 fuar katılımıyla ihracatçılarımızı binlerce alıcıyla buluşturduk. 2,5 milyon kilometre yol kat ettik. 13 bine yakın yeni firmayı, ihracat ailemize kattık. Sekiz sektörümüz ve 27 şehrimiz bugüne kadarki en yüksek yıllık ihracatını gerçekleştirdi. 65 ülkeye ihracatımızdan en yüksek yıllık değerlerimize ulaştık. Mal ve hizmet ihracatında Cumhurbaşkanımızın 2025 yılı için bize gösterdiği 390 milyar dolarlık hedefi aştık. Bu gurur tablosunda 27 sektörümüzün, 61 ihracatçı birliğimizin ve büyük ihracat ailemizin her ferдинin katkısı var."

Uzun vadede Türkiye'yi ihracatta ilk 10 ülke arasına çıkarmayı hedeflediklerini de belirten Gültepe, "Bu hedef için hızımıza hız katmak, ihracatımızı her yıl çift haneli artırmak durumundayız. Yani yatırımı, üretimi, istihdamı ve ihracatı yeniden ekonominin lokomotifi hâline getirmeliyiz." dedi.

Geçen yıl 273,4 milyar dolara ulaşan ihracata en büyük katkıyı, 41,5 milyar dolarla otomotiv sektörü verdi. Kimyevi maddeler 31,9 milyar dolarla ikinci, elektrik elektronik ise 17,7 milyar dolarla üçüncü sırada yer aldı.

"YÜKSEK ÜRETİM MALİYETLERİ REKABETÇİLİĞİ ZORLUYOR"

Mustafa Gültepe, Türkiye'nin bulunduğu coğrafyanın en önemli üretim üssü konumunda olduğunu ve üretimde marka kimliğiyle öne çıktığını vurguladı. Avrupa gibi büyük bir pazara yakınlığının Türkiye için büyük bir avantaj olduğunun altını çizen Gültepe, sözlerini şöyle sürdürdü: "Avrupa için yakından tedarik merkezi konumunda olmamıza rağmen yüksek üretim maliyetleri nedeniyle birçok sektörümüz, rekabetçilikte zorlanıyor. Özetle, fiyat tutturma problemleri yaşıyoruz.

Yüzde 10-15 pahalı olsak müşteriler yine bizi tercih edecek. Oran daha fazla artınca ülke olarak alıcının radarından çıkıyoruz. Bu anlamda, ihracatçılarımıza verilen her destek büyük önem arz ediyor.

Rekabetçilikte zorlanan sektörlerimiz için istihdam desteğinin 6 bin liraya, asgari ücret desteğinin de 2 bin 500 liraya çıkarılmasını, döviz dönüşüm desteğinin daha etkin ve verimli şekilde uygulanması için gözden geçirilmesini, ihracatçımızın uzun vadeli ve düşük faizli krediye erişimini sağlayacak finansman paketlerinin devreye alınmasını bekliyoruz."



YPSILON
LOJİSTİK HİZMETLERİ İTH. İHR. LTD. ŞTİ.



Sınırları aşıyoruz, güvenle taşıyoruz...

YPSILON LOJİSTİK HİZMETLERİ İTHALAT İHRACAT LİMİTED ŞİRKETİ

Orta Mah. Alparslan Sok. YEK Tower No:8 İçkapı No: 72 Kartal, İstanbul - Türkiye

Tel: +90 216 784 26 00 **Fax:** +90 216 784 26 01

info@ypsilon.com.tr www.ypsilon.com.tr

Turququality'nin 20.Yılı Vizyon Buluşması TİM'de Gerçekleşti

Türkiye'nin markalaşma yolculuğunda önemli aktörleri bir araya getiren Turququality Vizyon Buluşması ve Markalaşma Konferansı, programın 20'nci yılı kapsamında TİM Dış Ticaret Kompleksi'nde düzenlendi.



TİM Başkanı Mustafa Gültepe: "20 yılı geride bıraktık ama bu programın asıl güçleneceği dönemin yeni başladığına inanıyoruz. Turququality, yeni bir vizyonla yola devam edecek."



Türkiye'nin markalaşma vizyonuna yön veren politika araçlarının, sektör temsilcilerinin ve uluslararası rekabet gücünün en güçlü unsurlarının bir araya geldiği Turququality Vizyon Buluşması ve Markalaşma Konferansı, TİM Dış Ticaret Kompleksi Konferans Salonu'nda gerçekleştirildi. Türk markalarının uluslararası rekabetini güçlendirmek amacıyla başlatılan ve bu yıl 20'nci yılını kutlayan Turququality Destek Programı kapsamında düzenlenen etkinliğe, TİM Başkanı Mustafa Gültepe'nin yanı sıra Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, Dış Ticaret ve Gümrüklerden Sorumlu Eski Devlet Bakanı & Turququality ve Döviz Kazandırıcı Faaliyetleri Derneği (TDKF) Başkanı Kürşad Tüzmen, 28. Dönem Konya Milletvekili Ziya Altunyaldız ile çok sayıda firma temsilcisi katıldı.

"TURQUALITY TÜRK MARKALARININ KÜRESEL BAŞARI HİKÂYESİNİN TEMEL TAŞI"

TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Turququality Programı'nın 20.yılı dolayısıyla düzenlenen etkinlikte yaptığı konuşmada, programın Türkiye'nin ihracat ekosistemindeki en stratejik ve vizyoner adımlardan biri olduğunu söyledi. Dünyanın devlet destekli ilk ve tek markalaşma modeli olan Turququality'nin, firmaları yalnızca teşvik mekanizmasıyla desteklemekle kalmadığını belirten Gültepe, Türk markalarını küresel rekabet sahnesine güçlü şekilde taşımayı hedeflediğini vurguladı. Gültepe, "Bu model, markalarımızı dünyanın en rekabetçi ekonomileriyle aynı ligde yarıştırdı." dedi.

Dijitalleşme, yapay zekâ ve yeşil dönüşümün küresel ticareti hızla değiştirdiğine dikkat çeken Gültepe, bu dönemde marka değeri ve inovasyon kabiliyetinin rekabetin temel unsurları hâline geldiğini söyledi. Araştırmaların, algıyı yöneten firmaların yüzde 30 daha kârlı olduğunu gösterdiğini aktardı.

Turququality kapsamında bugün 544 markanın Türkiye'yi dünya çapında temsil ettiğini belirten Gültepe, TİM olarak programın genişlemesi, süreçlerin hızlanması ve yeni nesil iş modelleriyle uyumlu hâle gelmesi için çalışmaların sürdürdüğünü ifade etti.

Gültepe, "20 yılı geride bıraktık ama bu programın asıl güçleneceği dönemin yeni başladığına inanıyoruz." diyerek, Türkiye'nin önümüzdeki süreçte daha fazla global marka çıkarma hedefini yineledi. Tüm paydaşlara teşekkür eden Gültepe, Turququality'nin yeni bir vizyonla yola devam edeceğini söyledi.

"TURQUALITY, 20 YILDA ÇOK BAŞARILI OLDU"

Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat ise "Turququality, Türkiye'nin ihracat başarısında çok önemli bir dönüm noktası ve kilometre taşı. Bugün toplam mal ve hizmetler ihracatında, 400 milyar dolara yaklaştık, 500 milyar dolara ulaşmak da elimizde. 2030'a kadar olan sürede onu da başaracağız. Biz kumbarada küçük küçük tasarruf biriktirir gibi her ay ihracatımıza az da olsa çok da olsa ilaveler yaparak yıl sonunda ihracat rakamlarımızı büyötmeye çalışıyoruz." dedi.

Bakanlık olarak bütçenin yüzde 60'ını doğrudan ihracatçılara destek olarak kullandıklarını açıklayan Bolat, "Bu yıl 33 milyar liralık bir destek paketini ihracatçılarımıza kanallı ettik. Rakiplerinizden daha iyi bir ürün üretmeniz gerektiği gibi fiyatınızın makul ve rekabetçi olması gerekiyor. Bunun yanında katma değeri artırabilmek ve ürününüzün daha rekabetçi

olabilmesi için marka değerinin ve inovasyon katkısının olması gerekiyor. Teknolojik düzeyinin yükselmesi gerekiyor. Turququality, bilinirlik, farkındalık, katma değeri ve kaliteyi yükseltme aracı olarak ortaya çıktı ve 20 yılda çok başarılı oldu." diye konuştu.

Bu yılın ilk 11 ayında mal ihracatında Marka/Turququality Destek Programı kapsamında yer alan firmalara sağlanan desteğin 5,3 milyar TL'yi aştığını aktaran Bakan Bolat, hizmet ihracatında Turququality Programı kapsamındaki firmalara sağlanan desteklerin ise 1,8 milyar TL'nin üzerinde olduğunu açıkladı. Bakan Bolat, "Böylece 7 milyar TL'nin üzerinde bir kaynak, firmalarımızın markalaşma yatırımları, kurumsal dönüşüm projeleri ve hedef pazarlardaki rekabet güçlerinin artırılması için seferber edildi." dedi.

"KATMA DEĞERİ YÜKSEK ÜRÜNLERE ODAKLANMALIYIZ"

Turququality Programı'nın "fikir babası" olan ve bakanlığı döneminde programı hayata geçiren eski Dış Ticaretten Sorumlu Devlet Bakanı Kürşat Tüzmen, "Turququality fikri, ürünlerimizin kalite ile anılması hareketinden doğdu. O dönemde ikna etmek için çok uğraştık, ekip arkadaşlarımızla bir bisküvi, bir çay, bir fikir olarak saatlerce çalıştık, yorulmadık. Bugün geldiğimiz noktada markalarımız için bir ruh oldu. Bundan sonrasında dolar bazında kilogramı en üst değerde olan ürünler satmamız lazım. Maliyetle ilgili kaygılarımız kalsın istemiyorsak yüksek teknolojiye geçmemiz lazım, başka çaremiz yok." dedi.

TOPLAMDA 545 TÜRK MARKASI DÜNYA SAHNESİNE ÇIKARILDI

Törende Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, TİM Başkanı

Mustafa Gültepe ve TDKF Başkanı Kürşad Tüzmen tarafından çeşitli kategorilerde firmalara ödüller verildi. TOGG'un Turququality programına dâhil olması nedeniyle TOGG Üst Yöneticisi (CEO) Gürcan Karakaş'a da katılım beratı verildi. Turququality Destek Programı, 20'nci yılında TOGG'un da eklenmesiyle kapsamını genişletti. Mal ihracatında 242 firmanın 262 markası Turququality kapsamında yer alırken, 128 firmanın 135 markası ise Marka Destek Programı'nda destekleniyor. Böylece toplam 366 firmanın 397 markası program yapısında yer alıyor.

Hizmet ihracatında ise 34 firmanın 34 markası Marka Destek Programı'ndan, 38 firmanın 40 markası ise Turququality Destek Programı'ndan yararlanarak toplam 72 firmanın 74 markası destek kapsamına alındı. Bunun yanında bilişim sektöründe 50 firma E-Turququality Programı'na dâhil edildi.

Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat: "2025'in 11 ayında, 7 milyar TL'nin üzerinde bir kaynak, firmalarımızın markalaşma yatırımları, kurumsal dönüşüm projeleri ve hedef pazarlardaki rekabet güçlerinin artırılması için seferber edildi."



TİM 2026'da İhracatçıları 5 Kıtada Alıcılarla Buluşturacak

“2026 Ticaret Heyetleri Lansmanı ve B2B Hedef Ülkeler Stratejisi” programında, 2025'te 31 ülkeye 32 heyet programı düzenleyen TİM'in, 2026'da 38 ticaret heyeti ile ihracatçıları beş kıtada alıcılarla buluşturacağı duyuruldu.



TİM Başkanı Mustafa Gültepe:
“2026 itibarıyla gelişmiş pazarlarda, yeni nesil ‘TİM Vizyon Heyetleri’ dönemini başlatacağız. Programlarımızı sadece B2B görüşmelerle sınırlı tutmayıp, sektörel panellerde pazarın en önemli oyuncularını ve kanaat önderlerini bir araya getireceğiz.”



Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM), pazar çeşitliliğini artırmak ve ihracatçıları yeni alıcılarla buluşturmak için son üç yılda yoğunlaştırdığı heyet programlarını 2026'da artırarak devam ettirecek. 2025'te 31 ülkeye 32 heyet programı düzenleyen TİM, 2026'da 38 ticaret heyeti ile ihracatçıları beş kıtada alıcılarla buluşturacak.

2026 yılı için planlanan ticaret heyeti organizasyonlarının tanıtımı amacıyla düzenlenen “2026 Ticaret Heyetleri Lansmanı ve B2B Hedef Ülkeler Stratejisi” programı, TİM İstanbul Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirildi. Programa, TİM Başkanı Mustafa Gültepe'nin yanı sıra Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürü Mehmet Ali Kılıçkaya, TİM Başkan Vekili Ahmet Güleç, TİM Yönetim Kurulu Üyeleri ve çok sayıda ihracatçı katıldı.

“546 FİRMAMIZI, 4 BİNE YAKIN ALICI İLE BİR ARAYA GETİRDİK”

Programın açılışında konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, fuarları ve heyet organizasyonlarını Türkiye'nin üretim potansiyelini dünyaya tanıtmaya imkânı sağlayan en önemli platformlar olarak gördüklerini söyledi. “Made in Türkiye markası bugün dünyada kalitenin ve güvenin adı olarak biliniyor. Bu güveni kazanmak elbette kolay olmadı.” diyen Gültepe, şöyle devam etti: “TİM olarak biz bu imajı daha da güçlendirmeyi, Made in Türkiye markasına güveni pekiştirmeyi, ülkemize borç biliyoruz. İşte bu nedenle dünyanın neresinde olursa olsun, ihracatımıza katkı vereceğini değerlendirdiğimiz fuarlarda ihracatçı birliklerimizle yerimizi alırken aynı

zamanda yoğun bir heyet programı yürütüyoruz. 2025'te birliklerimizle, toplamda 200 civarında heyet programı ve 300'ü aşkın fuar katılımı gerçekleştirdik. Bu yıl düzenlenen heyet programlarının 32'sini TİM'in organizasyonunda gerçekleştirdik. Bu organizasyonlarda 546 firmamızı 31 ülkede dört bine yakın alıcı ile bir araya getirdik. Yaklaşık dokuz bin ikili iş görüşmesi gerçekleştirdik.”

“GELİŞMİŞ PAZARLARA ÇÖZÜM ORTAĞI GİBİ GİDECEĞİZ”

Gültepe, sözlerini şöyle sürdürdü: “2026'da toplam 38 adet heyet programı düzenlemeyi hedefliyoruz. Bir başka ifadeyle her ay ortalama, en az üç ticaret heyeti gerçekleştireceğiz. Birliklerimizin düzenleyecekleri heyetlerle bu sayı 200'ü geçecek. Biz yeni yılla birlikte gelişmiş pazarlarda, yeni nesil ‘TİM Vizyon Heyetleri’ dönemini başlatacağız. Artık programlarımızı sadece B2B görüşmelerle sınırlı tutmayacağız. Sektörel panellerde pazarın en önemli oyuncularını ve kanaat önderlerini bir araya getireceğiz. Yani heyet düzenlediğimiz ülkeye ‘satıcı’ olmaktan öteye sektörün geleceğini tartışan, vizyon belirleyen ve yön veren bir ‘çözüm ortağı’ olarak gideceğiz.”

“İHRACATÇI İÇİN GÜÇLÜ DESTEK ALTYAPISI OLUŞTURUYORUZ”

Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürü Mehmet Ali Kılıçkaya sözlerine, Türkiye ekonomisinin 22 çeyrektir kesintisiz büyümesini sürdürdüğünü söyleyerek başladı. Türkiye'nin ihracat performansının da bu dönemde artışını sürdürdüğünü belirten Kılıçkaya, “Son 11 aylık dönemde ihracatımızda yüzde 3,7'lik bir



artış yakaladık. Aralık ayı öncü göstergeleri de oldukça olumlu. 270 milyar doların üzerine çıkarak Cumhuriyet tarihimizin ihracat rekorunu bir kez daha kıracağız.” dedi.

İhracatın her aşamasını desteklediklerini belirten Kılıçkaya, pazarlamadan fuarlara, markalaşmadan e-ihracata kadar geniş bir destek mekanizması sunduklarını dile getirdi. Yapay zekâ destekli Kolay İhracat platformları, Yeşil Mutabakat'a uyum için oluşturulan Responsible portalı ve İhracat Akademisi gibi projelerle firmalara bilgi ve danışmanlık desteği sağladıklarını aktaran Kılıçkaya, “İnsan kaynağına yaptığımız yatırım artarak sürecek.” dedi.

“İHRACAT BİRLİKTE YÜRÜTÜLEN BİR EKOSİSTEM”

Programda konuşan TİM Başkan Vekili Ahmet Güleç, ihracatın tüm paydaşların ortak çabasıyla sürdürülebilir olduğunu belirterek, “Bu bir ekosistemdir. TİM ailesi, ihracatçı birlikleri, firmalarımız ve Bakanlığımız birlikte hareket etmezse ihracatın ne kadar zor olduğunu hepimiz biliyoruz.” dedi.

Küresel gelişmeler ve enflasyon ortamının sahada net şekilde hissedildiğini ifade eden Güleç, iş ortaklarından da benzer geri bildirimler aldıklarını söyledi.

Güleç, “2026'dan sonra enflasyon ve kur dengesinin daha sağlıklı bir zemine oturmasını, üretimi öncelleyen politikaların güçlenmesini bekliyoruz. Aksi hâlde ihracatı sürdürülebilir kılmak zorlaşıyor.” diye konuştu.

“TİCARET HEYETLERİNİ DAHA ETKİLİ HÂLE GETİRİYORUZ”

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın “Gitmediğiniz yer sizin değildir” sözünü hatırlatan Güleç, bu anlayışla ticaret heyetlerine önem verdiklerini belirtti. Ticaret heyetlerine yönelik geri bildirimler doğrultusunda programları yeniden yapılandırdıklarını aktaran Güleç, “Daha uzun süreli, daha hedefli ve daha güçlü desteklerle sektörel buluşmalar planlıyoruz.” dedi.

Güleç, 2026 yılında 25 ülkede 22 genel ticaret heyeti ile 16 ülkede sektörel buluşma planladıklarını belirterek, inşaat, makine, moda, gıda, ev ve mutfak eşyaları, ilaç-medikal, ambalaj ve hizmet sektörlerine odaklanacaklarını söyledi. Amaçlarının Türkiye'yi güçlü bir tedarik ve marka merkezi haline getirmek olduğunu vurgulayan Güleç, sürece katkı sunan tüm paydaşlara teşekkür ederek sözlerini tamamladı. Toplantının ardından ticaret heyetlerine en fazla heyet katılımı sağlayan firmalara plaket verildi.

Bölgesel İhracat Buluşmaları Antalya'da Devam Etti

TİM Bölgesel İhracat Buluşmaları programının sekizincisi Batı Akdeniz İhracatçılar Birliği (BAİB) ev sahipliğinde düzenlendi.



Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından düzenlenen "TİM Bölgesel İhracatçı Buluşmaları" programının sekizincisi, Batı Akdeniz İhracatçılar Birliğinin (BAİB) ev sahipliğinde Antalya'da gerçekleştirildi. Daha önce İzmir, Trabzon, Mersin, Bursa, Gaziantep, Denizli ve Ankara'da düzenlenen buluşmaların ardından, bu kez Antalya'daki ihracatçılarla bir araya gelindi. Programa; TİM Başkanı Mustafa Gültepe, BAİB Başkanı Ümit Mirza Çavuşoğlu, TİM Yönetim Kurulu Üyeleri, BAİB'e bağlı birliklerin başkan ve yöneticileri ile çok sayıda ihracatçı firma temsilcisi katıldı.

Program kapsamında, Türkiye'nin 2015-2025 dönemine ilişkin ihracat performansı ile 2028 hedefleri değerlendirilerek ihracatçıların finansman kaynaklarına erişimi, ihracat süreçlerinde karşılaşılan sorunlar ve bölgesel ihracatın güçlendirilmesine yönelik stratejiler de ele alındı.

"GELECEK YIL HEDEFİMİZ 282 MİLYAR DOLAR"

Programın açılışında konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, istişarede bulunmak, sorunları, sıkıntıları ve özellikle ihracatla ilgili konuları konuşmak için bir araya geldiklerini söyledi. Katılımcıları da dinlediklerini belirten Gültepe, hem ihracat değerlendirmesi hem de bilgilendirme yapmak için programı düzenlediklerini ifade etti.

Türkiye'nin ihracatının, 2015-2025 yılları arasındaki değişimini anlatan Gültepe, özellikle COVID-19 salgını sürecinden sonraki artışa dikkati çekti. Gültepe, 2025'in 11 aylık döneminde ihracatın geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 3,4-3,5 oranında arttığını belirtti. Bu oranla yılın tamamlanacağını öngördüklerini ifade eden Gültepe, "Orta Vadeli Program'da 2028 ihracat hedefi 375 milyar dolardan 308,5 milyar dolara indirildi. 2026'daki hedefimiz ise 282 milyar dolar."

Programda, Türkiye'nin 2015-2025 dönemine ilişkin ihracat performansı ile 2028 hedefleri değerlendirilirken ihracatçıların finansman kaynaklarına erişimi, ihracat süreçlerinde karşılaşılan sorunlar ve bölgesel ihracatın güçlendirilmesine yönelik stratejiler de ele alındı.

SURİYE'YE İHRACATTA REKOR ARTIŞ

Ülkelere göre ihracat verilerini de paylaşan Gültepe, Almanya'nın 20,4 milyar dolar ile ilk sırada yer aldığını ve bu ülkeye ihracatta yüzde 8,6 artış yaşandığını açıkladı. İkinci sırada yer alan Birleşik Krallık'a ihracat, yüzde 9 artışla 15,1 milyar doları aştı. En dikkat çekici artış ise Suriye'ye yapılan ihracatta yaşandı. Gültepe, Suriye'nin yüzde 54'ü aşan artış ve 3 milyar dolarlık ihracatla üçüncü sıraya yükseldiğini kaydetti.

"YÜKSEK TEKNOLOJİ İHRACATI YERİNDE SAYIYOR"

Hizmet ihracatı hedeflerine de değinen Gültepe, 2028 için 200 milyar doların üzerinde bir hedef öngördüğünü açıkladı. Teknoloji düzeylerine göre ihracat verilerini paylaşan Gültepe, Türkiye'nin yüksek teknolojide istenen seviyeye ulaşamadığını vurguladı.

Orta ve düşük teknolojlili ürünlerin toplamda 145 milyar dolar, orta-yüksek teknolojinin 100 milyar dolar seviyesinde olduğunu belirten Gültepe, yüksek teknolojinin payının ise halen 10 milyar doların altında kaldığını söyledi. Gültepe, "Yüksek teknolojinin ihracattaki payı 2015-2025 arasında yüzde 3 civarında kaldı. 2023'te en yüksek yüzde 3,8 oldu. Yani ihracat artıyor ama yüksek teknoloji yerinde sayıyor."

"SON 3 YILDA REKABET GÜCÜ ZAYIFLADI"

Hazır giyim sektöründe 5 milyar dolarlık ithalatı örnek gösteren Gültepe, Türkiye'nin üretim

yerine ithalata yöneldiğini dile getirdi. Son üç yılda üretici ve ihracatçının ciddi maliyet baskısı altında kaldığını belirten Gültepe, "Asgari ücret artışı yüzde 424, enflasyon artışı yüzde 356, euro/TL artışı yüzde 218, dolar/TL artışı yüzde 212. Kur ile maliyetler arasındaki denge bozuldu. Türkiye pahalı hâle geldiyse bunun temel nedeni kur baskısıdır. Rekabet gücümüz burada zayıfladı." dedi.

TİM olarak yaptıkları çalışmalara da değinen Gültepe, yeşil dönüşümle ilgili sıkı çalışma içinde olduklarını ve tüm sektörlerin buna hazır olması gerektiğini kaydetti. Gültepe, döviz dönüşüm desteğinin Nisan 2026'ya kadar uzatıldığını ifade ederek, Türk Eximbank tarafından ihracatçılara 2025'te yaklaşık 50 milyar dolar destek sağlandığını sözlerine ekledi.

Antalya, Isparta ve Burdur'u kapsayan Batı Akdeniz İhracatçıları Birliğinin (BAİB) Başkanı Ümit Mirza Çavuşoğlu da programın önemli bir buluşma olduğunu dile getirdi.

İHRACATÇILAR FİNANSMAN OLANAKLARI HAKKINDA BİLGİLENDİRİLDİ

Açılış konuşmalarının ardından program "İhracatçılar Soruyor" oturumuyla devam etti. Bu bölümde TİM Başkanı Mustafa Gültepe ve BAİB Başkanı Ümit Mirza Çavuşoğlu, ihracatçıların karşılaştığı sorunları dinledi. Ardından Türk Eximbank, Türk Ticaret Bankası ve İGE AŞ temsilcileri tarafından katılımcılara, "İhracatçılar için Finansman Destekleri" konulu bir sunum gerçekleştirildi.

Toplantının sonunda TİM Başkanı Mustafa Gültepe ve BAİB Başkanı Ümit Mirza Çavuşoğlu, BAİB'in ve sektörlerin önceki dönem başkanlarına plaket takdim etti.

TÜRK TİCARET BANKASININ ANTALYA ŞUBESİ AÇILDI

TİM Bölgesel İhracat Buluşmaları programının ardından TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Türk Ticaret Bankasının Antalya'daki şube açılışına katıldı. Açılıшта Türk Ticaret Bankasının geçen yıl yeniden faaliyete geçtiğini hatırlatan Gültepe, "İhracatçılarımızın uygun maliyetle ve uzun vadeli finansmana erişimi büyük önem taşıyor. Bu ihtiyaçtan hareketle, İGE AŞ aracılığıyla ihracat ailemize kazandırdığımız Türk Ticaret Bankası, firmalarımıza doğrudan, hızlı ve uygun koşullarda finansman desteği sunarken üretim gücümüze ve ihracat odaklı kalkınma vizyonumuza hizmet ediyor." dedi.

TİM Başkanı Mustafa Gültepe: "İGE AŞ aracılığıyla ihracat ailemize kazandırdığımız Türk Ticaret Bankası, firmalarımıza doğrudan, hızlı ve uygun koşullarda finansman desteği sunuyor."

TİM Başkanı Mustafa Gültepe: "Kur ile maliyetler arasındaki denge bozuldu. Türkiye pahalı hâle geldiyse bunun temel nedeni kur baskısıdır. Rekabet gücümüz burada zayıfladı."



TİM WINGS Kadın İhracatçı Zirvesi Lider Kadın Girişimcileri Buluşturdu

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından düzenlenen TİM WINGS Kadın İhracatçı Zirvesi, sektörlerine yön veren, alanlarında rol model olan kadınları bir araya getirdi.



TİM Başkanı Mustafa Gültepe: "Bizim en büyük gücümüz insanımızdır. Ve bu gücün yarısını kadınlarımız oluşturuyor. Kadınlarımızın aklını, fikrini, vizyonunu, zekâsını ve girişimcilik ruhunu üretim ve ihracatın merkezine koymak zorundayız."



Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından düzenlenen TİM WINGS Kadın İhracatçı Zirvesi, sektörlerinde öncü, başarılarıyla rol model olan kadınları İstanbul Dış Ticaret Kompleksi'nde buluşturdu. Türkiye'de kadınların ihracat ekosistemindeki konumunu güçlendirmeyi ve karar alma mekanizmalarındaki temsiliğini artırmayı hedefleyen zirvenin açılışı, TİM Başkanı Mustafa Gültepe'nin konuşmasıyla yapıldı.

"EN BÜYÜK GÜCÜMÜZ İNSANIMIZ"

TİM Başkanı Mustafa Gültepe, zirvede yaptığı konuşmada üretim ve ihracatın Türkiye ekonomisi için kritik önem taşıdığını vurguladı. Türkiye'nin

petrol, doğal gaz veya zengin maden kaynaklarına sahip olmadığına dikkat çeken Gültepe, "Bizim en büyük gücümüz insanımızdır. Ve bu gücün yarısını kadınlarımız oluşturuyor." dedi.

Cumhuriyetin ikinci yüzyılına güçlü bir vizyonla girildiğini ifade eden Gültepe, Türkiye'yi ihracatta dünyanın ilk 10 ülkesi arasına taşıma hedefiyle yola çıktıklarını hatırlattı. Bu hedefe ulaşmanın yolunun kadınların üretim ve ihracatın merkezinde yer almasından geçtiğini vurgulayan Gültepe, "Nüfusumuzun yarısını oluşturan kadınlarımızın aklını, fikrini, vizyonunu, zekâsını ve girişimcilik ruhunu üretim ve ihracatın merkezine koymak zorundayız." ifadelerini kullandı.

"KADINLARIMIZ BUGÜN TÜRKİYE'NİN GELECEĞİNİ İNŞA EDİYOR"

Kadınların tarih boyunca Türkiye'nin kalkınmasında önemli roller üstlendiğini belirten Gültepe, "Dün cephede vatanı savunan kadınlarımız, bugün üretimde, ihracatta, girişimcilikte ve liderlikte Türkiye'nin geleceğini inşa ediyor." dedi.

Kadınların ihracattaki varlığını güçlendirmek amacıyla TİM WINGS Projesi'ni hayata geçirdiklerini aktaran Gültepe, proje kapsamında finansmana erişim, devlet destekleri, kurumsallaşma ve tecrübe paylaşımını önceliklerini söyledi. TSE iş birliğiyle geliştirilen Kadın Girişimci Belgelendirme Kriterine değinen Gültepe, "Sadece konuşmuyoruz, sistemi kurduk, mekanizmayı çalıştırdık, çarkı döndürdük." ifadeleriyle somut adımlar attıklarının altını çizdi.

Etkinlik, açılış programı sonrası Kadınlar Konfederasyonu (KA-DKON) Başkanı Betül Gülbahar moderatörlüğünde düzenlenen "İş Dünyasında Rol Model Kadınlarla Yol Hikâyeleri, Nehir Söyleşisi" paneli ile devam etti. Panelde, DEMSA Grup Yönetim Kurulu Başkanı Demet Sabancı Çetindo-

ğan, T.C. Merkez Bankası Para Politikası Kurulu Üyesi Prof. Dr. Elif Haykır Hobikoğlu, Kayahan Hidrolik CEO'su Sevdâ Kayhan Yılmaz, Alarko Holding Yönetim Kurulu Üyesi Leyla Alaton ve Gedik Holding Yönetim Kurulu Başkanı Hülya Gedik değerlendirilmelerde bulundu.

"İHRACATTA KADIN TEMSİLİNİ ARTIRMALIYIZ"

Panelde konuşan DEMSA Grup Yönetim Kurulu Başkanı Demet Sabancı Çetindoğan, ihracatın Türkiye ekonomisi için vazgeçilmez olduğuna dikkat çekti. Kadınların ihracat karar mekanizmalarında yeterince temsil edilmediğini vurgulayan Çetindoğan, deneyimlerin hem başarılar hem de başarısızlıklar üzerinden şekillendiğini ifade etti.

Kadınların ihracat süreçlerinde daha görünür olması gerektiğini belirten Çetindoğan, sektör koşulları, kültürel farklılıklar ve piyasa dinamiklerinin ihracatı doğrudan etkilediğini söyledi. İnovasyonun ihracatta kritik rol oynadığını dile getiren Çetindoğan, bazen küçük bir sistemsel yeniliğin dahi şirketleri farklı bir noktaya taşıyabildiğini ifade etti.

"BAŞARISIZLIKLAR DUVAR DEĞİL, BİR BASAMAKTIR"

T.C. Merkez Bankası Para Politikası Kurulu Üyesi Prof. Dr. Elif Haykır Hobikoğlu ise, başarısızlıkların bir engel değil, gelişim için bir fırsat olduğuna dikkat çekti. Deneyimlerin doğru okunduğunda yeni kapılar açıldığını vurgulayan Hobikoğlu, kadınların karar alma mekanizmalarındaki varlığının güçlendirilmesi gerektiğini ifade etti. Kadın temsiline ilişkin değerlendirmelerde bulunan Hobikoğlu, "İstatistiklere baktığımızda Türkiye'nin AB ortalamasına oldukça yakın olduğunu görüyoruz. Daha da

ileriye gitmek ise hepimizin elinde." dedi.

"KALKINMANIN ANAHTARI İHRACAT"

Kayahan Hidrolik CEO'su Sevdâ Kayhan Yılmaz, refah ve kalkınmanın temelinde ihracatın yer aldığını vurguladı. İş hayatının ilk yıllarından itibaren ihracata odaklandığını belirten Yılmaz, ihracatın sürdürülebilir büyüme açısından kritik önem taşıdığını ifade etti.

TİM WINGS logosunda yer alan mor cepkenin sembolik bir anlam taşıdığına dikkat çeken Yılmaz, bunun kadınların ayağa kalkma ve daha güçlü şekilde sahneye çıkma zamanının geldiğini temsil ettiğini söyledi. Teknolojik gelişmeleri yakından takip etmenin önemine işaret eden Yılmaz, sektörlerin teknolojiye entegre edilmesinin rekabet gücünü artıracığını vurguladı.

"GENÇLERE GÜVENMELİ, İMKÂN TANIMALIYIZ"

Alarko Holding Yönetim Kurulu Üyesi Leyla Alaton ise ihracatın erken yaşta cesaretle başlanan bir yolculuk olduğunu vurguladı. Üniversite sonrası ABD'de bulunduğu dönemde Türkiye'den küçük deri mamulleriyle milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdiklerini hatırlatan Alaton, kadınların kendi yollarına cesaretle çıkmaları gerektiğini söyledi. Kadınların bir araya gelerek güçlenmesinin önemini vurgulayan Alaton, gençlere erken yaşta sorumluluk verilmesi gerektiğini ifade ederek, "Gençlere güvenmeli, düşmelerine ve yeniden kalkmalarına imkân tanimalıyız." dedi.

"KIZ ÇOCUKLARINI DESTEKLEMELİ"

Gedik Holding Yönetim Kurulu Başkanı Hülya Gedik,

T.C. Merkez Bankası Para Politikası Kurulu Üyesi Prof. Dr. Elif Haykır Hobikoğlu: “İstatistiklere baktığımızda Türkiye’nin AB ortalamasına oldukça yakın olduğunu görüyoruz. Daha da ileriye gitmek hepimizin elinde.”



markalaşmanın ve ihracatta cesaretin önemine dikkat çekti. Başarısızlıkların sürecin doğal bir parçası olduğunu vurgulayan Gedik, ders çıkarılan her başarısızlığın bir kazanıma dönüştüğünü belirterek pes edilmemesi gerektiğini söyledi. Kız çocuklarının desteklenmesinin kritik olduğuna dikkat çeken Gedik, yönlendirici bir yaklaşımın önemini vurguladı. Yapay zekâ tartışmalarına da değinen Gedik, insan aklının ve kültürünün yerini hiçbir teknolojinin alamayacağını, bu nedenle sürekli öğrenmenin şart olduğunu ifade etti.

