

# TİM

Türkiye İhracatçılar Meclisi Resmî Yayın Organı

# REPORT

Sayı: 256 Haziran 2026

## Yatırımın Güçlü Merkezi Türkiye



## Üretici ve İhracatçıya Vergi Kalkanı

Avrupa'nın Ötesindeki  
Ticaretin Pusulası  
Birleşik Krallık

Küresel  
İlmeklerdeki  
Türk Damgası

Sesin Yankısıyla  
Devleşen  
Mimariler

Linde Material Handling

Linde

HASEL

# THE NEXT CHAMP

Yeni  
Linde Xi10-Xi20  
kazanmak için  
tasarlandı.



# Wome'da Yaz *Bir Başka!*

Konforlu Odalar, Eşsiz Akdeniz  
Doğası ve Unutulmaz Yaz  
Konserleri Wome Deluxe'de  
Sizleri Bekliyor!



ÖYKÜ  
GÜRMAN

29.05.2026



BENGÜ

01.07.2026 | 12.08.2026



ZARA

08.07.2026



DERYA ULUĞ

19.07.2026 | 26.08.2026



KIRACI

29.07.2026



BURAY

05.08.2026



EBRU  
YAŞAR

19.08.2026



SELÇUK  
BALCI

09.09.2026

Detaylı Bilgi ve Rezervasyon İçin;  
444 8 330 | [wome.com.tr](http://wome.com.tr)

## içindekiler

10

**TÜRKİYE'NİN MAYIS AYI İHRACATI 22,5 MİLYAR DOLAR OLDU**

Mayıs ayında 22,5 milyar dolarlık ihracat gerçekleştiren Türkiye'nin, ilk beş aylık ihracatı 111,2 milyar dolara, 12 aylık ihracatı ise 273,5 milyar dolara yükseldi.

22

**TÜRKİYE YÜZYILINDA ÜRETİCİ VE İHRACATÇIYA VERGİ KALKANI**

İstanbul Finans Merkezi bünyesindeki transit ticarete kurumlar vergisi indirimi yüzde 100'e çıkararak ve çok uluslu şirketlere 20 yıllık kesintisiz muafiyet tanıyan yeni düzenleme, küresel ticaret hacmini Türkiye'ye taşımaya hazırlanıyor.

38

**AVRUPA'NIN ÖTESİNDEKİ TİCARETİN PUSULASI BİRLEŞİK KRALLIK**

Avrupa Birliği sonrası dönemde bağımsız ticaret rotaları çizen Birleşik Krallık; sanayideki otomasyon atılımları, ilaç ve savunma sanayisindeki üretim gücü ve yenilenebilir enerji yatırımlarıyla küresel rekabetteki konumunu sağlamlaştırmaya devam ediyor.

44

**TÜRKİYE KÜRESEL İKLİM DİPLOMASİSİNE EV SAHİPLİĞİ YAPIYOR**

Türkiye'nin, "Ayrıntı değil uzlaşma, durağanlık değil aksiyon" prensibini benimsediği COP31 kapsamında; iklim finansmanındaki adaletsizliğin giderilmesi ve teknoloji transferinin hızlandırılması konularında müzakereci rolü üstlenmesi hedefleniyor.

50

**KÜRESEL İLMEKLERDEKİ TÜRK DAMGASI**

Dünya iplik ihracatından yüzde 4,9 pay alarak küreselde beşinci sıraya yerleşen Türkiye, 2,2 milyar doları aşan ihracat performansı ile uluslararası tedarik zincirlerinin vazgeçilmez halkası konumunda.

62

**İMPARATORLUĞU DÖNÜŞTÜREN YENİLİKLERİN İZLERİ**

Üç kıtaya hükmeden Osmanlı İmparatorluğu, tarih boyunca sınırlarını genişletirken dünyadaki değişime de kayıtsız kalmadı. Yemen'in kahvesinden Amerika'nın domatesine, Avrupa'nın telgrafından matbaasına kadar pek çok yenilik, sarayın ve halkın yaşamını dönüştürdü.

68

**SESİN YANKISIYLA DEVLEŞEN MİMARİLER**

Bir yapıda ilk dikkatimizi çeken unsurların başında gelse de mimari bütünlüğün ve iyi bir tasarımın ardındaki asil gizli kahraman genelde akustiktir. Binaların görsel kusursuzluğu bizi ilk anda yakalasa da onlara hayat veren ve bütünsel bir izlenim yaratan asil unsur ses oluyor.

74

**TARIM VE GIDA SİSTEMLERİNİN DİRENÇ SINAVI**

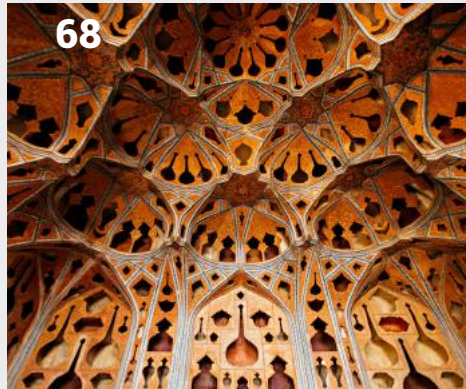
Küresel tarım ve gıda sistemleri kuraklık, jeopolitik gerilimler ve artan maliyetlerin gölgesinde tarihinin en kırılgan dönemini yaşıyor. Bu nedenle sistemlerin dönüşümü sektörel tercih olmaktan çıkmış durumda.

50



Türkiye'nin iplik ihracatı, 2026 yılının Ocak-Nisan döneminde bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 1,2 oranında azaldı ve 742 milyon dolar olarak kaydedildi.

68



LUFİAN Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Emin Gümüştepe: "LUFİAN'ı kurarken hedefimiz sadece iyi ürünler üretmek değil; insanların kendilerini ait hissedebilecekleri, yaşam tarzlarına dokunan güçlü bir marka yaratmaktı. Rahatlığı, özgünlüğü, fonksiyonelliği ve zamansız şıklığı bir araya getiren bir yaklaşım benimsedik."

30



38



TİMREPORT

**TİM ADINA SAHİBİ BAŞKAN**  
Mustafa GÜLTEPE

**YAYIN KURULU**  
Birol CELEP  
Melisa TOKGÖZ MUTLU  
Yiğit Tufan ESER  
Elif ÇAKIROĞLU ERDEM  
Mustafa SEÇİLMİŞ  
Yıldırım ÖZCAN

**EDİTÖR**  
Tayyip YAHYAOĞLU  
Okan UKAV

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

**viyamedya**

**AJANS BAŞKANI**  
Selda YEŞİLTAŞ

**YAYINLAR KOORDİNATÖRÜ**  
Murat ERDOĞAN

**ART DİREKTÖR**  
Serpil YENİHAYAT

**GRAFİK TASARIM**  
Hira DOLGUN

**EDİTÖR**  
Gizem İRİS

**REKLAM MÜDÜRÜ**  
İlknur ULUSOY  
ilknur@viyamedya.com

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

Instagram, Facebook, and Twitter icons with the handle /viyamedya

**TİM** TÜRKİYE  
İHRACATÇILAR  
MECLİSİ

**İŞİMİZ ÜRETİM  
GÜCÜMÜZ İHRACAT**

## MUSTAFA GÜLTEPE

TİM Başkanı



### Ekonominin Sathı Müdafaası Fabrikalarda Başlar

**M**ayıs ayı, ihracat cephesinde yalnızca rakamların değil, küresel dengelerin de dikkatle okunması gereken bir döneme işaret ediyor. Millî ve dini bayramlar nedeniyle 6 iş gününü tatille geçirdiğimiz geçen ay, dünya ekonomisinde iki önemli eğilimi net biçimde gördük: Euro Bölgesi ve ABD'de talep canlanırken, Çin'de kapasite kullanım oranları geriliyor. Yine bu dönemde Çin'de kapasite kullanımının son iki yılın en düşük seviyelerine inmesi ve üretici fiyatlarında yukarı yönlü hareket, küresel rekabette yeni bir denklem oluşturuyor.

Avrupa ve ABD'de alımlar hızlanırken, Çin'de maliyetlerin fiyatlara yansımaya başlaması siparişlerin bir bölümünün yön değiştirmesine yol açabilir. Bu değişim ülkemiz için yeni bir fırsat kapısı aralayabilir. Ancak bunun için önce içeride "fiyat-maliyet senkronizasyonunu" kurmamız gerekiyor. Çünkü Türkiye'de üretici fiyatları 41 aydır kesintisiz artıyor ve bu tablo rekabetçiliğimizi doğrudan etkiliyor.

Büyüme verileri de bu ihtiyacı açık biçimde ortaya koyuyor. Ekonomi yılın ilk çeyreğinde yüzde 2,5 büyürken, net ihracat büyümeyle 2,5 puan aşağı çektik. Son altı çeyrekte net ihracat büyümeyle negatif etkiliyor. Büyümeyle iç talep ve hizmetler sırtlarken, sanayi ilk çeyrekte yüzde 0,8 daraldı; öncü göstergeler bu eğilimin ikinci çeyreğe taşınabileceğine işaret ediyor. Oysa bir akademisyenimizin de çok isabetli bir şekilde altını çizdiği gibi ekonominin sathı müdafaası fabrikalardır. Sağlıklı ve sürdürülebilir kalkınma için büyümenin en

az yarısının ihracata yönelik sanayi üretiminden gelmesi gerektiğini her platformda vurguluyoruz.

Mayıs ayında 22,5 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdik. 2025'in aynı dönemine göre yüzde 9,3 eksidedeyiz. Bayramlar nedeniyle 6 iş günü eksik mesaiden kaynaklanan bu kaybı haziranda telafi edeceğimizi öngörüyoruz. Daha geniş resme baktığımızda ise ilk 5 aylık ihracatımız 111,2 milyar dolara, 12 aylık ihracatımız 273,5 milyar dolara yükseldi. Beş aylık ihracatta yüzde 0,3; son 12 aylık ihracatta yüzde 3 artıdayız. Kısacası aylık verilerde takvim kaymaları nedeniyle dalgalanmalar olsa da genel performansı değerlendirirken trendi ve resmin bütününe birlikte okumak gerekiyor. Haziran verileri açıklandığında, yılın ilk yarısının fotoğrafını çok daha net bir şekilde göreceğiz.

Bir yandan gelişmeleri yakından izlerken, diğer yandan sahada tempomuzu koruyoruz. Mayısta 16 ticaret heyeti, 3 alım heyeti, 32 fuar katılımı ve 4 Ur-Ge faaliyeti gerçekleştirdik. Haziranda 34 fuar katılımı, 8 sektörel ticaret heyeti ve 4 Ur-Ge faaliyeti hedefliyoruz. 26 Haziran Cuma günü, Türkiye'nin ilk 1000 ihracatçısını açıklayacağımız İhracatın Şampiyonları Ödül Törenimizi ve TİM Genel Kurulumuzu gerçekleştireceğiz. Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip Erdoğan'ın teşrif edeceği bu buluşmada ihracat ailemizle bir araya gelerek hem başarılarımızı paylaşacak hem de önümüzdeki dönemin yol haritasını birlikte konuşacağız. Her zaman söylediğimiz gibi: İşimiz üretim, gücümüz ihracat.