Zirvenin ikinci panelinde, TİM Yönetim Kurulu Üyesi Melisa Tokgöz Mutlu’nun moderatörlüğünde düzenlenen "Kadın İhracatçıları İçin Yol Haritası" başlıklı oturumda, İGE AŞ Genel Müdürü Fatih Tuğrul Topaç, TSE Marmara Bölge Koordinatörü Serhat Canpolat, Ticaret Bakanlığı İhracat Uzmanı Burcu Banu Başal ile Türk Eximbank Pazarlama Direktörü Efkan Bingöl bir araya gelerek, finansmana erişim olanakları ve Kadın Girişimci Belgelendirme

Kriteri hakkında katılımcılara kapsamlı bilgiler aktardı.

“FİNANSMANA ERİŞİMDE TEMİNAT SORUNUNU ÇÖZMEYE ODAKLANIYORUZ”
İGE AŞ Genel Müdürü Fatih Tuğrul Topaç, ihracatçıların finansmana erişimde en büyük sorununun teminat olduğunu belirtti. İGE AŞ olarak firmalara kefil olduklarını ve bu sayede bankalar üzerinden finansmana erişimi kolaylaştırdıklarını ifade etti.

Topaç, İGE AŞ’nin kamu ve özel sektörden 20 bankanın ortaklığıyla faaliyet gösterdiğini, kurucu ortaklarının ise Türk Eximbank olduğunu söyledi. Kadın ihracatçılara yönelik özel paketlerde komisyon oranının yüzde 1 olarak uygulandığını belirten Topaç, gerekli belgeye sahip firmalardan başvuru ücreti alınmadığını vurgulayarak kadın ihracatçıları desteklemeyi önceliklendirdiklerini dile getirdi.

“KADIN GİRİŞİMCİLERE YÜZDE 70’E VARAN DESTEK”
Ticaret Bakanlığı İhracat Uzmanı

Burcu Banu Başal, Bakanlığın ihracatın tüm aşamalarında firmalara kapsamlı destekler sunduğunu belirtti. Başal, 2025 yılında 33 milyar TL’nin ihracatçıların kullanımına sunulduğunu, 2026’da bu tutarın artmasının öngörüldüğünü söyledi. Kadın girişimcilere yönelik yurt dışı pazar araştırması desteklerinde ulaşım ve konaklama giderlerinin yüzde 50, ilgili belgeye sahip firmalarda ise yüzde 70’e kadar karşılandığını aktardı.

1 Ocak itibarıyla başvuru sürecinin sadeleştiğini belirten Başal, ihracat planı yerine Kolay İhracat Platformu üzerinden hazırlanacak ve Bakanlıkça onaylanacak bir formun yeterli olacağını ifade etti. Kadın girişimcileri desteklerden yararlanmaya davet eden Başal, geçen yıl eğitimlerle 30 bin kişiye ulaşıldığını, bu yıl da benzer bir seviyenin hedeflendiğini kaydetti.

“KADIN GİRİŞİMCİ BİR BAŞARI ÖLÇÜTÜ”

Türk Eximbank Pazarlama Direktörü Efkan Bingöl, kadın girişimcilerin artık finansman tarafında önemli bir başarı göstergesi haline geldiğini söyledi. Bingöl, Eximbank’ın KOBİ ve kadın girişimcilere öncelik verdiğini belirterek, reeskont kredilerinde finansman maliyetlerinin piyasanın yaklaşık yüzde 10 altında olduğunu, alacak sigortasında ise primlerin oldukça avantajlı seviyelerde bulunduğunu ifade etti. Bingöl, “Eximbank, ihracatçının portföyünde olmazsa olmazdır.” dedi.

TİM’den Afrika ve Asya’ya Ticaret Hamlesi

Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM), Ticaret Bakanlığının koordinasyonunda aralık ayında Senegal, Japonya ve Fildişi Sahili’ne yönelik Genel Ticaret Heyetleri düzenleyerek Türk ihracatçıları hedef pazarlarda iş dünyası temsilcileriyle buluşturdu.



Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM), Ticaret Bakanlığının koordinasyonunda, Türkiye’nin dış ticaret hacmini artırmak, ihracatçı firmaların yeni pazarlara erişimini desteklemek ve uluslararası iş birliklerini güçlendirmek amacıyla aralık ayında Senegal, Japonya ve Fildişi Sahili’ne yönelik Genel Ticaret Heyetleri gerçekleştirdi.

Üç ülkeyi kapsayan ticaret heyetlerine Türkiye’den toplam 61 firma katılım sağladı. Kimya, tekstil, hazır giyim, demir, çelik, mobilya, makine, halı, elektrik-elektronik, hizmet ve gıda gibi çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren Türk firmaları, düzenlenen programlar kapsamında ilgili ülkelerin iş dünyası temsilcileriyle doğrudan temas kurarak yeni iş ve yatırım fırsatlarını değerlendirme imkânı buldu.

DAKAR’DA TÜRK-SENEGAL İŞ DÜNYASI BİR ARAYA GELDİ
Senegal’in başkenti Dakar’da düzenlenen programa Ticaret

Bakan Yardımcısı Özgür Volkan Açar, Senegal Sanayi ve Ticaret Bakanı Serigne Gueye Diop, T.C. Dakar Büyükelçisi Hatice Nur Sağman, TİM Yönetim Kurulu Üyeleri Mustafa Şenocak ve Başaran Bayrak ile Türkiye ve Senegal iş dünyası temsilcileri katıldı. Heyet çerçevesinde Türk ihracatçı firmalar ile Senegalli iş insanları arasında 200’ün üzerinde ikili iş görüşmesi gerçekleştirildi.

TOKYO’DA 100’DEN FAZLA İKİLİ İŞ GÖRÜŞMESİ

Japonya’nın başkenti Tokyo’ya düzenlenen heyete ise TİM Yönetim Kurulu Üyesi Birol Celep başkanlık etti. Programa T.C. Tokyo Büyükelçisi Oğuzhan Ertuğrul, Japonya Ticaret ve Sanayi Odası (JCCI) Uluslararası Bölüm Genel Müdür Yardımcısı Masazumi Nishizawa, Japonya Dış Ticaret Örgütü (JETRO) Küresel Strateji (Orta Doğu) Kıdemli Direktörü Toyokazu Fukuyama ile Türkiye - Japonya

iş dünyası temsilcileri katıldı. Programda Türk ihracatçı firmalar ile Japon iş insanları arasında 100’ün üzerinde ikili iş görüşmesi yapıldı.

TÜRK VE FİLDİŞİ SAHİLİ İŞ DÜNYASI B2B GÖRÜŞMELERİNDE BULUŞTU

Aralık ayının son ticaret heyeti ise TİM Başkan Vekili Ahmet Güleç başkanlığında Fildişi Sahili’nin başkenti Abidjan’da gerçekleştirildi. Program çerçevesinde TİM Başkan Vekili Ahmet Güleç, T.C. Abidjan Ticaret Müşaviri Musa Arı, Fildişi Sahili Yatırım ve Promosyon Ajansı (CEPICI) Yatırım Çekme Direktörü Thierry Badou ve Fildişi Sahili Ticaret ve Sanayi Odası (CCI-CL) adına Dr. İbrahim Cisse katılımcılara hitap etti. Açılış konuşmalarının ardından Türk ve Fildişili firma temsilcileri bir araya gelerek 400’ün üzerinde ikili iş görüşmesi gerçekleştirdi.

KÜRESEL EKONOMİK BEKLENTİLER

IMF, Dünya Bankası, OECD ve Uluslararası Finans Kuruluşlarının raporlarına göre 2026 yılında genel olarak büyüme beklentileri pozitif. Ancak jeopolitik belirsizlikler, iklim değişikliği ve sosyal eşitsizlikler, birçok ülkenin ekonomik büyüme potansiyelini tehdit eden unsurlar arasında yer alıyor.



PROF. DR. EMRE ALKIN

Küresel ekonomi, gerçekten de karmaşık bir yapı. Her gün birçok faktör birbirini etkileyerek ülkelerin ekonomik durumlarını değiştirebiliyor. Ekonomik göstergelerin yanı sıra kurumların raporları da bu değişimi anlamak adına önemli bilgiler sunuyor. Bugün, Uluslararası Para Fonu (IMF), Dünya Bankası, OECD ve Uluslararası Finans Kuruluşlarının 2026'ya yönelik öngörülerini ve bazı ülkelerin performanslarını karşılaştırmak istiyorum. Özellikle ABD ve Euro Bölgesi'ni de işin içine katarsak, durum daha da ilginç hâle geliyor.

YAZARIN NOTU

Enflasyon ve cari açık, Türk ekonomisi için ciddi zorlayıcı unsurlar olarak öne çıkıyor. Ancak iç talep ve ihracat artışı, Türkiye'nin büyüme potansiyelini destekleyen faktörler. Türkiye, genç ve dinamik bir nüfusa sahip olduğu için, bu demografik avantajını iyi değerlendirirse, ekonomik büyüme hızlanabilir.

IMF'NİN KÜRESEL EKONOMİK BEKLENTİLERİ

IMF, 2026'ya kadar küresel ekonomik büyümenin yüzde 3,3 civarında olmasını öngörüyor. Yani, dünya ticareti ve gelişen piyasalardaki büyüme, 2025 yılında beklenen toparlanmayla birlikte devam edecek gibi görünüyor. Ancak, IMF'nin vurguladığı bir tehlike var; enflasyon. Gelişmiş ülkelerdeki merkez bankalarının sıkılaştırma politikaları, büyümeyi etkileyebilir. Özellikle ABD'de bu durum gözlemleniyor. Merkez Bankası (Fed), faiz oranlarını artırarak, enflasyonu kontrol altına almaya çalışıyor. Bu belirsizlikler, tüketicilerin

ve işletmelerin kararlarını etkileyebilir.

DÜNYA BANKASININ ANALİZLERİ

Dünya Bankası ise biraz daha temkinli. 2026 için küresel ekonomik büyüme tahminini yüzde 3,1 olarak belirlemiş. Özellikle gelişen ekonomilere dikkat çekiyor. Jeopolitik belirsizlikler, iklim değişikliği etkileri ve tedarik zincirlerinin yeniden yapılandırılması gibi faktörler, büyümeyi zorlayabilir. Çok sayıda düşük gelirli ülkenin büyük zorluklarla karşılaşacağını öngörüyor. Neyse ki ABD'nin ekonomik gücü ve Euro Bölgesi'nin entegrasyonu, bu tür zorluklarla başa çıkmada önemli bir destek sunabilir.

OECD'NİN GÖRÜŞLERİ

OECD'nin raporlarına göre gelişmiş ekonomiler için büyüme tahmini yüzde 2,5 civarında. Avrupa ve Kuzey Amerika'da büyüme oranları, düşük tüketim harcamaları ve iş gücü piyasasında yaşanan zorluklar nedeniyle yavaşlama eğiliminde. Euro Bölgesi, enflasyonla boğuşuyor ve özellikle enerji fiyatlarının artması, ekonomik büyümeyi tehdit eden unsurlar arasında. Ancak dijital dönüşüm ve teknoloji

yatırımları, uzun vadede olumlu bir etki yaratabilir. Burada, ABD'nin teknolojiye liderliği, inovasyonu teşvik edici bir faktör olabilir.

ULUSLARARASI FİNANS KURULUŞLARI VE ÜLKE PERFORMANSLARI

Uluslararası Finans Kuruluşları, gelişmekte olan ülkelerdeki ekonomik aktiviteye odaklanarak önemli bilgiler sunuyor. Birkaç ülke üzerinden somut örnek vermek gerekirse:

Hindistan: IMF, Hindistan'ın 2026'da yüzde 6,1 oranında büyümesini bekliyor. Büyüyen nüfus ve dijital sektördeki atılımlar, Hindistan'ı önemli bir ekonomik merkez hâline getiriyor.

Çin: Çin'in büyüme tahmini IMF'ye göre yüzde 4,5 iken, Dünya Bankası yüzde 4,2 olarak belirlemiş. Yavaşlayan ekonomi, altyapı yatırımları ve yeşil enerji geçişine yönelik çabalarla desteklenebilir.

ABD: ABD'nin büyüme tahmini yüzde 2,0 civarında. Enflasyon kontrol altına alınmazsa büyüme hızı daha da azalabilir. Ancak, büyük bir iç pazarın olması ekonomiyi dirençli kılabilir.

Euro Bölgesi: Euro Bölgesi için büyüme tahminleri, yaklaşık yüzde 1,5. Yüksek enerji fiyatları ve tedarik sorunları, bu bölgedeki ekonomiyi zayıflatıyor. Ancak, Avrupa Yeşil Mutabakatı gibi projelerin uzun vadede olumlu etkileri görülüyor.

Türkiye: Türkiye için IMF, 2026 tahminini yüzde 4,0 olarak belirlerken Dünya Bankası yüzde 3,5 olarak öngörüyor. Enflasyon ve cari açık, Türk ekonomisi için ciddi zorlayıcı unsurlar olarak öne çıkıyor. Ancak iç talep ve ihracat artışı, Türkiye'nin büyüme potansiyelini destekleyen faktörler. Türkiye,

IMF, küresel büyümeyi daha iyimser bir şekilde değerlendirirken; Dünya Bankası, gelişen ekonomilerin yaşadığı sorunlara dikkat çekiyor. OECD ise gelişmiş ülkelerdeki yavaş büyümeye vurgu yaparak bu ülkelerin ekonomik potansiyellerini sorguluyor.

genç ve dinamik bir nüfusa sahip olduğu için bu demografik avantajını iyi değerlendirirse, ekonomik büyüme hızlanabilir.

Brezilya: Brezilya'nın IMF tahminlerine göre 2026 yılında yüzde 2,3 büyümesi bekleniyor. Dünya Bankası ise bu rakamı biraz daha düşük, yüzde 2,1 olarak belirlemiş durumda. Brezilya, zengin doğal kaynaklarına dayanarak, tarım ve madencilik gibi sektörlerle büyümeyi sürdürmeyi umuyor. Ancak sosyal eşitsizlikler ve ekonomik belirsizlikler, büyümeyi engelleyebilir.

KARŞILAŞTIRMALI DEĞERLENDİRME

Her kuruluşun tahminleri ve dinamikleri farklılık gösteriyor. IMF, küresel büyümeyi daha iyimser bir şekilde değerlendirirken; Dünya Bankası, gelişen ekonomilerin yaşadığı sorunlara dikkat çekiyor. OECD ise gelişmiş ülkelerdeki yavaş büyümeye vurgu yaparak bu ülkelerin ekonomik potansiyellerini sorguluyor.

ABD ve Euro Bölgesi'nde, para

politikaları üzerinde yoğunlaşan tartışmalar var. Fed'in sıkılaştırma politikaları ve Avrupa Merkez Bankası'nın faizdeki artışları, enflasyonu kontrol etme çabaları içinde. Bu durum, tüketici güvenliğini ve harcamalarını etkileyebilir.

SONUÇ

Sonuç olarak, IMF, Dünya Bankası, OECD ve Uluslararası Finans Kuruluşlarının raporları, 2026 yılındaki küresel ekonomik beklentileri ve çeşitli ülkelerin performanslarını anlamak için çok önemli bir çerçeve sunuyor. Sunduğumuz verilere göre, genel olarak büyüme beklentileri pozitif; ancak durumun karmaşıklığı göz önünde bulundurulmalı. Jeopolitik belirsizlikler, iklim değişikliği ve sosyal eşitsizlikler, birçok ülkenin ekonomik büyüme potansiyelini tehdit eden unsurlar arasında yer alıyor.

Her ne kadar Hindistan gibi ülkeler büyüme fırsatları sunuyor olsa da gelişmiş ekonomilerde yaşanan zorlanmalar, küresel istikrarı etkileyebilir gibi gözüküyor.



Türk İhracatçılar Beş Kıtayı Birleştiren Ticaret Köprüleri Kuruyor

2025, tüm küresel zorluklara rağmen Türk ihracatçısının ticaret heyetleri ve fuarlarla dünyanın dört bir yanına uzandığı bir yıl oldu. Yıl boyunca kurulan bu iş birliği köprüleri, sadece bugünün krizlerini aşmakla kalmayıp Türkiye ekonomisinin gelecekteki büyüme hedefleri için de sağlam bir temel oluşturması açısından büyük önem taşıyor.

Küresel ekonomide belirsizliklerin derinleştiği, tedarik zincirlerinin yeniden sırandığı ve dünya ticaret hacminin daraldığı 2025 yılı, ekonomi tarihi açısından zorlu virajlardan biri olarak kayıtlara geçti. Ancak bu zorlu dönem, Türk ihracatçısı adına içine kapanılan bir süreç değil; aksine, küresel pazarlarda daha agresif, daha görünür ve daha stratejik hamlelerin yapıldığı bir atılım yılına dönüştü. Türkiye'nin büyüme hikâyesinin lokomotifleri olan ihracat sektörü, kurduğu yeni iş birliği köprüleriyle ülke ekonomisine sunduğu katkıyı sürdürülebilir bir zemine taşıdı, taşımaya da devam edecek.

Yurt dışı etkinliklerde gerçekleştirilen iş görüşmeleri, alınan siparişler ve kurulan ticari bağlantılar, Türkiye'nin ihracat performansını orta vadede güçlendiren başlıca unsurlar arasında yer alıyor. 2025 yılı, Türkiye ihracatı açısından zorluklar barındırsa da küresel pazarlarda varlık göstermeyi hedefleyen firmalar için yurt dışı etkinlikler önemli bir fırsat alanı oluşturdu. İhracatçı birliklerinin artan organizasyon faaliyetleri, Türk firmalarının uluslararası rekabet gücünü desteklediği gibi bir taraftan da Türkiye'nin dış ticaretteki sürdürülebilir büyüme hedeflerine stratejik katkı sundu.

TİCARET HEYETLERİ, DEĞİŞEN TİCARET DENGELERİNİN İLACI OLDU

2025 yılında, küresel talebin gerilemesi, jeopolitik gerilimler,



lojistik maliyetlerindeki artış ve finansman koşullarının sıkışması, ticareti baskılayan temel unsurlar olarak öne çıktı. Özellikle Türkiye'nin en büyük ihracat pazarı olan Avrupa ekonomilerindeki daralma ve talep zayıflığı, ihracat artış hızında doğal bir yavaşlamaya neden oldu.

Buna ek olarak, döviz kuru ve enflasyon arasındaki makasın açılması ve Orta Doğu ile Kuzey Afrika'daki siyasi belirsizlikler, bölgesel ticarete dalgalanmalar yarattı. Enerji fiyatlarındaki istikrarsızlık ve tedarik zincirlerinin yeniden yapılanması, rekabet koşullarını tarihte görülmemiş ölçüde sertletirdi. Bu tablo, Türk firmalarının uluslararası pazarlarda kalıcı yer edinebilmesi için daha fazla yüz yüze temas ve daha güçlü marka görünürlüğü ihtiyacını bir tercih olmaktan çıkarıp stratejik bir zorunluluğa dönüştürdü.

2025 yılında, beşi Avrupa Birliği destekli olmak üzere toplam altı projede lider veya ortak statüsünde yer alındı ve 8 milyon euro'nun üzerinde bir kaynak Türk ihracatçısının hizmetine sunuldu.

“TİM Vizyon Heyetleri” kapsamında, 2026 yılında gerçekleştirilmesi planlanan 38 programın 22’si genel ticaret, 16’sı ise bu yeni nesil sektörel buluşmalardan oluşacak.

SAHA DİPLOMASİSİ İLE TÜRKİYE’NİN MARKA ALGISI GÜÇLENDİRİLDİ

İhracattaki yavaşlamanın etkilerini azaltmak ve pazar çeşitliliğini artırmak amacıyla ihracatçı birlikler, 2025 yılında inisiyatifini ele alarak “saha diplomasisi” konusuna ağırlık verdi. İhracatın ülke ekonomisindeki büyümenin lokomotifi olduğu bilinciyle hareket eden sektör temsilcileri, yeni pazar arayışlarını ve uluslararası görünürlüğü öncelikli hedef hâline getirerek faaliyetlerini de bu doğrultuda sürdürdü.

Bu stratejik dönüşümün merkezinde, Türk firmalarının dünyanın farklı coğrafyalarındaki alıcılarla doğrudan temas kurmasını sağlayan yoğunlaştırılmış programlar yer aldı. Avrupa’dan Orta Doğu’ya, Afrika’dan Kuzey Amerika’ya kadar geniş bir yelpazede düzenlenen etkinlikler, ihracatçıları yeni müşterilerle buluştururken Türkiye’nin marka algısını güçlendiren diplomatik ticaret platformlarına dönüştü.

RAKAMLARLA GÜÇLENEN İŞ BİRLİĞİ KÖPRÜLERİ

Son bir yılda ortaya konan performans, Türk ihracatçısının hem dayanıklılığını hem de büyüme kararlılığını somut verilerle ortaya koydu. Yurt içinde

Yurt Dışı Fuar ve Ticaret Heyetlerinin Sağladıkları

Yurt dışı fuar ve ticaret heyeti organizasyonları, ihracatçı firmalar için yalnızca tanıtım faaliyeti değil, aynı zamanda çok yönlü bir büyüme aracı görevi görüyor. Bu organizasyonların en kritik katkılarının başında ise firmalara yeni pazarlar ve potansiyel müşteriler kazandırması geliyor. Uluslararası fuarlar ve ticaret heyetleri sayesinde şirketler, farklı ülkelerden yüzlerce alıcıyla doğrudan temas kurma fırsatı yakalıyor. Gerçekleşen birebir görüşmeler de kısa vadeli siparişlerin yanı sıra uzun soluklu iş ortaklıklarının temelini oluşturuyor.

Alternatif pazarlara erişim imkânı, özellikle küresel durgunluk dönemlerinde ihracatın sürdürülebilirliğini artıran önemli unsurlardan biri. Bununla birlikte fuarlar, firmalara küresel trendleri yakından takip etme ve rakip markaların stratejilerini gözlemleme olanağı sunarak ürün geliştirme süreçlerine önemli katkılar sağlıyor.



ve yurt dışında gerçekleştirilen yaklaşık 600 toplantı ve etkinlik ise bu kararlılığın en net göstergelerinden oldu. Bu süreçte Türk ürünlerini dünya vitrinine taşımak amacıyla 400 fuar katılımı gerçekleştirilirken; ihracatçıların potansiyel alıcılarla doğrudan masaya oturmasını sağlayan 112 ticaret heyeti ve 24 alım heyeti organizasyonu ile yeni iş birliği köprüleri inşa edildi. Ayrıca, 30 farklı UR-GE faaliyeti ile Türk firmaların rekabet gücü artırılarak küresel lige hazırlıkları hızlandırıldı.

İhracat ailesinin bu yoğun mesaisi, sadece mal satışına odaklı kalmadı; 2025 yılında uluslararası finansal kaynakların Türkiye’ye kazandırılması noktasında da kritik adımlar atıldı. Beşi Avrupa Birliği destekli olmak üzere toplam altı projede lider veya ortak statüsünde yer alınarak, 8 milyon euro’nun üzerinde bir kaynak Türk ihracatçısının hizmetine

sunuldu. Bu vizyoner yaklaşım, yıl içinde birlikler nezdinde düzenlenen 200’e yakın heyet programı ve 300’ü aşkın fuar katılımıyla perçinlendi.

Özellikle TİM koordinasyonunda gerçekleştirilen organizasyonlar, ulaşılan ağın genişliğini gözler önüne serdi. 31 farklı ülkede 546 firma, 4 bine yakın nitelikli alıcı ile buluşturuldu. Yaklaşık 9 bin ikili iş görüşmesinin gerçekleştirildiği 2025 yılında, Türk ihracatçısı küresel pazardaki yerini sağlamlaştırmış oldu.

HEYET PROGRAMINDA 2026 HEDEFİ “BEŞ KITA”

Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM), 2026 yılı için vites büyütürken ihracatı tabana yayma ve pazar çeşitliliği odaklı kapsamlı bir yol haritası belirledi. Türkiye’nin, 2026 yılında Orta Vadeli Program’da öngörülen 282 milyar dolarlık hedefe ulaşması için organizasyon ağı genişletilecek. Bu

hedefler doğrultusunda TİM, 2025 yılında 31 ülkede gerçekleştirdiği 32 heyet programını, 2026’da 38 ticaret heyetine çıkararak beş kıtada aktif rol oynayacak.

2026’da ihracatçı birliklerinin etkinlikleriyle birlikte toplam heyet sayısının 200’ü aşması planlanıyor. TİM yönetimi, bu yoğun takvimi sadece ürün satışı yapılan bir süreç olarak değil, “Made in Türkiye” markasına duyulan güveni pekiştirecek ve üretim potansiyelini dünyaya tanıtacak en önemli platform olarak görüyor.

2026 yılının en dikkat çekici yeniliği ise “TİM Vizyon Heyetleri” ile başlayacak olan yeni nesil ihracat stratejisi olacak. Bu dönemde programlar sadece ikili iş görüşmeleriyle sınırlı kalmayacak; düzenlenecek sektörel paneller ve zirvelerle pazarın en güçlü oyuncularını ve kanaat önderleri bir araya getirilecek. Türkiye, gittiği pazarlarda sadece bir satıcı değil, sektörün geleceğine yön veren ve vizyon belirleyen bir çözüm ortağı kimliğiyle yer alacak. Bu stratejik değişimle, özellikle gelişmiş pazarlarda "Tedarik Merkezi Türkiye" algısının kalıcı hâle getirilmesi amaçlanıyor.

Avrupa’dan Orta Doğu’ya, Afrika’dan Kuzey Amerika’ya kadar geniş bir yelpazede düzenlenen ticaret heyeti etkinlikleri, ihracatçıları yeni müşterilerle buluştururken Türkiye’nin marka algısını güçlendiren diplomatik ticaret platformlarına dönüştü.

Türk İhracatçıların, 2025 Yılında Yeni İş Birliği Köprüleri Kurmasını Sağlayan Faaliyetleri

401

Fuar Katılımı

112

Ticaret Heyeti

24

Alım Heyeti

30

UR-GE Faaliyeti



“PAZAR ÇEŞİTLİLİĞİMİZİ ARTIRMAK İÇİN HEYET PROGRAMLARINA ÖNEM VERİYORUZ”



Mustafa Gültepe
Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) Başkanı

Üretim ve ihracat, Türkiye ekonomisinde sağlıklı ve sürdürülebilir büyümenin lokomotifini oluşturuyor. Ancak üretim ve ihracat açısından son üç yıl hayli zor geçti. 2023'te küresel talepteki daralma nedeniyle istediğimiz oranda ihracat artışı elde edememiştik. 2024 ve 2025'te ise rekabetçiliğimizin zayıflamasının olumsuz yansımalarını fazlasıyla hissettik. Enflasyonla mücadele programı kapsamında 2,5 yıldır uygulanan “düşük kur yüksek faiz” politikası nedeniyle maliyetlerimiz dünya ortalamalarının çok üzerinde artıyor. Türkiye, bugün dünyanın en pahalı ülkelerinden biri konumuna gelmiş durumda.

Bu zorlu küresel ve finansal koşullara rağmen, aralık'ta 26,4 milyar dolarla tüm zamanların en yüksek aylık ihracat değerine ulaştık. 2025 yılında mal ihracatımızı yüzde 4,5 artırarak 273,4 milyar dolara çıkardık. Hizmet ihracatımızın ise 122 milyar doların üzerine çıkacağını tahmin ediyoruz. Böylece hem mal hem de hizmet ihracatında bugüne kadarki en yüksek değerlerimize ulaşmış olduk.

"2025 YILINDA 300'ÜN ÜZERİNDE FUARA KATILDIK"

Özellikle mal ihracatında rekabetçilikle ilgili sorunlar yaşamamıza rağmen biz orta ve uzun vadeli hedeflerimiz doğrultusunda çalışmalarımıza devam ediyoruz. Firmalarımızı yeni müşterilerle buluşturmak, pazar çeşitliliğimizi artırmak için fuar katılımlarına ve heyet programlarına özel bir önem veriyoruz. Dünyanın neresinde olursa olsun fayda sağlayacağına inandığımız fuarlara ihracatçı birliklerimizle katılım düzenliyoruz. Ayrıca yine birlikleri-

mizle karma ya da sektörel ticaret ve alım heyetleri düzenliyoruz. Bu yıl toplamda 300'ün üzerinde fuara katılırken 200 civarında heyet programıyla firmalarımızın alıcılarla buluşmalarına liderlik edeceğiz.

Türkiye'yi ihracatta ilk 10 ülke arasına çıkarma hedefimize ancak ikiz dönüşümü AR-GE'yi ve inovasyonu üretimimize ve ihracatımıza entegre ederek ulaşabiliriz. Dijital ve yeşil dönüşüme stratejik bir konu olarak bakıyoruz. Sürdürülebilir ve yeşil üretimle ilgili kurumsal olarak irili ufaklı çok sayıda proje yürütüyoruz. Ayrıca, ilgili bakanlıklarımız, AB ve üniversiteler başta olmak üzere farklı kurumlarla iş birlikleri ve çözüm ortaklıkları yapıyoruz. Finansman kaynaklarımızı çoğaltma hedefiyle Türk Ticaret Bankası'nı ihracat ailemize kazandırmıştık. Yeniden yapılandırma çalışmalarını tamamladığımız bankamızın resmi açılışını Mayıs ayında gerçekleştirdik. Türk Ticaret Bankası bundan böyle sadece kredi veren bir kurum olmanın ötesinde ihracatçının finansmana erişimini kolaylaştırırken, teminat sorunlarına alternatif çözümler sunan bir çözüm ortağı gibi çalışacak. Bankamız 2025 yılı itibarıyla şube sayısını 11'e çıkarırken, 1.000 firmamıza toplamda 75 milyar liralık finansman desteği sağlamış olacak.

TİM olarak bizim önceliğimizi 2026'da da ikiz dönüşüm, AR-GE, inovasyon, e-ihracat ve yapay zekâ odaklı çalışmalar oluşturacak. Diğer taraftan fuar katılımları ve heyet programlarıyla yeni pazar arayışlarına, firmalarımızı yeni müşterilerle buluşturmaya devam edeceğiz.

“TİCARET HEYETLERİ, İHRACATTA STRATEJİK DAYANIKLILIĞI DESTEKLİYOR”



Ahmet Güleç
TİM Başkan Vekili
İstanbul Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği Başkan Yardımcısı

2025 yılı, küresel ticaret açısından belirsizliklerin ve kırılganlıkların daha yoğun hissedildiği bir dönem olarak öne çıktı. Korumacılık önlemlerinin yaygınlaştığı, bazı bölgelerde iç talebin zayıfladığı ve jeopolitik gelişmelerin ticaret akışlarını etkilediği bu konjonktürde, ticaret heyetlerini klasik anlamda birer tanıtım ya da satış faaliyeti olarak ele almak eksik kalır.

Bu organizasyonlar, Türk ihracatçısının mevcut pazarlardaki konumunu yalnızca korumakla kalmayıp değişen küresel koşullar doğrultusunda daha güçlü ve güncel bir noktadan yeniden konumlanmasına imkân sağladı. İhracatçının dayanıklılığını artıran bu süreçler, sürdürülebilir ve katma değerli ihracat hedefleri açısından aynı zamanda etkili bir markalama ve algı yönetimi aracı olarak işlev gördü. Bu yönüyle ticaret heyetleri, kısa vadeli kazanımların ötesinde, uzun vadeli rekabet gücünü destekleyen son derece verimli organizasyonlar olarak değerlendirmek gerekir.

Heyetler aracılığıyla firmalarımız, karar verici konumundaki alıcılarla doğrudan temas kurma, pazardaki değişen beklentileri yerinde görme ve ürün-pazar uyumunu yeniden değerlendirme imkânı buldu. AB gibi geleneksel pazarlarda talebin görece yavaşladığı bir ortamda ise bu temaslar, alternatif ve tamamlayıcı pazarların devreye alınmasını hızlandırarak ihracatta dengeleyici bir etki yarattı. Bu yönüyle ticaret heyetleri, kısa vadeli ticari çıktılardan bağımsız olarak, Türkiye'nin ihracat performansında sürekliliği ve stratejik dayanıklılığı destekleyen önemli bir kaldıraç işlevi gördü. Sürdürülebilir ve katma değerli ihracat stratejisinde atılan her adım, yalnızca kısa vadeli sonuçlara değil; orta ve uzun vadede ihracatın yapısını güçlendirmeye, pazarlardaki konumlanmayı sağlamlaştırmaya ve geleceğe yatırım yapmaya yönelik daha stratejik hedefler taşıyor.

2025 yılına baktığımızda, bu organizasyonların ihracatçımızın coğrafi dağılımını daha dengeli hâle getirirken mevcut pazarlardaki etkisini derinleştirdiğini ve pazar çeşitliliğini artırarak ihracatta daha yapısal bir katkı sunduğunu görüyoruz. Farklı coğrafyalarda kurulan temaslar sayesinde firmalarımız, değişken talep koşullarına ve ekonomik dalgalanmalara karşı daha esnek hareket edebilen bir ihracat yapısı oluşturmaya başladı. Bu durum, riskin dağıtılmasının ötesinde; pazarlara ilişkin bilgi birikiminin artması, yerel iş yapma kültürünün daha iyi anlaşılması ve uzun vadeli stratejilerin daha sağlıklı kurulması anlamına geliyor.

Ticaret Bakanlığının Uzak Ülkeler Stratejisi kapsamında 2025 yılında Latin Amerika ve Güneydoğu Asya başta olmak üzere uzak coğrafyalara yönelik olarak düzenlenen ticaret heyetlerini, kısa vadeli sonuçlardan ziyade orta ve uzun vadeli pazar inşasını hedefleyen bir yaklaşımın parçası olarak değerlendiriyoruz. Bu bölgelerde lojistik maliyetler, teslimat süreleri ve kültürel farklılıklar önemli unsurlar olmakla birlikte bu zorluklar aynı zamanda doğru planlama yapıldığında yüksek katma değerli ve kalıcı iş birliklerine zemin hazırlayan fırsatlar da sunuyor.

Heyetler kapsamında gerçekleştirilen hedefli B2B görüşmeler, yerel distribütörler ve sektör temsilcileriyle kurulan temaslar, Türk ihracatçısının bu pazarlarda güvenilir bir iş ortağı olarak konumlanmasına katkı sağlıyor. Bu sürecin, düzenli takip, yerel ortaklıklar ve süreklilik arz eden temaslarla desteklenmesi hâlinde, ilk bağlantıların istikrarlı ticari ilişkilere dönüşme potansiyeli oldukça yüksek. Bu çerçevede ticaret heyetleri, Türk ihracatçısının uzak pazarlarda yalnızca varlık göstermesini değil; kalıcı, rekabetçi ve sürdürülebilir bir yer edinmesini mümkün kılıyor.

Ticaret heyetleri, Türk ihracatçısının uzak pazarlarda yalnızca varlık göstermesini değil; kalıcı, rekabetçi ve sürdürülebilir bir yer edinmesini mümkün kılıyor.

Firmalarımızı yeni müşterilerle buluşturmak, pazar çeşitliliğimizi artırmak için fuar katılımlarına ve heyet programlarına özel bir önem veriyoruz.

“TİCARET HEYETLERİ YALNIZCA TANITIM DEĞİL, İHRACATTA RİSK YÖNETİMİ OLUŞTURUYOR”



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

2025 yılı küresel ticarete kurumacılık önlemlerinin arttığı, özellikle Avrupa pazarında talep daralmasının belirginleştiği zorlu bir yıl oldu. Bu dönemde Ticaret Bakanlığımız koordinasyonunda ve birliğimiz organizasyonu ile düzenlenen ticaret heyetleri, Türk demir ve demir dışı metaller ihracatçısına adeta can verdi diyebiliriz. AB pazarında yaşanan daralma karşısında, Orta Doğu ve Amerika kıtası gibi alternatif pazarlara yönelik düzenlenen heyetler sayesinde ihracatçılarımız yeni alıcılarla doğrudan temas kurma imkânı buldu. Ticaret heyetlerini bu yönüyle yalnızca tanıtım faaliyeti değil, ihracatta risk yönetimi olarak değerlendiriyoruz.

Demir ve demir dışı metaller sektörü olarak ihracatımızın yaklaşık yüzde 60'ını AB pazarı oluşturuyor, pazarı çeşitlendirmek adına yakın coğrafya ve uzak ülkeler olmak üzere eşzamanlı stratejiler yürütüyoruz. Avrupa bölgesine bir yandan fuar katılımları ile bir yandan ticaret heyetleri ile organizasyonlar düzenleyerek yoğun rekabetin yaşandığı bölgede pazar payımızı geliştirmeyi hedefliyoruz. Başta Almanya olmak üzere, Fransa, Polonya, Çekya, İspanya, İngiltere ve Balkanlar bölgesine faaliyetlerimizi yoğunlaştırmış durumdayız. AB bölgesine Ocak-Kasım 2025 döneminde bir önceki yıla göre demir ve demir dışı metaller ihracatı yüzde 12 artış gösterdi. En büyük pazarımızdaki bu artışı muhafaza etmek için bu bölgeye ticaret heyetlerimizi sürdüreceğiz.

Diğer yandan alternatif pazarlarda da etkinliğimizi artırmak adına başta Fas olmak üzere Kuzey Afrika'ya, ABD ve Kanada'ya, Meksika'ya ve Güney Amerika'ya heyetler düzenleyerek uzak ülkelerde fırsatlardan yararlanmaya

çalışıyoruz. Fas'a ihracat artışımız yüzde 10 seviyesinde, serbest ticaret anlaşmamızın tam olarak uygulanması halinde ihracatın bu bölgeye daha da artacağını öngörüyoruz. ABD'nin demir ve demir dışı metaller grubuna uyguladığı yüzde 50'ye varan ilave gümrük vergilerine rağmen ihracatımızda düşüş olmadı ve Kuzey Amerika'ya ihracatımız yaklaşık yüzde 4 artış gösterdi. Benzer şekilde Orta ve Güney Amerika ihracatımız yüzde 6 civarında artış gösterdi. Önceki yıllarda gerçekleştirdiğimiz heyetler, fuar organizasyonlarını gelecek yıllarda da devam ettirerek hem mevcut pazarlarımızı korumayı hem de oluşacak fırsatları değerlendirerek alternatif pazarlarda da etkinliğimizi artırmayı hedefliyoruz.

Uzak Ülkeler Stratejisi kapsamında Latin Amerika ve Güneydoğu Asya'ya yönelik düzenlenen ticaret heyetlerini, kısa vadeli sonuçlardan ziyade orta ve uzun vadeli kazanımlar açısından son derece kıymetli buluyoruz. Bu bölgelerde lojistik maliyetler ve kültürel farklılıklar ilk bakışta bir dezavantaj gibi görünse de, Türk demir ve demir dışı metaller sektörünün esnek üretim kabiliyeti, kalite standartları ve hızlı teslimat potansiyeli ile bu güçlükleri kısa sürede aşacağına eminiz.

2025 yılında bu bölgelere gerçekleştirilen temaslarda, Türk firmalarına yönelik ilginin arttığını ve özellikle kaliteli ürünleri ile kalıcı tedarikçi olma potansiyelinin güçlendiğini söyleyebiliriz. Ticaret heyetleri sayesinde kurulan birebir temaslara, güven ilişkisi oluşturmak için büyük önem taşıyor. Ve atılan bu adımların, önümüzdeki yıllarda düzenli ihracata ve iş birliklerine döneceğine yürekten inanıyoruz.

Teknolojinin gücüyle deneyimi yeniden tasarlıyoruz!

TİM tarafından düzenlenen **7. HİB Ödül Töreni**'nde **Telekomünikasyon Hizmetleri** kategorisinde **üst üste ikinci kez birincilik** ödülünü almanın gururunu yaşıyor; global müşteri deneyimi yaklaşımımız ve teknoloji odağımızla geleceğe bugünden değer katıyoruz.



concentrix

Müşteri deneyiminin geleceğini birlikte şekillendirmek için bizimle iletişime geçin.



İnşaat Sektörü

Güçlü Dinamiklerle 2027'ye Hazırlanıyor



2025 yılının üçüncü çeyreğinde yüzde 13,9 oranında büyüyerek hizmet sektörünün lokomotifini olduğunu kanıtlayan inşaat sektörünün, kamu yatırımları ve konut dışı projelerin etkisiyle 2027 yılına kadar 77 milyar euro'luk devasa bir hacme ulaşması bekleniyor.

Türkiye ekonomisinin lokomotif sektörleri arasında yer alan inşaat, pandemi sonrası dönemde hız kazanan ivmelenmesiyle en hareketli günlerini yaşıyor. 2025 yılı üçüncü çeyrek verilerine göre yüzde 13,9 oranında bir büyüme yaşayan inşaat, yılın en hızlı büyüyen sektörü oldu. 2025 yılı içinde kaydettiği büyüme ve son birkaç yıldır istikrarla sürdürdüğü ivmelenmeyle birlikte inşaat sektörü, stratejik bir hizmet ihracatı kalemi olduğunu bir kez daha kanıtlamış oldu. Sektör, 2025'in ilk iki çeyreğindeki yükselişine ek olarak üçüncü çeyrekte de yüzde 13,9'luk büyümeye imza attı.

Yılın başından bu yana küresel arenada ortaya koyulan prestijli projeler, sektörün hem iç pazarda hem de yurt dışında nasıl bir kaldıraç etkisi yarattığını gözler önüne seriyor. Sektörün başarı tablosundaki aslan payını ise konut sektörü üstleniyor. Pazarın yaklaşık yüzde 83'ünü oluşturan konut inşaatları, artan hane sayısı, kentsel dönüşüm teşvikleri ve düşme eğilimine giren kredi faizleriyle beslenmeye devam ediyor. Konut dışı alandaki yükselme ise diğer önemli bir alan olarak dikkat çekiyor. Hastaneler, veri merkezleri ve sanayi bölgeleri gibi yatırımlarla konut dışı inşaat hacminin yıllık yüzde 46 gibi etkileyici bir büyümeye kaydettiği görülüyor.

2025 YILINDA YAKALANAN BÜYÜME

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre, ekonominin genel büyüme hızının daha dengeli bir seyir izlediği 2025

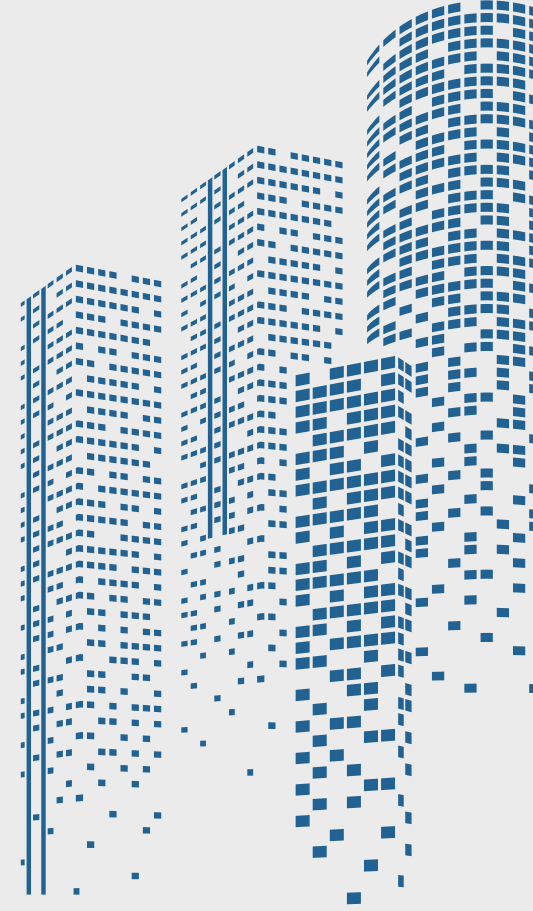
yılında inşaat sektörü; birinci çeyrekte yüzde 8,5, ikinci çeyrekte yüzde 11,1 ve üçüncü çeyrekte yüzde 13,9 oranında büyüyerek genel Gayrisafi Yurt İçi Hasıla (GSYH) artışının çok üzerinde bir performans sergiledi. Kamu yatırımları ve altyapı projeleri, inşaat sektöründe yaşanan büyümenin ana motoru olurken; özel sektörün, yüksek finansman maliyetleri ve kredi erişimindeki zorluklar nedeniyle daha temkinli bir duruş sergilediği görüldü.

Türk müteahhitler, 2025 yılında küresel belirsizlikler ve ticaret savaşlarına rağmen dünya ligindeki ikinciliğini korumayı başardı. Özellikle Romanya, Irak ve Rusya gibi pazarlarda üstlenilen milyar dolarlık projeler, sektörün teknik kabiliyetinin ve hızının uluslararası arenada yarattığı güvenli imajın bir ispatı niteliğinde.

Hizmet ihracatının en önemli kalemlerinden biri olan inşaat sektörü, sadece bina yapmakla kalmıyor, mühendislik, müşavirlik ve teknik bilgi birikimini de ihraç ediyor. 2025'in ilk dokuz ayında yurt dışında üstlenilen projelerin toplam bedeli 9 milyar doları aşarken sektörün, 2025 sonu hizmet ihracatı hedeflerine ulaşılmasında kilit bir rol oynadığı görülüyor.

SEKTÖR 70 MİLYAR EURO'YA KOŞUYOR

Uluslararası danışmanlık şirketi EY-Parthenon'un (Ernst&Young) yayımladığı "Türkiye İnşaat Sektörü Görünümü" raporu, zorlu maliyet baskılarına rağmen Türk inşaat sektörünün geleceğe dair güçlü bir büyüme



Konut Dışı Segment Yıllık Bazda Yüzde 46 Büyüdü

2024 yılında, özellikle ticari inşaat ve altyapı projelerinin yer aldığı konut dışı segmentin, yıllık bazda yüzde 46 büyümeye ile konut sektörünün büyüme hızını geride bıraktığı görüldü. Hastaneler, lojistik merkezler, organize sanayi bölgeleri ve teknoloji odaklı veri merkezleri gibi büyük altyapı projeleri ise bu hızlı yükselişin lokomotifleri oldu. Bunun yanı sıra 19 milyar euro ile zirveye ulaşan yenileme faaliyetleri de büyük ölçüde doğal afet sonrası hızlanan yeniden yapılanma çalışmaları ve devlet destekli kentsel dönüşüm programları tarafından yönlendirildi.

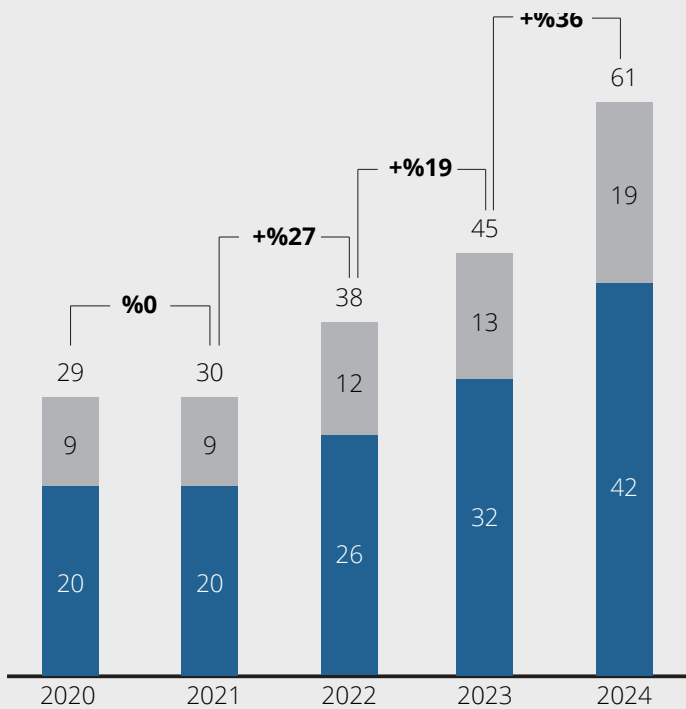
2025'in ilk dokuz ayında yurt dışında üstlenilen projelerin toplam bedeli 9 milyar doları aşarken sektörün, 2025 sonu hizmet ihracatı hedeflerine ulaşılmasında kilit bir rol oynadığı görülüyor.

potansiyeli taşıdığını ortaya koyuyor. Rapora göre sektörün önümüzdeki üç yılda kritik bir eşiği aşarak hacmini rekor seviyelere taşıması bekleniyor.

Rapor, Türkiye inşaat sektörünün büyüklüğünün 2024 yılında 61 milyar euro ile tüm zamanların en yüksek değerine ulaştığını kaydederken bu ivmelenmenin, 2025 yılında da süreceğini ve pazar büyüklüğünün yaklaşık 65 milyar euro seviyelerine çıkacağını öngörüyor. 2025 yılının üçüncü çeyreğinde, inşaat sektörünün yüzde 13,9'luk büyüme oranıyla en hızlı gelişen sektör olması da bu beklentilerin ne denli gerçekçi olduğunu kanıtıyor.

Büyümenin sadece konutla sınırlı kalmayacağını vurgulayan uzmanlar, veri merkezleri ve lojistik tesis yatırımları gibi yeni alanların da sektöre taze kan olacağını belirtiyor. Afet sonrası yeniden inşa çalışmaları ve hız kesmeyen kentsel dönüşüm projeleri de büyüme sürecinin

TÜRKİYE'NİN BİNA İNŞAAT DEĞERİ 2020-2024 (MİLYAR EURO)



önemli sacayakları arasında yer alıyor. Ancak raporda daha çok gelecek döneme dikkat çekiliyor. Rapora göre sektörün, 2025-2027 yılları arasında yıllık ortalama yüzde 7 bileşik büyüme oranı (YBBO) ile istikrarlı bir genişleme sergilemesi ve toplam hacmini 70-77 milyar euro seviyesine yükseltmesi bekleniyor.

MALİYETLER ARTTI ANCAK GELİRLER KATLANDI

Sektörün finansal durumu incelendiğinde, maliyet artışları ve bu artışlara karşı gösterilen direnç dikkat çekiyor. 2021 ile 2024 yılları arasında inşaat maliyet endeksi 100'den 505'e yükselerek beş katına

çıktı. Malzeme fiyatlarındaki artış, finansman kaynaklarına erişimdeki zorluklar ve nitelikli iş gücü sıkıntısı, artan talebi karşılamaya çalışan firmaların kâr marjları üzerinde ciddi bir baskı oluşturdu. Ancak kârlılığı koruma konusunu önceliğe alan sektör oyuncularının, bu süreci başarılı şekilde yönettiği görülüyor.

Aynı dönemde gelir endeksinin 100'den 706'ya yükselmesi, gelir artışının maliyetleri geride bıraktığını ve firmaların kârlılıklarını koruyabildiğini gösteriyor. Üretim endeksinde de 2022'de görülen dip seviyeden sonra 2024 itibarıyla yeniden güçlü bir toparlanma sinyali görüldü.

İNŞAAT İÇİN TEKNOLOJİK DÖNÜŞÜM BİR ZORUNLULUK

Firmalar maliyet baskısı karşısında kârlılığı korumak ve ayakta kalmak için geleneksel iş kollarının dışına çıkarak alternatif iş alanlarına yönelme stratejileri geliştiriyor. Bu stratejinin temel taşlarını ise teknoloji ve verimlilik oluşturuyor. EY-Parthenon'un raporu, maliyet baskılarına rağmen inşaat firmalarının Yapı Bilgi Modellemesi (BIM), yapay zekâ entegrasyonu ve robotik kullanımı gibi ileri teknolojik yatırımlara yönelme hızının arttığını belirtiyor.

Teknolojik dönüşüm, sağladığı maliyet avantajının yanı sıra sektörün gelecekteki rekabet gücünün de anahtarı olarak görülüyor. Bu sebeple de sürdürülebilir bir kârlılık için maliyet yönetimindeki dev zorlukların, teknolojik adaptasyon ve stratejik iş modeli dönüşümleriyle aşılması gerekiyor.



61
milyar euro
2024 yılında Türkiye İnşaat sektörünün ulaştığı değer

%30
İnşaatın, diğer sektörler üzerindeki etkileri de dikkate alındığında Türk ekonomisindeki payı

1,5
milyon kişi
İnşaat sektörünün yarattığı istihdam

“İnşaat Sektöründeki Büyüme, Hizmet İhracatının Genel Performansını Yukarı Taşıyor”

Yılın üçüncü çeyreğinde yakaladığı büyüme ile küresel daralmaya meydan okuyan inşaat sektörü, üstlendiği projelerle lojistikten teknolojiye kadar pek çok sektörü aynı anda harekete geçirerek âdeta kaldıraç etkisi yaratıyor.



HİB Yönetim Kurulu Üyesi, Müteahhitlik ve Teknik Müşavirlik Hizmetleri Sektör Komitesi Başkanı Fatih Volkan Kazova: “Türk müteahhitlik sektörü, dünyanın en büyük ve en karmaşık projelerinde söz sahibi bir aktör konumunda. Bunun da temelinde sektörümüzün yetkinliğini kanıtlayan üç ana unsur yatıyor: Uçtan uca proje yönetimi kabiliyeti, farklı ve zor coğrafyalarda edinilmiş saha tecrübesi ile zaman ve bütçe disiplinine olan güçlü bağlılık.”



İnşaat sektörü, 2025 yılı verilerine yansıyan yüzde 13,9'luk büyüme performansı ile sadece kendi hacmini değil, Türkiye'nin genel hizmet ihracatını da yukarı taşıyan stratejik bir rol üstleniyor. Hizmet İhracatçıları Birliği (HİB) Müteahhitlik ve Teknik Müşavirlik Hizmetleri Sektör Komitesi Başkanı Fatih Volkan Kazova, sektörün bu başarısının tesadüfi olmadığını; tasarım, mühendislik ve işletme süreçlerini kapsayan entegre bir yönetim anlayışına dayandığını belirtiyor.

Kazova, Türk müteahhit firmalarının Rusya'dan Afrika'ya uzanan tecrübesinin Suudi Arabistan gibi yükselen pazarlarda nasıl yeni fırsatlara dönüştüğünü ve sektörün “Türk Hizmet Markası” algısına katkılarını dergimiz TİMReport'a anlattı.

2025 yılı üçüncü çeyrek verilerine göre yüzde 13,9 ile en hızlı büyüyen sektör olan inşaat, sağladığı katkı ile âdeta bir kaldıraç etkisi yaratıyor. Küresel daralmalara ve finansman zorluklarına rağmen sektörün bu ivmeyi koruyabilmesinin ardındaki temel direnç mekanizması sizce nedir?

2025 yılının üçüncü çeyreğinde yüzde 13,9'luk büyüme performansı, inşaat sektörünün yalnızca konjonktürel bir sıçrama değil, yapısal bir dayanıklılık sergilediğini ortaya koyuyor. Küresel ölçekte finansman maliyetlerinin yükseldiği, jeopolitik risklerin arttığı ve yatırımların daha seçici hâle geldiği bir dönemde bu ivmenin korunabilmesi, sektörün uzun yıllara dayanan kriz yönetimi refleksinin bir sonucu. Bu başarı, aynı zamanda firmalarımızın kurumsal hafızasının ve zorlu dönemleri yönetme kabiliyetinin ne denli güçlü olduğunun da bir kanıtıdır.

Türk inşaat ve müteahhitlik sektörü, yalnızca proje üretme kapasitesiyle değil; hızlı adaptas-

yon, maliyet optimizasyonu, çok coğrafyalı çalışma tecrübesi ve güçlü insan kaynağı ile öne çıkıyor. Uzun yıllara yayılan uluslararası tecrübe, firmalarımıza belirsizlik dönemlerinde farklı senaryolara hızla uyum sağlayabilen bir hareket kabiliyeti kazandırdı.

Toplam hizmet ihracatı içinde sektörümüz, yalnızca kendi hacmiyle değil; beslediği alanlarla da stratejik bir rol üstleniyor. Yurt dışı projelerimiz ise geniş bir hizmet ekosistemini aynı anda harekete geçiriyor. Bu nedenle inşaat sektöründeki büyüme, hizmet ihracatının genel performansını yukarı taşıyan yapısal bir etki yaratıyor. Sektörümüzün yurt dışında üstlendiği her proje, aynı zamanda “Türk Hizmet Markası” algısını güçlendirerek lojistikten bilişime kadar diğer sektörlerimizin de önünü açıyor.

Türkiye, uluslararası müteahhitlik hizmetlerinde dünyada ikinci sırada konumlanıyor. Orta Doğu, Afrika, Hindistan, Avrupa, Rusya ve Körfez bölgesindeki 500 milyon doları aşan büyük projelerde de yine Türk müteahhitlik firmaları aktif rol üstleniyor. Türk inşaat sektörünü küresel rekabette öne çıkaran özellikler hakkında neler söylersiniz?

Türkiye'nin uluslararası müteahhitlikte dünya ikinciliğine yükselmiş olması, tesadüfi bir başarı değil. Bugün Türk müteahhitlik sektörü, dünyanın en büyük ve en karmaşık projelerinde söz sahibi bir aktör konumunda. Bunun temelinde sektörümüzün yetkinliğini kanıtlayan üç ana unsur yatıyor.

Birincisi, uçtan uca proje yönetimi kabiliyeti. Türk müteahhitleri; tasarım, mühendislik, tedarik, inşaat ve işletme süreçlerini entegre bir yaklaşımla yönetebiliyor, bu sayede de karmaşık projelerde işverenlere tek merkezden çözüm sunuyor.

İkincisi, farklı ve zor coğrafyalarda edinilmiş saha tecrübesi. Orta Doğu'dan Afrika'ya, Rusya'dan Orta Asya'ya kadar farklı regülasyon, iklim ve güvenlik koşullarında çalışabilme yetkinliği, firmalarımıza küresel ölçekte önemli bir rekabet avantajı kazandırıyor.

Üçüncüsü ise zaman ve bütçe disiplinine olan güçlü bağlılık. Küresel yatırımcılar için bugün en kritik başlıklardan biri olan öngörülebilirlik, Türk müteahhitlik sektörünün en güçlü referans noktalarından biri.

Bu unsurlar sayesinde Türk firmaları, yalnızca yüklenici kimliğiyle değil; giderek çözüm ortağı rolüyle hareket eden, projeye değer katan ve güven veren aktörler hâline geldi. Yatırımcılar, Türk firmalarıyla çalıştıklarında sadece bir inşaat hizmeti değil, aynı zamanda sürdürülebilir bir iş ortaklığı kültürü satın aldıklarını biliyor. Bu güven ilişkisi, sektörümüzün marka değerini her geçen gün daha yukarı taşıyor

Türk müteahhitleri genellikle olarak Rusya, Bağımsız Devletler Topluluğu Ülkeleri (BDT) ülkeleri ve Orta Doğu'da çok güçlü. Ancak son dönemde küresel dengeler radikal bir değişim sürecine girdi. Bu değişimle birlikte sektörün radarına aldığı yeni pazarlar var mı?

Geleneksel olarak güçlü olduğumuz Rusya, BDT ülkeleri ve Orta Doğu, Türk müteahhitlik sektörü açısından önemini korumaya devam ediyor. Bu pazarlarda edinilmiş uzun soluklu saha tecrübesi, firmalarımıza farklı ölçek ve nitelikteki projelerde güvenilir bir referans sağlıyor. Ancak küresel ölçekte artan belirsizlikler ve değişen yatırım öncelikleri, sektörümüzün pazar yaklaşımını daha dengeli ve seçici bir zeminde ele almasını gerekli kılıyor. Riskleri dağıtmak ve portföyümüzü çeşit-



Yatırımcılar, Türk firmalarıyla çalıştıklarında sadece bir inşaat hizmeti değil, aynı zamanda sürdürülebilir bir iş ortaklığı kültürü satın aldıklarını biliyor. Bu güven ilişkisi, sektörümüzün marka değerini her geçen gün daha yukarı taşıyor.

lendirmek adına, yeni pazarlardaki fırsatları proaktif bir yaklaşımla değerlendiriyoruz.

Bu kapsamda, Körfez Bölgesi'nde ve özellikle Suudi Arabistan'da devam eden altyapı ve turizm odaklı yatırımları yakından takip ediyoruz. Ulaşım, konaklama, şehircilik ve sosyal altyapı alanlarında süregelen projeler, Türk müteahhitleri için önümüzdeki dönemde istikrarlı bir iş potansiyeli sunuyor. Sektörümüz, bu coğrafyalarda hem büyük ölçekli üstyapı projelerinde hem de tamamlayıcı altyapı işlerinde etkin biçimde yer alabilecek kapasiteye sahip.

Sınırdaki Karbon Düzenleme Mekanizması (SKDM) kapsamında öncelikli sektörler (demir, çelik, alüminyum, çimento) inşaat sektörünü doğrudan etkiliyor.

Sektör, sürdürülebilir inşaat ve yeşil sertifikasyon konularında küresel standartlara ne kadar hazır? Türk müteahhitler, AB pazarındaki projelerde, karbon vergisi yüküyle nasıl başa çıkacak?

Avrupa Yeşil Mutabakatı ve SKDM, sektörümüz için bir tehdit değil, küresel rekabetin temel belirleyicisi hâline geldi. Artık demir, çelik ve çimento gibi girdilerin karbon ayak izi, projenin sadece çevresel notunu değil, ticari başarısını doğrudan etkiliyor. Türk müteahhitlik sektörü olarak şunun bilincindeyiz: Uluslararası fonlara ve uygun maliyetli kredilere erişimin yolu, artık yeşil uyumluluktan geçiyor. Bu nedenle, sürdürülebilirlik konusunu bir maliyet kalemi olarak değil, finansal sürdürülebilirliğin anahtarı olarak görüyoruz.

Türk firmaları bu dönüşüme hazırlıksız değil. Özellikle büyük ölçekli projelerde uluslararası geçerliliği olan çevre ve sürdürülebilirlik standartlarını zaten uyguluyoruz. Ancak AB pazarında karbon vergisi yükünü yönetmenin asıl yolu, vergiyi bir maliyet olarak kabullenmek değil; teknoloji ve verimlilikle bu maliyeti kaynağında minimize etmektir. Burada devreye dijitalleşme ve ileri mühendislik yazılımları giriyor. Tasarım aşamasında akıllı modelleme sistemlerini kullanarak, atığı ve karbon emisyonunu daha şantiye kurulmadan en aza indiriyoruz. Türk inşaat sektörü, teknolojik adaptasyon hızıyla, bu süreci fırsata çevirecek kapasitededir. HİB olarak bizler de üyelerimizin bu yeni standartlara en hızlı şekilde adapte olması için gerekli rehberlik çalışmalarını sürdürüyoruz.

EY-Parthenon, “Türkiye İnşaat Sektörü Görünümü” isimli raporunda sektör büyüklüğünün 2025'te yaklaşık 65 milyar euro'ya, 2026'da ise 70 milyar euro'ya yükseleceğini öngö-

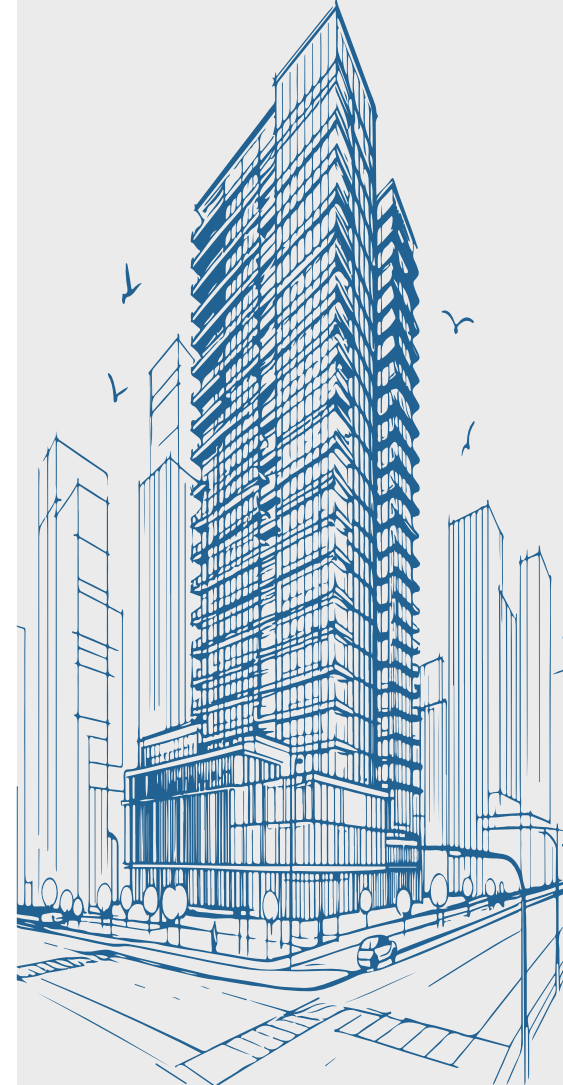
Türk müteahhitleri; tasarım, mühendislik, tedarik, inşaat ve işletme süreçlerini entegre bir yaklaşımla yönetebiliyor, bu sayede de karmaşık projelerde işverenlere tek merkezden çözüm sunuyor.

rüyor. Siz bu öngörüğü nasıl değerlendiriyorsunuz?

Söz konusu rapordaki öngörüler, sektörümüzün mevcut potansiyeli ve iş alma kapasitesiyle uyumlu, gerçekçi hedefler olarak değerlendiriyorum. Ancak biz, başarıyı sadece “toplam ciro” veya “parasal büyüklük” üzerinden tanımlamıyoruz. Bizim için asıl kritik nokta, ulaşılabilecek bu cironun niteliği, katma değeri ve sürdürülebilirliğidir.

Eğer biz bu büyüklüğe, sadece standart işlerle ulaşırsak bu yalnızca bir hacim artışı olur. Ancak Türk inşaat sektörü artık küresel ölçekte bir marka değerine sahip. Biz bu hedeflere, içinde yüksek mühendislik barındıran, teknik müşavirlik hizmetlerinin ön planda olduğu, teknolojinin ve inovasyonun kullanıldığı nitelikli projelerle ulaşmayı amaçlıyoruz.

Deprem sonrası iç pazardaki imar faaliyetleri ve yurt dışındaki kararlı büyüme stratejimiz birleştiğinde, bu rakamların yakalanmasını umuyoruz. Dolayısıyla biz bu hedefleri sadece yakalamakla kalmayıp, Türk müteahhitliğinin kalıcı ve nitelikli büyüme trendini devam ettireceği önemli bir eşik olarak görüyoruz. Sektörümüzün bu vizyonu, Türkiye'nin küresel değer zincirindeki yerini daha üst basamaklara taşıyacak en önemli itici güçlerden biri olacak.



“Türk Müteahhitliği Global Bir Marka Konumuna Erişiyor”

Sektörümüz açısından pazar değerlendirmesi artık yalnızca coğrafi genişleme üzerinden değil; proje niteliği, finansman yapısı ve uzun vadeli sürdürülebilirlik kriterleri üzerinden yapılıyor. Kamu altyapıları, ulaştırma ağları ve turizmle bağlantılı yatırımlar, Türk müteahhitlerinin proje yönetimi tecrübesi ve operasyonel esnekliği sayesinde rekabet avantajı yakaladığı alanlar arasında yer alıyor.

Bu yaklaşım, firmalarımızın kısa vadeli fırsatlar yerine daha kalıcı ve öngörülebilir iş hacimlerine odaklanmasını sağlıyor. Böylece Türk müteahhitliği, sadece belirli coğrafyaların değil, tüm dünyanın imarında söz sahibi olan global bir marka konumuna erişiyor.



Geleceğin Gıdası

Organik Tarımda Gizli

Tüketicilerin güvenilir gıdaya yönelik artan talebi, organik tarımı küresel bir trend olmaktan çıkararak devasa bir pazara dönüştürdü. Tarladan rafa izlenebilirliği esas alan organik tarım yaklaşımında, kısa sürede önemli bir oyuncu hâline gelen Türkiye'nin ihracatı ise 200'ün üzerinde organik ürün çeşidiyle 1 milyar doları aşmış durumda.

Sürdürülebilirliğin, tarladan rafa kadar izlenebilirliğin ve gıda güvenliğinin sağlandığı tarım şekli olan organik tarımın; sadece bir üretim modeli olmanın ötesinde bütüncül bir felsefe ve sürdürülebilir bir yaşam biçimi olduğunu söyleyebiliriz. Kısaca doğa ile uyum içinde, onu tüketmek yerine besleyerek yapılan tarımdır. Bu yaklaşımın temelinde, toprağın sağlığını korumak ve geliştirmek yatıyor. Organik çiftçilik de geleneksel tarımdaki anlayışın aksine uzun vadeli sürdürülebilirliği, ekosistem dengesini ve gıdanın besin değerini önceliklendiren bir yaklaşımı benimsiyor.

Organik tarım, iklim değişikliğiyle mücadelede, su kaynaklarını korumada ve biyolojik çeşitliliği muhafaza etmede hayati bir rol oynuyor. Çünkü organik olarak yönetilen toprak, daha fazla karbon tutma kapasitesine sahip olduğundan erozyona karşı daha dirençli oluyor. Bu da tüketicilere, kalıntısız ve güvenilir gıdaya erişim imkânı sunarken çiftçilere de doğal kaynaklara bağımlılığı azaltan, daha dirençli bir üretim sistemi sunuyor.

ORGANİK TARIM KÜRESEL DÜZLEMDE YÜKSELİŞTE

Özellikle iklim değişikliğinin artan etkileri sonrasında organik tarım, küresel bir trendin ötesine geçerek birçok ülkenin tarım politikalarının merkezine yerleşmeye başladı. Tüketici talebinin artması hükümet teşvikleri ve çevre bilincinin yükselmesi de bu yükselişi destekliyor. "The World

of Organic Agriculture" isimli rapordaki verilere göre küresel organik tarım alanı 2023 yılında 2,5 milyon hektar artarak yaklaşık 99 milyon hektara ulaştı.