# DÜNYA TURU



## DÜNYA

### KÜRESEL MERKEZ BANKALARI BEKLEME POZİSYONUNDA

Küresel merkez bankaları, savaş ve dalgalı petrol fiyatlarının yarattığı ekonomik belirsizlikler nedeniyle mart ayında temkinli davranarak faiz oranlarında bekleme pozisyonuna geçti. Gelişmiş piyasalardaki dokuz toplantının sekizinde faizler sabit tutulurken, sadece Avustralya faiz artırımına gitti. Gelişmekte olan piyasalar biraz daha fazla değişkenlik göstermekle birlikte genel olarak temkinli kaldı. Mart ayındaki 15 toplantının 10'unda merkez bankaları faiz oranlarını sabit tutarken, Rusya 50 baz puan, Brezilya, Meksika ve Polonya ise 25'er baz puan indirim yaptı. Birçok banka, Orta Doğu'daki çatışmaların ve jeopolitik risklerin yaratacağı enflasyon baskılarına karşı faiz indirimlerini şimdilik ertelediğini vurguladı.



## ÇİN

### ÇİN EKONOMİSİ BEKLENENDEN HIZLI BÜYÜYOR

Yılın ilk üç ayında beklenenden hızlı büyüyen Çin ekonomisinin GSYİH'si bu dönemde bir önceki yıla göre yüzde 5 arttı. Bu aynı zamanda, Pekin yönetiminin geçen ay yıllık ekonomik büyüme hedefini 1991'den bu yana en düşük seviyeye olan yüzde 4,5-5 aralığına çekmesinin ardından, beklenen ilk resmi GSYİH rakamları olma özelliğini taşıyor. Önceki çeyrekteki yüzde 4,5'lik zayıf büyümenin ardından yaşanan toparlanma imalat sektöründen kaynaklanırken, dünyanın ikinci büyük ekonomisi düşen gayrimenkul yatırımlarının baskısı altında kalıyor. İran savaşının tam etkilerinin henüz görülmediği ve çatışmanın yol açtığı ticaret aksamaları nedeniyle gelecek çeyrek GSYİH rakamının muhtemelen daha zayıf olacağı değerlendiriliyor.



## AB

### SÜRDÜRÜLEBİLİR FİNANS MEVZUATINDA “YEŞİL YIKAMA” RİSKİ

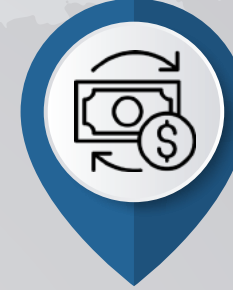
Finance Watch tarafından yayımlanan rapora göre AB sürdürülebilir finans mevzuatındaki parçalı uygulama ve denetim zafiyetlerinin “yeşil yıkama” riskini artırdığına dikkat çekiyor. Aralık 2025'te hayata geçen piyasa entegrasyon paketi mali derinleşmeyi hedeflese de SFDR ve AB Taksonomi'sinde caydırıcı yaptırımların eksikliği büyük bir yasal boşluk yaratıyor. Üye ülkeler arasındaki farklı yasal uygulamalar, tutarsız cezalara ve piyasada ciddi bir yatırımcı belirsizliğine neden olmaktadır. Bu kapsamda yasama organlarından, haksız rekabeti engelleyecek ve yeşil yıkamayı caydıracak şeffaf, uyumlu bir denetim çerçevesinin ivedilikle oluşturulması beklenmektedir. Finansal sistemin güvenilirliği için bu uyum kritik önem taşımaktadır.



## ALMANYA

### KARBON EMİSYONLARINI AZALTACAK 5 MİLYAR EURO

Almanya Ekonomi Bakanlığından yapılan açıklamada, büyük ölçekli fabrikaların daha temiz teknolojiye geçerek karbon emisyonlarını azaltmalarına yardımcı olmak için bu yıl 5 milyar euro'ya (5,85 milyar dolar) kadar destek sağlanacağı belirtildi. 15 yıllık, fark karşılığı karbon sözleşmeleri şeklinde sağlanan fon, çelik, çimento ve kimya gibi sektörler için düşük emisyonlu üretimin yatırım ve diğer ek maliyetlerini karşılayacak. Amaç, bu sektörlerdeki fabrikaların Almanya'da kalmasına ve iklim hedeflerine ulaşmasına yardımcı olmak. Böylece üretimin daha zayıf çevre kurallarına sahip ülkelere taşınarak karbon kaçığının oluşması önlenecek.



## JAPONYA

### 30 MİLYAR DOLARLIK KUR MÜDAHALESİ

Japonya Merkez Bankası, yeni dolar karşısındaki değer kaybını önlemek amacıyla döviz piyasasına yaklaşık 30 milyar dolarlık devasa bir müdahalede bulundu. Bloomberg'in analizine göre, 4,68 trilyon yenlik bu hamle, yetkililerin kritik 160 seviyesini koruma kararlılığını gösteriyor. Müdahalenin hemen ardından yen, 155,57'ye yükselerek şubat ayından beri en güçlü konumuna ulaştı. Üst düzey yetkililer, spekülasyon hareketlere karşı eyleme hazır olduklarını vurguladı. Goldman Sachs analistleri ise ülkenin döviz rezervleriyle bu ölçekte yaklaşık 30 müdahale yapabilecek yüksek kapasiteye sahip olduğunu, ancak atılacak adımların son derece seçici olacağını önemle belirtiyor.



## HİNDİSTAN

### BÜYÜME PETROL ŞOKUYLA KARŞI KARŞIYA

Hindistan Maliye Bakanlığı, son aylık değerlendirmesinde, ithalat ve lojistik maliyetlerindeki artışın ve Körfez'de yaşayan 10 milyon Hintlinin yurt dışı işçi geliri transferinde olası bir düşüşün, bu göstergelerin bazılarında “önemli bir etkiye sahip olabileceğini” belirtti. GSYİH'nin 2026-27 mali yılında yüzde 7 büyümesi beklense de öngörülere göre Körfez'deki kriz büyüme oranını yüzde 1'e kadar düşürebilir. Dünyanın üçüncü büyük ham petrol ithalatçısı ve dünyanın ikinci büyük LPG tüketicisi konumunda olan Hindistan, doğal gaz ithalatının yüzde 60'ı ve LPG ithalatının yüzde 90'ından fazlasını Körfez bölgesinden sağlıyor. Bu durum, bu krizi Delhi için potansiyel olarak ciddi hâle getiriyor.

# Türkiye'nin Mayıs Ayı İhracatı 22,5 Milyar Dolar Oldu

Mayıs ayında 22,5 milyar dolarlık ihracat gerçekleştiren Türkiye'nin, ilk beş aylık ihracatı 111,2 milyar dolara, 12 aylık ihracatı ise 273,5 milyar dolara yükseldi.



Türkiye bayram tatilleri nedeniyle sadece 14 günlük resmi mesai ile tamamlanan mayıs ayında 22,5 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirildi. 2026'da ilk beş aylık ihracat 111,2 milyar dolara, son 12 aylık ihracat ise 273,5 milyar dolara ulaştı. Mayıs ayı ihracat verileri Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat ve Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe tarafından Ankara'da açıklandı.

## "GÜNLÜK ORTALAMA İHRACATIMIZ 1,3 MİLYAR DOLARA ULAŞTI"

Konuşmasına, dünya ekonomisinin zor bir dönemden geçtiğini, jeopolitik meydan okumalar ve lojistik zincirlerindeki aksamaların sürdüğünü ifade ederek başlayan Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, küresel ekonomik büyüme tahminlerinin aşağı çekildiği bir ortamda Türkiye'nin büyüme, istihdam ve ihracat noktasında dayanıklı bir performans sergilediğini

söyledi. Bolat, milli gelirin yılın ilk çeyreğinde yüzde 2,5 büyüdüğünü, böylece 23 çeyrek üst üste büyümenin devam ettiğini anımsatarak, Türkiye'nin ekonomik büyüklüğünün 1 trilyon 639 milyar dolara yükseldiğini vurguladı.

Geçen ay ihracatın, takvim etkisinin dezavantajına rağmen iyi bir performans gösterdiğini belirten Bakan Bolat, şöyle devam etti: "Mayıs 2025'te 24,8 milyar dolarla Cumhuriyet tarihinin aylık ihracat rekorunu kırmıştık. Mayıs ayındaki resmi tatiller doğal olarak ihracata olumsuz etki yaptı ancak ithalatı ve dış ticaret açığımızı da düşürerek ihracatın ithalatı karşılama oranında yükseliş sağladı. Mayıs ayında yüzde 9,3 azalışla 22,5 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdik. Günlük ortalama ihracatımız 1,3 milyar dolara ulaştı."

## "12 AYLIK İHRACATTA YÜZDE 3 ARTIDAYIZ"

Bayramlar nedeniyle mayıs ayında altı iş gününün tatil olmasının ihracat performansına

olumsuz yansıdığını söyleyen TİM Başkanı Mustafa Gültepe, şöyle devam etti: "Genel Ticaret Sistemi (GTS) kayıtlarına göre, mayıs ayında 22,5 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdik. 2025'in aynı ayına göre yüzde 9,3 eksidediz. İlk beş aylık ihracatımız 111,2 milyar dolara, 12 aylık ihracatımız ise 273,5 milyar dolara yükseldi. Beş aylık ihracatta yüzde 0,3, 12 aylık ihracatta yüzde 3 artıdayız."

Sektörler sıralamasında otomotiv, 3,3 milyar dolarla liderliğini sürdürdü. Otomotivi 3 milyar dolarla kimyevi maddeler, 1,5 milyar dolarla elektrik elektronik, 1 milyar 426 milyon dolarla çelik ve 1 milyar 289 milyon dolarla hazır giyim sektörümüz takip etti.

## "EKONOMİNİN SATHI MÜDAFASI FABRİKALARDIR"

Küresel gelişmeleri de değerlendiren Mustafa Gültepe, Euro Bölgesi ve ABD'de talep canlanırken Çin'de kapasite kullanım oranlarının düştüğüne dikkat çekti. Çin'de kapasite kullanım oranının son iki yılın en düşük seviyesine gerilediğini, 41

ay boyunca düşen üretici fiyatları endeksinin de iki aydır arttığını belirten Gültepe, şunları söyledi: "Çinli üreticiler artan maliyetleri fiyatlara yansıtmak durumunda kalıyor. Avrupa ve ABD'de alımlar hızlanırken Çin'de fiyatların artmaya başlaması, ülkemiz için bir fırsat kapısı aralayabilir. Geçmişte bu tarz gelişmeleri fırsata dönüştürmüştük. Yeni denklemde siparişlerin bir bölümünü ülkemize çekebiliriz. Ancak üretici fiyatları, Türkiye'de 40 aydır aralıksız artıyor. Dolayısıyla üretim cephesinde ivedilikle 'fiyat-maliyet senkronizasyonuna' ihtiyacımız var. Büyüme verileri de beklentimizin bir an önce karşılanmasının gerektiğini ortaya koyuyor."

Türkiye ekonomisi yılın ilk çeyreğinde yüzde 2,5 büyüdü. Büyüme yine iç talepten ve hizmet sektörlerinden kaynaklandı. Net ihracat ise büyüme performansını 2,5 puan aşağı çekti. Son altı çeyrekte net ihracat büyümeye katkı vermek bir yana aşağı yönlü etki ediyor. Eğer ihracatımız performansını koruyabilseydi Türkiye ekonomisi ilk çeyrekte yüzde 5'in üzerinde büyüyecekti. İlk çeyrekte sanayi de yüzde 0,8 daraldı. Öncü göstergeler, daralmanın ikinci çeyreğe de taşınacağını işaret ediyor.

Böyle bir büyüme kompozisyonu ekonomimizde zamanla yapısal kırılganlık yaratıyor. Oysa biz biliyoruz ki ekonominin sathı müdafası fabrikalardır. Biz sanayi üretimini millî güvenliğin ve ekonomik bağımsızlığın en önemli unsurlarından biri olarak değerlendiriyoruz. Sağlıklı ve sürdürülebilir kalkınma için büyümenin en az yarısının ihracata yönelik sanayi üretiminden gelmesi gerekiyor. Rekabetçiliğimizi geri kazanıp, yeniden hızlanabilmemiz için sanayimizi yatırım, üretim ve ihracat eksenine oturtmak zorundayız."