Okyanusya, 53,2 milyon hektarlık alanıyla küresel organik tarım alanının yarısından fazlasını oluşturarak organik tarımda lider bölge olmaya devam ediyor. Okyanusya'yı, 19,5 milyon hektarla Avrupa ve 10,3 milyon hektarla Latin Amerika takip ediyor. Ülkelere göre bakıldığında ise Avusturya 53 milyon hektarla lider konumda, 4,5 milyon hektarla Hindistan ikinci, 4 milyon hektarla Arjantin üçüncü sırada yer alıyor.

PAZAR PAYINDA AB VE ABD ÖNDE GİDİYOR

Dünyada organik tarıma yönelik pazar payı ve politika uygulamaları noktasında Avrupa Birliği (AB) ve Amerika Birleşik Devletleri'nin (ABD) kritik önemi bulunuyor. Organik ürünler küresel pazarı 2023 yılında 136,4 milyar euro'ya ulaştı. Bu süreçte Avrupa pazarı en güçlü büyümeyi kaydederek birçok ülkeye göre daha iyi bir toparlanma kaydetti. AB, 2030 yılına kadar tarım arazilerinin en az yüzde 25'ini organik tarıma ayırma hedefini koyarak da bu alandaki kararlılığını ortaya koymuş durumda.

ABD'nin, 59 milyar euro ile en büyük pazar konumunu 2023 yılında da koruduğu görülüyor. ABD'yi, 16,1 milyar euro ile Almanya ve 12,6 milyar euro ile Çin takip ediyor. İsviçre, 468 euro ile



53,2 milyon hektarlık alanıyla küresel organik tarım alanının yarısından fazlasını oluşturan Okyanusya, organik tarımda lider bölge olarak konumlanıyor.

Okyanusya'yı, 19,5 milyon hektarla Avrupa ve 10,3 milyon hektarla Latin Amerika takip ediyor.

Organik sektörde yaklaşık 35 yıllık deneyimi bulunan Türkiye, Avrupa Yeşil Mutabakatı hedeflerine uyum sağladığı için Türk organik ihracatçıları, Avrupa'nın bir numaralı tedarikçisi durumunda.

kişi başına organik gıda harcamasında en yüksek rakamı kaydediyor. Toplam gıda pazarının yüzde 11,8'ine sahip olan Danimarka ise en büyük organik pazar payıyla liderliğe yükseldi. Estonya ve Hollanda'daki perakende satışlar önemli ölçüde artarken en büyük iki pazar olan ABD ve Almanya'da ise büyüme oranları sırasıyla yüzde 3,4 ve yüzde 5,0 oldu.

TÜRKİYE'NİN 1,3 MİLYON TONLUK ORGANİK TARIM ÜRETİMİ BULUNUYOR

Türkiye'de organik tarımın yolculuğu, 1980'lerin başında Avrupa ve Amerika Birleşik Devletleri'nden gelen taleplerle büyümeye başladı. İlk aşamada ağırlıklı olarak kuru incir, kuru üzüm gibi geleneksel ihraç ürünlerinde yoğunlaşan Türkiye, coğrafi konumu ve zengin biyoçeşitliliği sayesinde kısa sürede önemli bir oyuncu hâline geldi. Öncelikle Ege ve Akdeniz bölgelerinde hızla yayılarak büyüyen organik tarım zamanla

diğer bölgelerde de ilgi görmeye başladı. Resmi düzenlemeler ve yönetmeliklerle kurumsal bir zemine oturması sonrası Türkiye'nin, organik tarımda uluslararası standartlara uyumu güçlenmeye başladı.

Organik tarımın Türkiye'deki gelişimi ağırlıklı olarak ihracat odaklı ilerliyor. Bugün 1 milyar doları aşan Türkiye'nin organik tarım ihracatı, 2 milyar dolar hedefine doğru ilerliyor. Türkiye, 200'ün üzerinde organik ürün çeşidiyle 36 bin üreticiye ve 1,3 milyon ton üretime ulaşmış durumda.

TÜRK ORGANİK İHRACATÇILARI AVRUPA'NIN TEDARİKÇİSİ OLMA YOLUNDA

Türkiye tarım üretiminde özellikle de meyve ve sebze güçlü bir pazar. 2024 yılında yüzde 3,2 büyüyen Türkiye'nin tarım sektörüne, dünyanın birçok bölgesinden olduğu gibi Avrupa'dan da yoğun bir talep var. Özellikle organik ürünler

Avrupa Birliği (AB) pazarı için çok önemli. AB'nin en büyük alıcısı olan Almanya, Türkiye ile organik ürünlerde ticareti geliştirmek istiyor. Almanya'da uygulamaya alınan, 250 metrekareden büyük olan işletmelere menülerinde glutensiz gıda sunma zorunluluğu sonrasında, glutensiz gıdalar ve şekersiz ürünlere yönelik talep daha da artmış durumda. Türkiye'nin glutensiz gıdalar ve şekersiz ürünlerde önemli bir pazar olması bu noktada fırsatları artırabilir.

Türkiye, yıllık 3 milyon tona yakın organik ürün ithal eden AB'nin en çok ithalat yaptığı ülkeler arasında 7'inci sırada yer alıyor. Organik sektörde yaklaşık 35 yıllık deneyimi bulunan Türkiye, Avrupa Yeşil Mutabakatı hedeflerine uyum sağladığı için Türk organik ihracatçıları, Avrupa'nın bir numaralı tedarikçisi durumunda. Organik tarımın başlangıcı olarak kabul edilen Ege Bölgesi kapsamlı organik altyapısı ile Avrupa'daki organik ihracat payını artırmak için çalışıyor. Bu kapsamda da çiftçilere eğitimler veriyor.

ÇİN İLE İŞ BİRLİKLERİ ARTIYOR

Son yıllarda organik sektörde güçlü bir büyüme kaydeden Çin ile Türkiye, organik tarım alanındaki iş birliklerini artırma ve Asya ile batı arasında bir köprü görevi üstlenme hedefini taşıyor. 2024 yılı Çin Organik Ürün Sertifikasyonu ve Organik Sanayi Gelişimi Raporu, Çin'de organik ürün etiketlerinin sayısının ilk kez 5 milyarı aştığını ortaya koyuyor. Ülkedeki organik ürün satışlarının ise 15 milyar dolara



ulaşarak büyük bir pazar hacmi oluşturduğu biliniyor. Ayrıca organik tarım alanını 3,42 milyon hektara yükselten Çin, Asya bölgesinde Hindistan'ın ardından ikinci sırada konumlanıyor.

Çin'deki organik sektörün, 2018-2024 dönemi boyunca organik ürün satışlarının yıllık ortalama büyüme oranı yüzde 9,3 olarak gerçekleşti. Yani 2024'te, 2018 yılına kıyasla 1,6 katlık bir artış hızı yakaladı. Bu güçlü büyüme, Çin'i dünyanın üçüncü büyük organik pazarı konumuna taşımış durumda. Bu sayede Çin'de organik tarım, 3,42 milyon hektar alana ulaşarak Asya'da Hindistan'ın ardından ikinci sıraya yerleşti.

Çin, organik tarımı yalnızca ekonomik bir faaliyet olarak değil; ülkeler arasında bilgi, güven ve iş birliği köprüleri kuran bir sistem olarak görüyor. Organik tarımın değerleri, Çin'in Bir Kuşak, Bir Yol girişimiyle de örtüştüğünden bu konuda Türkiye ile ortak paydada buluşuyor. Türkiye'nin güçlü tarım ve sanayi altyapısı, AB eş değer organik sertifikasyon sistemi ve Bir Kuşak, Bir Yol kapsamındaki stratejik konumu, iki ülke arasında organik tarımda iş birliği için önemli fırsatlar sunuyor.

Türkiye, yıllık 3 milyon tona yakın organik ürün ithal eden AB'nin en çok ithalat yaptığı ülkeler arasında 7'inci sırada yer alıyor.

“ORGANİK TARIM STRATEJİSİNİN TEMELİNDE ULUSAL DÜZEYDE GELİŞTİRME HEDEFİ OLMALI”



Prof. Dr. Uygun Aksoy
Ekoloji Tarım Organizasyon
Derneği (ETO) Yönetim Kurulu
Başkanı

Kuru, kurutulmuş veya işlenmiş, raf ömrü uzun bitkisel ürünler ve tekstil, bugün de organik ürün ihracatının hemen tamamını oluşturuyor. Bal, yumurta ve az sayıda işlenmiş ürün dışındaki hayvansal ürünler ihracatta yer almıyor. Değerlendirmede dikkate alınması gereken en önemli konu, Tarım ve Orman Bakanlığının veri setinin, sadece Türkiye’de geçerli olan TR sertifikalı ürün bilgilerini içermesi. Oysa bunun dışında ihracata yönelik olarak TR sertifikasyonu almaksızın Avrupa Birliği (AB), Amerika Birleşik Devletleri (NOP), Japonya (JAS) gibi birçok standarda göre organik olarak üretilmiş ve sertifikalandırılmış büyük miktarda tarım-gıda ürünü bulunuyor. Gerek ülkemizdeki yasal sistem gerekse ana alıcı konumundaki ülkelerde organik tarım standartları, tarım-gıda ürünlerini kapsıyor ve gıda dışı dikkate alınmadığından toplam organik üretim değeri tam olarak hesaplanamıyor.

Ülkemizin iklim çeşitliliği, sahip olduğu tarımsal ve doğal biyoçeşitlilik, bir yandan yılın farklı dönemlerinde organik ürün üretimine olanak tanıdığı gibi diğer yandan da doğadan toplanan organik ürünleri çeşitlendirme açısından fırsat yaratıyor. Bu açıdan yaş meyve-sebze üretimi, balık ve diğer su ürünlerinin üretimi, Doğu Anadolu meralarında hayvansal üretim organikte ek fırsatlar yaratıyor. Konumu, organik pazarın hızlı geliştiği başta Avrupa ülkeleri olmak üzere Körfez ülkeleri, Çin ve diğer Uzak Doğu ülkeleri açısından yeni ürün ve yeni pazar imkânı yaratıyor. Ancak bu ülkelerin kendi üretimlerini artırdıkları da düşünüldüğünde fırsat alanlarını iyi değerlendirmek ve pazar koşulları tüketici tercihleri

konusunun araştırılması gerekiyor. Örneğin AB, organik deniz ürünleri üretimini hem sucul ekosistemlerin korunması hem de protein ihtiyacının karşılanması yönleriyle bir fırsat alanı olarak ortaya koyuyor. Ülkemizin balık ihracatında sağladığı ivme, organik üretimle de desteklenebiliyor. Tekstil konusunda da ülkemizde transgenik pamuk (GDO) çeşitlerinin ekimi yasak olduğundan organik pamuk ve tekstil açısından önemli avantaja sahiptir. Bu amaçla pamuk başta olmak üzere kenevir, keten, yün gibi lif üretimi ve işlenmesi doğru planlamalarla girdi kullanımının yoğun olmadığı bölgelerde hızla geliştirilebiliyor.

Her ülke, öncelikle kendi ihtiyaçları doğrultusunda iç pazarı büyütmek üzere strateji ve eylem planları geliştiriyor. Pazar artışında kendi üretimleri ile karşılanamayan ürünler veya miktarlar diğer ülkelerde ihracat açısından fırsat yaratıyor. Ülkemizde de sürdürülebilir organik tarım stratejisinin temelinde ulusal düzeyde geliştirme hedefi olmalı. Bu amaçla organik sistemin temel ilkelere uygun olarak kurulması, etkin bir denetim mekanizması ile tüm aktörlerde güvenin sağlanması, AR-GE ve inovasyon, kapasite geliştirme ve farkındalık faaliyetleri önemlidir. İşletme dışı girdiler yerine ekolojik döngülere dayalı dengeli bir ekosistem geliştirildiğinde, toprak üstü ve altı çeşitliliği artarak toprak sağlığı uzun dönemli iyileşir, faydalılar ve tozlayıcılar için doğal yaşam alanları yaratılır, biyoçeşitlilik artar, iklim değişikliğine karşı dirençli bir yapı oluşturulur. Çeşitlilik ekonomik kırılganlığı azaltarak sürdürülebilirliğe katkı sağlarken adil ve refahı gözetilen sistem sosyal açıdan kalkınmayı tetikler.

Organik sistemin temel ilkelere uygun olarak kurulması, etkin bir denetim mekanizması ile tüm aktörlerde güvenin sağlanması, AR-GE ve inovasyon, kapasite geliştirme ve farkındalık faaliyetleri önemlidir.

Uluslararası Depolarımız ile DÜNYA’YA AÇILIN!

AVRUPA

- Bocholt (Almanya)
- Duisburg (Almanya)
- Kettring (İngiltere)
- Lyon (Fransa)
- Rotterdam (Hollanda)
- Bükreş (Romanya)

USA

- California
- Pennsylvania
- Florida
- New Jersey

Yakında

- İtalya
- İspanya

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
Kontakt e-mail	: contact@bentasbentonit.com
Telefon	: +90 452 423 48 04
Fax	: +90 452 424 02 16
Web	: www.bentasbentonit.com
E-mail	: contact@bentasbentonit.com
Adres	: Fatsa OSB. 101 Sk. No: 20 52400 Fatsa / ORDU

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

f X @BentasBentonit | www.bentasbentonit.com

TİM

**TÜRKİYE
EXPORTERS
ASSEMBLY**

**AMONG TOP 1000
EXPORTERS OF TÜRKİYE**



VAN CAT WHITE CAT'S WHITE roCat

Sambadan Sanayiye Latin Amerika'nın Ekonomik Motoru

Güney Amerika'nın dev ekonomisi Brezilya, karnavalları, futbolu ve turizm potansiyeliyle olduğu kadar; ham madde tedarikindeki gücü, BRICS içindeki etkisi ve 210 milyonu aşan nüfusuyla küresel dengeleri değiştiren stratejik bir aktör olarak öne çıkıyor.

Dünya genelinde, karnavalları, futbolu ve kültürel renkleriyle tanınan Brezilya; arka planda dünyanın en büyük ham madde tedarikçilerinden biri olmasıyla gelişmekte olan piyasaların öncü aktörlerinden biri olarak konumlanıyor. Brezilya, Güney Amerika kıtasının hem yüz ölçümü hem de nüfus bakımından en büyük ülkesi. Bu anlamda da sadece bölgesel bir güç değil, aynı zamanda küresel dengeleri etkileyebilecek potansiyele sahip dev bir ekonomi olarak öne çıkıyor.

210 milyonun üzerindeki nüfusu ve kıta ekonomisinin yarısını temsil eden hacmiyle Brezilya, Latin Amerika'nın tartışmasız lideri durumunda. Portekizce konuşulan tek Güney Amerika ülkesi olması Brezilya'yı kültürel olarak komşularından ayırsa da MERCOSUR (Güney Ortak Pazarı) kurucu üyesi olarak ülke, ticari entegrasyonun merkezinde yer alıyor. Federal bir cumhuriyetle yönetilen ülke, 26 eyalet ve bir federal bölgeden oluşuyor. Ülke ekonomisinin kalbi ise Sao Paulo'da atıyor.

ÜLKE, EKONOMİSİNDEKİ DİRENÇLİ YAPISINI KORUYOR

Brezilya ekonomisi, zengin doğal kaynaklara, son derece gelişmiş bir tarım sektörüne ve çeşitliliği yüksek, güçlü bir sanayi tabanına dayanıyor. Dünyanın en büyük 10 ekonomisi arasında kendine yer bulan ülke, aynı zamanda G20 ve BRICS grubunun en etkili üyelerinden biri olarak küresel karar alma mekanizmalarında söz sahibi konumunda. Ülke, 2021-2024 yılları arasında da ortalama



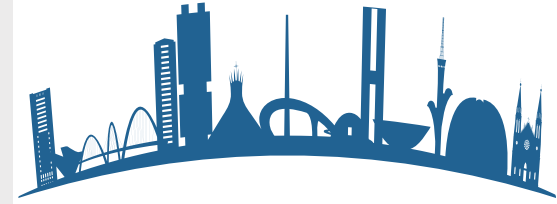
Minas Gerais

yüzde 3'ü aşan bir büyümeye göstererek dirençli yapısını koruduğunu gösterdi.

Tarihsel olarak kahve ve kauçuk gibi emtia döngülerine bağlı kalan ekonomisi, günümüzde Latin Amerika'nın en gelişmiş sanayi altyapısına sahip. Ülke, otomotivden petrokimyaya, çelik üretiminden havacılığa kadar geniş bir yelpazede üretim yapan yapısıyla dikkat çekiyor. Ayrıca yüksek oranda dış ticaret fazlası veriyor. Küresel gıda güvenliği açısından kritik bir role sahip olan Brezilya'nın dış ticaret fazlası vermesinin, büyük oranda tarım ve madencilik ürünlerine borçlu olduğu belirtiliyor.

KÜRESEL TARIM EKOSİSTEMİNİN BASKIN AKTÖRÜ

Brezilya, sahip olduğu geniş topraklar ve elverişli iklim koşullarıyla küresel tarım



%2,4
Büyüme oranı

2.256
milyar dolar
GSYİH

10.578
dolar
Kişi Başı GSYİH
(2025, IMF Tahmini)

“Dünyanın çiftliği” olma iddiası taşıyan ülke, soya fasulyesi, kahve, portakal suyu ve şeker ihracatında dünya liderliğini elinde tutarken; hayvansal gıda üretiminde de dünyanın en büyük tedarikçileri arasında yer alıyor.



Rio De Janeiro



8.514.877
kilometrekare
Yüzölçümü

213.362.000
milyon
Nüfus
(2025, IMF Tahmini)

piyasasının en baskın aktörleri arasında yer alıyor. 2024 yılı itibarıyla tarım ve hayvancılık sektörü, ülke GSYİH'sine yüzde 5,6 oranında katkı sağladı. Ancak olumsuz hava koşulları nedeniyle bu oran, bir önceki yıla göre yüzde 3,2 oranında bir daralma yaşadı. Brezilya tarımı, mısır ve soya fasulyesi gibi iki stratejik ürüne dayanıyor ve bu ürünler, toplam tarımsal GSYİH'nin yaklaşık yüzde 35'ini oluşturuyor.

“Dünyanın çiftliği” olma iddiası taşıyan ülke, soya fasulyesi, kahve, portakal suyu ve şeker ihracatında dünya liderliğini elinde tutarken; hayvansal gıda üretiminde de dünyanın en büyük tedarikçileri arasında yer alıyor. Özellikle et ihracatı, ülke ekonomisi için büyük bir döviz

kaynağı yaratıyor. 2024 yılında sığır eti ihracatı 12,8 milyar dolara ulaşan Brezilya'nın, canlı hayvan ihracatında Türkiye, Irak ve Mısır gibi ülkeler ana pazarlar arasında yer alıyor. Soya yağı üretiminde ve ihracatında da dünyanın önde gelen ülkelerinden biri olarak dikkat çekiyor.

YERALTI ZENGİNLİKLERİNDEN YÜKSEK TEKNOLOJİYE

Brezilya'nın ihracat gücünü, sadece tarımla tarıma bağlamak yanlış olur. Atlas Okyanusu açıklarında keşfedilen geniş petrol rezervleri ülkeyi önemli bir enerji ihracatçısı konumuna getirirken, dünyanın en büyük demir cevheri üreticilerinden biri olması da sanayisini besliyor. Özellikle

enerji konusunda dünyaya örnek olan Brezilya, elektrik ihtiyacının büyük bir kısmını hidroelektrik santrallerinden karşılayan yapısıyla yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı konusunda öncü bir rol üstleniyor.

Dünyanın en büyük ikinci demir cevheri ihracatçısı olan ülke, aynı zamanda önemli bir alüminyum üreticisi. Madencilik sektörü, 2024 yılında yaklaşık 29,8 milyar dolarlık bir ihracat hacmi yaratarak ülke ekonomisinde önemli bir pay üstlendi. Brezilya'nın bakır, demir cevheri, manganez ve niyobyum gibi zengin maden ürünlerinin birçok alıcısı olsa da en büyük alıcısı konumundaki ülke Çin.

Sanayi tarafında ise havacılık sektörü, Brezilya'nın katma değeri yüksek ihracatının amiral gemisi olarak görülüyor. Embraer gibi küresel devlere ev sahipliği yapan Brezilya, Güney Amerika'nın en önemli havacılık sanayisine sahip ve Avrupa Birliği bu sektörde en büyük ihracat pazarlarından biri. Ayrıca ülke, enerji alanında da iddialı; petrol ihracatının 2030 yılına kadar önemli ölçüde artarak günlük 3,4 milyon varile ulaşması bekleniyor.

YEŞİL EKONOMİ AÇISINDAN DOĞAL BİR LABORATUVAR

Brezilya son yıllarda, ekonomisini çeşitlendirmek ve sürdürülebilir kılmak adına stratejik yatırımlara yönelmiş durumda. 130 binden fazla flora ve fauna türüyle dünyanın en zengin biyolojik çeşitliliğine sahip olan ülke, bu doğal sermayeyi sadece korunan bir alan olarak değil, “Ekolojik Dönüşüm Planı” çerçevesinde yeni bir kalkınma modeli olarak görüyor.

Connect Brazil verilerine göre günümüzdeki modern ilaçların yüzde 25'i yağmur ormanı bitkilerinden elde ediliyor. Brezilya, bu biyolojik zenginliği yeşil ekonominin bir parçası hâline getirerek

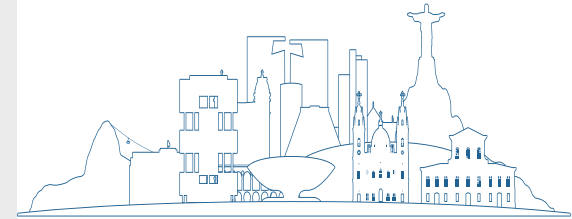


Joaquina Plajı

yerli bitkilerden katma değeri yüksek ilaç, kozmetik ve gıda takviyeleri üretmeye odaklanmış durumda. Bu yaklaşımla doğayı tahrip eden geleneksel sanayi yerine, biyolojik kaynakların sürdürülebilir şekilde kullanıldığı bir sosyobioekonomi modeli yaratmayı hedefliyor.

Brezilya hükümeti, 2024-2025 döneminde gerçekleştirdiği ekonomik büyümeyi iklim hedefleriyle uyumlu hâle getiren kapsamlı stratejisiyle de dikkat çekiyor. Bu stratejinin en önemli ayağını oluşturan “Eco Invest Brasil” aracılığıyla ormanların restorasyonu,

Enerji alanında iddialı olan Brezilya, petrol ihracatını 2030 yılına kadar önemli ölçüde artırarak günlük 3,4 milyon varile ulaştırmayı hedefliyor.



Turizmin Ekonomiye Katkısı

Brezilya, bulaşıcı bir ritim ve dünyanın geri kalanının unuttuğu bir yaşama sanatının varlığını sürdürdüğü; dans, futbol, yemek, konu hiç fark etmeksizin her şeyin tutkuyla yapıldığı bir ülke. Bu zengin yapısı da ülkeye yönelik ziyaretlerin azalmasına fırsat vermiyor. Amazon yağmur ormanları, Rio de Janeiro'nun ikonik plajları, Iguazu Şelaleleri ve Pantanal sulak alanlarıyla Brezilya, eşsiz bir turizm potansiyeline sahip. Turizm, ülkenin GSYH'sinin yaklaşık yüzde 8'ine doğrudan ve dolaylı katkı sağlıyor.

Ancak yine de ülkenin, turizm konusunda potansiyelinin altında kaldığı düşünülüyor. Güvenlik endişeleri ve altyapı eksikliklerinin turist sayısını baskıladığı konusunda bir fikir birliği hâkim. Fakat buna rağmen turizm sektörü, milyonlarca kişiye istihdam sağlayan kritik bir gelir kapısı olmayı sürdürüyor.



Yatırımcıların Güney Amerika'ya Açılan Kapısı

Brezilya pazarı, yatırımcılar için büyük fırsatlarla ciddi zorlukların iç içe geçtiği karmaşık bir yapı sunuyor. 200 milyonu aşkın nüfusuyla devasa bir iç pazara ve sanayi üretimi için gerekli hemen her türlü ham maddeye sahip olması ülkenin en büyük avantajlarını oluşturuyor. Ayrıca Güney Amerika pazarına açılan en stratejik kapı olması da ülkeyi cazip kılıyor. Ancak, uluslararası literatürde "Custo Brasil" (Brezilya Maliyeti) olarak adlandırılan yapısal sorunlar, ticareti zorlaştıran faktörler doğuruyor. Karmaşık ve ağır vergi sistemi, yavaş işleyen bürokrasi, yüksek lojistik maliyetleri ve nitelikli iş gücü eksikliği, yatırımcılara ticaret noktasında engel yaratıyor.

sürdürülebilir tarım ve yenilenebilir enerji projelerine milyarlarca dolarlık özel yatırım çekilmesi hedefleniyor. Karbon emisyonlarını azaltırken milyonlarca yeni yeşil iş imkânı yaratmayı amaçlayan programın, 2025'i sürdürülebilir projelere yönelik 14 milyar dolar-dan fazla finansmanla kapatması bekleniyor.

TÜRKİYE'NİN LATİN AMERİKA'DAKİ EN BÜYÜK TİCARET ORTAĞI

Türkiye ile Brezilya arasındaki ilişkiler, coğrafi uzaklığa rağmen 2010 yılında imzalanan "Stratejik Ortaklık Eylem Planı" ile siyasi ve ekonomik anlamda yeni bir boyuta taşındı. Böylece Brezilya, Türkiye'nin Latin Amerika'daki en büyük ticaret

ortağı konumuna erişti. Ülkeler arasındaki ikili ticaret hacmi, istikrarlı bir seyir izlese de her iki ülkenin potansiyelinin oldukça altında olduğu sıkça vurgulanıyor. Mevcut ticaret dengesi ağırlıklı olarak Brezilya'nın lehine bir profil çiziyor. Türkiye, Brezilya'dan demir cevheri, soya, kahve ve selüloz gibi sanayi girdileri ithal ederken; karşılığında otomotiv yan sanayi ürünleri, demir-çelik, makine aksamları ve fındık gibi ürünler ihraç ediyor. Son dönemde Türk müteahhitlik firmalarının ve savunma sanayi şirketlerinin Brezilya pazarındaki artan etkinliği ve Türk dizilerinin Latin Amerika'daki popülaritesi de ekonomik ilişkilere derinlik kazandıran önemli gelişmeler arasında gösteriliyor.

Türkiye ile Brezilya arasındaki ilişkiler, 2010 yılında imzalanan "Stratejik Ortaklık Eylem Planı" ile siyasi ve ekonomik anlamda yeni bir boyuta taşındı.

in f @ canik

CANİK
SUPERIOR FIREARMS

X canikarms

YENİLİKÇİ KÜRESEL SAVUNMA ÇÖZÜMLERİ



SYS
GROUP

CANİK
SUPERIOR FIREARMS

AE systems

UNIROBOTICS

MECANİK
ACADEMY

“ GLOBAL GÜÇ,
YERLİ USTALIK ”

Plastik Sektörü

Üretim ve İhracatta Hız Kesmiyor

Toplam büyüklüğü 10 milyon tonu aşan ve 200'e yakın ülkeye ulaşan plastik sektörü, üretim ve ihracattaki pozitif tablosuyla dikkat çekiyor. Kimya sanayisinin ihracattaki lokomotiflerinden olan sektör, 2025'in ilk üç çeyreğinde ihracatını artırarak 2,6 milyar dolar dış ticaret fazlası verdi.

Günlük yaşamın vazgeçilmezi hâline gelen plastik sektörü, gıdadan otomotive, sağlıktan ambalaj sanayisine kadar birçok alana doğrudan ham madde sağlıyor. Plastik ürünler, doğrudan tüketim malzemesi olarak kullanıldığı gibi darbelere karşı dayanıklılık, yalıtım, şekil verilebilirlik ve bükülebilirlik gibi özellikleriyle imalat sanayinin çıktı ve nihai ürünlerinin çoğunu oluşturuyor. Kimya sektörünün, alt ürün grupları arasında lokomotif sektör olarak konumlanan plastik mamulleri; 2024 yılında gerçekleştirdiği 9,5 milyar dolarlık ihracatına ek olarak 2025 yılının ilk üç çeyreklik döneminde de 5,8 milyar dolarlık ihracata imza atarak, Türkiye ekonomisine sağladığı katkırı artırmayı sürdürüyor.

Toplam üretimi 10 milyon tonu aşan sektör, 45 milyar dolara yaklaşan cirosu ve 7 milyar doları geçen direkt ihracatıyla dikkat çekiyor. Son 10 yılda Gayri Safi Milli Hasıla (GSMH) büyümesini aşan yıllık büyüme oranları ise sektörün ülke ekonomisindeki stratejik önemini vurguluyor. Ulaşılan üretim kapasitesiyle Türkiye, plastik sektöründe Avrupa'da ikinci, dünya genelinde ise altıncı sıraya yükselmiş durumda. Sektörün bu başarıyı yakalamasında, sürekli gelişen teknoloji ve artan üretim kapasitesi büyük rol oynuyor.

2025'TE ÜRETİM HIZ KESMEDEN SÜRDÜ

Plastik ham madde sektörünün, dünya genelinde 175 ülkeye ihracat gerçekleştiren sektörün geniş bir ticaret ağı bulunuyor. Sektör, 2025 yılının ilk üç çeyreğinde ise küresel

ekonomideki dalgalı ortama rağmen üretim çarklarını döndürmeyi başardı. Yılın ilk dokuz ayında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 2,3'lük bir artışla 7,7 milyon tonluk üretim hacmine ulaşan sektörün 2025'i 10 milyon tonun üzerinde bir üretimle kapatması bekleniyor.

Dış ticarete net ihracatçı konumunu korumaya devam eden plastik mamuller sektörünün ihracatı, yılın ilk dokuz ayında değer bazında yüzde 3,9 artarak 5,84 milyar dolara ulaştı. Sektörün ihracatında İngiltere, Irak, İtalya, Almanya ve ABD gibi ana pazarlar öne çıkarken ithalat tarafında ise Çin'in belirgin hâkimiyeti devam etti. Genel ithalatın düşmesiyle sektör, dokuz ayda 2,61 milyar dolar dış ticaret fazlası vererek ülke ekonomisine önemli bir katkı sundu.

Üretim ve ihracattaki bu pozitif tabloya karşın geleceğe yönelik kapasite artışının sinyalcisi olan yatırımlarda ciddi bir daralma göze çarptı. 2025 yılının, makine ve teçhizat yatırımlarında yüzde 30'luk sert bir gerilemeyle kapanması bekleniyor. İç pazarda ise talep canlılığını koruyor. Dokuz ayda tüketilen 6,2 milyon tonluk plastik mamulün yarısı doğrudan tüketiciyle buluşurken diğer yarısı otomotiv, beyaz eşya ve ambalaj gibi ihracatçı sektörler üzerinden dolaylı ihracat olarak dünya pazarlarına açıldı.

PLASTİK SEKTÖRÜ 200'E YAKIN ÜLKEYE ÜRÜN İHRAÇ EDİYOR

Türkiye, her yıl 100'ün üzerinde ülkeden plastik mamul ithalatı yaparken aynı zamanda 200'e



10,5
milyar dolar

2023 yılı ihracatı

9,5
milyar dolar

2024 yılı ihracatı

5,8
milyar dolar

2025 yılı Ocak-Eylül döneminde gerçekleştirilen ihracat



Dış ticarete net ihracatçı konumunu korumaya devam eden plastik mamuller sektörünün ihracatı, yılın ilk dokuz ayında değer bazında yüzde 3,9 artarak 5,84 milyar dolara ulaştı.

yakın ülkeye de plastik mamul ihraç ediyor. 2025 yılının ilk dokuz aylık döneminde ilk 10 ülkeden yapılan alımlar, toplam ithalatın miktar bazında yüzde 75,8'ini, değer bazında ise yüzde 68'ini oluşturdu. Bu dönemde Çin'in toplam plastik mamul ithalatından ton bazında yüzde 31,1 ve değer bazında da yüzde 20,9 pay alarak en çok plastik mamul ithalatı yapılan ülke konumunda olduğu görülüyor. Veriler, Almanya, İtalya, Güney Kore ve Fransa'nın ise Türkiye'nin en büyük ithalat partnerleri konumunu koruduğunu gösteriyor.

İhracat tarafında ise pazarın nispeten daha dengeli dağıldığı görülüyor. Dokuz aylık dönemde en çok ihracat yapılan 10 ülke, toplam ihracatın miktar bazında yüzde 48,8'ini, değer bazında da yüzde

46,1'ini karşıladı. Bu süreçte Türk plastik mamullerinin en büyük alıcıları sırasıyla İngiltere, Irak, İtalya, Almanya ve ABD oldu. İngiltere, 413,5 milyon dolarla başı çekti. 320,3 milyon dolarla Irak ikinci, 292,6 milyon dolarla İtalya üçüncü sıraya yerleşti.

AVRUPA BİRLİĞİ'NDEN KARBON NÖTR İHRACAT ADIMLARI

Avrupa Birliği (AB) son yıllarda sanayide çevre kirliliğini önlemek amacıyla daha yeşil ve sürdürülebilir bir gelecek için önce 2016 yılında Paris Anlaşması ile sanayileşme öncesi döneme göre küresel sıcaklık artışının 1,5 derece seviyesinde tutulma hedefini belirlemişti. Ardından 11 Aralık 2019 tarihinde AB ekonomisinin dönüşümüne odaklanan Avrupa

Yeşil Mutabakatı kapsamında; 2030'a kadar karbon salımının yüzde 50 oranında azaltılması, 2050 yılına kadar ise sıfır karbon emisyonu hedeflendi.

Son olarak Sınırdaki Karbon Düzenleme Mekanizması ile AB'ye ihracat yapan firmalardan emisyonlarını azaltması ve karbon nötr hedefleriyle uyumlu ihracat yapmaları bekleniyor. AB'nin getirdiği bu uygulamalar tüm sektörleri ilgilendirmeye başladı. Plastik ürünlerde geri dönüştürülmüş ham madde kullanımını artırmak amacıyla bir dizi yönetmelik hazırlayan AB, firmaların 2025 yılından itibaren ürünlerinin en az yüzde 25'inde geri dönüştürülmüş ham madde kullanmalarını yükümlü kılıyor.

ÖNLEM POLİTİKALARI ARTIYOR

Plastik atık kirliliğinin ulaşabileceği boyutun engellenmesi için politika önlemlerinin geliştirilmesi önem kazanıyor. AB, atık oluşumunun daha da azaltılmasını hedefleyen politikalar belirledi ve AB üyesi ülkelerde plastik ambalajların

en az yüzde 55'ini 2030'a kadar geri dönüştürme hedefi koydu. Ayrıca 2025'e kadar tüm ambalaj türleri için Genişletilmiş Üretici Sorumluluğu (GÜS) sistemlerinin minimum işletme maliyetleriyle ve kolaylıkla çalışmasının sağlanması için de çalışmalar yürütülüyor. AB, 3 Temmuz 2021'den bu yana kendi içinde tek kullanımlık plastiklerin kullanımını yasaklamıştı. Yasanın yürürlüğe girmesiyle yaklaşık yüzde 50 daha fazla plastik geri dönüştürüldü. Plastik atığın yol açtığı sorunları en aza indirmek isteyen Avrupa Birliği, "Sıfır Kirlilik Eylem Planı" kapsamında mikropplastik kirliliğiyle mücadeleyi amaçlayan yeni bir plan duyurdu. Mikropplastığa yol açan ürünlerin satışının yasaklanması adına önlem alan AB, kademeli olarak aralarında kozmetik, deterjan ve oyuncakların da bulunduğu ürünlerin satışına önlem alıyor. Plan boyunca 2030'a dek mikropplastik kirliliğinin yüzde 30, pelet kirliliğinin ise yüzde 74 oranında azaltılması bekleniyor.



Plastik Sektörünün Geleceğini Geri Dönüşüm Şekillendirecek

Yalnızca çevresel bir zorunluluk olmaktan öte aynı zamanda ekonomik fırsatlar da yaratan geri dönüşüm, plastik sektörünü de doğrudan ilgilendiriyor. Gıdadan otomotive, tekstilden elektroniğe kadar her sektörde geniş bir yer edinen plastik bu yüzden ekolojik kaygıları da beraberinde getiriyor. Fakat asıl tehdit geri dönüşümünün yeterli seviyede olmaması. Geri dönüşümün önemi, atıkların çevreye ve canlılara verdiği zararlar günbegün artarken atık yönetimi büyük bir rol oynuyor. Türkiye'de yılda 9,6 milyon ton plastik üretildiği, üretilen plastiklerin 2,2 milyon tonunun ambalaj olarak piyasaya sürüldüğü biliniyor. Bu ambalajların yalnızca yarım milyon tonu geri dönüştürülebiliyor. Küresel iş birliği ve uygulamaya konacak yasalarla, geri dönüşüm politikalarının geliştirilmesi bu sorunla mücadelede en önemli adımlardan birini oluşturuyor.

“TÜRKİYE, AVRUPA’NIN DALGALI TALEPLERİNE EN HIZLI UYUM SAĞLAYAN TEDARİKÇİ”



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

Türkiye’de en hızlı gelişen sektörlerden ve Türk ekonomisinin en önemli aktörlerinden biri olan plastik sektörünün üretiminin, ham madde ve mamul ürünler toplamı olarak 2025 yılı sonunda yaklaşık 12 milyon ton olarak gerçekleşmesi bekleniyor. Üretim kapasitesi ile Avrupa ülkeleri arasında Almanya’dan sonra ikinci sırada, dünyada yedinci sırada yer alan Türk plastik sektöründe, plastik mamul üretiminde ilk sırada yaklaşık 5 milyon tonla plastik ambalaj ürünleri yer alıyor. Türkiye, Avrupa, Orta Doğu ve Kuzey Afrika’ya kısa teslim süreleri sunabiliyor. Çin ve Uzak Doğu’dan sevkiyat sürelerinin hâlâ uzun ve maliyetli olması, Türk üreticiyi tercih edilebilir kılıyor. Türk plastik sektörünün şu an en büyük rekabet avantajı; coğrafi konum, üretim esnekliği, hızlı ve güvenilir tedarik üçlüsüdür. Bu da Türkiye’yi Avrupa’nın dalgalanan talep yapısına en hızlı uyum sağlayabilen tedarikçi hâline getiriyor.

Öte yandan plastik sektörü içinde Türkiye’nin avantajı en belirgin olan sektör ambalaj sektörüdür. Hızlı üretim ve kısa teslimat, baskı, laminasyon, tasarım gibi süreçlerde esneklik, daha düşük sipariş miktarı gibi avantajlar, plastik ambalaj sektöründe Avrupa’daki küçük ve orta ölçekli markaların Türkiye’yi tercih etmesinin ana nedeni. Türkiye, Çin kadar uygun fiyatlı olmasa da kalite/fiyat dengesi açısından Avrupa’da daha rekabetçi. Türkiye, Avrupa müşterileri için “kaliteyi korurken maliyeti düşürme” ihtiyacında ideal alternatif hâline geliyor. Türk üreticiler, teslimat sürelerinde tutarlılık, düşük lojistik riski, hızlı iletişim sunarak uzak doğu karşısında avantaj sağlıyor. Türk plastik sektörü 2025 yılı verilerine göre en

fazla ihracatı Almanya, İngiltere ve İtalya’ya yapıyor. Bölge olarak da en çok ihracatı Avrupa bölgesine gerçekleştiriyoruz.

Plastik sektörü; ambalaj, inşaat, otomotiv, kozmetik, ev ve mutfak eşyaları gibi pek çok yan sektöre hizmet ediyor; bu da çok geniş bir iç ve dış talep alanı demek. Ancak, küresel piyasadaki değişimler, rekabet, ham madde tedariki, sürdürülebilirlik baskısı gibi faktörler nedeniyle “sadece eski pazarlarla yetinmek” uzun vadede riskli olabilmekte ve bu nedenle yeni coğrafyalar ve stratejik alanlar büyük önem taşıyor.

İnşaat, alt yapı, ambalaj ve tüketim malzemeleri talebinin hızla büyüdüğü Afrika, plastik mamul ve ambalaj ürünleri için yeni bir pazar olarak görülüyor. Tarihsel, coğrafi ve kültürel bağların yanı sıra sanayileşme ve tüketim malları ihtiyacı nedeniyle Orta Asya bölgesi plastik mamul, ambalaj, inşaat plastikleri için fırsat sunuyor. Türkiye’nin plastik ihracatında çeşitlendirmeye gitmesi açısından Güney Amerika bölgesi de potansiyel taşıyor. Dolayısıyla, Türkiye plastik sektörü mevcut güçlü pazarlarının dışında Afrika, Orta Asya ve Güney Amerika gibi daha az doygun, hızlı büyüyen pazarları stratejik hedef olarak belirliyor.

Türk plastik sektörü, sadece mevcut güçlü pazarlarla yetinmek yerine coğrafi çeşitlendirme ve ürün alanlarında katma değer artışı stratejisiyle sürdürülebilir bir ihracatçı kimliğini pekiştirebilir. Özellikle Afrika, Orta Asya ve Güney Amerika gibi büyüme potansiyeli yüksek pazarlara yönelmek; teknik plastikler, medikal & ambalaj, geri dönüşümlü plastik gibi alanlarda derinleşmek uzun vadede hem hacim hem değer açısından avantaj sağlayacaktır.

Türk plastik sektörü, sadece mevcut güçlü pazarlarla yetinmek yerine coğrafi çeşitlendirme ve ürün alanlarında katma değer artışı stratejisiyle sürdürülebilir bir ihracatçı kimliğini pekiştirebilir.

“SEKTÖR KATMA DEĞER BAZLI İHRACATTA ÇOK DAHA GÜÇLÜ BİR SEVİYEYE ULAŞABİLİR”



Ömer Karadeniz
Plastik Sanayicileri
Federasyonu (PLASFED)
Yönetim Kurulu Başkanı

2025 yüksek maliyet baskıları’nın yoğun şekilde hissedildiği bir dönem oldu. Buna rağmen plastik ve mamulleri sektörü, kimya ihracatımız içinde olduğu gibi bu yıl da güçlü konumunu korumayı başardı. Bugün plastik ve mamulleri ihracatı, kimya sektörünün toplam ihracatı içinde yaklaşık yüzde 30 paya sahip. Bu oran hem Türkiye sanayisinin üretim gücünü hem de sektörün dış ticaretteki stratejik önemini açık bir şekilde ortaya koyuyor. Sadece kasım ayında plastik sektörü, 757 milyon dolarlık ihracatla kimya ihracatında ilk sırada yer aldı. Sektörün 11 aylık toplam ihracatı ise 9 milyar dolara ulaşarak Türkiye ekonomisi için ne kadar kritik bir rol üstlendiğini bir kez daha gösterdi.

2025’te özellikle Avrupa pazarındaki talep daralması, lojistik ve enerji maliyetlerinin yüksek seyri üreticilerimizi zorladı. Ancak sektörümüz esnek yapısı, hızlı karar alma kabiliyeti ve yüksek üretim kapasitesi sayesinde yılı yine pozitif bir tabloyla kapattı. Katma değeri yüksek ürünlere yönelme çabası, AR-GE ve kalıp teknolojilerindeki ilerlemeler ve ihracat pazarlarını çeşitlendirme stratejileri, olumsuzluklara rağmen büyümeyi mümkün kıldı. Dolayısıyla 2025 için dirençli, dengeli ve rekabet gücünü koruduğumuz bir yıl olduğunu söyleyebilirim.

“DOĞRU ADIMLARLA NİTELİK ODAKLI BÜYÜMEYE GEÇİŞ HIZLANACAK”

Türkiye plastik sektörü üretim kapasitesi açısından dünya ölçeğinde güçlü bir konuma ulaşmış durumda. Ancak bu büyük üretim potansiyelinin katma değerli ihracata dönüşümü konusunda hâlâ önemli bir mesafe

bulunuyor. Son yıllarda özellikle ambalaj, medikal, kompozit ve teknik plastiklerde teknoloji yoğun üretim artıyor; fakat sektör genelinde bakıldığında tonaj bazlı büyümenin etkisi hâlâ baskın. Bunun temel nedeni dünya genelinde rekabetin düşük maliyetli ürünlerde yoğunlaşması ve Türkiye’nin sanayideki enerji, ham madde ve finansman maliyetlerinin yüksek seyretmesidir.

Buna rağmen sektörümüzde tasarım, inovasyon, dijital üretim, otomasyon ve malzeme teknolojileri gibi alanlarda güçlü bir dönüşüm iradesi var. Eğer bu alanlardaki yatırımlar hızlanır ve özellikle finansmana erişim maliyetleri düşerse sektörün, katma değer bazlı ihracatta çok daha güçlü bir seviyeye ulaşması mümkün. Yani doğru adımlarla tonaj odaklı büyümeden nitelik odaklı büyümeye geçiş hızlanacaktır.

Sınırdaki Karbon Düzenleme Mekanizması, Türkiye plastik sektörü açısından hem risk hem de fırsat barındırıyor. 2025 yılında sanayicilerimizin en çok üzerinde durduğu konu da bu dönüşüme hazırlanmak oldu. Bugün birçok firmamız enerji verimliliği projeleri, yenilenebilir enerji yatırımları, geri dönüşümlü ham madde kullanımı ve atık yönetimi alanlarında ciddi adımlar atıyor. Ancak sektörün tamamı için henüz yeterli seviyede olduğumuzu söylemek zor. Özellikle KOBİ ölçeğindeki işletmelerin hem teknik kapasite hem de finansman açısından desteğe ihtiyacı var. Bu nedenle SKDM sürecinin, Türkiye için bir ek maliyet değil, rekabet gücünü artıracak bir dönüşüm fırsatına dönüşmesi için koordineli destek mekanizmalarına ihtiyaç duyuyoruz.

SKDM sürecinin, Türkiye için bir ek maliyet değil, rekabet gücünü artıracak bir dönüşüm fırsatına dönüşmesi için koordineli destek mekanizmalarına ihtiyaç duyuyoruz.



Özgür Masur
Moda Tasarımcısı

“Köklerime Duyduğum Saygıyı, Çağdaş Bir Bakış Açısıyla Harmanlıyorum”

Köklerine duyduğu saygıyı evrensel bir dille harmanladığı tasarımlarıyla modayı bir tüketim nesnesi olmaktan çıkaran Özgür Masur; koleksiyonlarındaki zamansız kadını, Anadolu kültürünün ruhunu, estetik derinliğini ve zanaatkârlığını bugünün diliyle yorumlayarak oluşturuyor.

Zamansız zarafet anlayışıyla oluşturduğunuz koleksiyonlarınızdaki feminen ve sofistike çizgiler, bugünün modern Türk kadınının kendini ifade etme biçimiyle nasıl bir diyalog kuruyor?

Benim için tasarım, yalnızca bir kıyafet yaratmak değil; bir kadının kendi hikâyesini, duruşunu ve enerjisini görünür kılmak demek. Her zaman lüksü içselleştiren, güçlü, sahne ışığını üzerinde toplamayı bilen ama bunu asla abartıya kaçmadan, zarafetle yapan bir profil. Feminenlik ve sofistike çizgiler, aslında modern Türk kadınının bugün kendini ifade ederken kurduğu dengeyle çok örtüşüyor.

Bugünün kadını hem özgür hem kontrollü; hem cesur hem ölçülü. Hem kendi kültürüne ait unsurları sahipleniyor hem de evrensel bir estetik dili arıyor. Ben de bu ikili yapıyı koleksiyonlarımda bilinçli olarak kuruyorum: İnce işçilik,

transparan geçişler, güçlü silüetler ve akışkan formlar... Bunların hepsi kadının hem kırılganlığını hem de gücünü aynı anda gösterebilmesi için. Modern Türk kadını bunu çok iyi anlıyor; çünkü kendi kimliğini artık dış dünyaya daha kararlı, daha rafine ve daha cesur bir dille ifade ediyor.

Bir tasarımcının kendi coğrafyasının kodlarını kullanırken oryantalist olmadan evrensel bir tasarım dili yakalayabilmesinin formülü sizce nedir ve siz bunu nasıl başarıyorsunuz?

Benim için bir tasarımcının kendi coğrafyasından beslenmesi çok doğal, hatta kaçınılmaz. Fakat mesele, o kültürü bir dekor gibi kullanmak değil; onun ruhunu, estetik derinliğini ve zanaatkârlığını bugünün diliyle yeniden yorumlayabilmek. Oryantalizme düşmeden evrensel bir tasarım dili yaratmanın formülü tam olarak burada başlıyor: Köklerine



duyduğun saygıyı, çağdaş bir bakış açısıyla harmanlayabilmek.

Ben tasarım yaparken Anadolu'nun zengin mirasını birebir kopyalamak yerine, onun soyut duygusunu, ritmini ve işçilik geleceğini alıyorum. Motifleri büyütüyor, minimize ediyor, dokuları bambaşka bir disiplinle bir araya getiriyorum. Yani referans aldığım her şey önce bir filtreden geçiyor, o filtre de benim bugünün kadınına dair vizyonum.

Özgünlük de samimiyet de bu noktada devreye giriyor. Kendi kültürünü sömürmeden, egzotize etmeden, sadece ona gerçekten ait olduğunu hissettiren kodlarla çalıştığında ortaya daha evrensel bir estetik çıkıyor. Çünkü dünyadaki kadınların ortak bir duygusu var: Güzel hissetme, güçlü hissetme ve hikâyesini kendi diliyle anlatma arzusu.

Türkiye dünya genelinde tartışılmaz bir üretim gücüne sahip



Türkiye'nin üretim gücü, değişen koşullara rağmen hâlâ vizyonumu büyüten, bana cesaret veren bir yaratıcı alan sağlamaya devam ediyor.

olsa da iz bırakmak, üretimden ziyade güçlü bir tasarım kimliğiyle mümkün. Türk modasının küreselde sadece üreten “el” değil, aynı zamanda söz söyleyen “akıl” konumuna evrilmesi için sektörün ihtiyacı olan şey nedir?

Üretim gücümüz dünya çapında fakat tasarım gücümüzü aynı ölçekte konumlandıramadığımız için küresel hikâyede hep perde arkasında kalıyoruz. Oysa moda artık sadece bir üretim endüstrisi değil; bir kültür üretme, fikir yaratma ve duygusal etki bırakma alanı. Türk modasının dünyada söz söyleyen bir akla dönüşebilmesi için tasarımın, ülke içinde gerçek bir

entelektüel disiplin olarak kabul edilmesi gerekiyor.

Bu, güzel elbiseler tasarlamamanın ötesinde tasarımcının, toplumun estetik hafızasını oluşturan ve kültürel kodları geleceğe taşıyan bir fikir insanı olarak konumlanması demek. Bu anlamda biz çok avantajlıyız. Binlerce yıllık bir kültür, zanaatkârlık geleneği, genç bir nüfus, dinamik bir estetik anlayışı... Fakat bunu ancak bütüncül bir moda ekosistemine dönüştürdüğümüzde global sahnede gerçek bir kimlik yaratabiliriz. İhtiyacımız olan şey bir “tasarım ekonomisi” kurmak; fikirleri sanayiyle, kültürü teknolojiyle, zanaatı çağdaşlıkla birleştiren yeni bir zihniyet.

“Anatolia” koleksiyonunu yaratırken benim için en kritik mesele, Anadolu’nun zanaatkârlığını folklorik bir kostüme indirgemen; çağdaş bir couture estetiğiyle aynı anda hem yüceltmek hem de özgürleştirmekti.

Ben kendi pratiğimde bunu yapmaya çalışıyorum. Yerelden beslenen ama evrensel dilde iletişim kuran; üretim gücünü tasarım vizyonu ile anlamlandıran bir yaklaşım. Türk modası da bu dönüşümü gerçekleştirdiği anda dünya artık bizi sadece üreten değil, yön veren bir yaratıcı güç olarak görecektir.

İğne oyları, çiniler, tel kırma-lar ve farklı dokulu Anadolu kumaşlarını; dünya standartlarında eşsiz bir couture işçiliğine dönüştürdüğünüz “Anatolia”da, Anadolu insanını folklorik silüetlerden çıkarıyorsunuz. Böyle tarihi bir misyonu, kumaşa aktarırken estetik kaygılarla toplumsal sorumluluk arasında dengeyi nasıl kurdunuz? “Anatolia” koleksiyonunu yaratırken benim için en kritik mesele, Anadolu’nun zanaatkârlığını folklorik bir kostüme indirgemen; çağdaş bir couture estetiğiyle aynı anda hem yüceltmek hem de özgürleştirmekti. Çünkü bu toprakların kültürel mirası yalnızca geçmişin bir hatırası değil bugün hâlâ nefes alan, yaşayan, dö-nüşen bir duygu durumu. Ben bu duyguyu kumaşa aktarırken iki şeyi sürekli gözetiyorum: Estetik bütünlük ve kültürel sorumluluk. Bir motif, bir oyma, bir doku



asla müze vitrininin içinden çıkıp kostümleşmemeli. Onu büyütme-li, sadeleştirmeli, dönüştürmeli fakat ruhunu korumalıyım. Bu yüzden iğne oyasını büyük ölçekli bir nakışa evirdim, tel kırmanın parıltısını modern bir yüzeye taşıdım, Anadolu’nun ham kumaş-larına haute couture tekniklerinin disiplinini yükledim. Yani geçmişi olduğu gibi tekrarlamadım; onunla yeni bir estetik dil kurdum.

Bu zanaatların ardında bir halkın emeği, belleği ve kimliği var. Onları yalnızca “nostaljik” bir referans olarak kullanmak yerine, global moda dilinde saygın bir ko-numa taşımak istedim. Bu nedenle koleksiyonun her parçasında hikâyeyi romantikleştirmeden, bir estetik kimlik olarak yeniden konumlandırımdım.

Türkiye, tekstil ve hazır giyim-de dünyanın en güçlü üretim üslerinden biri. Hayal ettiğiniz kumaşa, ipliğe veya üretim tek-niğine kendi topraklarınızda bu

kadar yakın olmak, koleksiyon-larınızın hayata geçme hızını ve kalitesini nasıl etkiliyor?

Türkiye hâlâ çok güçlü bir üretim ülkesi ancak son yıllarda tekstil sektöründe belirli bir yavaşlama ve dönüşüm süreci yaşandığını kabul etmek gerekiyor. Bu durum, tasarımcının hayal ettiği malzeme ve tekniklere ulaşma hızını eskisi kadar otomatik hâle getirmiyor. Yine de bu topraklarda üretime-nin bana sağladığı bir yakınlık var. Malzemeyi tanımak, zanaatkârın dilini bilmek, tekniğin ruhunu anlamak...

Türkiye’de üreticiyle birebir temas hâlinde olmak, tasarımın prototip sürecini hâlâ birçok ülkeye göre çok daha hızlı ve es-nek kılıyor. Bazı alanlarda sektör yavaşlıyor olabilir ama zanaatkâr-lığın hâlâ çok güçlü olması couture ölçeğinde çalışan tasarımcılar için büyük bir avantaj. Bu üretim gücü, transformasyona rağmen benim tasarım özgürlüğümü de genişleten bir faktör olmaya

devam ediyor. Çünkü Türkiye’de hâlâ “deneysel” şansı var.

Geleneksel tekniklerle modern yöntemleri bir araya getirme konusunda, özellikle koleksiyonla-rımda kullandığım tel kırma, iğne oyası ya da özel dokuma kumaş-larda, üreticilerle kurduğum yakın ilişki sayesinde çok özgür çalışabi-liyorum. Dolayısıyla Türkiye’nin üretim gücü, değişen koşullara rağmen hâlâ vizyonumu büyüten, bana cesaret veren bir yaratıcı alan sağlamaya devam ediyor.

Türkiye’nin, global arenada sadece kaliteli üretimiyle değil, özgün fikir ve hikâyeleriyle de oyun kurucu olması için hangi kilit taşların yerine oturması gerekiyor?

Türkiye’nin moda alanında güçlü bir gelecek kurabilmesi için tasarımcıların bireysel çabaların-dan ziyade bir devlet politikası gerekiyor. Üretimde çok iyiyiz, kültürel mirasımız çok zengin, fakat tasarımın stratejik bir değer

olarak desteklenmesi gerekiyor. Eğer global arenada oyun kurucu olmak istiyorsak, tasarımcının sektörle birlikte yürüebilmesi için devletin güçlü bir teşvik siste-mi kurması şart.

Bugün Fransa, İtalya, Gü-ney Kore gibi ülkelerin başarısı tesadüf değil; tasarım, ulusal bir yatırım alanı olarak ele alınıyor. Türkiye’de de moda eğitiminden markalaşmaya, üretimden ulusla-rarası tanıtıma kadar her aşamada tasarımcının arkasında duran bir yapı kurulursa, hem sektör güçle-nir hem de dünya çapında marka çıkarabiliriz.

Benim hayal ettiğim gelecek, tasarımcının yalnız bırakılmadığı bir Türkiye. Zanaatkârlığın, üre-timin ve yaratıcı fikirlerin devlet destekleriyle büyüdüğü, sektörle tasarımcının ortak bir zeminde ilerlediği bir ekosistem... Böyle bir yapı kurulduğunda, Türkiye sa-dece üretim gücüyle değil, özgün hikâyesi ve tasarım diliyle de dün-ya sahnesinde söz sahibi olabilir.

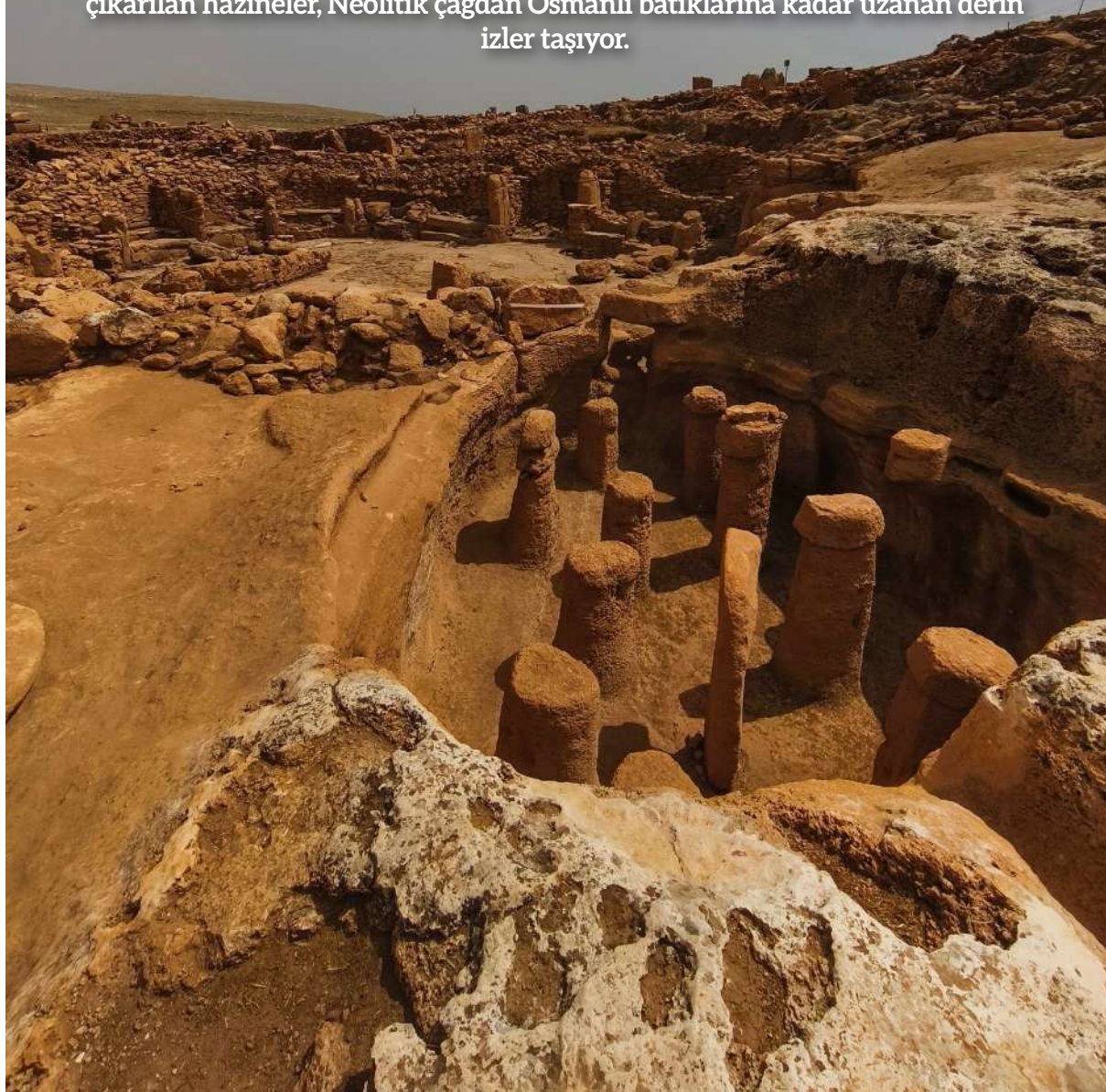
“Elbiseyi Zamansız Yapan, Taşıdığı Duygusal ve Kültürel Yoğunluktur”

Moda çok hızlı değişen bir dünya ama ruhu olan bir hikâye, zamanın içinden sızarak kalıcılığını koruyor. Bu yüzden koleksiyonlarımı yalnızca estetik bir heyecanla değil yaşadığım coğrafyanın duygusunu, hafızasını, kadınların dönüşümünü ve çağın ruhunu düşünerek kurguluyorum. “İz bırakmak” benim için formdan önce niyette başlıyor. Bir elbisenin çizgisi, silüeti, işçiliği elbette önemlidir; fakat onu zamansız yapan şey, taşıdığı duygusal ve kültürel yoğunluktur. Form değişir, teknik gelişir, estetik evrilir ama o forma yüklediğiniz ruh, tasarımın asıl kalıcılığıdır. Ben tasarımın gücünün, sadece gözle görülen çizgide değil, o çizginin hangi fikrin, hangi hayalin ve hangi kimliğin taşıyıcısı olduğunda gizli olduğuna inanıyorum. Form, bu anlatının yalnızca aracıdır; iz bırakan, o formun içindeki samimiyet, cesaret ve ruhtur. Benim tüm çabam da bu ruhu her koleksiyonda yeniden inşa etmek.

Toprağın Hafızası

Anadolu Topraklarında 2025 Keşifleri

Türkiye, "Geleceğe Miras" projesiyle arkeoloji dünyasında unutulmaz bir yıla imza attı. 2025 yılı boyunca Anadolu'nun bereketli topraklarından gün yüzüne çıkarılan hazineler, Neolitik çağdan Osmanlı batıklarına kadar uzanan derin izler taşıyor.



Medeniyetler beşiği Anadolu'nun gizemi hâlâ çözülmeye devam ediyor. Sayısız medeniyete yaşam alanı olan, her karış toprağı yaşanmışlık kokan bu kadim coğrafyada, her geçen gün başka bir mucize gün yüzüne çıkıyor. 2025 yılı da toprağın cömertçe sırlarını açtığı bir dönüm noktası oldu. Bu yıl, Milas'taki Roma hamamında bulunan timsah ve flamingo desenli mozaiklerden, Troya'da bulunan 4 bin 500 yıllık zarif broşa kadar sayısız eser bulundu.

Kültür ve Turizm Bakanlığının, kültürel mirası koruma ve görünür kılma vizyonu ile "Geleceğe Miras" projesi kapsamında yürüttüğü arkeolojik kazılar, 12 aya yayılan kesintisiz bir kültür maratonuna dönüştü. Geleceğe Miras projesi kapsamında ortaya çıkarılan 2025 yılının en dikkat çekici 10 buluntusunu, Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy paylaştı.

Ersoy, kültürel üretim açısından doğudan batıya çok verimli bir yıl olan 2025'i şu sözlerle değerlendirdi: "2025 yılında kültür, sanat ve turizm alanında sadece çalışmadık; kalıcı izler bıraktık. Müzelerimizden kazı alanlarımıza kadar uzanan geniş bir alanda, kültürel mirasımızı koruyan, görünür kılan ve toplumla buluşturan bir anlayışla hareket ettik. Geleceğe Miras Projesi ile arkeolojide yeni bir dönemin kapılarını araladık."

TARİHİN SIFIR NOKTASINDAN TUNÇ ÇAĞINA

Şanlıurfa'da insanlık tarihini yeniden yazan "Taş Tepeler" projesi, 2025'te de nefes kesen bulgular sunmaya devam etti. Karahantepe'de çapı 17 metreyi bulan devasa bir kamusal yapı ortaya çıkarıldı. Karahantepe'deki kazı ekibinin bulduğu yapı ve başları çemberlere geçirilmiş küçük figürler, insanlık tarihinin



Şanlıurfa, Karahantepe

en karanlık dönemlerinden biri olan Neolitik döneme ışık tutuyor.

Aynı bölgede bulunan, 12 bin yıl öncesine ait insan yüzü T biçimli dikilitaşlar ve ritüel alanları, inanç sistemlerinin kökenine dair teorileri yeniden şekillendirecek nitelikte olduğundan büyük bir önem taşıyor. Yine aynı coğrafyada, Sayburç'ta bulunan ve ölüm ritüellerini betimleyen 11 bin yıllık heykel, geçmiş yaşamda ölüm ve yaşam döngüsüne nasıl bakıldığına dair izler taşıyor.

Kütahya Tavşanlı Höyük'te bulunan 4 bin 500 yıllık idoller ve Çanakkale Troya'da keşfedilen 4 bin 500 yıllık altın halkalı broş ile nadir yeşim taşı, Batı Anadolu'nun Tunç Çağı'ndaki zenginliğini ve estetik anlayışını gözler önüne seriyor.

DOĞUDAN BATIYA MİTOLOJİNİN KUTSAL EMANETLERİ

Bartın'ın Amastris antik kentinde, kazı ekibini ve arkeoloji dünyasını şaşırtan bir buluş gerçekleşti. Yunan mitolojisinin korkulan figürü Medusa, bu kez taşlaşmış bir "gülümseme" ile gün yüzüne çıktı. Alışlagelmiş tasvirlerin dışındaki





Frig Medeniyeti'nin Başkenti Gordion



Şanlıurfa, Karahantepe



Hadrianopolis Antik Kenti

Karabük'teki Hadrianopolis Antik Kenti'nde bulunan, 5. yüzyıla tarihlenmiş oyun taşları ve zarlar, antik çağ insanının eğlence anlayışına dair izler taşıyor. Arkeologlar bu taşların, Roma askerlerinin boş zamanlarında oynadığı “Ludus Latrunculi” gibi strateji oyunlarına ait olduğunu belirledi.

bu eser, yılın en çok konuşulan buluntularından biri oldu.

İnanç dünyasının izleri ise Muğla ve İzmir'de sürüldü. Muğla'daki Amos antik kentinde Yeni Asur Dönemi'ne ait, üzerinde Tanrıça İstar'ın betimlendiği gümüş bir kolye bulunurken; Efes'te Mısır Tanrısı Serapis'in kabartmasıyla süslenmiş pişmiş toprak bir tütsü kabı, antik çağdaki kültürler arası etkileşimin somut bir delili olarak kayıtlara geçti.

Burdur'daki Kibyra Antik Kenti, Roma İmparatorluğu'nun kudretini yansıtan devasa bir keşfe ev sahipliği yaptı. İmparator Hadrianus'un 2 metreyi aşan, zırlı mermer heykeli, yüzyıllar sonra tüm heybetiyle tekrar ayağa kalktı.

Van'daki Kevenli Kalesi'nde ise Urartu Krallığı'nın depolama kültürüne ışık tutan, üzerinde çivi yazıları bulunan tam 76 adet “pithos”, yani büyük bir erzak küpü ortaya çıkarıldı. Bu keşif, arkeologlar tarafından bölgenin ekonomik ve idari yapısına dair önemli bir ipucu olarak değerlendirildi.

ROMALI ZENGİNLERİN EGE'DEKİ İZLERİ

Arkeologlar, Efes Antik Kenti'nde Romalı zenginlerin yaşadığı Yamaç Evler bölgesinde, MS 1. yüzyıla ait, “Greco Scritto” mermerinden yontulmuş lüks bir küvet buldu. Yıllar içinde bitki örtüsüyle kaplanmış alanların temizlendiği sırada yapılan kazı çalışmalarında bulunan küvet müze koleksiyonuna dâhil oldu. Mermer küvet, Roma dönemindeki antik dönemde hamam ve yıkanma kültürünün önemine işaret etmesi açısından öneme sahip.

İzmir'in bir diğer incisi Metropolis'te ise “Ana Tanrıça Kenti”ne yaraşır bir buluş gerçekleşti. Dokuz Eylül Üniversitesi'nden Kazı Başkanı Prof. Dr. Serdar Aybek, Helenistik döneme ait 2 bin 200 yıllık zarif bir mermer tanrıça başının; mitolojide aile ve ocağı simgeleyen Tanrıça Hestia'ya ait olabileceğini belirtti. Heykel başı üzerinde yapılan incelemeler, Helenistik dönem heykeltıraşlığının ustalığını da ortaya koyuyor.

AKDENİZ'İN MİTOLOJİK TANIĞI: ASPENDOS

Zamanın sessiz tanığı Aspendos'ta, yüzyıllardır gömülü kalan figürler gün ışığına kavuştu. Arkeologlar, Roma dönemine (MS 2-3. yüzyıl) tarihlendirilen mermer bir Hermes heykeli ile birlikte Aphrodite, Eros, Artemis ve Nemesis gibi antik Yunan mitolojisinin önemli figürlerine ait eser parçaları ortaya çıkardı.