888 İlk kez ihracat yapan firma sayısı

89 milyon dolar

İlk kez ihracat yapan firmaların ihracata katkısı

## "YOLUMUZA KARARLILIKLA DEVAM EDİYORUZ"

Fuar katılımı ve heyet programlarını hız kesmeden sürdürdüklerini bildiren Gültepe, sözlerini şöyle tamamladı: "TİM ve ihracatçı birlikleri olarak mayıs ayında 16 ticaret heyeti, 3 alım heyeti, 32 fuar katılımı ve 4 UR-GE faaliyeti gerçekleştirdik. Bu ay 34 fuar katılımı, sekiz sektörel ticaret heyeti ve dört UR-GE faaliyeti yapmayı hedefliyoruz. Özetle tüm gücümüzle üretmeye ve ihracata devam ediyoruz. Haziran ayının verileri ortaya çıktığında yılın ilk yarısının resmini çok daha net bir şekilde göreceğiz. Biz her şeye rağmen 'işimiz üretim gücümüz ihracat' diyor, hedeflerimiz doğrultusunda yolumuza kararlılıkla devam ediyoruz."

TİM Başkanı Mustafa Gültepe: "Sanayi üretimini millî güvenliğin ve ekonomik bağımsızlığın en önemli unsurlarından biri olarak değerlendiriyoruz. Sağlıklı ve sürdürülebilir kalkınma için büyümenin en az yarısının ihracata yönelik sanayi üretiminden gelmesi gerekiyor."



Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat: "Millî gelir yılın ilk çeyreğinde yüzde 2,5 büyüdü. 23 çeyrek üst üste büyümeye devam eden Türkiye'nin ekonomik büyüklüğü ise 1 trilyon 639 milyar dolara yükseldi."



# COP31'e Doğru Yeşil Dönüşüm TİM'de Ele Alındı

Türkiye İhracatçılar Meclisi tarafından düzenlenen "COP31'e Doğru: İklim Politikalarında Uyum ve Dönüşüm Programı"nda, iklim politikalarının ihracat, sanayi, enerji, finansman ve rekabetçilik üzerindeki etkileri çok paydaşlı bir yaklaşımla ele alındı.



**TİM Başkan Vekili Kutlu Karavelioğlu:** "COP31, kaynakları ülkemize çekmek ve Türkiye'nin yeşil dönüşümdeki potansiyelini dünyaya ispatlamak adına tarihi bir fırsat penceresi. Bu süreci hep birlikte en iyi şekilde değerlendireceğimize inanıyorum."



**T**ürkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), COP31 sürecinde Türkiye'nin iklim politikalarındaki konumu ve ihracatçı sektörlerin yeşil dönüşüm gündemini ele almak üzere "COP31'e Doğru: İklim Politikalarında Uyum ve Dönüşüm Programı" düzenledi. TİM Dış Ticaret Kompleksi Konferans Salonu'nda gerçekleştirilen program; kamu kurumları, finans kuruluşları, iş dünyası temsilcileri, akademi ve özel sektör paydaşlarını bir araya getirdi.

## "COP31, TÜRKİYE İÇİN TARİHİ BİR FIRSAT PENCERESİ"

Programın açılışında konuşan TİM Başkan Vekili Kutlu

Karavelioğlu, Türkiye'nin ev sahipliği yapacağı COP31 zirvesine yaklaşık altı ay kaldığını belirterek, Kasım 2026'da dünyanın gözünün Antalya'da olacağını ifade etti. COP31'e giden süreçte küresel ticaretin yeni güç dengelerinin şekillendiğini söyleyen Karavelioğlu, "Karbon maliyetlerini bir risk veya ek yük olarak tanımlamıyoruz. Aksine, karbonu doğru yöneten her firmamız, küresel pazarda rakiplerini geride bırakacak yeni bir sermaye türüne sahip oluyor." dedi.

Karavelioğlu, karbon yönetiminin Avrupa pazarlarına erişimde, raflarda tercih edilmede ve küresel finansmana ulaşmada

ihracatçılar için güçlü bir referans haline geldiğini belirterek, TİM'in bu dönüşümü yalnızca izleyen değil, firmalara rehberlik eden ve süreci yönlendiren bir konumda olduğunu söyledi.

## GREENTİM VE ECOTİM İLE İHRACATÇILARA DÖNÜŞÜM DESTEĞİ

TİM'in yeşil dönüşüm vizyonu doğrultusunda GreenTİM platformunu hayata geçirdiğini hatırlatan Karavelioğlu, platform aracılığıyla ihracatçıların karbon ayak izinin ücretsiz hesaplandığını aktardı. Karavelioğlu, devam eden ölçümlerle 500 milyon dolara yakın tasarruf hedeflendiğini belirterek, uygulamanın firmaların dönüşüme hazırlık düzeyini görmek açısından da önemli bir veri sunduğunu ifade etti.

Dönüşümü kurumsal bir çerçeveye oturtmak amacıyla ECOTİM seferberliğinin de başlatıldığını dile getiren Karavelioğlu, mentörlerin firmalara yeşil dönüşüm sürecinde rehberlik ettiğini söyledi. Sektörel sürdürülebilirlik eylem planlarıyla her sektörün ihtiyaçlarına göre yol haritaları oluşturulduğunu belirten Karavelioğlu, tekstilden tarıma, sanayiden gıdaya kadar tüm alanlarda yeşil dönüşümün somut adımlarla desteklendiğini kaydetti.

## "DESTEKLERİN ÇEŞİTLENDİRİLMESİ GEREKİYOR"

Karavelioğlu, Türkiye'nin 2035 yenilenebilir enerji yol haritası ve 2053 net sıfır emisyon hedefinin önemine dikkat çekerek, bu hedeflere ulaşmak için tüm paydaşların aynı yönde hareket etmesi gerektiğini söyledi. Devlet, akademi ve ihracatçıların tam eşgüdüm içinde çalışmasının önemini vurgulayan Karavelioğlu, dönüşümün finansman boyutuna da dikkat çekti.

Firmaların mevcut rekabetçilik kayıpları nedeniyle yeşil dönüşü-



me ek bütçe ayırmakta zorlandığını belirten Karavelioğlu, desteklerin çeşitlendirilmesi ve kapsamının genişletilmesi gerektiğini ifade etti. Avrupa Birliği aday ülkesi olma konumunun daha aktif kullanılmasının önemine değinen Karavelioğlu, birlik içindeki fonların Türkiye'ye yönlendirilmesi için uygun zeminin oluşturulması gerektiğini söyledi.

Karavelioğlu, "COP31, bu kaynakları ülkemize çekmek ve Türkiye'nin yeşil dönüşümdeki potansiyelini dünyaya ispatlamak adına tarihi bir fırsat penceresi. Bu süreci hep birlikte en iyi şekilde değerlendireceğimize inanıyorum." dedi.

## COP31 SÜRECİ ÇOK BOYUTLU ELE ALINDI

Kutlu Karavelioğlu'nun açılış konuşmasının ardından program, dört tematik panelle devam etti. Prof. Dr. Güray Çelik'in moderatörlüğünde düzenlenen "COP31: Türkiye İklim Diplomasisi ve Stratejik Yönetimi" panelinde; TİM Sürdürülebilirlik ve Projeler Koordinatörü Nilgün Özdemir, TÜSİAD Çevre ve Net Sıfır Politikaları Çalışma Grubu Başkanı Fatih Özkadı ve Zorlu Holding Sürdürülebilirlik Grup Müdürü Tamer Soylu değerlendirmelerde bulundu.

Programın ikinci paneli "COP31 Öncesi Türkiye'nin Beklentileri ve İhracatçı Sektörler İçin Yeni

Uyum Paradigması", Prof. Dr. Rana Atabay Kuşçu'nun moderatörlüğünde gerçekleştirildi. Panelde; Ticaret Bakanlığından Elif Berrak Taşyürek, Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığından Serenay Taşkın ve İklim Değişikliği Başkanlığından Muhittin Aslan, kamu perspektifiyle iklim politikalarına uyum sürecini ele aldı.

Doç. Dr. Saliha Karadayı Usta'nın moderatörlüğündeki "Sanayi ve İhracat Kültüründe Sürdürülebilirlik: Yeni Normlar, Yeni Yetkinlikler" panelinde; MAİB Başkanı Sevda Kayhan Yılmaz, İSO Yönetim Kurulu Üyesi ve Sürdürülebilirlik Platformu Başkanı Sultan Tepe ile Arçelik Resmi ve Sektörel İlişkiler Direktörü Canan Ergün Tavukçu, sanayide sürdürülebilirlik kültürü ve ihracatçı firmaların dönüşüm kapasitesine ilişkin görüşlerini paylaştı.

Programın son paneli olan "COP31'de İklim Finansmanı: Türkiye ve İhracatçı İçin Yeni Kaynaklar, Yeni Yükümlülükler" ise Prof. Dr. Kerem Alkin'in moderatörlüğünde düzenlendi. Panelde; EBRD Ülke Başkan Vekili ve Ankara Ofis Başkanı Mehmet Üvez, Türkiye Kalkınma ve Yatırım Bankası Genel Müdür Yardımcısı Şeşil Yıldız ve Türk Eximbank Sürdürülebilirlik Müdürü Caner Gençeli, iklim finansmanı, sürdürülebilir kaynaklara erişim ve ihracatçıların için yeni yükümlülükleri değerlendirdi.

# Gültepe, Üniversiteli Gençlere Türkiye'nin İhracat Hedeflerini Anlattı

**TİM Başkanı Mustafa Gültepe: "Türkiye, geçen yıl 26,3 trilyon dolarlık küresel ticaretten yüzde 1,01 pay aldı ve bu dönemde firmalara 126 milyar lira kefalet sağlandı."**

TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Malatya Turgut Özal Üniversitesi Toplum ve Sanayi İşbirliği Koordinatörlüğü tarafından düzenlenen "Uluslararası Ticaretin Ülkeler için Önemi ve Türkiye'nin Dünya Ticaretindeki Yeri" konulu programa katıldı. Malatya Turgut Özal Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Recep Bentli'nin ev sahipliğinde gerçekleşen etkinlikte ihracattaki gelişmeler ve Türkiye'yi dünyanın en çok ihracat yapan ilk 10 ülkesi arasına yükseltme vizyonunu paylaşan Gültepe, gençlerin sorularını cevapladı.

## İHRACATÇILARA FİNANSMAN DESTEĞİ GÜÇLENİYOR

Geçen yıl firmalara 126 milyar lira kefalet sağladıklarını belirten Gültepe, Türk Ticaret Bankasının 2023'te İhracatı Geliştirme AŞ tarafından satın alındığını hatırlattı.

Gültepe, ihracatçı firmaların finansmana erişimini desteklemek için önemli adımlar atıklarını belirterek, "Bir taraftan üretim, bir taraftan ihracat yaparken diğer taraftan da firmalarımıza finans noktasında destek olma konusunda ortaya koymuş olduğumuz bir vizyon var. Tam 16 şubesiyle beraber birliklerimizin olduğu yerlerde üreticilerimize ve ihracatçılarımıza destek çıkıyoruz. 2025 yılında yaklaşık 85 milyar lira kredi sağladık. 2026 yılındaki hedefi inşallah 120 milyar liranın üzerinde olacak." dedi.

Küresel ticaretin son dönemde artış eğiliminde olduğuna dikkati çeken Gültepe, savaflara rağmen



küresel ticaretin büyümesinin beklendiğini ifade etti. Geçen yıl 26,3 trilyon dolarlık küresel ticaretten Türkiye'nin yüzde 1,01 pay aldığını belirten Gültepe, bu payın en az iki katına çıkarılması gerektiğini söyledi.

## "VİZYONUMUZ DÜNYADA İLK 10'A GİRMEK"

Türkiye'nin 2025 yılında 273 milyar dolarlık ihracatla dünyada 31'inci sırada yer aldığını aktaran Gültepe, "Vizyonumuz ilk 10'a girmek. Yıllara göre ihracata baktığımız zaman 2022 yılında 254,2 milyar, 2021 yılında 225 milyar dolar. Özellikle pandemi sonrası Türkiye'nin ortaya koymuş olduğu performansı görmeyi istiyorum. Yaklaşık yüzde 32,8. Dünyanın durduğu bir noktada Türkiye üretim ve ihracatçıları olarak yüzde 32 büyüme kat ettik." dedi.

2023, 2024 ve 2025 yıllarında ihracatta sınırlı artış yaşandığını

kaydeden Gültepe, düşük kur ve yüksek faiz kaynaklı koşulların üretim ve ihracat üzerinde baskı oluşturduğunu ifade etti.

## "ÇİFT HANELİ ARTIŞ POTANSİYELİMİZ VAR"

2028 yılı mal ihracatı hedefinin 308,5 milyar dolar olduğunu vurgulayan Gültepe, üretime dayalı politikaların güçlendirilmesi halinde ihracatta çok daha yüksek artışların mümkün olduğunu belirtti.

Gültepe, "Her yerde söylüyorum; üretime dayalı politika, düşük kur, yüksek faiz uygulaması çok fazla olmazsa biz Türkiye üreticileri ve ihracatçıları olarak her ay çift rakamlı artış yapma potansiyeline sahibiz. İhracatı yüzde 3, yüzde 4 artış yerine yüzde 10 artırırız. Geçen ay üç yıldan beri ilk kez bütün sektörler artı yazdı. Hepsi de çift rakamlı yazdı. Yüzde 22,5 bir artış yaptık. Bizim hedefimiz bu, bunu yapabiliriz, yapma potansiyelimiz yüksek." ifadelerini kullandı.

# Şili Ticaret Heyeti'nde 160'a Yakın İkili İş Görüşmesi Gerçekleştirildi

Ticaret Bakanlığının koordinasyonunda ve Türkiye İhracatçılar Meclisinin (TİM) organizasyonu ile 11-15 Mayıs 2026 tarihleri arasında Şili'nin başkenti Santiago'da düzenlenen ticaret heyeti programı, Türkiye ve Şili iş dünyasını bir araya getirdi.

Programı T.C. Santiago Büyükelçisi Ahmet İhsan Kızıltan, TİM Sektörler Konseyi üyesi Burak Sertbaş başkanlığındaki ihracatçı heyeti, Şili Dışişleri Bakanlığı Uluslararası Ekonomik İlişkiler (SUBREI) Bakan Yardımcısı Vekili Felipe Henriquez, Santiago Ticaret Odası (CSS) Uluslararası İlişkiler Direktörü Cristian Correa Sunkel,



ProChile Uluslararası Direktörü Natalia Arcos ve T.C. Santiago Ticaret Müşavirliği katılım sağladı. Heyet kapsamında otomotiv, kimya, tekstil ve hazır giyim, makine, klima ve maden gibi sektörlerde faaliyet gösteren 24 Türk ihracatçı firma temsilcisi, Şilili iş insanlarıyla bir araya geldi.

**Şili Ticaret Heyeti kapsamında, Türk ihracatçı firmaları Şilili iş insanlarıyla bir araya gelerek yeni iş birliği fırsatlarını değerlendirdi.**

# Türk ve Macar Firmalar Budapeşte'de Bir Araya Geldi

Ticaret Bakanlığı koordinasyonunda, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) organizasyonu ile Budapeşte'de düzenlenen Macaristan Ticaret Heyeti programı, Türkiye ve Macaristan iş dünyası temsilcilerini bir araya getirdi.

Macaristan ile ticari ilişkilerin geliştirilmesi, firmaların yeni iş ortaklıkları kurması, pazar bilgilerini derinleştirilmesi ve yatırım olanaklarını yerinde değerlendirmesi amacıyla gerçekleştirilen programa; T.C. Budapeşte Büyükelçisi C. Gülşen Karanis Ekşioglu, TİM Yönetim Kurulu üyesi Başaran Bayrak başkanlığındaki ihracatçı heyeti, Budapeşte

ve Ticaret Müşavirliği ve iki ülke iş dünyası temsilcileri katıldı.

Heyet kapsamında otomotiv ve yan sanayi, makine ve aksamaları, elektrik-elektronik, inşaat malzemeleri, metal ve plastik sanayi, endüstriyel otomasyon, enerji ve yenilenebilir enerji teknolojileri, HVAC ve iklimlendirme sistemleri, gıda ve tarım ürünleri, ambalaj, sağlık ve medikal ürünler, bilgi teknolojileri ile lojistik sektörlerinden 18 Türk ihracatçı firma temsilcisi, Macar iş insanlarıyla bir araya geldi. Etkinlik çerçevesinde 100'e yakın ikili iş görüşmesi gerçekleştirilerek firmalar arasında yeni ticari temaslar kuruldu.



**Budapeşte'de düzenlenen Macaristan Ticaret Heyeti kapsamında 18 Türk ihracatçı firma, Macar iş insanlarıyla yeni iş birliği fırsatlarını değerlendirdi.**

# Türkiye'nin Girişimcileri Yarışması Başvuruları Başladı

Teknoloji tabanlı girişimlerin görünürlüğünü artırmak, yenilikçi iş fikirlerini desteklemek ve ihracat potansiyeli taşıyan girişimleri ulusal ölçekte daha geniş bir ekosistemle buluşturmak amacıyla düzenlenen "Türkiye'nin Girişimcileri Yarışması" için başvurular 30 Haziran'a kadar devam edecek.



**T**ürkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından 2015 yılından bu yana teknoloji girişimlerinin uluslararası rekabet gücü kazanmaları, ölçeklenebilir iş modelleri geliştirmeleri ve yüksek katma değerli ihracata yönelmeleri amacıyla Türkiye'nin yedi farklı ilinde faaliyet gösteren girişim evleri aracılığıyla kapsamlı destek programları yürütülüyor.

Bu doğrultuda, girişimcilerin finansmana erişim, pazara açılım, kurumsallaşma, mentörlük, yatırımcılarla buluşma ve küresel ağlara entegrasyon süreçlerine katkı sağlanıyor. Bu çalışmalarla Türkiye'nin teknoloji ve inovasyon odaklı ihracat kapasitesinin güçlendirilmesi hedefleniyor.

Bu çerçevede, teknoloji tabanlı girişimlerin görünürlüğünü artırmak, yenilikçi iş fikirlerini desteklemek ve ihracat potansiyeli taşıyan girişimleri ulusal ölçekte daha geniş bir ekosistemle buluşturmak amacıyla düzenle-

nen "Türkiye'nin Girişimcileri Yarışması" için başvurular alınmaya başlandı. Ödüllerin, 15-17 Ekim 2026 tarihlerinde İstanbul'da düzenlenecek Türkiye Innovation Week kapsamında takdim edilmesi planlanıyor. Yarışma ile yüksek teknoloji üreten start-up'ların, firmalara yönelik yenilikçi çözümler geliştiren girişimlerin ve küresel pazarlarda Türkiye'yi temsil etme potansiyeli taşıyan girişimcilerin ödüllendirilmesi, tanınırlıklarının artırılması ve girişimcilik ekosistemindeki etkileşimlerinin güçlendirilmesi amaçlanıyor.

Yarışmaya;

- Hedefim Küresel Başarı
- Çevre ve Sürdürülebilirlik Dostu Girişimci
- Kadın Teknoloji Girişimcisi
- Genç Girişimci olmak üzere dört farklı kategoride, 30 Haziran 2026 tarihine kadar <https://www.turkiyeningirisimcileri.com> sitesi üzerinden başvurular yapılabilir.

"Türkiye'nin Girişimcileri Yarışması" için başvurular alınmaya başlandı. Ödüllerin, 15-17 Ekim 2026 tarihlerinde İstanbul'da düzenlenecek Türkiye Innovation Week kapsamında takdim edilmesi planlanıyor.



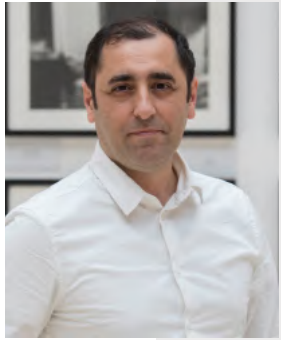
# TÜRKİYE'NİN GİRİŞİMCİLERİ YARIŞMASI

Son Başvuru Tarihi

**30 Haziran 2026**



**Dr. Merih Pasin**  
İnoSuit ve ECOTİM Programı  
Strateji Direktörü



**Prof. Dr. Mehmet Nafiz Aydın**  
Boğaziçi Üniversitesi Yönetim  
Bilişim Sistemleri Bölüm  
Başkanı, İnoSuit ve ECOTİM  
Programları Akademik  
Direktörü



**Dr. Serkan ALTUNTAŞ**  
Yıldız Teknik Üniversitesi  
Endüstri Mühendisliği Bölümü  
Öğretim Üyesi, İnoSuit Progra-  
mı Akademik Direktörü

# ŞİRKETLER İÇİN MODÜL TEMELLİ İNOSUIT YOLCULUĞU BAŞLIYOR

**İnoSuit Programı, olgunluk düzeyindeki firmaları inovasyon yolculuklarında ileri taşıyacak esnek ve yarı yapılandırılmış zemin sunan modül temelli yapısıyla birlikte, Türkiye'nin sürdürülebilir ve yüksek katma değerli ihracat hedefine katkı sunmaya devam edecek.**

İnoSuit Programı, 2026 yılı itibarıyla 10'uncu yılına girmiş bir program olarak Türkiye'nin inovasyon ekosisteminde artık köklü bir yer edinmiştir. Bugüne kadar toplam 33 farklı ilde yer alan 246 firmayı dönüştürmüş; bu süreçte 19 farklı ilde faaliyet gösteren 54 üniversiteden 83 mentör görev yapmıştır. Makine imalat sanayinden tekstile, gıda üretiminden hizmet sektörüne kadar son derece geniş bir yelpazede faaliyet gösteren şirketler, İnoSuit çatısı altında üniversite-sanayi iş birliğinin gerçek anlamda nasıl işlediğini deneyimlemiştir.

2025 yılında hazırladığımız etki analizi raporu, programın somut çıktılarını bir kez daha rakamlarla ortaya koymuştur. Analiz kapsamındaki firmaların toplam ihracatı 2024 yılındaki 301,8 milyon dolar seviyesinden 2025 yılında 334,1 milyon dolara yükselmiş; yıllık bazda yaklaşık yüzde 10,7 oranında bir artış gerçekleşmiştir.

Etki analizinde öne çıkan bir diğer kritik bulgu, 20 Kurumsal İnovasyon Sistemi (KİS) hedefine ilişkin tamamlanma oranlarıdır. Analiz kapsamındaki firmaların genel ortalaması tam olarak yüzde 80 olarak gerçekleşmiş; bu oran programın başından bu yana süregelen bir başarı kriteri olarak korunmuştur. En yüksek tamamlanma oranlarına ulaşan hedefler incelendiğin-

de dikkat çekici bir tablo ortaya çıkmaktadır: Fikir ve Öneri Havuzunun Oluşturulması (yüzde 88,8), İnovasyon Stratejilerinin Belirlenmesi (yüzde 87) ve İnovasyon Proje Takımlarının Kurulması (yüzde 85) başı çekmektedir. Elde edilen sonuçlar, şirketlerin inovasyonu birkaç kişinin sorumluluğu olmaktan çıkarıp kurumun tamamına yaygın bir yönetim anlayışına kavuştuğunu göstermektedir.