1,65 metre yüksekliğindeki Hermes heykeli, sağ elinde para kesesi, solunda pelerini ve asa (kerykeion) ile tasvir edilmiş durumda. Heykelin yanında ise başı Hermes'e dönük bir koç figürü dikkat çekiyor. Mitolojide, keşfin yıldızı, Zeus'un hızlı habercisi, ticaretin ve yolların tanrısı Hermes'in, heykeldeki tasviri de elindeki para kesesiyle ticareti ve bereketi simgeliyor.

ANADOLU'NUN KALBİNDEKİ SIRLAR: GORDİON VE HADRIANOPOLİS

2025'in ilk günlerinde,

Ankara'nın Eskipazar ilçesindeki Hadrianopolis Antik Kenti'nde, geçmişin sadece savaşlardan ibaret olmadığını gösteren bir keşif yapıldı. Friglerin başkenti Gordion'da, 2 bin 700 yıldır hiç açılmamış olan kraliyet mezarı bulundu. Mezarın içinden çıkan ahşap mobilyalar ve bronz kaplar kadar bronzun korozyonu sayesinde günümüze kadar erimeden kalmayı başaran keten kumaş parçası, arkeologları şaşırttı. Bu kumaş parçası, binlerce yıl öncesinin dokuma ustalığını bugüne taşıyan mucizevi bir zaman kapsülü olarak değerlendirildi.

Karabük'teki Hadrianopolis'te ise savaşların ve büyük yapıların gölgesinde kalmış oyun kültürüne dair sevimli bir iz bulundu. 5. yüzyıla ait kemikten yapılmış oyun taşları ve zarlar, antik çağ insanının eğlence anlayışına dair izler taşıması sebebiyle önem taşıyor. Arkeologlar bu taşların, Roma askerlerinin boş zamanlarında oynadığı “Ludus Latrunculi” gibi strateji oyunlarına ait olduğunu belirledi.

Kütahya Tavşanlı Höyük'te bulunan 4 bin 500 yıllık idoller ve Çanakkale Troya'da keşfedilen 4 bin 500 yıllık altın halkalı broş ile nadir yeşim taşı, Batı Anadolu'nun Tunç Çağı'ndaki zenginliğini ve estetik anlayışını gözler önüne seriyor.

Karadeniz'den Dünyaya Yayılan Bereket Çay



Dünyada kişi başı tüketimde zirvede olan Türkiye, çaydaki asırlık ustalığını ihracat rekorlarıyla taçlandırıyor. Rize'den yola çıkarak Avrupa'dan Orta Doğu'ya uzanan bu çayın hikayesi, Anadolu'nun bereketli topraklarının üretim gücünü dünyaya tanıtıyor.

Koyu sohbetlerin en sadık eşlikçisi, Türk sofralarının vazgeçilmezi... Hırçın Karadeniz'in sarp yamaçlarının hediyesi çay, meşakkatli üretim yolculuğu boyunca kazandığı lezzetini çok uzun yıllardır insanlarla paylaşıyor. Yeryüzünde sudan sonra en çok tüketilen içecek olan çay, 5 bin yıllık geçmişiyle bugün sadece bir bitki değil, kıtaları aşan bir kültür elçisine dönüşmüş durumda.

Doğunun gizemli hazinesiyle Avrupa 17. yüzyılda tanıyor. İngilizler, sağlık ve zindelik kaynağı olarak gördükleri bu içeceği bir "yaşam tarzı" hâline getirir. Çaya karşı artan talep sonrasında İngilizler, yeni üretim alanları aramaya başlar. Bugün dünyanın en büyük çay merkezleri sayılan Assam ve Seylan Adası'ndaki devasa çay bahçelerinin temelleri de bu dönemde atılır.

Güneydoğu Asya'dan dünyaya yayılan çayın, ülkemiz topraklarına girişi 18. yüzyıl, üretiminin yaygınlaşması ise 20. yüzyıl itibarıyla başlıyor. Üretimi başladığı günden beri Türkiye ekonomisinin en stratejik tarımsal ürünlerinden biri olan çay, milli kültürün de ayrılmaz parçalarından biri olarak hem yaşamımızdaki hem de küresel pazardaki etkinliğini artırmaya devam ediyor. Çünkü bu topraklarda demli bir çayın çözemeyeceği sorun yok.

TÜRKİYE'NİN KAHVEDEN ÇAYA GEÇİŞ SÜRECİ

Osmanlı döneminde topraklarımızdaki tüketimi yaygınlaşmaya başlayan Türk kahvesi, dünya genelinde

ülkemizle özdeşleşen eşlikçilerden biri. Ancak Birinci Dünya Savaşı sonrasında kahvenin Yemen'den ithalatının zorlaşması ve maliyet artışı, ülkeyi yeni arayışlara itti. 1787'de Japonya'dan getirilen çay tohumları, Bursa civarına ekildi ancak iklim şartlarının olumsuzluğu nedeniyle bu ekimden sonuç alınamadı.

1917 yılında, Halkalı Ziraat Mektebi Alisi müdür vekili ve botanikçi Ali Rıza Erten'in yaptığı çalışmalarla başlayan süreci, çayın babası olarak tanınan Ziraat Mühendisi Zihni Derin devam ettirdi. 1920'lerde Rize'nin nemli, yağışlı ve asidik toprak yapısının çay için mükemmel bir yuva olduğunu keşfeden Derin, Gürcistan'dan getirdiği tohumlarla ilk denemeleri yaptı. 1924 yılında ise çıkarılan özel bir kanunla Rize ve çevresinde çay tarımı teşvik edildi.

Günümüz çay üretiminin temellerinin atılmasının ardından 1947'de kurulan ilk fabrika ile üretim hız kazandı. O günden sonra çay, bir tarım ürünü olduğu kadar Doğu Karadeniz halkının geçim kaynağı ve Türkiye'nin de en sevilen içeceklerinden biri oldu.

KARADENİZ'İN SARP YAMAÇLARINDA "SÜRGÜN" DÖNEMİ

Karadeniz'de çay tarımı, dünyanın diğer bölgelerindeki düzlük plantasyonlara benzemiyor. Üretici, dik ve engebeli yamaçlarda, âdeta yer çekimine meydan okuyarak çay toplamak zorunda kalıyor. Coğrafyanın zorlayıcı yapısı, makineleşmeyi sınırlandırarak insan emeğini



Binlerce Yıllık Efsanenin Doğuşu

Çayın insanlık tarihindeki yolculuğu, efsanelere göre MÖ 2737 yılında Çin İmparatoru Shen Nung ile başlıyor. Bahçesinde dinlenirken rüzgârın sürüklediği birkaç yaprağın kaynayan suyuna düşmesiyle keşfedilen bu aroma, yüzyıllar boyunca önce bir şifa kaynağı, sonra soyluların içeceği, nihayetinde de dünyanın büyük bir bölümünün vazgeçilmezi hâline geldi. İpek Yolu üzerinden dünyaya yayılan çayın, bir efsaneden sistematik bir tarım ürününe dönüşmesi ise MS 733-804 yılları arasında yaşayan Lu Yu sayesinde oluyor. Çay dünyasının bilgisi sayılan Lu Yu, kaleme aldığı "Çay Kitabı" (The Classic of Tea) adlı eserinde; bu bitkinin üretiminden demleme tekniklerine kadar her aşamasını kayıt altına alarak çayın sadece bir içecek değil, bir seremoni ve kültür olarak yaygınlaşmasının mihenk taşı olduğunu oluşturuyor.



zorunlu kılıyor. Bu da Türk çayının butik ve özenli yapısını korumasını sağlıyor.

Türkiye'de çay hasadı, “sürgün” adı verilen dönemlerde yapılıyor. Genellikle mayıs ayında başlayan birinci sürgün, temmuzda ikinci ve eylül ayında üçüncü sürgünle devam ediyor. Toplanan yaş çay yaprakları, bekletilmeden fabrikalara ulaştırılıyor; soldurma, kıvrırma, oksidasyon (fermantasyon) ve kurutma işlemlerinden geçerek bildiğimiz siyah, kuru çay formuna kavuşturuluyor. Yaklaşık 5 kilo yaş çaydan ise 1 kilo kuru çay elde ediliyor. Ancak hava durumuna göre sürgün döneminin uzadığı zamanlar olabiliyor. Örneğin, 2025 yılı verilerine göre hava şartlarının elverişli gitmesiy-le hasat dönemi ekim ayına kadar sarkmıştı.

ÇAYIN KARADENİZ'DEN DÜNYAYA UZANAN YOLCULUĞU

Türkiye, dünya çay üretiminde her zaman üst sıralarda yer alan güçlü aktörlerden biri. Özellikle Rize'den başlayıp Trabzon, Artvin ve Giresun'a kadar uzanan hat, ülkemizdeki çay tarımının kalbinin attığı yer

olarak biliniyor. Yıllık ortalama 1,35 ile 1,45 milyon ton arasında değişen yaş çay üretimiyle Türkiye, dünya liginde ilk beş ülke arasında kendine sağlam bir yer buluyor. Bu devasa üretim hacmi işlendiğinde ise yılda yaklaşık 270 ila 300 bin tonluk kuru çay elde ediliyor.

Bölge halkı için çay, bir tarım ürünü olmanın ötesinde yaklaşık 200 bin ailenin doğrudan geçim kaynağı anlamına geliyor. Üretim bu denli yoğun ve sürekli olmasının en büyük sebebi ise kuşkusuz Türk insanının çaya olan tutkusu. Türkiye, kişi başına düşen tüketimde açık ara dünya lideri konumunda. Yılda ortalama 3,5-4 kilogram çay tüketen bir Türk vatandaşı, bu rakamlarla İngiltere gibi çay kültürüyle tanınan ülkeleri bile geride bırakıyor.

Türkiye'nin çay ihracat haritasının ilk sıralarında, Türk nüfusunun yoğun olduğu Belçika, Almanya ve Birleşik Krallık gibi ülkeler bulunuyor. Ancak son yıllarda Amerika, Rusya ve Suudi Arabistan gibi farklı pazarlarda da Türk çayına olan talebin ciddi şekilde arttığı görülüyor. Ülkenin yıllık 30 milyon dolar seviyelerini zorlayan ihracat gelirinde, özellikle

Yıllık ortalama, 1,35 ile 1,45 milyon ton arasında değişen yaş çay üretimiyle Türkiye, dünya liginde ilk beş ülke arasında kendine sağlam bir yer buluyor. Bu devasa üretim hacmi işlendiğinde ise yılda yaklaşık 270 ila 300 bin tonluk kuru çay elde ediliyor.

paketli ve markalı ürün satışlarının artması, Türk çayının dünya-daki katma değerini ve prestijini de yükseltiyor.

TÜRK ÇAYI 104 ÜLKENİN FİNCANINDA

Doğu Karadeniz İhracatçılar Birliği (DKİB) verilerine göre 2025 yılının ilk yarısında Türk çayı kıtalararası bir başarıya imza atarak 104 ülkenin sofrasına konuk oldu. Ocak-haziran dönemini kapsayan altı aylık süreçte Türkiye, toplam 3 bin ton çay ihracatı gerçekleştirdi. Bu ihracat hamlesi ise ülke ekonomisine 16,9 milyon dolar döviz girdisi sağladı. Geçen yılın aynı dönemiyle kıyaslandığında, Türk çayının dış satım performansının dikkat çekici bir büyüme grafiği çizdiği görülüyor. Miktar bazında yüzde 5'lik bir artış yaşanırken, elde edilen gelirden yüzde 22'lik bir değer artışı kaydedildi. Böylece ihraç edilen çayın birim değeri ve marka algısı yükselmiş oldu.

Türkiye'nin çay üretim merkezi olan Rize, ihracatın da lokomotif olmaya devam ediyor. Ülke genelindeki toplam çay ihracatının yüzde 58'i tek başına Rize'den gerçekleştirildi. Ayrıca şehir, yılın ilk altı ayında 23 farklı ülkeye 2 bin 155 ton çay göndererek yaklaşık 9,9 milyon dolarlık gelir sağladı.

Yılın ilk yarısında Türk çayının en çok talep gördüğü ülkelere bakıldığında, Avrupa kıtasının ağırlığı hissediliyor. İhracat sıralamasında zirveyi, 7 milyon 778 bin dolarlık çay satışıyla Belçika göğüslerken,

ikinci sıraya 2,061 milyon dolarla Birleşik Krallık, 1,5 milyon dolarla Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti yerleşti.

AROMANIN KALİTESİNDEKİ SIR YÜKSEKLİKTE SAKLI

Çayın kalitesi, deniz seviyesi ile arasındaki yüksekliğe bağlı. Kural basit, çay ne kadar yüksekte yetişirse aroması da o kadar zengin oluyor. Düşük rakımlarda bitki daha hızlı büyüyor ancak aroma yoğunluğu az oluyor. Buna karşın deniz seviyesinden 2.400 metre gibi zorlu yüksekliklerde yetiştirilen ürünler, büyüme sürecinin yavaşlığı ve iklimin sertliği nedeniyle çok daha yoğun bir aroma biriktiriyor. Bu ortamda yetişen çaylar ise dünya pazarında son derece değerli sayılıyor.

Çayın o karakteristik tadı yaprağın kimyasında saklı. Çay yaprağı, yaklaşık yüzde 12 oranında tabaklama maddeleri (tanenler) ve yüzde 4 oranında kafein içeriyor. Çaya o hafif buruk tadı ve uyarıcı özelliğini veren de bir alkaloid olan bu kafeindir. Çay bitkisi, kafeini en yoğun şekilde, kendisini böceklerden korumak ve büyüme teşvik etmek amacıyla en uçtaki taze yapraklarında depoluyor. Bu nedenle hasat sırasında uygulanan “iki yaprak ve bir filiz” kuralı, çayın kalitesini belirleyen altın standart olarak kabul ediliyor. Toprak yapısı, iklim ve hasat dönemi değişikçe bardağa dökülen lezzetin karakteri de bu dengeye göre yeniden şekilleniyor.



Küresel Çay Üretimi Yıllık 18 Milyar Doların Üzerinde

2023 yılında, 6,604 milyon ton seviyesinde olan dünya kuru çay üretiminin, 2022'ye göre yüzde 2 ve son 10 yıla göre yüzde 26 oranında artış yaşadığı görülüyor. Yıllık 18 milyar doların üzerinde olan küresel çay üretiminde ise yaklaşık 13 milyon kişinin yer aldığı biliniyor. 2023 yılında, dünya genelinde 4 milyon 830 bin hektarda çay yetiştiriciliği yapılıyor. Toplam alanın yaklaşık yüzde 61'i Çin'de, yüzde 12,8'i Hindistan'da, yüzde 5,6'sı Sri Lanka'da bulunurken, Türkiye ise dünya çay alanları içerisinde yüzde 1,6 payla 8'inci sırada yer alıyor. 2023 yılı verilerine göre Türkiye'nin toplam çay alanı 79 bin hektar olarak kaydediliyor.

2025 yılının ilk yarısında 3 bin ton çay ihracatı gerçekleştiren Türkiye, kıtalararası bir başarıya imza atarak 104 ülkenin sofrasına Türk çayı ile konuk oldu.

E-İhracat Ekosistemine



Nefes Aldırarak Finansman

E-ihracatta ivmeyi artırmayı hedefleyen Ticaret Bakanlığı, Türk Eximbank aracılığıyla firmalara altı ay ödemesiz, toplam 12 ay vadeli 500 milyon liralık yeni bir kredi paketi sunarak e-ihracat ekosistemine güçlü bir finansman desteği başlattı.

Sınırların dijitalleşmesiyle birlikte ticaretin şeffaflaştığı bir çağdayız. Her şey gibi ticaret de dönüşüyor ve küresel-deki kuralları yeniden yazılıyor. İçinde bulunduğumuz bu yeni dönemde dünyanın hızına ayak uyduran Türkiye de geleneksel ihracat anlayışını köklü bir dönüşümle e-ihracat odaklı bir stratejiye çevirmiş durumda. Bu kapsamda yürütülen e-ihracat kapasitesi hızla güçlendirilmeye devam ediyor.

Artan pazar çeşitliliği, KOBİ'lerin dijitalleşme hamleleri ve tüketici alışkanlıklarındaki dönüşüm, e-ihracatı geleneksel ihracatın tamamlayıcı değil artık stratejik bir bileşeni hâline getiriyor. Bu dinamizmin en net göstergelerinden biri, bir yıl içinde yüzde 62 artarak 11 bin 283'e yükselen e-ihracatçı sayısı... Türkiye'nin bu ivmesini desteklemek adına kamu tarafında da adımlar hızlanıyor. Ticaret Bakanlığı tarafından açıklanan 500 Milyon TL'lik yeni destek paketi, Türkiye'nin küresel ticarete izlediği viyonu ortaya koyuyor.

12 AY VADE İMKÂNI VAR VE KEFALET ŞARTI YOK

Sektörün en büyük beklentilerinden biri olan finansman erişimini çözmek için Ticaret Bakanlığı ve Türk Eximbank devreye girdi. Bakanlık öncülüğünde hazırlanan ve e-ihracat ekosistemine nefes aldırarak olan yeni kredi paketi, Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat tarafından 6-8 Kasım 2025 tarihinde gerçekleştirilen "Ankara E-ihracat Zirvesi"nde açıklandı. Yeni destek paketi, toplamda 500 milyon liralık bir kaynak sunuyor.

Özellikle KOBİ'lerin finansal manevra alanını genişletmeyi hedefleyen bu paket; İhracatı Geliştirme AŞ (İGE) kefaleti ve Hazine ve Maliye Bakanlığı garantisıyla sunuluyor. Paketin en cazip yanı ise firmalara ilk altı ayı ödemesiz olmak üzere toplam 12 ay vade imkânı tanınması ve ekstra bir kefalet şartı aranmaması.

İHRACATÇIYA FİNANSMAN KALKANI

2023'te yaklaşık 7 bin olan e-ihracatçı sayısının 2024'te yüzde 62 artışla 11 bin 283'e yükselmesi sektörün artan potansiyelini gözler önüne seriyor. Ticaret Bakanlığı, bu büyümeyi desteklemek için hem düzenlemeleri hem de finansal teşvikleri sürekli olarak güçlendiriyor.

Resmî Gazete'de yayımlanan yeni düzenlemeyle birlikte konsinye ihracatın basitleştirilmiş gümrük beyannamesiyle yapılmasına izin verilmesi bu doğrultuda atılan önemli adımlardan biri. Bu sayede e-ihracatın operasyonel kısmında ihracatçılara nefes aldırarak. Bu adım özellikle KOBİ ölçeğindeki





Dijital Teşvik Takip Modülü Hizmete Alınıyor

Ticaret Bakanlığı, teşvik süreçlerini dijitalleştiren Dijital Teşvik Takip Modülü'nü de devreye aldığını açıkladı. Böylece firmalar teşvik başvurularını ve süreçlerini tamamen dijital ortamda takip edebilecek.

Türk Eximbank, Hazine ve Maliye Bakanlığı garantisi ve İGE kefaletiyle, e-ihracatçılar için azami altı ay ana para ödemesiz, toplamda 12 aya kadar vade imkânı sunan, 500 milyon liralık bir kredi paketi hazırladı.

firmalar için önemli bir finansman kolaylığı sunuyor.

Ticaret Bakanlığı ve Türk Eximbank tarafından hazırlanan yeni destek paketi de ihracatçıların finansman konusundaki sorunlarını çözmeyi vadediyor. Bakan Bolat, açıklanan yeni paket ile ilgili şunları aktardı: "Türk Eximbank, Hazine ve Maliye Bakanlığı garantisi ve İGE kefaletiyle e-ihracatçılarımız için azami altı ay ana para ödemesiz, toplamda 12 aya kadar vade imkânı sunan, 500 milyon liralık bir kredi paketi hazırladı. Başka bir kefalete gerek duyulmaksızın e-ihracatçılarımız bu kaynağa erişebilecek. Türkiye'nin geçen yıl 6,5 milyar dolar olan e-ihracatının toplam ihracattaki payı yüzde 2,7'ye ulaştı. Amacımız, 2030'lu yıllarda, Türkiye e-ihracatını, toplam ihracatın yüzde 10'una ulaştırmak. Bizim e-ihracatçılara desteğimiz tamdır."

2024 E- İHRACATTA SIÇRAMA YILI OLDU

E-ihracatın, genel ihracat içindeki payı 2022'de 2,2 milyar dolarla yüzde 0,90 iken 2023'te 5 milyar dolarla yüzde 2,12'ye yükseldi. 2024 yılında, küresel ekonomideki dalgalanmalara rağmen Türk e-ihracatı, bir önceki yıla kıyasla yüzde 27,4 oranında büyüyerek 6,4 milyar dolarlık tarihi bir hacme ulaştı. Genel ihracat içindeki payı da yüzde 2,6'ya yükseldi. İç pazarla birlikte toplam e-ticaret hacminin 3 trilyon TL barajını aşması, KOBİ'lerden dev markalara kadar tüm ekosistemin dijitalleşme refleksinin ne kadar güçlendiğini ortaya koyuyor.

Yakalanan bu ivme, 2025 yılında da hız kesmeden devam etti. Yılın ilk yarısında oldukça iyi performans sergileyen e-ihracatın, ilk dokuz ayını kapsayan veriler, e-ihracatın genel ihracat pastası içindeki payını yüzde 3,2'ye taşıdığını gösteriyor. E-ihracat için belirlenen, 8 milyar dolarlık 2025 hedefinin ise özellikle yılın son çeyreğindeki kampanya dönemlerinin de katkısıyla gerçekleştirilmesi mümkün görünüyor.

E-TİCARET HACMİ 3 TRİLYON LİRAYI GEÇTİ

Salgın öncesiyle 2024 arasındaki dönemde e-ticaret hacminin, yıllık bileşik büyüme oranı yüzde 86 olarak kaydedildi. Türkiye'nin e-ticaret hacmi ise 2024'te 3 trilyon lirayı geçtiğini ifade etti. Bu hacimde İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa ve Antalya öne çıkan iller olurken; yemek, giyim, ayakkabı-aksesuar ve elektronik kategorileri lokomotif sektörler arasında yer aldı.

Geçen yıl 6,5 milyar dolarlık e-ihracat gerçekleştiren Türkiye'nin, en çok ABD, Almanya, Azerbaycan, Romanya ve Polonya'ya e-ihracat yaptığı bilgisi paylaşılırken Körfez ülkelerine yönelik yoğun talebin altı çizildi.

Bakan Bolat, e-ihracatı desteklemek amacıyla Kolay İhracat Platformu'nu hizmete sunduklarını, bunun yanı sıra devlet yardımları, e-ihracat pazarları, ülke gümrük uygulamaları ve yapay zekâ araçları rehberlerini hazırladıklarını belirtiyor.

THE NEXT CHAMP

Yeni
Linde Xi10-Xi20
kazanmak için
tasarlandı.



Linde Material Handling

Linde

HASEL



Faruk Çıbuk
Trowas'ın Kurucusu

Trowas

Kullanıcı Deneyimini Merkeze Alan Bir İletişim Teknolojisi

İş dünyasının klasik kartvizit alışkanlığını yıkan Trowas, NFC ve QR teknolojilerini hibrit bir yapıda sunarak bağlantı kurmayı anlık, ölçülebilir ve sürdürülebilir bir deneyim hâline getiriyor.

Trowas'ın kuruluş yolculuğuna ilham veren neydi?

Trowas'ın hikâyesi aslında iş dünyasında hepimizin çok iyi bildiği bir ihtiyaçtan doğdu:

Kartvizitlerimizi veriyoruz, ancak gerçek bağlantıları yönetemiyoruz. Pandemi döneminde bu ihtiyaç çok daha görünür hâle geldi. Yüz yüze iletişim aniden dijital mecralara taşınunca, kartvizitlerin sadece bir kâğıt parçası olmaktan öteye geçmesi gerektiğini fark ettik. Artık insanlar tek tıkla iletişim kurmak, temassız bir şekilde bilgi paylaşmak ve bağlantılarını dijital ortamda yönetmek istiyordu.

Aynı dönemde NFC teknolojisinin tüm dünyada hızla yaygınlaşması da bizi harekete geçiren en önemli faktörlerden biri oldu. Biz de bu iki gerçeği birleştirip kendimize şu soruyu sorduk: “Neden kartvizitler, dijital çağın hızına ayak uydurmasın?”

“Dokun, paylaş, bağlan” motto-su, tam da bu ihtiyaçtan doğdu. Hem teknolojinin hızını hem de insan temasının değerini bir araya getiren bir yaklaşım geliştirdik. Böylece Trowas'ı, sadece bir kartvizit alternatifi değil; dijital, ölçümlenebilir, sürdürülebilir ve akıllı bir networking platformu olarak tasarladık.

Bugün 50'den fazla ülkede 40 bini aşkın profesyonelin Trowas'ı tercih etmesi, bu dönüşümün ne kadar evrensel bir ihtiyaca dokunduğunu gösteriyor.

Trowas, iş dünyasındaki iletişim kültürünü nasıl dönüştürüyor?

Trowas, kartviziti statik bir kâğıt olmaktan çıkarp yaşayan bir iletişim ekosistemine dönüştürüyor. Artık bir kartvizit, güncellenebilir, paylaşılabilir ve takip edilebilir bir dijital kimlik konumunda.

NFC ve QR sayesinde bilgiler saniyeler içinde paylaşılıyor. Trowas ise bu ilk teması sadece iletmiyor, yönetilebilir hâle getiriyor: Kiminle nerede tanıştığınızı, kartın nasıl etkileşim aldığını, bağlantının kaydedilip kaydedilmediğini görebiliyorsunuz.

Mobil uygulamamız bu deneyimi daha da ileri taşıyor. Yapay zekâ destekli kart tarayıcı fiziksel kartları dijitalle çeviriyor; çoklu profil yapısı farklı iş kimliklerinin tek hesapta yönetilmesini sağlıyor. CRM entegrasyonları ve otomatik bağlantı kaydı ise özellikle kurumsal tarafta büyük kolaylık sağlıyor.

NFC ve QR kod teknolojilerini hibrit bir yapıda sunan Trowas'ın teknolojik üstünlüklerinden bahseder misiniz?

Trowas'ı farklı kılan, yalnızca NFC ve QR teknolojisini hibrit sunmamız değil, güçlü yapay zekâ altyapısı ve kurumsal yönetim sistemi. Teknolojiyi kullanıcıların hayatını kolaylaştıran bir yol arkadaşı olarak konumluyoruz.

AI destekli kart tarayıcı, fiziksel kartvizitleri saniyeler içinde dijital bağlantıya dönüştürüyor. Kurum-

sallar için geliştirdiğimiz “Trowas Teams” paneli ise yüzlerce çalışanı olan şirketlerde tüm dijital kart yönetimini tek merkezde topluyor.

Yüksek güvenlik gerektiren sektörler için “private cloud” ve “on-premise” gibi çözümler sunmamız, bizi rakiplerimizden belirgin şekilde ayırıştırıyor. Gerçek zamanlı bağlantı analitiği ise kullanıcıların networking süreçlerini ölçümleyerek geliştirmelerine olanak tanıyor. Kısacası Trowas, akıllı, ölçeklenebilir ve kullanıcı deneyimini merkeze alan bir iletişim teknolojisi.

Kullanıcılarınızın kişisel verilerini korumak için hangi güvenlik protokollerini uyguluyorsunuz?

Kullanıcılarımızın verilerini nasıl koruduğumuz, platformun en hassas ve en titizlikle yönetilen kısmını oluşturuyor. Bu nedenle KVKK ve GDPR uyumluluğunu yalnızca bir zorunluluk olarak değil, güvene dayalı bir hizmet anlayışının temel şartı olarak görüyoruz.

Veriler, AES-256 gibi global standart kabul edilen güçlü şifreleme teknikleriyle korunuyor. Periyodik sızma testleri ile platformumuzu sürekli olarak güçlendiriyoruz. Kurumsal firmalar için özel kapalı devre server (on-premise) seçenekleri sunmamız ise özellikle yüksek güvenlik gerektiren finans ve savunma sanayii gibi sektörlerde Trowas'ı farklı bir konuma taşıyor.

Bizim için en önemli ilke şu: Kullanıcı verisi hiçbir koşulda üçüncü kişilerle paylaşılmaz ve ticari amaçla kullanılmaz. Bu yaklaşımımız sayesinde, global kurumsal müşterilerin güvenini kazanmış bir marka olarak konumlanıyoruz.

Trowas karbon ayak izini azaltmada şirketlere somut olarak ne kazandırıyor?

Kâğıt kartvizit, küçük bir obje gibi görünse de aslında şirketlerin

kağıt tüketimine ve karbon ayak izine doğrudan etki eden ciddi bir tüketim kalemi. Bir firma Trowas'a geçtiğinde sadece iletişim aracını değiştirmiş olmuyor, sürdürülebilirlik yolculuğunda somut bir adım atıyor.

Tamamen Trowas'a geçen bir şirket, yılda 10 binlerce kartvizit baskısının önüne geçerek hem kâğıt israfını hem de baskı süreçlerinde ortaya çıkan karbon emisyonlarını azaltıyor.

Üstelik bu dönüşüm yalnızca çevresel bir kazanım değil, operasyonel bir verimlilik de sağlıyor. Kartvizit tedariki, lojistik, stok yönetimi gibi süreçlerin ortadan kalkması şirketlere hem zaman hem maliyet kazandırıyor. Kısacası Trowas, yalnızca dijital bir kartvizit çözümü olmanın ötesinde yeşil ofis kültürünü güçlendiren bir çevre teknolojisi sunuyor.

Trowas'ın gelecek yol haritasında neler var?

2026, globalde güçlü bir genişleme yılı olacak. Trowas App'in uluslararası lansmanı ile Türkiye'nin ise ilk ve tek yapay zekâ destekli networking uygulamasını küresel pazara taşımayı planlıyoruz. Ayrıca fuar ve etkinlik dünyasına özel olarak geliştirdiğimiz Lead Capture&Event Analytics çözümleriyle şirketlerin networking performansını gerçek zamanlı ölçümleyebileceği yeni bir dönem başlatıyoruz. 2026 yol haritamızda: Trowas App'in global yayılımı, kurumsal AI veri zenginleştirme modülleri ve 100 bini aşkın kullanıcı hedefi yer alıyor.

Vizyonumuz, iş dünyasının global bağlantı yönetimini “Connect Better. Network Smarter.” yaklaşımıyla yeniden tanımlayarak bu altyapıyı Trowas üzerinde inşa etmek.



NFC ve QR sayesinde bilgiler saniyeler içinde paylaşılıyor. Trowas ise bu ilk teması sadece iletmiyor, yönetilebilir hâle getiriyor: Kiminle nerede tanıştığınızı, kartın nasıl etkileşim aldığını, bağlantının kaydedilip kaydedilmediğini görebiliyorsunuz.



İbrahim Halil Felhan
Fikogya Kurucusu

Fikogya Veriyle Suyun Nabzını Tutuyor

Su ekosistemlerini korumak için yapay zekâ tabanlı bütünleşik çözümler geliştiren Fikogya, sadece kirliliği erken tespit etmekle kalmıyor, sudan topladığı atıkları enerji ve gübreye dönüştürerek döngüsel ekonomiye de hayat veriyor.

Fikogya'nın, Şanlıurfa Tekno-kent'ten filizlenen hikâyesi nasıl başladı?

Fikogya'nın hikâyesi, öğrencilik yıllarımıza dayanıyor. Harran Üniversitesinde bulunan gölet, sürekli biyolojik kirlenmeye maruz kalıyordu ve çeşitli metodlar uygulanmasına rağmen bir türlü çözüm olmuyordu. Biz problemi çözmek için kafa yorduk ve bir proje çıkardık. Bu proje zamanla iş hâline geldi ve TÜBİTAK BİGG desteği kazanarak şirketleşti.

Ülkemizin tarımsal sulama ve enerji üretimi için hayati öneme sahip su kaynaklarında, özellikle ötrofikasyon (aşırı besin yüklenmesi) ve son dönemde Marmara Denizi'ni vuran müsilaj gibi felaketlerin yıkıcı etkilerini gözlemledik. Bu sorunlara karşı geleneksel yöntemlerin yetersiz kaldığı netti. Şanlıurfa Teknokent'te bir araya gelen vizyoner bir ekip olarak bu kritik küresel soruna, teknolojinin gücünü kullanarak sürdürülebilir, veri odaklı ve aksiyon alınabilir bir çözüm geliştirme vizyonu ile yola çıktık.

Kullanılan teknoloji ve iş süreçleri hakkında bilgi verebilir misiniz?

Fikogya, su ekosistemlerini anlamlandırmak için yapay zekâyı merkeze alan "bütünleşik su yönetimi" yaklaşımını benimsiyor.

Anahtar teknolojimizi, yüksek hassasiyetli fitoplankton ölçüm cihazlarımız oluşturuyor. Bu cihazlar, su kaynaklarındaki fitoplankton yoğunluğunu, klorofil-a seviyesini, sıcaklığı ve daha birçok kritik su kalitesi parametresini sahada anlık olarak topluyor.

Toplanan ham veriler, geliştirdiğimiz gelişmiş yapay zekâ ve makine öğrenimi algoritmaları ile işleniyor. Algoritmalarımız, normal ve anormal ekosistem davranışlarını ayırt ediyor, mevcut trendleri tespit ederek geleceğe yönelik öngörücü analizler yapıyor. Tüm bu analizler, kullanıcı dostu bir web uygulaması ve kontrol paneli üzerinden anlık ve anlaşılır bir şekilde görselleştiriliyor.

Sadece barajlar ve göller değil, aynı zamanda petrol ve doğal gaz sahaları ile soğutma kuleleri gibi endüstriyel alanlarda da çözüm sunuyoruz. Cihazımız, bu alanlarda su kalitesini iyileştirerek arıtımı kolaylaştırıp kimyasal maliyetlerini azaltıyor.

Bugüne kadar ölçüm yapılan kaç saha oldu?

Fikogya olarak teknolojimizin sadece teoride değil, sahanın zorlu koşullarında da çalıştığını kanıtlayan çok geniş ve çeşitli bir coğrafyada çalışmalar yürüttük. Bugüne kadar, Harran Üniversitesi Yapay Göleti gibi kontrollü küçük sistem-

lerden, Şanlıurfa Atatürk Barajı ve İstanbul Ömerli Barajı gibi ülkenin su ve enerji güvenliği için kritik öneme sahip devasa rezervuarlara kadar uzanan sekizden fazla ana kategoride aktif izleme ve yönetim çalışmaları yaptık. Bu barajlarda, yapay zekâ destekli cihazlarımız sayesinde ötrofikasyon ve alg patlamaları, geleneksel yöntemlerden haftalarca önce tespit edilerek su yönetimi otoritelerinin reaksiyon süresi minimuma indirildi. Kentsel yaşam alanları için önem taşıyan Ankara Eymir Gölü ve Ankara Göksu Parkı gibi noktalarda ise halk sağlığını koruma misyonumuzla en ufak su kalitesi bozulmasını dahi anlık izleyebildik. Teknolojimizin esnekliği, en zorlu alanlarda da kendini gösterdi; Marmara Denizi'nde, müsilaj krizinin yaşandığı dönemde yaptığımız çalışmalar, cihazlarımızın geniş denizel alanlarda dahi yüksek hassasiyetle çalıştığını kanıtladı. Ticari verimlilik tarafında ise balık çiftlikleri ve marinalar gibi noktalarda su kalitesinin anlık izlenmesi, çiftliklerde ürün kaybını önceden bildirerek ekonomik verimliliği maksimize ederken denizel alanlarda çevresel mevzuatlara uyumu artırdı.