Öte yandan etki analizi sonuçlarına göre Üniversite-Sanayi İş Birliğine Dayalı AR-GE Projelerinin Tanımlanması (yüzde 66,86), Dış Paydaşlarla İş Birliğine Dayalı İnovasyon Süreçleri (yüzde 67,25) ve İnovasyon Bütçesinin Oluşturulması (yüzde 67,33) görece daha düşük tamamlanma oranlarında kalmıştır. Gerçekleştirdiğimiz etki analizi sonuçları, şirketlerin iç mekanizmalarını güçlendirmekte ciddi adımlar attığını; ancak dış ekosistemle entegrasyon ve finansal yapılandırma konularında ek desteğe ihtiyaç duyduğunu göstermektedir.

İşte bu noktada İnoSuit'in bu yıl hayata geçirdiği modül temelli yapı büyük önem kazanmaktadır. Program artık yalnızca tek tip bir çerçeve sunmakla kalmayıp şirketin ihtiyacına, ölçeğine ve inovasyon olgunluk düzeyine göre özelleştirilebilen 9 modül ve bir başlangıç modülünden oluşmaktadır.

Modüller:

- KİS (Kurumsal İnovasyon Sistemi) Başlangıç Modülü
- Modül 1: Teknoloji Yol Haritası ve Fikri Mülkiyet Hakları (FMH) Stratejik Yönetimi
- Modül 2: Yapay Zekâ Odaklı İnovasyon
- Modül 3: İnovasyon Sistemi ile Entegre AR-GE Merkezi Kurulumu
- Modül 4: Kurumsal İnovasyon Sistemi (KİS) Geliştirme
- Modül 5: İnovasyonla Markalaşma ve Pazarlama
- Modül 6: Organizasyon ve Yetkinlik Geliştirme
- Modül 7: Stratejik İnovasyon Proje Portföyü Oluşturma
- Modül 8: İnovasyonun Finansmanı Yönetimi
- Modül 9: İleri Kurumsal İnovasyon Sistemi (İKİS) Modülü

## MODÜLLER, İNOVASYON KÜLTÜRÜNÜN KURUM GENELİNDE YAYGINLAŞMASINI DESTEKLİYOR

KİS Başlangıç Modülü'nden İleri Kurumsal İnovasyon Sistemi Modülü'ne (İKİS), Yapay Zekâ Odaklı İnovasyon'dan İnovasyonla Markalaşma ve Pazarlama'ya kadar uzanan modül temelli İnoSuit Programı; firmaların eksik kaldıkları alanlara odaklanmalarına ve güçlü oldukları boyutlarda daha ileriye gitmelerine olanak tanımaktadır. Özellikle AR-GE merkezi kurulumunu, inovasyon finansmanını ve dış paydaş entegrasyonunu kapsayan modüller, etki analizinin işaret ettiği gelişim alanlarını doğrudan hedef almaktadır.

KİS Başlangıç Modülü dışındaki Yaygınlaştırma ve Derin-

leştirme Modülleri, firmaların mevcut kurumsal inovasyon sistemlerini daha ileri seviyeye taşımalarını, inovasyon kültürünü kurum geneline yaygınlaştırmalarını ve belirli alanlarda derinleşmelerini desteklemek amacıyla tasarlanmıştır.

Yarı yapılandırılmış bir yaklaşımla yürütülen bu modüllerde KİS modeli, firmaların kurumsal inovasyon olgunluk seviyesi, stratejik öncelikleri ve ihtiyaçları doğrultusunda esnek biçimde uygulanmaktadır. Firmalar, ihtiyaçlarına göre bir veya birden fazla modüle eş zamanlı ya da farklı dönemlerde katılım sağlayabilmekte; modüller belirli bir sıraya bağlı olmaksızın, öncelikli gelişim alanlarına göre ilerletilebilmektedir.

Modüler yaklaşımın bir diğer önemli kazanımı sürdürülebilirlik boyutunda kendini göstermektedir. Her modülde kazanılan yetkinlik, şirketin inovasyon süreçlerini kısa vadeli

müdahaleler olarak değil, kalıcı ve kurumsal bir sistem olarak benimseyebilmesini sağlamaktadır. Programın yarı yapılandırılmış özellikte olması sayesinde küçük ve orta ölçekli işletmelerden büyük sanayi kuruluşlarına kadar her ölçek ve sektör için uygulanabilir bir esneklik sunmaktadır.

Bu dönem itibarıyla İnoSuit Programı'nın modül temelli yapısına önemli bir yenilik eklenmiştir: İnovasyon Liderleri Eğitim Programı. Bu program kapsamında her şirketin, kendi bünyesinden en az bir çalışanı inovasyon lideri olarak yetiştirmek üzere programa dâhil etmesi beklenmektedir. Seçilen çalışanın, dönem boyunca İnovasyon Liderleri Eğitim Programı aracılığıyla kapsamlı bir gelişim sürecinden geçerek şirket içinde inovasyon uzmanlığı yetkinliği kazanması öngörülmektedir. Böylece inovasyon kültürünün yalnızca dışarıdan





Program yarı yapılandırılmış özellikte olması sayesinde küçük ve orta ölçekli işletmelerden büyük sanayi kuruluşlarına kadar her ölçek ve sektör için uygulanabilir bir esneklik sunmaktadır.

oturumunda sahne alan İnoSuit firmaları, program süresince hayata geçirdikleri çalışmalardan seçili uygulama örneklerini poster formatında katılımcılarla paylaşmıştır. Hazırlanan posterler; İnoSuit Programı'nın firmaların kurumsal inovasyon sistemlerinde oluşturduğu somut çıktıları, ölçülebilir kazanımları ve şirket içindeki dönüşüm etkisini görünür kılmaktadır.

İnoSuit Programı, kurumsal inovasyon sistemlerinin kurulmasının çok ötesine geçmiştir. Artık bu sistemlerin şirketlerin ihracat performansına, katma değer üretimine ve rekabet gücüne doğrudan dönüştüğü ölçülebilir bir dönüşüm modeline evrilmiştir. Modül temelli yapısıyla birlikte bu model, her uygunluk düzeyindeki firmaya kendi inovasyon yolculuğunda ileri taşıyacak esnek ve yarı yapılandırılmış bir zemin sunmaktadır. Türkiye'nin sürdürülebilir ve yüksek katma değerli ihracat hedefine katkı sunmaya devam edecek bu programın önümüzdeki yıllarda daha fazla şirketin dönüşümüne vesile olacağına olan inancımız tamdır.

alınan bir destek olmaktan çıkarak şirketin kendi içinde kalıcı bir uzmanlık kaynağına dönüştürülmesi ve inovasyon yetkinliklerinin geliştirilmesi hedeflenmektedir.

Programın başarısındaki belirleyici unsurlar ise değişmemiştir. Üst yönetimin desteği, özellikle genel müdür düzeyinde sağlanan güçlü katılım, programın başarısız olma ihtimalini fiilen ortadan kaldırmaktadır. Mentorlerin düzenli toplantılarla bir üst yönetime yaptığı düzenli bilgilendirmeler, bu desteği canlı tutmakta ve sürecin sürdürülebilirliğini beslemektedir.

#### **İNOSUIT PROGRAMI, KURUMSAL İNOVASYON SİSTEMLERİNİN KURULMASININ ÇOK ÖTESİNE GEÇTİ**

Türkiye Innovation Week 2025 kapsamında gerçekleştirilen "Başarılı Uygulamalar"

#### **İnoSuit Programı'nın yeni modüler yapısı ile kurumsal inovasyon yolculuğunuzu bir üst aşamaya taşımaya davetlisiniz.**

İnoSuit Programı'nı başarıyla tamamlayan firmalarımızın inovasyon yolculuklarını, program kapsamında elde ettikleri kazanımları ve iyi uygulama örneklerini içeren İnoSuit Kitabı-I ve İnoSuit Kitabı-II çalışmalarına ulaşmak için [tıklayınız](#).

#### **Kurumsal İnovasyonunuzu Modüler Yapıyla İnşa Edin!**

İnoSuit Programı hakkında detaylı bilgi almak, başvuru süreçlerini incelemek ve programın firmalara sunduğu katkıları keşfetmek için <https://tim.org.tr/tr/tim-inosuit-programi> adresini ziyaret edebilirsiniz. Sorularınız için [inosuit@tim.org.tr](mailto:inosuit@tim.org.tr) adresi üzerinden bizimle iletişime geçebilirsiniz.

**TİM** TÜRKİYE  
İHRACATÇILAR  
MECLİSİ

# İnoSuit Programı Başvuruları Devam Ediyor!

Yeni Modüler Yapısıyla Kurumsal İnovasyon Yolculuğunuzu Bir Üst Aşamaya Taşıyın.

## SON BAŞVURU

# 30 Haziran 2026



Başvuru ve Detaylı Bilgi için QR Kodu Okutun

# Türkiye Yüzyılında Üretici ve İhracatçıya Vergi Kalkanı

İstanbul Finans Merkezi'ni dünyanın en önemli 10 finansal durağından biri yapma hedefiyle kurgulanan yeni teşvik paketi yürürlüğe girdi. İFM bünyesindeki transit ticarete kurumlar vergisi indirimini yüzde 100'e çıkaran ve çok uluslu şirketlere 20 yıllık kesintisiz muafiyet tanıyan yeni düzenleme, küresel ticaret hacmini Türkiye'ye taşımaya hazırlanıyor.

**K**üresel sermaye piyasaları; artan jeopolitik riskler, değişken gümrük vergileri ve özellikle de yapay zekâ teknolojilerinin tetiklediği yapısal dönüşümlerin etkisinde bir denge sürecinden geçiyor. Artık uluslararası fonlar ve yatırımcılar için tek bir güvenli liman kavramı geçerliliğini yitirmiş durumda; bunun yerini coğrafyalar, sektörler ve varlık sınıfları arasında çeşitlendirmeye dayalı yeni nesil yatırım stratejileri alıyor. Küresel Özel Sermaye Birliğinin (GPCA) verileri de bu makro eğilimi doğrularak, 2025 yılında yükselen pazarlara yönelik yatırımların yüzde 33 oranında dikkat çekici bir artış gösterdiğini ortaya koyuyor.

İşte tam bu noktada Türkiye, makroekonomik dinamikleri, gelişmiş üretim kapasitesi ve eşsiz lojistik altyapısıyla küresel sermayenin yöneldiği en güçlü alternatiflerden biri olarak ön plana çıkıyor. Zira yeni dönemde yatırımcılar sadece yüksek getiri peşinde koşmuyor; yatırımlarda dayanıklılık, güçlü nakit akışı ve global krizlere karşı esneklik çok daha belirleyici kriterler hâline gelmiş durumda.

Türkiye'nin girişimcilik ve teknoloji ekosisteminin son yıllarda kazandığı ivmeyi artıracak bir adım daha atıldı. Ülkenin ekonomik vizyonunda yepyeni bir sayfa açma hedefiyle başlatılan "Türkiye Yüzyılı Yatırım İçin Güçlü Merkez Programı", ihracatçılar ile yatırımcılar için büyük fırsatlar içeriyor. Program kapsamında kurgulanan kurumlar vergisi indirimleri, kapsamı genişletilen muafiyetler ve yabancı sermayeye yönelik hamlelerle Türkiye'nin uluslararası arenadaki cazibesinin artırılması amaçlanıyor.