Sudan topladığınızı atıkları ham maddeye dönüştürme süreci nasıl işliyor?

Bu, Fikogya'nın döngüsel ekonomi taahhüdünün en somut örneği. Amacımız, kirliliği azaltırken aynı zamanda yeni bir ekonomik değer yaratmak. Öncelikle ötrofikasyona neden olan aşırı fitoplanktonları ve diğer organik atıkları, su ekosistemine zarar vermeden, özel yöntemlerle hasat edip uzaklaştırıyoruz. Bu, kirlilik kaynağını direkt ortadan kaldırıyor. Toplanan bu yüksek organik içerikli atık, ileri biyolojik arıtma süreçlerinden geçirilerek genellikle biyogaz tesislerindeki sindirim tanklarına yönlendiriliyor.

Sindirim süreci sonucunda iki ana ürün elde ediliyor, bunlar: Biyogaz ve organomineral gübre. Biyogaz, yenilenebilir enerji kaynağı olarak kullanılan fosil yakıt bağımlılığını azaltıyor. Organomineral gübre ise besin değeri yüksek, patojen ve yabancı ot tohumlarından arındırılmış bu fermente materyal, yüksek kaliteli biyolojik gübreye dönüştürüyor. Bu süreçle su kaynaklarını temizlerken aynı zamanda ithal gübre ihtiyacını azaltıyor ve sıfır atık uyumlu bir yaklaşımı destekliyoruz.

Firmanın bugüne kadar aldığı yatırımlardan bahsedebilir misiniz?

Fikogya, kuruluş yolculuğuna ilk olarak ülkemizin en saygın teknoloji destek mekanizmalarından biri olan TÜBİTAK BİGG programından aldığı 900 bin TL'lik kritik destekle başladı. Bu başlangıç, bir fikrin somut bir şirkete dönüşmesinin temelini oluşturuyor. Bu tohum yatırımının ardından uluslararası alanda da güvendiğimizi kanıtlayarak SEECO'dan 25 bin euro, ILO'dan ise 10 bin euro destek almayı başardık. Bu uluslararası fonlar, teknolojinin küresel ölçekte uygulanabilirliğini tescillerken özellikle AR-GE faaliyetlerimizi hızlandırmamıza, fitoplankton ölçüm cihazımızın üretim kapasitesini artırmamıza ve yapay zekâ algoritmalarımızın veri setini genişletme noktasında kritik rol oynadı. Şu anki büyüme dönemimizde, bir yandan öz kaynaklarımızı etkin bir şekilde kullanırken, bir yandan da hız kesmeden devam eden yatırım görüşmeleriyle stratejik hedeflerimizi destekleyecek yeni finansal ortaklıklar kurmayı hedefliyoruz. Alınan her yatırım, Fikogya'yı sadece finansal olarak değil, aynı zamanda uluslararası alanda rekabet edebilen, yerli ve milli bir teknoloji gücü olarak konumlandırmıştır.

HEDEF VE BAŞARILAR

Bir AR-GE fikrinden çıkıp kısa sürede su kalitesi izleme ve döngüsel arıtma konusunda somut ve sahada ölçülebilir sonuçlar üreten bir teknoloji şirketine dönüştük. Kuruluşumuzdan bugüne, yerli ve millî imkânlarla geliştirdiğimiz yapay zekâ destekli cihazımız ve yönetim modellerimiz, küresel bir sorun olan su kirliliğine karşı Türkiye'den çıkan güçlü bir ses hâline geldi. Öncelikle yerel pazardaki başarılarımızı, başta Orta Doğu ve Kuzey Afrika bölgeleri olmak üzere uluslararası pazara taşıyarak ihracat odaklı büyümeyi hedefliyoruz.

Yapay zekâ algoritmalarımızı daha da derinleştirerek su ekosistemi üzerindeki öngörücü analitik modelleme gücümüzü en az yüzde 15 artıracamız. Ölçüm yaptığımız saha sayısını ve biyolojik gübreye dönüştürdüğümüz atık miktarını da 10 katına çıkararak çevresel etkimizi maksimize etmeyi hedefliyoruz. Planlarımızdan biri de stratejik büyüme hedeflerimizi destekleyecek yeni yatırım turlarını tamamlayarak AR-GE altyapımızı güçlendirmek.

Kasım 2025

Tarım Bülteni



SEKTÖREL İHRACAT VERİLERİ (1000\$)

Sektör	Kasım 2024	Kasım 2025	Değişim (%)
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	1.057.347	1.038.103	-1,8
Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri	669.816	672.379	0,4
Yaş Meyve ve Sebze	359.838	519.023	44,2
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	346.917	368.350	6,2
Meyve Sebze Mamulleri	242.485	212.376	-12,4
Fındık ve Mamulleri	291.183	197.359	-32,2
Kuru Meyve ve Mamulleri	191.936	162.786	-15,2
Tütün	79.504	72.729	-8,5
Zeytin ve Zeytinyağı	74.695	35.989	-51,8
Süs Bitkileri ve Mamulleri	10.348	11.742	13,5

Dünyadan Tarım Haberleri

AB, Çiftçi Desteklerinde Yeşil Kuralları Gevşetiyor

Avrupa Birliği (AB) üye ülkeleri ve Avrupa Parlamentosu, Ortak Tarım Politikası'nda (CAP) önemli bir reform için geçici anlaşmaya vardı. Düzenleme, çiftçiler üzerindeki bürokratik yükü azaltmayı hedeflerken çevreye ilişkin yükümlülükleri hafifletiyor. Reformla birlikte küçük ölçekli çiftçiler çevre şartlarına uyma zorunluluğundan muaf tutulacak ve destek miktarları artırılacak. AB Komisyonu, değişikliklerin çiftçilere yıllık 1,6 milyar euro'ya kadar tasarruf sağlayabileceğini ve denetim sıklığının yılda bire düşürüleceğini ifade etti.

Adım, son aylarda çiftçilerin katı çevre düzenlemeleri ve ucuz ithalata tepki olarak gerçekleştirdiği protestoların ardından geldi. Yaklaşık 387 milyar euro büyüklüğündeki CAP bütçesini etkileyen reform, AB'nin rekabet gücünü artırmak amacıyla hazırlanan "basitleştirme paketi"nin parçası. Anlaşmanın yürürlüğe girmesi için AB Konseyi ve Avrupa Parlamentosu'nun resmi onayı bekleniyor.

ABD, Gıda Enflasyonu Endişeleri Üzerine 200'ün Üzerinde Üründe Tarife İndirimi Yaptı

ABD Başkanı Donald Trump, artan gıda fiyatlarına ilişkin tüketici baskısının yükselmesi üzerine kahve, sığır eti, muz ve portakal suyu gibi temel ürünlerin de aralarında bulunduğu 200'ün üzerindeki gıda ürününde tarifeleri geri çekti. Yürürlüğe giren karar ile Trump yönetiminin yıl içinde uygulamaya koyduğu kapsamlı ithalat vergilerinden önemli bir geri adım niteliği taşıyor.

Trump, tarifelerin bazı ürünlerde fiyatları yükseltmiş olabileceğini kabul ederken, genel enflasyonun düşük seyrettiğini savundu. Son

dönemlerde artan yaşam maliyeti ve gıda fiyatlarının, özellikle bazı eyaletlerde yapılan seçimler sırasında seçmenlerin en sık dile getirdiği konular arasında yer aldığı belirtiliyor. Washington yönetimi, Arjantin, Ekvator, Guatemala ve El Salvador ile gıda ve çeşitli ürünlerde tarifeleri kaldıran çerçeve ticaret anlaşmaları duyurdu. ABD'nin yıl sonuna kadar ek anlaşmalar hedeflediği belirtiliyor. Beyaz Saray, söz konusu ürünlerin ABD'de üretilmediği veya işlenmediği için muafiyet kapsamına alındığını, ayrıca karşılıklı ticarete ilerleme sağlayan yeni anlaşmaların bu adımı mümkün kıldığını açıkladı.

AB'nin "Veggie Burger" Yasağı Balık Sektörünü Etkileyebilir

AB'de bitki bazlı ürünlere "burger" denmesini yasaklayan tartışmalı düzenlemenin, beklenmedik biçimde balık sektörünü de olumsuz etkileyebileceği belirtiliyor. Brüksel'de "hamburger" ve "steak" gibi et çağrışımı terimlerin hangi ürünlerde kullanılabileceği tartışılırken taslağın bu terimlerin AB dillerindeki farklı kullanım biçimlerini tam olarak dikkate almadığı vurgulanıyor. Örneğin İspanyolcada "steak" karşılığı olarak kullanılan "filete", balık kesimleri için yaygın bir terim. Dolayısıyla "filete de lubina" (levrek fileto) veya "lomos de atún" (ton balığı fileto) gibi ifadeler de teknik olarak yasak kapsamına girebilir.

Avrupa balıkçılık sektörünü temsil eden Europêche, bitki bazlı ürünlerin et veya balıkla tamamen aynı terimleri kullanmasına karşı çıkıyor; ancak düzenlemenin dilsel belirsizlik nedeniyle balık ürünlerini yanlışlıkla hedef alabileceğini vurgulayarak netleştirme çağrısında bulunuyor.

Tüketici örgütleri ise yasağa baştan karşı. "Burger" veya "sosis"

gibi terimlerin ürünün şeklini anlattığını, bitki bazlı alternatiflerde tüketiciyi yanıltmadığını savunuyor. BEUC'un 2020 araştırması da tüketicilerin "veggie burger" gibi ifadeleri yanlış anlamadığını gösteriyor. AB kurumları arasındaki müzakereler sürerken, düzenlemenin hem dil uyumu hem de sektör etkileri açısından yeniden ele alınması gerektiği belirtiliyor.

Almanya'da Kuş Gribi Vakaları Üç Yılın Zirvesinde

Almanya, 2025 yılı itibarıyla son üç yılın en yüksek kuş gribi vakası sayısına ulaştı. Friedrich Loeffler Hayvan Hastalıkları Enstitüsü, 122 çiftlikte ve 1.125 yabancı kuşta yüksek derecede patojenik kuş gribinin tespit edildiğini açıkladı. Bu sayı, 2024 yılında bildirilen 46 vakanın oldukça üzerinde bulunuyor. Kuş gribi, göçmen kuşların hareketleriyle mevsimsel olarak yayıldığı için vakaların sonbaharda yükselmesi ve ilkbaharda en yüksek seviyeye ulaşması olağan kabul ediliyor. Kıtanın birçok yerinde vakalar artarken, Almanya'nın bu dönemde en fazla etkilenen ülke olduğu ve 1 milyonun üzerinde kanatlı hayvanın itlaf edildiği belirtiliyor. Enstitü, yabancı kuş vakalarında da belirgin bir artış olduğunu, özellikle sonbahar göçü sırasında turnalarda olağan dışı sıklıkta tespit yapıldığını belirtti. Risk seviyesinin "yüksek" olarak korunduğu, kısa vadede bir iyileşme beklenmediği ifade edildi.

Buna karşın Alman analistler, ülke genelinde yaklaşık 200 milyonluk kümes hayvanı varlığı nedeniyle yumurta ve beyaz et fiyatlarında kayda değer bir değişim olmadığı belirtiliyor. Ülke çapında bir karantina uygulanmazken, bazı bölgelerde kümes hayvanlarının kapalı alanda tutulması zorunlu kılındı.

İhracatçı Firmalara Taahhüt Hesabı Kapatılmasında Ek Süre Verildi

Vergi resim harç istisnası belgesi sahibi firmaların, kendilerine tebliğ edilen taahhüt hesabının müeyyideli kapatılması işlemine karşı itiraz süresi 30 günden 60 güne çıkarıldı.



Resmî Gazete’de yer alan İthalatta Haksız Rekabetin Önlenmesine İlişkin Tebliğ (No: 2025/42) ile ihracatçı firmalara, dahilde işleme rejimi ile resim ve harç istisnası uygulamaları için ek süre imkânı tanındı. Karara göre vergi resim harç istisnası belgesi sahibi firmalar, kendilerine tebliğ edilen taahhüt hesabının müeyyideli kapatılması işlemine karşı yazılı olarak 60 günde Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğüne itirazda bulunabilecek. Daha önce bu süre tebliğ tarihinden itibaren 30 gündü.

Bu fıkranın yürürlüğe girdiği tarihten önce düzenlenmiş ve ihracat taahhüt hesabı müeyyideli kapatılmış vergi resim harç

istisnası belgeleri kapsamında belge sahibi firmalar, anılan müeyyide-nin kısmen veya tamamen tahsil edilmemiş olması hâlinde, 60 gün içinde taahhüt hesabının kapatılması işlemine karşı yazılı itiraz edebilecek. İtiraz başvurusu, ilgili madde hükümleri çerçevesinde değerlendirilecek.

Öte yandan tebliğe, “Vergi resim harç istisnası belgeleri/belgesiz ihracat kredilerine ek süre uygulaması”na ilişkin geçici madde de eklendi. Buna göre bu maddenin yürürlüğe girdiği tarihten önce düzenlenmiş/kullanılmış vergi resim harç istisnası belgelerinden/belgesiz ihracat kredilerinden ihracat taahhüt hesabı henüz kapatılmış olanların belge süreleri/istisna-

dan yararlanma süreleri, bu tebliğle düzenlenen diğer ek süre hakları saklı kalmak üzere, vergi resim harç istisnası belgeleri için en geç belge süresi sonundan itibaren üç ay içinde bakanlığa, belgesiz ihracat kredileri için ise en geç kredinin istisnadan yararlanma süresinin sonunu takip eden bir ay içinde ilgili bankaya müracaatta bulunulması kaydıyla bakanlık ve ilgili banka tarafından 12 ay uzatılacak.

KIYMETLİ MADEN FAALİYET İZİNLERİNE İLİŞKİN ÜCRET DÜZENLEMESİ YAYIMLANDI

22 Kasım 2025 tarihli Resmî Gazete’de yer alan 1567 Sayılı Türk Parasının Kıymetini Koruma Hakkında Kanun

Kapsamında Alınacak Ücretlere İlişkin Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik (Karar Sayısı: 33085) ile kıymetli maden aracı kurum ve kuruluşları, rafineriler ve yetkili müesseselere verilen faaliyet izinlerinden alınacak ücretlere dair düzenleme yapıldı.

Buna göre uygulamada karşılaşılan bazı hususların daha açık ve anlaşılır hale getirilmesi sağlandı ve başvuru sahiplerinin lehine olan hükümlerin uygulanmasını teminen geçiş hükümleri ihdas edildi. Yetkili müessese ve rafineri tanımları güncellendi. Rafineriler için her bir kıymetli maden (altın, gümüş, platin, paladyum) için ayrı başvuru ve ayrı ücret alınması, birden fazla üretim yeri bulunan rafinerilerde her tesis için ayrı izin düzenlenmesi hükme bağlandı. Pay devri işlemlerinde alınacak ücretler devralınan pay oranına göre belirlenirken, aile içi devirlerde ücret muafiyeti uygulanmasına karar verildi.

Kıymetli maden aracı kurum ve kuruluşlarında faaliyet izinleri (2) sayılı tarife üzerinden ücretlendirilecek; pay devri izinlerinde aile bireyleri arasında yapılan devirler yine ücrete tabi olmayacak. Ücretler her yıl yeniden değerlendirilerek artırılacak olup Hazine ve Maliye Bakanlığı takip eden yıla ilişkin güncel ücret tarifelerini her yıl aralık ayı sonunda ilan edecek. Geçici madde kapsamında, 24 Temmuz 2025’ten önce yapılan rafineri ve aracı kurum başvurularında başvuru tarihinde geçerli olan eski ücret düzeni uygulanmaya devam edecek ve aile içi pay devirlerinde muafiyet korunacak.

BASİT USULDEN GERÇEK USULE GEÇECEK MÜKELLEFLERİN BELGE TEMİNİNDE KOLAYLIK SAĞLANDI

27 Kasım 2025 tarihli Resmî Gazete’de yer alan Vergi Usul

Kanunu Genel Tebliği (Sıra No: 486)’nde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ (Sıra No: 584) ile gelecek yıl itibarıyla basit usulden gerçek usule geçecek mükelleflerin düzenleyecekleri belgelerin temini kolaylaştırıldı.

Karar gereğince 30 büyükşehir statüsündeki illerde basit usulde vergilendirilen emtia imalatı ve alım-satımı yapanlar, inşaat işleriyle uğraşanlar, motorlu taşıt bakım ve onarım hizmeti sunanlar, lokanta ve benzeri hizmet işletmeleri, eğlence ve istirahat yerleri ile şehir içi yolcu taşımacılığı faaliyetinde bulunanlar, 2026’dan itibaren gerçek usulde vergilendirilecek.

Hâlihazırda basit usule tabi mükellefler, düzenlemeleri gereken fatura ve perakende satış fişi gibi belgeleri bağlı oldukları oda ve birliklerden, gerçek usulde vergilendirilen mükellefler ise Hazine ve Maliye Bakanlığı veya defterdarlıklar tarafından anlaşma yapılan matbaalardan temin ediyor. Elektronik belge düzenlenmesi gereken işlemlerde ise Gelir İdaresi Başkanlığının e-Belge portalı ücretsiz kullanılabiliyor.

Düzenlemeyle Hazine ve Maliye Bakanlığı, kazançları basit usulde tespit edilirken Cumhurbaşkanı Kararı uyarınca gerçek usulde vergilendirilecek mükelleflere düzenlemek zorunda oldukları belgeleri bağlı bulundukları oda ve birliklerden temin etme imkânı tanımış oldu.

Böylece, hâlihazırda basit usule tabi mükelleflerden 1 Ocak 2026’dan itibaren gerçek usulde vergilendirilecek olanlar, düzenlemek zorunda oldukları belgeleri, işletme hesabı esasına göre defter tuttukları süre zarfında bağlı bulundukları oda veya birliklerden de alabilecek. Kullandıkları eski belgeleri ise 2 Şubat 2026’ya kadar iptal ettirmeleri gerekecek. Böylece mevcut imkânlarını kullanmaya devam edebilecekler.

Vergi Usul Kanunu’ndaki değişikliğe göre 30 büyükşehir statüsündeki illerde basit usulde vergilendirilen emtia imalatı ve alım-satımı yapanlar, inşaat işleriyle uğraşanlar, motorlu taşıt bakım ve onarım hizmeti sunanlar, lokanta ve benzeri hizmet işletmeleri, eğlence ve istirahat yerleri ile şehir içi yolcu taşımacılığı faaliyetinde bulunanlar, 2026’dan itibaren gerçek usulde vergilendirilecek.

Kıymetli maden aracı kurum ve kuruluşlarında faaliyet izinleri, sayılı tarife üzerinden ücretlendirilecek; pay devri izinlerinde ise aile bireyleri arasında yapılan devirler ücrete tabi olmayacak.

ZORUNLU KARŞILIKLAR TEBLİĞİNDE DÜZENLEME YAPILDI

2 Aralık 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Zorunlu Karşılıklar Hakkında Tebliğ'de Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ ile zorunlu karşılık uygulamasında yeni düzenlemelere yapıldı. Bankalar ve finansman şirketlerinin yurt dışından sağladığı bir yıldan uzun vadeli yabancı para yükümlülüklerindeki artışa yüzde sıfır zorunlu karşılık uygulanmasına ilişkin geçici düzenleme ise yıl sonunda sona erecek ve uzatılmayacak.

Yapılan güncellemeye göre, döviz mevduat ve katılım fonlarında vadesiz ve bir aya kadar vadeli hesaplarda zorunlu karşılık oranı yüzde 32'den yüzde 30'a çekilirken, daha uzun vadeli hesaplarda oran yüzde 22-28 aralığından yüzde 26'ya sabitlendi. Kıymetli maden depo hesaplarında vadesiz ve bir aya kadar vadeli hesapların zorunlu karşılık oranı yüzde 28'den yüzde 30'a, daha uzun vadeli hesapların oranı ise yüzde 24-28 aralığından yüzde 26'ya yükseltildi.

Diğer yabancı para yükümlülüklerinde ise özellikle uzun vadelerde belirgin bir sadeleşme yapıldı. Bir yıla kadar vadede oran yüzde 21 olarak korunurken, iki yıla kadar vadede oran yüzde 16'dan yüzde 10'a, 3 yıla kadar vadede yüzde 11'den yüzde 8'e, 5 yıla kadar vadede yüzde 7'den yüzde 3'e, beş yıldan uzun vadede ise yüzde 5 olan oran tamamen kaldırılarak yüzde 0'a indirildi.

Döviz tevdiat hesabı ve altın mevduat hesapları arasındaki zorunlu karşılık oranı farklılıkları kaldırılarak sadeleştirildi ve uzun vadeli yabancı para mevduat dışı yükümlülüklerin zorunlu karşılık oranları da aşağı çekildi.

SERMAYE KAYBI OLAN ŞİRKETLERE SAĞLANAN KOLAYLIKTAKİ SÜRE UZATIMI SAĞLANDI

10 Aralık 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan 6102 Sayılı Türk Ticaret Kanununun 376'ncı Maddesinin Uygulanmasına İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Tebliğde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ ile sermaye kaybı olan veya borca batık şirketlerin durumuna ilişkin hesaplamalarda düzenlemeye gidildi.

Buna göre söz konusu şirketlerin henüz ifa edilmemiş yabancı para cinsi yükümlülüklerinden doğan kur farkı zararlarının tamamı ile 2020 ve 2021 yıllarında tahakkuk eden kiralamalardan kaynaklanan giderler, amortismanlar ve personel giderlerinin toplamının yarısının, 1 Ocak 2027'ye kadar yapılacak hesaplamalarda dikkate alınmamasına imkan sağlandı. Söz konusu uygulama, daha önce 1 Ocak 2026'ya kadar yapılacak hesaplamaları kapsıyordu.

SÖZLEŞMELİ ÜRETİM KAPSAMI DÜZENLENDİ

9 Aralık 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Sözleşmeli Üretimin Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik'e göre üretim sözleşmesinin nüsha teslim süresi uzatıldı. Düzenlenen sözleşmenin bir nüshası üreticide, biri alıcıda bırakılmak kaydıyla üçüncüsü imzalanmasını müteakip 30 iş günü içinde üreticinin kayıtlı olduğu Tarım ve Orman Bakanlığı il veya ilçe müdürlüğüne teslim edilebilecek. Tiftik, sözleşmeli üretim kapsamına alındı. Bu

ürünün alım satımında sözleşme süresinin altı aydan az, bir yıldan fazla olamayacağı kararlaştırıldı.

Üretici, yaptığı üretim faaliyetine göre bakanlıktan onaylı su ürünleri yetiştiricilik belgesine veya balıkçı gemileri için su ürünleri ruhsat tezkeresine sahip olacak. Sözleşmeye konu ürün, yetiştiricilik belgesine sahip üretim tesisinde yetiştirilecek veya balıkçı gemileri için su ürünleri ruhsat tezkeresine sahip olan gemiyle avlanacak.

Benzer şekilde su ürünleri avcılığı, sözleşmeli üretim kapsamına alındı. Tarım sigortaları kapsamında sigortalanamayan ve üretim varlığı olan balıkçı gemileri gibi durumlar için diğer sigortaların kabul edilebilmesi sağlandı.

ŞEKERDE 2026-2027 DÖNEMİ KOTALARI BELİRLENDİ

21 Kasım 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan 2026/2027 Pazarlama Yılı Şeker Kotalarının Belirlenmesine İlişkin Karar (Karar Sayısı: 10603) ile Türkiye'de 2026/2027 pazarlama yılında uygulanacak pancar şekeri A ve B kotaları ile nişasta bazlı şeker kotaları belirlendi.

Buna göre 2026/2027 pazarlama yılında pancar şekeri A kotası 2,8 milyon ton, B kotası ise A kotasının yüzde 3,5'i olan 99 bin 304 ton olarak belirlendi. Nişasta bazlı şeker kotası ise A kotasının yüzde 2,5'i olan 72,750 ton olarak uygulanacak.

NOHUT İTHALATINDA GÖZETİM UYGULAMASI KALDIRILDI

25 Kasım 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan İthalatta Gözetim Uygulanmasına İlişkin Tebliğ (Tebliğ No: 2013/13)'in Yürürlükten Kaldırılmasına Dair Tebliğ ile nohut ithalatında 1.200 dolar altında gümrük kıymetine haiz olanlara uygulanan gözetim kaldırıldı.

Öte yandan, İthalatta Gözetim



Uygulanmasına İlişkin Tebliğ (Tebliğ No: 2022/1)'de Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ ile Kayda Alınan Eşya Listesine 0713.20 GTİP'li Nohut (garbanzos) eklendi.

YEŞİL MERCİMEK VE YULAF İTHALATINDA GÜMRÜK VERGİLERİ DÜŞÜRÜLDÜ

29 Kasım 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan İthalat Rejimi Kararında Değişiklik Yapılmasına İlişkin Karar (Karar Sayısı: 10660) ile yeşil mercimek ve yulaf ithalatına ilişkin gümrük vergileri yeniden düzenlendi. Yeşil mercimeğin gümrük vergisi yüzde 19,3'ten yüzde 10'a indirilirken, yulafta yüzde 130 olan gümrük vergisi yüzde 30'a düşürüldü. Bu oranlar, 30 Nisan 2026'ya kadar uygulanacak.

YENİLENEBİLİR ENERJİ KAYNAK ALANLARI YÖNETMELİĞİNDE DEĞİŞİKLİĞE GİDİLDİ

9 Aralık 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Yenilenebilir Enerji Kaynak Alanları Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik ile işletme onayına ilişkin düzenleme yapıldı. Buna göre YEKA yarışmasını kazananın doğrudan ortaklık yapısı değişiklikleri elektrik enerjisi üretim tesisinin tamamı işletmeye alınuncaya kadar Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığının onayına tabi olacak.

Yüzer Güneş Enerji Santralleri Kurulmasında Su Yüzeyi Kullanımına ve Kiralanmasına İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik ile belediyeler veya bağlı kuruluşları, belediye sınırları içinde yer alan baraj gölleri, suni göller ve kanal yüzey alanlarında, yüzer GES tesisi kurabilecek.



Batı Akdeniz İhracatının Yıldızları Belli Oldu

Batı Akdeniz'in üretim gücünü dünyaya taşıyan 61 firmanın başarıları, BAİB'in düzenlediği "İhracatın Yıldızları" gecesinde taçlandırıldı.



Batı Akdeniz İhracatçılar Birliği (BAİB), Antalya, Burdur ve Isparta'dan en fazla ihracat gerçekleştiren firmaları "İhracatın Yıldızları" töreniyle ödüllendirdi. Kepez ilçesindeki Mimar Sinan Kültür Merkezi'nde düzenlenen törene Ticaret Bakan Yardımcısı Özgür Volkan Ağar, TİM Başkanı Mustafa Gültepe, TİM Yönetim Kurulu Üyeleri ile BAİB yöneticilerinin yanı sıra çok sayıda ihracatçı katıldı.

Törende; BAİB üzerinden, sektörler bazında ve il bazında en fazla ihracat yapan firmalar olmak üzere 25 kategoride toplam 61 firmaya ödül verildi.

"TİM OLARAK İHRACATI ARTIRMAK İÇİN ÇALIŞMALARIMIZ VAR"

Törende konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe 2024'te BAİB çatısı altında 2 bin 600 firmanın 2,6 milyar dolarlık ihracata imza attığını belirtti. Bölgeden 11 ayda yapılan ihracatın yüzde 3,8 artışla 2,5 milyar dolara yaklaştığına kaydeden Gültepe, "BAİB'in ihracatında da Türkiye'nin genel ihracatıyla paralel bir artış trendi görüyoruz. Jeopolitik risklere,

ticaret savaşlarına ve korumacı önlemlere rağmen ihracatımızda artış trendini sürdürebilmemiz önemli. Ama yüzde 3-4 artış oranlarıyla Türkiye'yi dünyanın en çok ihracat yapan ilk 10 ülkesi arasına çıkaramayız." diye konuştu.

Gültepe, TİM olarak ihracatı artırmak, dijital ve ikiz dönüşümü ülke adına fırsata çevirmek için birçok proje yürüttüklerini vurgulayarak, pazar çeşitliliğini artırmak, ihracatçıları yeni alıcılarla buluşturmak için yoğun heyet programı uyguladıklarını belirtti. Türk Ticaret Bankasının Antalya Şubesi'ni ihracatçıların hizmetine açtıklarını anlatan Gültepe, orta ve uzun vadede kalıcı çözümlerin önemini anlattı.

"İHRACATÇILARIMIZIN PAZAR ÇEŞİTLENDİRME KABİLİYETİ YÜKSELDİ"

Ticaret Bakan Yardımcısı Özgür Volkan Ağar ise Türkiye ekonomisinin kesintisiz büyüme gösterdiğine işaret etti. Ağar, "İhracatımızda hem ürün hem de ülke bazında çeşitlilik artıyor. Bugün 228 ülke ve bölgeye, tüm fasıllarda toplam 12 bin 663 farklı üründe ihracat gerçekleştirebilen

kapasiteye eriştik. Bu ülkelerden 50'sine 1 milyar doların üzerinde ihracat yapılmıştır. Bu veriler, Türkiye'nin küresel tedarik zincirlerinde giderek daha sağlam bir yer edindiğini ve ihracatçılarımızın pazar çeşitlendirme kabiliyetinin önemli ölçüde yükseldiğini göstermektedir. Hizmet ihracatında da dünyada sahip olduğumuz payımızı istikrarlı bir şekilde artırmayı sürdürüyoruz." değerlendirmelerinde bulundu.

Ağar, ihracatçıların önünü açacak, onların dünya pazarlarına daha güvenle açılmalarını sağlayacak güçlü bir finansman altyapısı oluşturmak amacıyla Türk Eximbank, Türk Ticaret Bankası ve İhracatı Geliştirme Anonim Şirketi (İGE AŞ) başta olmak üzere ilgili tüm kurum ve kuruluşlarla çalışmalara yoğun şekilde devam ettiklerini söyledi.

BAİB Yönetim Kurulu Başkanı Ümit Mirza Çavuşoğlu da 13 bin üyelerinin olduğunu, 25 sektörde hizmet verdiklerini kaydederek, ihracatta geçen yılın rakamlarını geçtiklerini söyledi. Konuşmaların ardından, farklı sektörlerde en fazla ihracat yapan firmalar ödüllendirildi.

GAİB, İhracatın Yıldızlarını Ödüllendirdi

Küresel pazarlarda Türkiye markasını başarıyla temsil eden, Güneydoğu Anadolu'nun ihracat devleri, GAİB tarafından düzenlenen törenle ödüllendirildi.



Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri (GAİB) tarafından düzenlenen törenle, 2024 yılında en fazla ihracat yapan 100 firmaya "İhracatın Yıldızı" ödülü verildi. GAİB Konferans Salonu'nda gerçekleştirilen törene, Ticaret Bakan Yardımcısı Özgür Volkan Ağar, Gaziantep Valisi Kemal Çeber, Gaziantep Büyükşehir Belediye Başkanı Fatma Şahin, TİM Başkanı Mustafa Gültepe, GAİB Koordinatör Başkanı Ahmet Fikret Kileci ile STK temsilcileri, bürokratlar ve ihracatçılar katıldı.

"ÜRETİM VE İHRACAT ÜLKE EKONOMİSİNİN LOKOMOTİFİ"

TİM Başkanı Mustafa Gültepe, İhracatın Yıldızları Ödül Töreni'nde yaptığı konuşmada, 11 aylık ihracatın yüzde 3,7 artışla 247,2 milyar dolara ulaştığını, yılı 270 milyar doların üzerinde kapatmayı hedeflediklerini söyledi. Gültepe, "2024 yılında Bölge ihracatına en fazla katkı veren firmalarımızı kutluyorum. Bugün burada yalnızca rakamları değil, emeği, alın terini, cesareti, vizyonu ve küresel arenada elde edilen başarıyı ödüllendireceğiz. Bu

başarılar ödülü ve alkışı fazlası ile hak ediyor. Üretim ve ihracat ülke ekonomisinin lokomotifidir. Sağlıklı bir ekonominin ancak üretim ve ihracatla gerçekleşebileceğini biliyoruz." diye konuştu.

"BÖLGE İHRACATÇILARI ÖNEMLİ BİR BAŞARI HİKÂYESİ YAZIYOR"

Ticaret Bakan Yardımcısı Özgür Volkan Ağar ise törende yaptığı konuşmada ülke ve bölge ihracatını değerlendirdi. Dünyanın dört bir tarafında Türk bayrağını başarı ile dalgalandıran ihracatçıları kutlayan Bakan Yardımcısı Ağar, "Güneydoğu Anadolu Bölgemizin ihracatta gösterdiği başarının mimarlarını ödüllendireceğimiz bu törenimize katılmaktan dolayı mutluyum. Küresel zorluklara karşı dirençli hareket ederek, dünyanın dört bir yanına Türkiye markasını ulaştıran siz değerli ihracatçılarımızı kutluyorum. Alın teri ile cesareti ile ülkemizin ihracat bayrağını dünyanın dört bir yanında başarı ile dalgalandıran bölge ihracatçıları önemli bir başarı hikâyesi yazıyor." dedi.

"BÖLGEMİZİN ÖNÜ ÇOK AÇIK"
GAİB Koordinatör Başkanı Ahmet Fikret Kileci de dünyanın her anlamda büyük bir değişim ve dönüşüm içerisinde olduğuna dikkat çekti. Kileci, "Biz, bu dönüşümü, değişimi yakalamak zorundayız. Aksi halde yani değişime dönüşüme, sürdürebilirliğe ayak uyduramazsak oyunun dışında kalırız. Ama bizi oyunun dışında bırakmaya kimsenin gücü yetmez. Biz gücümüzü tarihten, geçmişimizden, büyüklerimizden alıyoruz. Potansiyelimiz çok yüksek. Türkiye'nin özellikle de bizim bölgemizin önü çok açık. Bizim coğrafi, jeopolitik gücümüz, tarihten gelen hırsımız ve başarılarımız bizi çok iyi yerlere taşıyacaktır." şeklinde konuştu.

Konuşmaların ardından ihracat performanslarıyla ülke ekonomisine önemli katkılar sunan 100 firmanın temsilcilerine ödülleri törene katılan protokol üyeleri tarafından verildi. Törende ayrıca, GAP Gümrük ve Dış Ticaret Bölge Müdürlüğü ile Gaziantep İl Tarım ve Orman Müdürlüğü çalışanlarına da ihracatın gelişimine yaptıkları katkılardan dolayı teşekkür plaketi verildi.

Geleceğin Tasarımcıları Futuretex İstanbul'da Ödüllendirildi

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) tarafından düzenlenen ve bu sene 20'nci yılını kutlayan Futuretex İstanbul Kumaş Tasarım Yarışması'nda kazananlar belli oldu.