## TÜRKİYE'Yİ KÜRESEL CAZİBE MERKEZİ YAPMA HEDEFİNİN İLK ADIMI

24 Nisan 2026 tarihinde kamuoyuyla paylaşılan "Türkiye Yüzyılı Yatırım İçin Güçlü Merkez Programı", sadece yerel sınırlarla yetinmekten kaçınarak, uluslararası arenada varlık gösteren büyük ölçekli sermayeyi ülkeye çekme amacı taşıyor. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan tarafından duyurulan teşvik planı, temelde Türkiye'yi küresel bir cazibe merkezi statüsüne yükseltmeyi hedefliyor. Program, sadece yerel sınırlarla yetinmekten kaçınarak, uluslararası arenada varlık gösteren büyük ölçekli sermayeyi ülkeye çekme gayesinde.

Yatırım ortamını her açıdan güçlendirmek, finansal istikrarı kalıcı hâle getirmek ve doğrudan yatırımların önündeki pürüzleri gidermek amacıyla çok yönlü bir strateji haritası çıkarılmış durumda. Bu hedefler doğrultusunda, bürokratik engellerin ortadan kaldırılması ve şirketlerin daha rahat hareket edip, risk alabileceği bir ekosistem yaratılması önceliklendiriliyor.

## VERGİ İNDİRİMLERİ, İFM ETRAFINDAKİ TİCARET HACMİNİ ARTIRACAK

Programın en çarpıcı ayaklarından birini, İstanbul Finans Merkezi (İFM) bünyesinde faaliyet gösteren kurumlara yönelik sunulan vergi avantajları oluşturuyor. Uzun yıllardır dünyanın en önemli 10 finansal durağından biri olma vizyonuyla inşa edilen merkez, küresel ölçekte rekabetçi bir yapıya kavuşturulmak isteniyor. Yeni taslak, İFM bünyesinde yürütülen transit ticaret faaliyetlerinden

**Türkiye Yüzyılı Yatırım İçin Güçlü Merkez Programı kapsamında, bürokratik engellerin ortadan kaldırılması ve şirketlerin daha rahat hareket edip, risk alabileceği bir ekosistem yaratılması önceliklendiriliyor.**

ve yurt dışında gerçekleşen mal alım-satım işlemlerine aracılık edenlerin kazançlarından alınan vergi oranlarında muazzam bir esneklik sağlıyor.

Bugüne kadar yüzde 50 oranında uygulanan vergi indirimi, rekor seviyeye yüzde 100'e çıkarılıyor. Böylece bu kazançlardan kurumlar vergisi hiçbir şekilde tahsil edilmeyecek. Transit ticaret faaliyetlerini İFM sınırları dışında sürdüren firmaların elde ettiği kazançların da yüzde 95'i vergiden muaf tutulacak. Program, yurt dışındaki aracı kurumları doğrudan Türkiye üzerinden işlem yapmaya teşvik ediyor. Vergi yükünün tümüyle sıfırlanması, finansal operasyonların kârlılığını maksimize edeceğinden, uluslararası yatırımcıların karar alma süreçleri üzerinde etkili olması öngörülüyor. Dolayısıyla vergisel düzenlemelerin, İFM etrafındaki ticaret hacmini artırması ve yurt dışındaki aracı kurumları doğrudan Türkiye üzerinden işlem yapmaya teşvik etmesi bekleniyor.

### **Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan: “Transit Ticaret Faaliyetlerindeki Kazançların Yüzde 95’ini Vergi Dışı Bırakıyoruz”**

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, Cumhurbaşkanlığı Dolmabahçe Ofisi’nde düzenlenen Türkiye Yüzyılı Yatırım İçin Güçlü Merkez Programı’nda yaptığı konuşmada şu bilgileri paylaştı: “Yatırım ortamını güçlendirmek için uluslararası doğrudan yatırımları destekleyecek hukuki, idari, mali ve kurumsal adımları atıyoruz. Geldiğimiz noktada İstanbul Finans Merkezi (İFM) 17 sene önce öngördüğümüz hedeflere doğru emin adımlarla ilerliyor. Yapacağımız düzenlemelerle İFM’de faaliyet gösteren kurumlara sağlanan vergi avantajını genişletiyoruz. Transit ticaret veya yurt dışında gerçekleşen mal alım satımlarına aracılık faaliyetlerinden elde edilen kazançlarda mevcut yüzde 50’lik indirim oranını yüzde 100’e çıkarıyoruz. Böylece bahse konu faaliyetlerden elde edilen kazançtan kurumlar vergisi almayacağız.

İFM dışında da transit ticaret faaliyetlerinde bulunanların bu kazançlarının yüzde 95’ini vergi dışı bırakıyoruz. Bir diğer önceliğimiz küresel şirketlerin bölgesel yönetim merkezlerini Türkiye’ye taşımalarını teşvik etmektir. Bu şirketlerin yurt dışı operasyonlarını Türkiye’den yürüterek elde ettikleri kazançlara güçlü bir vergi avantajı sağlıyoruz. Böylece önümüzdeki 20 sene boyunca İFM içinde elde edilen kazançların yüzde 100’ü, bunun dışında elde edilenin ise yüzde 95’i kurum kazancından indirilebilecek. Keza buralarda çalışan nitelikli çalışanlara belli şartlarla ücret istisnası getiriyoruz.”



### **TÜRKİYE’NİN JEOPOLİTİK KONUMU EKONOMİK AVANTAJA ÇEVİRİLEBİLİR Mİ?**

Ekonomik paketin kritik hedeflerinden bir diğeri de dünya devlerini Türkiye sınırları içine çekebilme. Küresel şirketlerin operasyonlarını, bölgesel yönetim ve koordinasyon merkezlerini doğrudan Türkiye’ye taşımaları adına cazip bir zemin hazırlanıyor. Yeni düzenleme sayesinde, İFM içinde kurulan bölgesel yönetim merkezlerinden elde edilen kazançların tamamı, İFM dışında kurulanların ise yüzde 95’i kesintisiz 20 yıl boyunca kurum kazancından indirilebilecek.

Kararlar yalnızca şirket tüzel kişiliklerine yönelik teşviklerle sınırlı değil, aynı zamanda bu merkezlerde istihdam edilecek nitelikli çalışanlar için de özel avantajlar kurgulanmış durumda. Şartları karşılayan profesyonellere ücret istisnası getirilmesi öngörülüyor. Yurt dışı operasyonlarını İstanbul veya Türkiye’nin

herhangi bir noktasından idare edecek çok uluslu firmalar, böylece hem ağır vergi yüklerinden kurtulacak hem de alanında en yetkin beyinleri ülkeye getirme fırsatı bulacak.

### **İHRACATÇI VE İMALATÇILARA KURUMLAR VERGİSİ İNDİRİMİ SAĞLANACAK**

Ekonomik büyümeyi ve dış ticareti şaha kaldırması planlanan yenilikler arasında ihracat ile üretim odaklı kurumlara yönelik kurumlar vergisi indirimleri başı çekiyor. Tasarıya göre bizzat ürettiği malları ihraç eden imalatçı ve ihracatçı şirketler için kurumlar vergisi oranı radikal bir kararla yüzde 9 seviyesine kadar geri çekilecek. Üretim yapmaksızın gerçekten ihracat faaliyeti gösteren diğer kurumların vergi yükü ise yüzde 14 oranına sabitlenecek.

Mevcut sistemdeki 5 puanlık ihracat ve 1 puanlık ilave üretim indirimlerinin revize edilerek çok

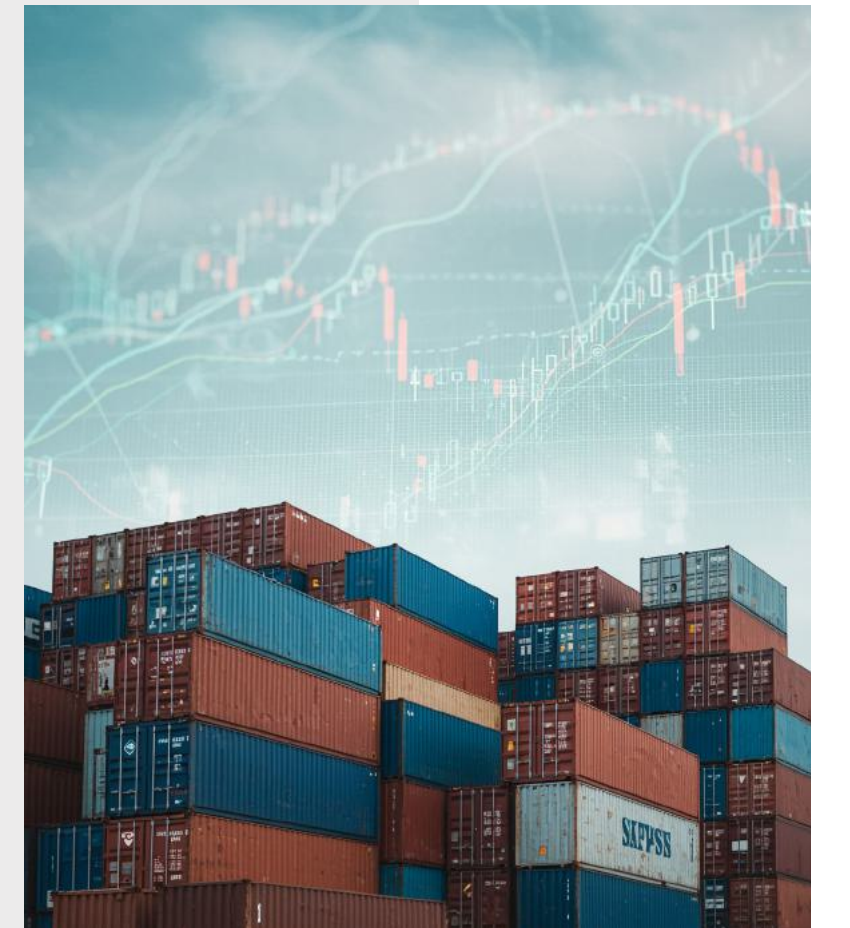
**Sağlanan vergi avantajları, özellikle ham madde fiyatlarının ve küresel lojistik maliyetlerinin ivme kazandığı bu zorlu ortamda, Türk ürünlerinin uluslararası arenada erişilebilir fiyat etiketleriyle yer bulmasına yardımcı olacak.**

daha avantajlı hâle getirilmesiyle şirketlerin küresel pazardaki fiyat rekabetini doğrudan desteklemesi bekleniyor. Vergi indirimleri sayesinde elde edilen kazançlar, AR-GE çalışmalarına, yeni üretim tesislerine veya büyük teknolojik altyapı yatırımlarına ayrılabilir. Sağlanan vergi avantajları, özellikle ham madde fiyatlarının ve küresel lojistik maliyetlerinin ivme kazandığı bu zorlu ortamda,

Türk ürünlerinin uluslararası arenada erişilebilir fiyat etiketleriyle yer bulmasına yardımcı olacak.

### **2025 YILINDA TÜRKİYE’YE GELEN YATIRIM HACMİ 13,1 MİLYAR DOLAR SEVİYESİNE ULAŞTI**

Rakamlar da Türkiye’ye yönelik bu stratejik ve kalıcı ilgiyi net bir şekilde teyit ediyor. Ülke, uluslararası doğrudan yatırımlar





## Türkiye'ye Yatırım Süreçlerinde Bürokrasi Azaltılacak

Yatırımcılar, yeni bir ülkede faaliyet gerçekleştirme aşamasındayken en çok bürokratik engeller ve onay süreçlerinde zorlanıyor. Yaşanan bu operasyonel zaman kayıplarının önüne geçmek için "Tek Durak Büro" uygulamasının hayata geçirileceği duyuruldu. Kurulacak yeni sistem sayesinde büyük ölçekli ve nitelikli uluslararası doğrudan yatırımlar, kurum kurum dolaşma zahmetinden kurtarılarak tek bir merkezden, sorunsuz biçimde koordine edilecek. Yabancı sermaye sahipleri ve hükümet temsilcileri arasında direkt temas imkânı sunan bu yenilik, ülkenin uluslararası yatırımların bağlantı noktası olma yönündeki konumunu sağlamlaştırıyor.