Türk tekstilinin yenilikçi ruhu-nu ortaya koyan Futuretex İstanbul Kumaş Tasarım Yarışması'nın 20'nci yılı yoğun katılımla gerçekleşen bir final töreniyle kutlandı. İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) tarafından düzenlenen yarışma dünyaca ünlü Türk kumaşlarının, tasarım gücüyle markalaşmasını hedeflerken, bu yıl da genç tasarımcıların yaratıcı üretimlerini sektörle buluşturdu. Yarışmanın final gecesine 500'ü aşkın davetli katıldı.

“TASARIMI, GENÇLERİ VE İNOVASYON EKOSİSTEMİNİ DESTEKLEMeye KARARLIYIZ”

Ödül töreninde konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, tasarımın sektörün geleceğindeki stratejik rolüne dikkat çekerek şunları söyledi: “Tekstil ve hazır giyim sektörlerimiz yıllarca Türkiye'nin dünyayla kurduğu ticaret köprüsünün en güçlü ayaklarını oluşturdu. Ancak artık küresel rekabette öne çıkmak için yalnızca üretmek yeterli değil, katma değeri yüksek, inovatif, sürdürülebilir ve markalı ürünler

tasarlamak gerekiyor. Futuretex, tasarımı estetik bir unsur olmanın ötesine taşıyarak inovasyonun, sürdürülebilirliğin ve marka değerinin temel bileşeni olduğunu hatırlatıyor. Biz tasarıma verilen her desteği, genç yeteneklerimizin yaratıcılığıyla birleştğinde Türkiye'nin küresel rekabet gücüne yapılan bir yatırım olarak görüyoruz. TİM olarak tasarımı, gençleri ve inovasyon ekosistemini desteklemeye kararlıyız; çünkü Türk tekstilini ve modasını dünyanın lider markaları arasına taşıyacak olan yine onların hayal gücü ve cesareti olacaktır.”

“GENÇLERE İHTİYACIMIZ VAR”

İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz ise tekstil sektörünün önemli bir dönemeçten geçtiğini dile getirdi. Sektörün rekabet gücünü koruması ve daha yüksek katma değer yaratması için yeni bir dönüşüm süreci içerisinde olduğunu belirten Öksüz, genç tasarımcıların ve yaratıcı insan kaynağının kritik rolüne işaret etti. Öksüz, “Sektörün geleceğine yön verecek gençlere ihtiyacımız var. Bu, sektörümüz için bir tercih değil, tarihi bir

sorumluluktur. Tasarım ve markalaşma ile güçlenen, yüksek katma değer üreten bir tekstil vizyonunu değerli tasarımcılarımız, akademisyenlerimiz ve tekstil mühendislerimizle birlikte inşa edeceğiz.” ifadelerini kullandı. Öksüz, “Daha fazla üretim, daha fazla istihdam, daha fazla ihracat diyerek yolumuza kararlılıkla devam edeceğiz.” dedi.

DERECEYE GİRENLERE YURT DIŞINDA EĞİTİM HAKKI

Yarışmanın birincilik ödülünü Su Onat, üçüncülük ödülünü ise Leyla Tadzhibaeva kazandı. Trendyol Jüri Özel Ödülü'ne ise Furkan Tuğçe Tuğutlu layık görüldü. Birincilik ödülü 300 bin TL, ikincilik ödülü 150 bin TL, üçüncülük ödülü 100 bin TL olarak takdim edilirken, jüri tarafından belirlenen Trendyol Jüri Özel Ödülü ise 60 bin TL olarak verildi. Yarışmanın eğitim ve gelişim odaklı desteği kapsamında ise ilk üç finalist yurt dışında eğitim hakkı, altı aylık yabancı dil eğitimi ve İTHİB tarafından belirlenen uluslararası bir fuarı ziyaret hakkı kazandı.

GYHİB 14. Ulusal Gemi ve Yat Tasarım Yarışması'nın Kazananları Belli Oldu

GYHİB ev sahipliğinde, sektörün devlerini ve genç tasarımcıları bir araya getiren ödül töreninde, 12 üniversiteden 17 özgün proje denizcilik dünyasının beğenisine sunuldu.



Gemi Yat ve Hizmetleri İhracatçıları Birliği (GYHİB) tarafından bu yıl 14'üncüsü düzenlenen Ulusal Gemi ve Yat Tasarım Yarışması, gerçekleştirilen ödül töreniyle tamamlandı. “24 metre altı motorlu yelkenli tekne tasarımı” temasıyla düzenlenen yarışma, sektör temsilcileri ile genç tasarımcıları bir araya getirdi.

GYHİB Başkanı Cem Seven'in ev sahipliğinde düzenlenen törene; TİM Başkanı Mustafa Gültepe, İMEAK Deniz Ticaret Odası Yönetim Kurulu Başkanı Tamer Kıran, İstanbul Tersanesi Komutanı Tümamiral Recep Erdiç Yetkin, Piri Reis Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Nafiz Arca, İMEAK DTO Meclis Başkanı Başaran Bayrak, yönetim kurulu ve meclis üyeleri, akademisyenler ve öğrenciler katıldı.

“SEKTÖR İHRACATI 2 MİLYAR DOLARA YAKLAŞTI”

TİM Başkanı Mustafa Gültepe, yaptığı açılış konuşmasında, gemi ve yat sektörünün yüksek katma değerli ihracat hedeflerine en güçlü katkısı sağlayan alanlar arasında yer aldığını belirterek, 2025

yılıının Ocak-Kasım döneminde sektör ihracatının 2 milyar dolar seviyesine yaklaştığını açıkladı. Geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 15'in üzerinde artış kaydedildiğini ifade eden Gültepe, genel ihracatın yüzde 3,5 büyüdüğü bir ortamda sektörün çift haneli büyümesinin; teknoloji, mühendislik, tasarım ve ileri üretim kabiliyetini bir araya getiren katma değerli üretimin önemini ortaya koyduğunu vurguladı. Gültepe, elde edilen başarının yalnızca ekonomik bir kazanım değil, aynı zamanda bilgiye, tasarıma ve inovasyona verilen değerın göstergesi olduğunu söyledi.

“GENÇLERİ İNOVASYON VE TASARIMLA SEKTÖRE KAZANDIRIYORUZ”

GYHİB Başkanı Cem Seven, konuşmasında, sektörün geleceğini temsil eden gençlerle bir araya gelmenin mutluluğunu yaşadıklarını belirtti. 14 yıldır aralıksız düzenlenen yarışmanın gençlere inovasyon kültürü kazandırmayı, yaratıcılığı teşvik

etmeyi ve tasarımın önemini vurgulamayı amaçladığını söyleyen Seven, yarışma aracılığıyla gençleri sektöre kazandırmayı hedeflediklerini ifade etti. Seven, “Bugün düzenlediğimiz yarışmaların bu misyonu başarıyla yerine getirdiğini görmek bizler için büyük bir gurur kaynağıdır. Önceki yıllarda yarışmalarımıza katılan birçok gencimizin, bugün ulusal ve uluslararası organizasyonlarda kendi projeleriyle yer aldığını memnuniyetle izliyoruz.” dedi.

BİRİNCİLİK ÖDÜLÜNE “NOVA” İSİMLİ PROJE LAYIK GÖRÜLDÜ

Yarışmaya 12 farklı üniversiteden 49 öğrenci, 17 projeye katılım sağladı. Jüri değerlendirmesi sonucunda birincilik ödülünü “Nova”, ikincilik ödülünü “Apeiron”, üçüncülük ödülünü ise “El Turko” adlı projeler kazandı. Jüri önerisiyle verilen Türk Loydu Özel Ödülü ise “Pedasa 78” adlı projeye layık görüldü. 2026 yılında gerçekleşecek tasarım yarışmasının konusunun “Römorkör Tasarımı” olacağı duyuruldu.

Halıda Pazar Payı Yüzde 16'yı Aştı

İstanbul Halı İhracatçıları Birliği, 179 ülkeye Türk halısı ulaştırarak küresel pazardan yüzde 16,4 pay alan sektörün yıldızlarını ödüllendirdi.



İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB), halı sektörünün ihracatına katkı sunan ve Türk halılarının yurt dışında daha çok tanınmasını sağlayan sektör temsilcilerini ödüllendirdi.

İstanbul Dış Ticaret Kompleksi'nde düzenlenen törende dört farklı kategoride toplam 40 firmaya "platin ödül" verilirken özel ödüller de sahiplerini buldu. Törene, İstanbul Vali Yardımcısı Elif Canan Tuncer, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe, İHİB Başkanı Ahmet Hayri Diler ve sektör temsilcileri katıldı.

"179 ÜLKEYE HALI İHRAÇ ETTİK"

Törenin açılışında konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, halıyı yalnızca ticari bir ürün olarak değil, kültürel bir miras olarak gördüklerini vurguladı.

Tarihte bilinen ilk halıların yaklaşık 2 bin 500 yıl önce Orta Asya'da Türkler tarafından dokunduğunu hatırlatan ve Türk halılarının bugün dünyanın ortak motiflerinden biri hâline geldiğini belirten Gültepe, sektörün küresel ölçekte güçlü bir konumda bulun-

duğunu ifade etti. Türkiye'nin halı ihracatında dünyanın en güçlü iki oyuncusundan biri olduğunu kaydeden Gültepe, "Küresel halı ihracatından yüzde 16,4 pay alıyoruz. 2024 yılında 2,9 milyar dolarlık halı ihracatı gerçekleştirdik. 2025'in Ocak-Kasım döneminde ise ihracatımız 2,6 milyar dolara ulaştı." dedi.

Bu yıl ABD, Suudi Arabistan ve Irak başta olmak üzere toplam 179 ülkeye halı ihraç edildiğini belirten Gültepe, sektörün fiyat rekabetçiliğini kaybetmesine rağmen gösterdiği dirençle Türkiye ekonomisine katkı sunmaya devam ettiğini vurguladı. Halı sektörünün son yıllarda teknolojik gelişmelerle önemli bir dönüşüm sürecinden geçtiğini ifade eden Gültepe, yeni üretim yöntemleri ve kullanılan malzemeler sayesinde daha kaliteli ve dayanıklı ürünler ortaya çıktığını söyledi.

Rekabetçiliğin korunması için yeni taleplere hızlı ve kararlı şekilde cevap verilmesi gerektiğini belirten Gültepe, sözlerini şöyle sürdürdü: "Üretim kapasitesi ve teknik yetkinlik açısından dünyada güçlü bir konumdayız. Bu

konumumuzu korumak için yeni teknolojilere uyum sağlamalı, esnek üretim kabiliyetimizi daha da geliştirmeliyiz. Bunu başardığımızda küresel ihracattaki payımızı artıracımıza inanıyorum."

"TÜRK HALISINI DÜNYANIN HER KÖŞESİNE TAŞIYORUZ"

İHİB Başkanı Ahmet Hayri Diler de halı ihracatının ardındaki emeğe dikkat çekerek, Türk halı sektörünün dünya sahnesindeki yükselişine dikkat çekti. Türk halı sektörünün küresel ölçekteki temsil gücüne değinen Diler, İHİB'in uluslararası vizyonu doğrultusunda yürütülen çalışmaları paylaştı.

Diler, Türk halı sektörünün geleceğine ilişkin şunları kaydetti: "Bir ilmeği atmak nasıl sabır ve ustalık gerektiriyorsa, bir sektörü dünya liderliğine taşımak da aynı adanmışlığı gerektirir. İHİB olarak, üyelerimizden aldığımız güçle Türk halısını dünyanın her noktasında güçlü bir marka haline getirme hedefiyle çalışmalarımıza kararlılıkla devam edeceğiz. Türk halısının girmedeği hiçbir coğrafya bırakmamak için yollar inşa ediyoruz."

Güvenilirliği

BİRLİKTE ŞEKİLLENDİRELİM

Güvene dayalı ilişkiler su gibidir: Şeffaf, temiz ve her daim özüne sadık. İş ortaklarımızla ilişkilerimizi 35 yılı aşkın süredir bu prensiple yönetiyoruz.



Türk Fındığı, “Go Hazelnuts” Sloganıyla Hindistan’da Milyonlara Ulaşıyor

Hindistan’a yönelik fındık ihracatının artırılması amacıyla Ticaret Bakanlığı tarafından desteklenen ve Karadeniz ile İstanbul Fındık ve Mamulleri İhracatçıları Birlikleri tarafından yürütülen Turquality tanıtım projesi kapsamında Türk fındığı, Hindistan’ın en büyük ikinci kahve zinciri Barista Coffee ile gerçekleştirilen iş birliği sayesinde milyonlarca tüketiciyle buluşuyor

Hindistan’ın en köklü yerli kahve zincirlerinden Barista Coffee ile yapılan özel iş birliği çerçevesinde, Türk fındığı kullanılarak hazırlanan özel bir kış menüsü “Go Hazelnuts” sloganıyla başta Yeni Delhi, Mumbai ve Bangalore olmak üzere Hindistan’ın büyük metropollerindeki toplam 175 Barista şubesinde tüketicilerin beğenisine sunuldu.

Barista’nın Yeni Delhi’deki

Hindistan’ı en büyük pazarlarından biri yapmayı amaçlayan fındık ihracatçıları, tanıtım faaliyetleri kapsamında Türk fındığını; Hint halkının günlük tüketim alışkanlıklarına entegre etmek için yoğun çaba sarf etmeye devam ediyor.

ana mağazasında, T.C. Yeni Delhi Ticaret Müşaviri Yeliz Gürlek’in de katılımıyla düzenlenen lansman etkinliğinde basın mensuplarına Türk fındığının kalite üstünlüğü, besin değeri ve farklı kullanım alanları hakkında kapsamlı bilgiler aktarıldı. Özel menü kapsamında Türk fındığı kullanılarak hazırlanan fındıklı frappe ve fındıklı latte içeceklerinin yanı sıra fındıklı matcha kek ve fındıklı tart ürünleri satışa sunuldu. Bu ürünlerle birlikte Türk fındığının yalnızca geleneksel tüketimdeki değil, modern kafe kültürü, içecekler

ve tatlılar gibi katma değerli alanlardaki yüksek potansiyelinin de Hint tüketiciler tarafından doğrudan deneyimlenebilmesi fırsatı yaratıldı.

Genç nüfusa ve hızlı büyüyen bir ekonomiye sahip olan Hindistan’ı en büyük pazarlarından biri yapmayı amaçlayan fındık ihracatçıları, yürütülen tanıtım faaliyetleri kapsamında Türk fındığını çok yönlü ve sağlıklı bir ürün olarak konumlandırmak suretiyle fındığı Hint halkının günlük tüketim alışkanlıklarına entegre etmek için yoğun çaba sarf etmeye devam ediyor.

Doğal Taş İhracatçıları Meksika’dan Yeni Ticari Bağlantılarla Döndü

Türkiye’de doğal taş ihracatının lideri olan Ege Maden İhracatçıları Birliği, doğal taş ihracatında 2,5 milyar dolar hedefine ulaşmak için Latin Amerika’nın ikinci büyük ekonomisi Meksika’yı radarına aldı. Meksika’ya 23-28 Kasım 2025 tarihleri arasında Sektörel Ticaret Heyeti düzenleyen EMİB, Türkiye’den 12 doğal taş ihracatçısıyla Meksikalı 20 ithalatçı firmayı Meksika’da ikili iş görüşmelerinde bir araya getirdi.

Meksika’nın coğrafi konumu gereği hem Kuzey hem Güney Amerika’ya açılan bir ticaret kapısı olduğuna vurgu yapan Alimoğlu, “Meksika’da inşaat sektörü özellikle lüks konut

projeleri, oteller ve ticari yapılarla yükselişte. Doğal taş kullanımında ciddi artış var. Ticaret Heyetindeki görüşmeler oldukça verimli geçti, ürün numuneleri, fiyat yapıları, lojistik seçenekleri ve potansiyel iş birlikleri detaylı şekilde ele alındı. Önümüzdeki süreçte siparişlerin gelmesini bekliyoruz. Meksika’ya 2025 yılının Ocak-Ekim döneminde 4 milyon dolar olan doğal taş ihracatımızın orta vadede 50 milyon doları göreceğine dair inancımız pekişti. Ticaret Bakanlığımızın Uzak Ülkeler Stratejisiyle uyumlu olarak Meksika’ya yönelik pazarlama çalışmalarımız 2026 ve sonraki yıllarda sürecek.” ifadelerini kullandı.

Ege Maden İhracatçıları Birliği, Türkiye’den 12 doğal taş ihracatçısıyla Meksikalı 20 ithalatçı firmayı Meksika’da ikili iş görüşmelerinde bir araya getirdi.

Ege Maden İhracatçıları Birliği heyeti ikili iş görüşmeleri yanında Meksika’nın doğal taş ithalatında öne çıkan Comercializadora de Piedras Naturales, Grupo Tenerife, Onice (Onyx), Mármolés Maga, Mármolés Travertino, Mármolés Puerte ve Everstone firmalarını da ziyaret etti.

TİM TÜRKİYE
İHRACATÇILAR
MECLİSİ

Daha Yeşil Bir Gelecek için GREENTİM Yanınızda!



CO₂



www.greentim.com



Kesişen
Dünyalar:
Elçiler ve
Ressamlar
Sergi

Mekân:
Pera Müzesi

Saat:
10:00-19:00

Sanat ve Diplomasinin Buluşması

Suna ve İnan Kırac Vakfı
Oryantalist Resim Koleksi-
yonu'ndan derlenen bu özel
seçki, Osmanlı ile Avrupa
arasındaki köklü diplomatik
ilişkileri sanatın büyüleyici di-
liyle anlatıyor. Elçilerin maiye-
tindeki ressamkara belgelenen
törenler, görkemli portreler
ve sosyal yaşam sahneleri,
izleyicileri diplomasi tarihinin
dolambaçlı yollarında gezdiri-
yor. Batının doğuya merakını
ve bakışını "görsel belgelerle"
sunan sergi, kaybolmuş bir
çağın zarafetine ve tarihsel de-
rinliğine tanıklık etmek isteyen
sanatseverleri bekliyor.



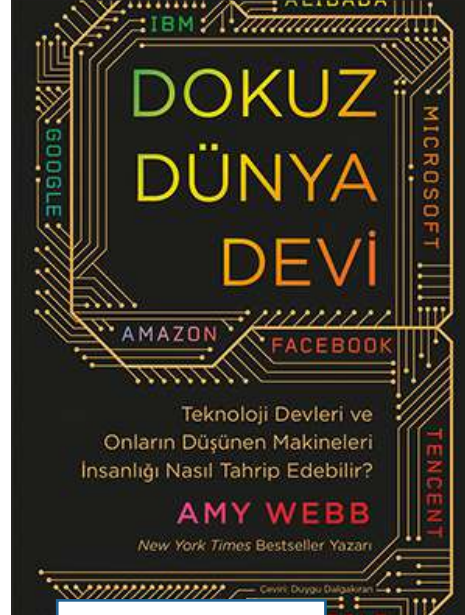
90'lardan Beri
Halı'dayız
Sergi

Mekân:
Salt Beyoğlu

Saat:
11:00-18:00

İlmek İlmek Sanat ve Direniş

Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Halı Atölyesi'nin akademisi duvarlarını aşan hikâyesi, Salt Beyoğlu'nda izleyiciyle buluşuyor. Gülcin Aksoy ve öğrencilerinin öncülüğünde, geleneksel dokumayı güncel sanat ve "beraber öğrenme" pratiğiyle harmanlayan atölye; hiyerarşiden uzak, sokağa açık özgün bir model sunuyor. İpliği bir düşünme biçimi olarak ele alan bu kolektif hafıza; arşivler, kişisel işler ve ortak üretimlerle sergileniyor. Yaratıcı muhalefetin ve kuşaklar arası dayanışmanın izini süren sergi, 1 May 2026 tarihleri arasında görülebilir.



Dokuz Dünya
Devi
Amy Webb

Sayfa Sayısı:
336

İlk Baskı Yılı:
2021

Yayınevi:
Kronik Kitap

Güçlü Şirketler Hakkında Bir Çağrı

Yapay zekâ artık hayatımızın görünmez altyapısı. Peki, bu muazzam gücü yöneten dokuz dev şirketin insanlığın geleceğini nasıl şekillendirdiğinin farkında mısınız? Amy Webb, Dokuz Dünya Devi'nde Amazon'dan Tencent'e uzanan bu güçlerin yarattığı jeopolitik gerilimleri, etik açmazları ve olası gelecek senaryolarını mercek altına alıyor. Yollarımızın hâkimiyetindeki bir dünyada, insan odaklı bir gelecek inşa etmek ve doğru yolu bulmak isteyenler için sarsıcı gerçekler ve kapsamlı bir yol haritası sunuyor.



Abundance
Ezra Klein
Derek
Thompson

Sayfa Sayısı:
304

İlk Baskı Yılı:
2025

Yayınevi:
Avid Reader Press

Kıtlık Çağında İlerlemeyi İnşa Etmek

21. yüzyılın özeti: Kıtık ve kriz. Dünya, konut sorunundan enerji altyapısına kadar her alanda tıkanmış durumda. Çünkü yeterince inşa etmiyoruz. Ezra Klein ve Derek Thompson, bolluk ile geçmişin korumacı reflekslerinin bugünün ilerlemesini nasıl engellediğini cesurca tartışıyor. Sadece yasaklayan değil, yeniden inşa eden bir gelecek vizyonu sunan bu eser, siyasi ve kültürel engelleri aşarak "bolluk siyasetine" geçişin yol haritasını çiziyor. Krizlere teslim olmak yerine çözüm arayanlar için temel bir başucu kitabı.



Vienna Mozart
Orchestra Yeni
Yıl Konseri
Konser

Mekân:
Atatürk Kültür Merkezi

18. Yüzyıla Müzikal Bir Yolculuk

Otantik dönem kostümleri ve peruklarıyla izleyicileri Mozart'ın yaşadığı dönemin büyülu atmosferine götürecekl özel performans İstanbul'a geliyor. Mozart'ın en sevilen senfonileri, konçertoları ve opera uvertürlerinin yeniden hayat bulduğu Viyana Mozart Orkestrası, eşsiz bir klasik müzik deneyimini sunacak. Tarihi dokuyu sahne şovuna dönüştüren orkestra, sanatseverlere hem görsel hem işitsel bir şölen vad ediyor. Viyana'nın müzik mirasını dünyaya taşıyan Viyana Mozart Orkestrası, 11 Ocak'ta AKM sahnesinde.



Tenor Levent
Gündüz 30. Yıl
Sanat Konseri
Konser

Mekân:
Atatürk Kültür Merkezi

Dünya Müziğinden Seçkiler

Ünlü tenor Levent Gündüz, 30 yıllık sanat yolculuğunu ve yeni Crossover hiti "Yıldız Gözüm"ün lansmanını görkemli bir şovla taçlandırıyor. Zafer Çebi ve Orkestrası'nın eşlik edeceği gecede, opera ve pop müziğin büyüleyici uyumu sahneye taşınacak. Solist Burcu Sınem Şenel ve keman virtüözü Muhammed Yıldırım'ın da renk katacağı, müziğin görsel şölenle bütünleştiği bu enerji dolu gece 1 Şubat'ta AKM sahnesinde dinleyicilerle buluşacak.

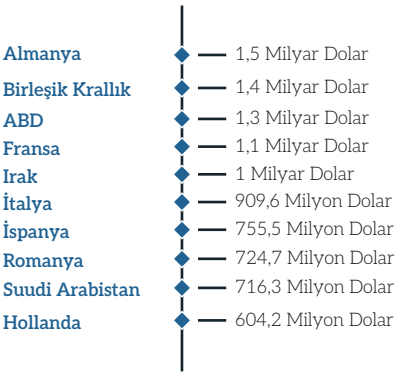
İhracat Rakamları (ÖTS)

2025 Yılı Aralık Ayı İhracatı
26,4 Milyar Dolar Oldu.

Aralık Ayı İhracatı Geçen Yıla
Göre %12,8 Arttı.

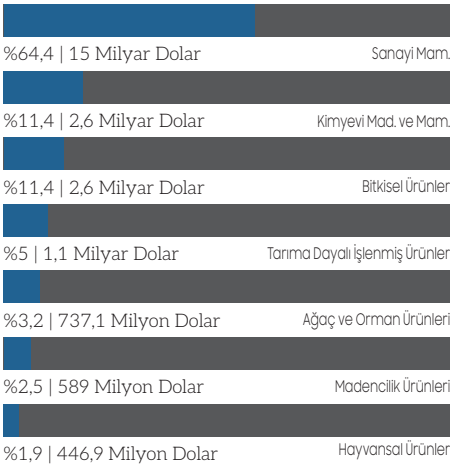
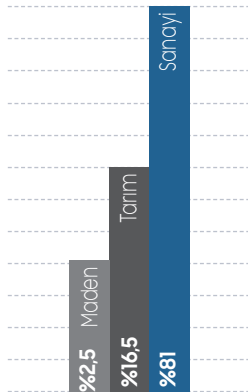
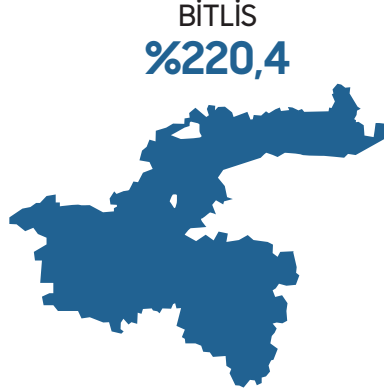
Son 12 Aylık İhracat 273,4
Milyar Dolar Oldu.

Son 12 Aylık İhracat Geçen
Yıla Göre Yüzde 4,5 Arttı.

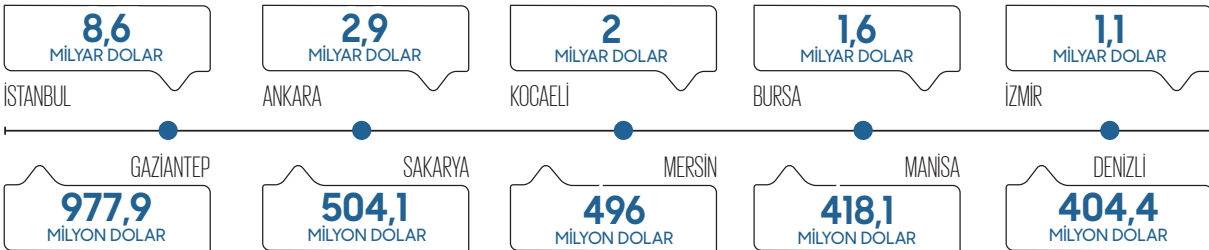


En Fazla İhracat Yapılan 10 Ülke

2025 yılı Aralık ayında en fazla ihracat yapılan ülke 1,5 milyar dolarla Almanya oldu. Almanya'yı, 1,4 milyar dolarla Birleşik Krallık ve 1.3 milyar dolarla Amerika Birleşik Devletleri izledi.

Alt Üretim Gruplarının 2025 Yılı
Aralık Ayında İhracattan Aldığı PayAna Üretim Gruplarının
2025 Yılı Aralık Ayında
İhracattan Aldığı Pay2025 Yılı Aralık Ayında İl
Bazında En Dikkat Çeken
İhracat Artışı

İllere Göre 2025 Yılı Aralık Ayı İhracat Dağılımı



Sektörel Bazda İhracat Rakamları –1,000 \$

SEKTÖRLER	2024	1 - 31 ARALIK			Pay(25) (%)	1 OCAK - 31 ARALIK		
		2025	Değişim (‘25/‘24)			2024	2025	Değişim (‘25/‘24)
I. TARIM	3.417.830	3.830.196	12,1	16,5		36.187.655	36.407.181	0,6
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	2.360.561	2.646.117	12,1	11,4		24.433.328	24.373.985	-0,2
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	1.125.970	1.207.514	7,2	5,2		11.895.196	12.367.119	4,0
Yaş Meyve ve Sebze	349.164	621.508	78,0	2,7		3.400.835	3.704.414	8,9
Meyve Sebze Mamulleri	247.057	240.897	-2,5	1,0		2.724.484	2.586.724	-5,1
Kuru Meyve ve Mamulleri	177.793	168.888	-5,0	0,7		1.847.877	1.742.530	-5,7
Fındık ve Mamulleri	285.245	249.028	-12,7	1,1		2.632.654	2.256.307	-14,3
Zeytin ve Zeytinyağı	70.996	43.077	-39,3	0,2		813.047	496.026	-39,0
Tütün	90.529	100.850	11,4	0,4		978.568	1.060.939	8,4
Süs Bitkileri ve Mamulleri	13.807	14.356	4,0	0,1		140.667	159.926	13,7
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	348.907	446.904	28,1	1,9		3.862.882	4.046.114	4,7
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	348.907	446.904	28,1	1,9		3.862.882	4.046.114	4,7
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	708.363	737.174	4,1	3,2		7.891.445	7.987.082	1,2
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	708.363	737.174	4,1	3,2		7.891.445	7.987.082	1,2
II. SANAYİ	16.179.590	18.812.025	16,3	81,0		183.703.736	194.750.686	6,0
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	1.137.632	1.167.738	2,6	5,0		13.882.161	13.692.212	-1,4
Tekstil ve Hammaddeleri	780.506	782.187	0,2	3,4		9.489.280	9.408.630	-0,8
Deri ve Deri Mamulleri	109.988	100.440	-8,7	0,4		1.525.940	1.445.058	-5,3
Halı	247.138	285.110	15,4	1,2		2.866.941	2.838.524	-1,0
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	2.656.429	2.643.742	-0,5	11,4		30.738.473	31.931.878	3,9
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	2.656.429	2.643.742	-0,5	11,4		30.738.473	31.931.878	3,9
C. SANAYİ MAMULLERİ	12.385.529	15.000.545	21,1	64,6		139.083.102	149.126.597	7,2
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1.259.901	1.271.981	1,0	5,5		17.909.575	16.773.432	-6,3
Otomotiv Endüstrisi	3.483.704	3.760.666	8,0	16,2		37.197.332	41.521.096	11,6
Gemi, Yat ve Hizmetleri	221.166	291.551	31,8	1,3		1.911.745	2.243.952	17,4
Elektrik ve Elektronik	1.476.886	1.730.868	17,2	7,5		16.666.788	17.731.750	6,4
Makine ve Aksamları	963.186	1.153.266	19,7	5,0		11.180.482	11.261.559	0,7
Demir ve Demir Dışı Metaller	972.272	1.109.431	14,1	4,8		12.427.979	13.242.145	6,6
Çelik	1.433.514	1.509.662	5,3	6,5		16.133.281	16.541.573	2,5
Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	339.573	385.460	13,5	1,7		4.310.795	4.499.901	4,4
Mücevher	630.923	553.630	-12,3	2,4		7.473.884	7.905.941	5,8
Savunma ve Havacılık Sanayii	997.520	2.571.033	157,7	11,1		6.733.637	10.016.302	48,8
İklimlendirme Sanayii	606.883	662.998	9,2	2,9		7.137.605	7.388.946	3,5
III. MADENCİLİK	534.487	589.113	10,2	2,5		6.007.979	6.213.110	3,4
Madencilik Ürünleri	534.487	589.113	10,2	2,5		6.007.979	6.213.110	3,4
TOPLAM (TİM*)	20.131.908	23.231.334	15,4	100,0		225.899.370	237.370.977	5,1
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat ile Antrepo ve Serbest Bölgeler Farkı	3.275.113	3.179.386	-2,9	12,0		35.878.761	36.063.041	0,5
GENEL İHRACAT TOPLAMI	23.407.021	26.410.720	12,8	100,0		261.778.131	273.434.019	4,5

 Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Limonluk Mah. Vali Hüseyin Aksoy Cad. No: 4 Yenışehir/Mersin Tel: 0 324 325 37 37 Faks: 0 324 325 41 42 E-Posta: akib@akib.org.tr Web Adresi: www.akib.org.tr Genel Sekreter: Mehmet Ali Erkan Genel Sekreter Yrd.: Canan Aktan Sarı Genel Sekreter Yrd.: Osman Erşahan Genel Sekreter Yrd.: H. Okan Şenel	 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
 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	 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
 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	 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
 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	 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
 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	 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: Sertap Şevket Toramanoğlu
 Ege İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Atatürk Cad. No:382 Alsancak/İzmir Tel: 0 232 488 60 00 Faks: 0 232 488 61 00 E-Posta: eib@egebirlik.org.tr Web Adresi: www.egebirlik.org.tr Genel Sekreter: İ. Cumhur İşbirakmaz Genel Sekreter Yrd.: Kemal Coşkun Genel Sekreter Yrd.: Çiğdem Önsal Genel Sekreter Yrd.: Serap Ünal	 Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Ceyhan Atuf Kansu Cad. No: 120 Balgat/Ankara Tel: 0 312 447 27 40 (5 Hat) Faks: 0 312 446 96 05 E-Posta: oaibwebmaster@oaib.org.tr Web Adresi: www.oaib.org.tr Genel Sekreter: Musa Demir Genel Sekreter Yrd.: Esra Arpınar Genel Sekreter Yrd.: Fatih Yumuş
 Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Gazimuhtarpaşa Bulvarı Mücahitler Mah. 52012 No'lu Sk. No: 6 27090 Şehitkamil/Gaziantep Tel: 0 342 211 05 00 Faks: 0 342 221 05 09-10 E-Posta: gaibevrak@gaib.org.tr Web Adresi: www.gaib.org.tr Genel Sekreter: Bülent Kayalı Genel Sekreter Yrd.: Ahmet Şahbudak Genel Sekreter Yrd.: Aydın Kutlu Genel Sekreter Yrd.: Serdar Hasan Aydoğan	 Uludağ İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Organize Sanayi Bölgesi 2. Gelişim Sahası Kahverengi Cad. No: 11 16140 Nilüfer/Bursa Tel: 0 224 219 10 00 Faks: 0 224 219 10 90 E-Posta: uludag@uib.org.tr Web Adresi: www.uib.org.tr Genel Sekreter: Mümin Karacakayalılar Genel Sekreter Yrd.: Ayşe Mehtap Ekinci Genel Sekreter Yrd.: 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

Artık kasko
her araç için ekonomik

HER YAŞA HER ARAÇA KASKONOMİQ



İSTEYENE İMM
SERVİS SEÇİMİ
ARAÇ YAŞI 

KAZA
HALİNDE 



Aracınız ister yeni ister eski olsun,
genişletilmiş kasko ile araç değerinin
%85'e kadarı bizde, siz sadece küçük
bir prim ödeyin yeter.

Her yaşa, her araca **KASKONOMİQ.**



KARERODU TELEFONUNUZUN KAMERASI İLE OKUTARAK
UYGULAMAYI İNDİREBİLİRSİNİZ.

Q>BLOG **Q>MAG** **Q>SÖZLÜK**

QUICK

SİGORTA

MARKAYI BAŞARIYA GÖTÜREN YOL...

adres  patent
"Katma Değerli Hizmet Merkezi"



flüor
zakir

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