(FDI) ve şirket birleşme/satın almaları bağlamında son derece güçlü sinyaller vermeye devam ediyor. 2025 yılı verilerine göre Türkiye'ye gelen doğrudan yabancı yatırım hacmi yaklaşık 13,1 milyar dolar seviyesine ulaştı.

Bu yatırımların yüzde 85 gibi çok büyük bir kısmının gayrimenkul dışı üretken alanlara yapılması yatırım kalitesinin son yılların zirvesinde olduğunu kanıtıyor. Makroekonomi ve uluslararası ticaret perspektifinden bakıldığında ise ülkenin sadece geniş bir iç pazar değil, aynı zamanda stratejik ticaret koridorları üzerindeki kilit rolü bu rakamların istikrarlı kalmasını sağlıyor.

### TÜRKİYE HEM YATIRIM YAPILABİLİR HEM DE ÇIKIŞ YAPILABİLİR BİR PAZAR

Gelişmişlik durumu ve iş dünyasının hacmi incelendiğinde, Türkiye'nin 1,2 milyonu aşkın kayıtlı şirketi ve her yıl faaliyete geçen 100 bini aşkın yeni işletmesiyle sürekli değer üreten dinamik bir platform olduğu görülüyor. Ancak Türkiye'yi uluslararası arenada asıl ayırtıcı unsur, sadece sermaye çekebilen yatırım yapılabilir bir ülke olması değil; aynı zamanda

Türkiye'yi uluslararası arenada ayırtıcı asıl unsur, sadece sermaye çekebilen yatırım yapılabilir bir ülke olması değil; aynı zamanda yatırımlardan kârlı ve sorunsuz bir şekilde çıkabilme dinamiklerini barındıran olgun bir ekosistem sunabilmesidir.

yatırımlardan kârlı ve sorunsuz bir şekilde çıkabilme dinamiklerini barındıran olgun bir ekosistem sunabilmesidir.

Özellikle teknoloji yatırımları ve girişim sermayesi tarafında yaşanan gelişim oldukça iyi bir ivme yakaladı. Türkiye'nin teknoloji ekosistemi, peş peşe çıkardığı Unicorn şirketlerin ötesinde, her geçen gün daha hızlı büyüyen yeni nesil girişimlerle derinleşmekte ve uluslararası yatırımcıların radarında kalıcı bir yer ediniyor.



## "REKABETÇİLİĞİMİZİ YENİDEN ÖN PLANA ÇIKARACAK YAPISAL ADIMLAR ÖNEM TAŞIYOR"



Mustafa Gültepe  
Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) Başkanı

TİM olarak ihracatta büyük hedeflerimiz var. Biz uzun vadede Türkiye'yi en fazla ihracat yapan ilk 10 ülke arasına çıkarmak istiyoruz. Bu hedef doğrultusunda bir yandan katma değerli ihracatımızı artıracak alt yapıyı oluştururken, diğer taraftan yeni pazar arayışlarımıza devam ediyoruz. Bir başka ifadeyle sektörümüz için kısa, orta ve uzun vadeli stratejilerimizi, küresel ticaretteki dönüşüm, bölgesel dinamikler ve rekabet gücümüzü artırma hedefi doğrultusunda çok katmanlı bir yaklaşımla şekillendiriyoruz. Bu süreçte ihracatımıza katkı sağlayacak her adımı memnuniyetle karşılıyoruz.

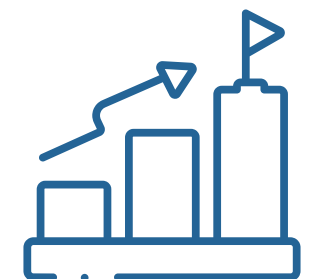
"Türkiye Yüzyılı Yatırım İçin Güçlü Merkez Programı" üretim, ihracat ve yatırım ekosistemimizi güçlendirecek önemli bir vizyon ortaya koyuyor. Özellikle yabancı yatırımların Türkiye'ye çekilmesi konusundaki kararlılığı kıymetli buluyoruz. Kurumlar vergisi indirimi başta olmak üzere üretim ve ihracata yönelik destekler de iş dünyası açısından olumlu. Ancak bu teşviklerin kısa vadede yeni kapasite yatırımlarına dönüşebilmesi için ihracatta eski rekabetçi seviyemize ulaşmalıyız. Bugün küresel pazarlarda çok yoğun bir rekabet yaşanıyor ve üretici firmalar yalnızca iç maliyetlerle değil, rakip ülkelerin güçlü teşvik mekanizmalarıyla da mücadele ediyor. Dolayısıyla rekabetçiliğimizi yeniden ön plana çıkaracak yapısal adımların hızlı şekilde atılması büyük önem taşıyor.

### "İHRACATÇININ KÜRESEL PAZARLARDA FİYAT TUTTURABİLECEĞİ BİR YAPI OLUŞTURMALIYIZ"

Küresel ticarete rekabet her geçen gün daha da zorlaşıyor. Rakip

ülkeler ihracatçıları için agresif destek mekanizmaları uygularken, Türkiye'de ihracatçıları son üç yıldır yüksek faiz, artan işçilik giderleri, enerji maliyetleri ve düşük kur nedeniyle ciddi baskı altında çalışıyor. Kurumlar vergisi indirimi kârlılığı devam eden firmalara avantaj sağlayabilir. Ancak birçok sektörde kâr marjları ciddi şekilde daraldığı için bu avantajın sahadaki karşılığı çok sınırlı olacaktır. Dolayısıyla bütüncül bir rekabet politikası çerçevesinde kurun enflasyona paralel hareket etmesi, düşük faizli finansmana erişiminin kolaylaştırılması ve emek yoğun sektörlerle özel doğrudan destek mekanizmalarının devreye alınması gerekiyor. Üretim maliyetlerini dengeleyen ve ihracatçının küresel pazarlarda fiyat tutturabilmesini sağlayan bir yapıyı hızla oluşturmalıyız.

Mevcut ekonomik konjonktürde ihracatımızın rekabetçiliği geri kazanabilmesinde döviz dönüşüm desteği ve düşük maliyetli finansmana erişim kritik başlıklar arasında yer alıyor. Bugün firmalarımız yalnızca üretim maliyetleriyle değil, aynı zamanda yüksek finansman giderleri ve kur-enflasyon dengesizliğiyle de mücadele ediyor. Döviz dönüşüm desteğinin mevcut yüzde 3 seviyesinden en az yüzde 5 bandına çıkarılması, ihracatçının üzerindeki maliyet baskısını önemli ölçüde hafifletebilir.



Teşviklerin kısa vadede yeni kapasite yatırımlarına dönüşebilmesi için ihracatta eski rekabetçi seviyemize ulaşmamız gerekiyor.

## “VERGİ İNDİRİMLERİ, İHRACATTA DÖNÜŞÜM İÇİN KRİTİK BİR ZEMİN OLUŞTURUYOR”



**Hakan Çınar**  
Dış Ticarete Yön Verenler  
Derneği (DIŞYÖNDER) Başkanı

**K**urumlar vergisinin yüzde 9'a indirilmesi, maliyet rekabeti açısından Türkiye'yi benzer üretim üsleriyle kıyaslandığında belirgin biçimde avantajlı konuma taşıyacaktır. Vergi yükünün azalması, firmaların nakit akışını rahatlatırken, öz kaynaklarını kapasite artışı, teknoloji yatırımı ve verimlilik projelerine yönlendirmelerine imkân verir. Bu tür düzenlemeler, özellikle yatırım kararlarını erteleyen imalatçı ve ihracatçılar için güçlü bir zamanlama sinyali niteliğindedir. Kısa vadede, planlama aşamasında bekleyen makine-teçhizat yenilemeleri, ilave hat kurulumları ve dijitalleşme yatırımlarının hızlanmasını bekliyoruz. Orta vadede ise bu ivme, daha yüksek katma değerli üretime geçişi destekleyerek birim ihracat değerini yukarı çekecektir.

Küresel rekabette bu düzenleme fayda sağlayacak olsa da tek başına yeterli değil. Kurumlar Vergisi'ndeki iyileşme tek başına maliyetlerin düşmesi anlamında yeterli olmayacak olup, doğrudan maliyet unsuru olan ücretlerden alınan gelir vergisi, SGK ücretleri gibi maliyetlerde de iyileşmelerin olmasının önemli olacağı kanaatindeyim. Tüm bunların yanı sıra kur etkisi hâlen önemli bir unsur oluşturmakta. Kurumlar vergisi, elbette kâr ettikten sonra oluşan vergi yükünü azaltacak. Ancak unutmamak gerekir ki evvela işletmelerin kâr elde edebilir hâle gelmesi lazım. Bunun için de doğrudan maliyetlerin mutlaka aşağı çekilmesi veya kur etkisinin önemli ölçüde düşmesi gerekiyor.

Üretim ile mal ve hizmet ihracatını eş zamanlı destekleyen vergi yaklaşımı, dış ticarete kalıcı ve yapısal dönüşüm için kritik bir zemindir. Sadece mal ihracatına değil, yazılım, mühendislik, tasarım,

lojistik ve danışmanlık gibi hizmet kalemlerine de alan açılması, ihracat ekosistemini bütüncül şekilde güçlendirir. Bu sayede firmalar, küresel değer zincirlerinde daha üst halkalara tırmanabilir; markalaşma, tasarım ve AR-GE yetkinlikleri artar.

Vergi avantajının stratejik alanlara yönlendirilmesi, üretim desenini teknoloji yoğun sektörlere kaydırarak sürdürülebilir rekabet gücü yaratır. Böyle bir çerçeve, dış ticaretin sadece hacmini değil, niteliğini de dönüştürür ve Türkiye'nin ihracat profilini daha dayanıklı hâle getirir. Kurumlar vergisi oranı, özellikle yabancı yatırımcıların da önem verdiği bir rasyo olduğundan mutlak bir yarar getirecektir.

Transit ticarete sağlanan sıfır vergi imkânı, Türkiye'nin jeostratejik konumunu somut bir ticaret avantajına dönüştürme potansiyeli taşıyor. Avrupa ile Asya arasında doğal bir köprü olan ülkemiz, bu düzenleme sayesinde dağıtım, konsolidasyon ve yeniden ihracat merkezi olarak öne çıkabilir. Orta Asya, Kafkaslar, Orta Doğu ve Kuzey Afrika hatları yeni pazarlara erişimde belirgin şekilde öne çıkacaktır. İhracatçıların bu fırsattan azami fayda sağlaması için liman, demiryolu ve gümrük süreçlerinde hız ve öngörülebilirlik artırılmalı; dijital gümrük uygulamaları yaygınlaştırılmalıdır. Yanı sıra bürokratik işlemlerin de daha basitleştirilmesinin büyük fayda sağlayacağı kanaatindeyim.

Ayrıca transit ticarete ilişkin sözleşme, sigorta ve tahkim altyapısının güçlendirilmesi, firmaların hukuki risklerini azaltarak bu hattı güvenle kullanmalarını sağlayacaktır. Bu adımlar, Türkiye'yi küresel ticaret koridorlarında tercih edilen bir merkez hâline getirebilir.

## “VERGİ İNDİRİMİ ÖZELLİKLE KOBİ'LER İÇİN ÇOK DEĞERLİ BİR NEFES ALANI SAĞLAYACAK”



**Orhan Aydın**  
Anadolu Aslanları İş Adamları  
Derneği (ASKON) Genel  
Başkanı

**İ**malatçı ve ihracatçılar için kurumlar vergisinin yüzde 9 seviyesine indirilmesi, Türkiye'nin üretim ve ihracat odaklı büyüme stratejisi açısından son derece önemli bir adım oldu. Özellikle küresel pazarlarda maliyet baskısının yoğunlaştığı bir dönemde, vergi avantajı Türk üreticisinin fiyat rekabetini güçlendirebilir, yatırım iştahını artırabilir ve yeni pazarlara açılımını hızlandırabilir.

Kısa vadede bu düzenlemenin özellikle kapasite artırımı, makine-teçhizat yatırımı, dijital dönüşüm ve enerji verimliliği alanlarında somut yatırım kararlarına dönüşmesini arzuluyoruz. Aynı zamanda Türkiye'nin üretim üssü olma hedefi açısından atılmış olduğu bu adım, uluslararası yatırımcıların dikkatini çekecek önemli bir mesaj niteliği taşıyor. Sonuç olarak; Türkiye'nin uluslararası pazarlardaki fiyat rekabet gücünü doğrudan artıracak. Bu indirim, şirketlerin kârlılıklarını yükseltip AR-GE ve inovasyona bütçe ayırmalarını sağlayacak.

Anadolu'daki KOBİ'lerimiz Türkiye ekonomisinin üretim omurgasını oluşturuyor. Vergi indirimi özellikle sermaye yapısı daha hassas olan KOBİ'ler için çok değerli bir nefes alanı sağlayacak. Bu destek sayesinde işletmeler yalnızca günlük maliyetlerini yönetmekle kalmayacak, aynı zamanda uzun vadeli yatırım planlarına daha cesur yaklaşabilecek.

Uluslararası pazarlara girişte en önemli unsurlar; kalite, sürdürülebilirlik, dijitalleşme ve rekabetçi maliyet yapısıdır. Vergi avantajı ile birlikte KOBİ'lerin otomasyon, yapay zekâ destekli üretim sistemleri, enerji verimli makineler ve dijital altyapı yatırımlarına yönelmesi hızlanacak. Bu da hem üretim kalitesini yükseltecek hem de ihracatta katma değerli ürün oranını artırarak.

Özellikle Anadolu'da faaliyet gösteren aile şirketlerinin ve üretici KOBİ'lerin bu süreçte markalaşma, kurumsallaşma ve ihracat kültürü açısından önemli bir dönüşüm yaşayacağını düşünüyorum. Devletin verdiği bu güçlü mesaj, üreticinin geleceğe daha güvenle bakmasını sağlayacaktır.

Programın sunduğu 20 yıllık öngörülebilirlik güvencesi, Anadolu'daki aile şirketleri için "hayatta kalma" odaklı kısa vadeli planlardan, "nesiller arası sürdürülebilirlik" odaklı vizyoner stratejilere geçişte kritik bir dönüm noktasıdır. Finansal öngörülebilirliğin bu kadar uzun bir vadeye yayılması, şirketlerin kurumsal yönetim yapılarını sağlamlaştırması için ihtiyaç duydukları güven iklimini oluşturur.

İş dünyasında yatırım kararlarının en önemli unsurlarından biri güven ve öngörülebilirliktir. 20 yıllık bir perspektif sunulması, özellikle Anadolu'daki aile şirketleri açısından son derece kıymetlidir. Çünkü aile şirketleri çoğu zaman kısa vadeli ekonomik dalgalanmalardan etkilenecek yatırım kararlarını erteleyebiliyor.

Uzun vadeli güvence sayesinde firmalar artık günü kurtarmaya değil, gelecek kuşaklara aktarılacak sürdürülebilir bir yapı oluşturmaya odaklanacaktır. Bu durum; kurumsallaşma, profesyonel yönetim anlayışı, nesil geçiş planlaması ve stratejik büyüme hedeflerini hızlandıracak. Bu yaklaşım, şirketlerin AR-GE, inovasyon, insan kaynağı eğitimi ve uluslararası ortaklıklar gibi uzun soluklu alanlara yatırım yapmasını da teşvik edecek. Türkiye'nin güçlü üretim altyapısının kalıcı şekilde büyümesi için istikrarlı ve uzun vadeli politikalar büyük önem taşıyor. Bu programın da iş dünyasına tam olarak bu güveni verdiğini düşünüyorum.

Anadolu'da faaliyet gösteren aile şirketlerinin ve üretici KOBİ'lerin bu süreçte markalaşma, kurumsallaşma ve ihracat kültürü önemli bir dönüşüm yaşayacak.

Kurumlar vergisi oranı, özellikle yabancı yatırımcıların da önem verdiği bir rasyo olduğundan mutlak bir yarar sağlayacak; Türkiye'nin ihracat profilini ise daha dayanıklı hâle getirecektir.

# “Gösteriştenden Uzak Koleksiyonlarımızla Lüksü Ulaşılabilir Kılıyoruz”

Lüksü yalnızca belirli bir kesime ait olmaktan çıkarıp, günlük hayatın içinde doğal ve erişilebilir bir deneyime dönüştüren LUFİAN; modern, kaliteli ve yenilikçi marka değerlerini daha geniş bir coğrafyaya taşıma hedefiyle globaldeki konumunu pekiştiriyor.

Günümüzün öne çıkan sessiz lüks trendine ulaşılabilir ve rafine bir soluk getiren LUFİAN, üretimden gelen gücünü dijital vizyon, sürdürülebilirlik adımları ve yenilikçi stratejilerle harmanlıyor. Değişen tüketici beklentilerine hızla uyum sağlayarak konumunu sağlamlaştıran markanın, Avrupa başta olmak üzere yurt dışı büyümesi büyük bir ivme kazanmış durumda. Tüketicilere hem şıklık hem de uzun ömürlü bir yaşam tarzı vadeden ve uluslararası bir casual-chic ikonuna dönüşen markanın yolculuğunu, LUFİAN Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Emin Gümüştape ile konuştuk.

**1995 yılında global markalara hizmet vererek başlayan yolculuğun sonucunda kendi kimliğini kanıtlayan bir markaya dönüşen LUFİAN’ın, 30 yıllık süreçte karakterini şekillendiren temel değerler nelerdir?**

LUFİAN’ın karakterini şekillendiren süreç, küçük bir atölyede başlayan üretim yolculuğunun zamanla güçlü bir marka vizyonuna dönüşmesiyle ilerledi. Bu yolculukta en belirleyici unsur, başından itibaren yerel ölçekte kalmayı hedefleyen bir üretici gibi hareket etmek yerine, dün-

yaya açılacak bir marka kurma hayaliyle ilerlememiz oldu. Makine mühendisliği eğitimiyle başlayan yolculuğum, tekstille şekillendi; mühendislik de bana disiplinli düşünmeyi ve detayın önemini öğretti. LUFİAN’ın temelinde ise benim girişimci bakış açım, tekstil mühendisi olan ablam Nuray Kılıç’ın teknik birikimi ve tasarıma duyduğumuz ortak tutku vardı. Ne-Saç çatısı altında global markalara tasarım ve üretim hizmeti vermemiz, bize uluslararası kalite standartlarını, tüketici beklentilerini ve disiplinli üretim kültürünü yakından tanıma fırsatı sağladı.

LUFİAN’ı bugünkü konumuna taşıyan hamlelerin başında, bu üretim ve tasarım birikimini kendi markamıza dönüştürme kararımız geliyor. Casual giyimde fark yaratma hedefiyle LUFİAN’ı hayata geçirirken, özgünlük, rahatlık ve fonksiyonelliği bir araya getiren bir yaşam tarzı sunmayı amaçladık. Tasarımdan üretime, iplikten son aşamaya kadar tüm süreci kendi bakış açımızla yönetmemiz, markanın özgün ve bağımsız duruşunu güçlendirdi. Pandemi gibi kırılma dönemlerinde ise dijital kanallara, e-ticarete ve online müşteri deneyimine daha fazla odaklanarak değişen tüketici

davranışlarına hızlı uyum sağladık. Böylece LUFİAN, üretim kökenli bir yapıdan güçlü marka kimliği olan, farklı pazarlarda karşılık bulan bir moda markasına dönüştü.

**Türkiye üretimde çok güçlü bir altyapıya sahip olsa da bu gücü küresel markalara dönüştürme konusunda henüz potansiyelinin tamamını sahaya yansıtmamış değil. Sizin markalaşma süreciniz nasıl başladı?**

Markalaşma yolculuğumuz, yıllara dayanan üretim tecrübemizi kendi vizyonumuz ve tasarım anlayışımızla buluşturma

LUFİAN’ın tasarım anlayışının merkezinde, kişinin kendini rahat ve özgüvenli hissetmesi yer alıyor. “Kendin Olduğun Her An” söylemimiz de bu yaklaşımın en net ifadesi. Modayı, kişisel stilin doğal bir uzantısı olarak görüyoruz.

LUFİAN Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Emin Gümüştape: “LUFİAN’ı kurarken hedefimiz sadece iyi ürünler üretmek değil; insanların kendilerini ait hissedecekleri, yaşam tarzlarına dokunan güçlü bir marka yaratmaktır. Rahatlığı, özgünlüğü, fonksiyonelliği ve zamansız şıklığı bir araya getiren bir yaklaşım benimsedik.”



isteğiyle başladı. Uzun yıllar boyunca dünya çapında markalara tasarım ve üretim hizmeti sunarken, güçlü bir markanın yalnızca kaliteli ürünle değil; tutarlı bir kimlik, doğru iletişim ve tüketiciyle kurduğu duygusal bağ sayesinde inşa edildiğini yakından gözlemlene fırsatı bulduk.

Bu süreçte edindiğimiz bilgi birikimi ve uluslararası deneyim, kendi hikâyemizi yazma konusunda bize önemli bir özgüven kazandı. 2005 yılında

LUFİAN’ı kurarken hedefimiz sadece iyi ürünler üretmek değil; insanların kendilerini ait hissedecekleri, yaşam tarzlarına dokunan güçlü bir marka yaratmaktır. Rahatlığı, özgünlüğü, fonksiyonelliği ve zamansız şıklığı bir araya getiren bir yaklaşım benimsedik.

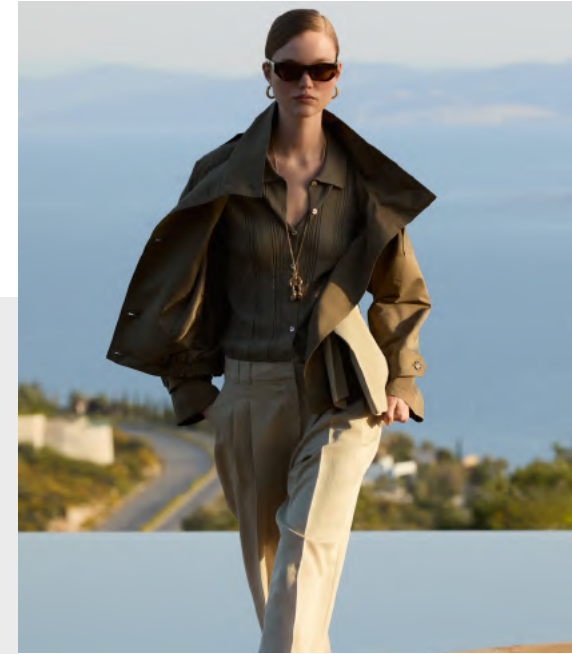
Üreticiden markaya dönüşümümüzde en önemli kırılma noktası ise kısa vadeli ticari başarıların ötesine geçip marka değerine uzun vadeli yatırım yapmamız oldu. Tasarımdan



**“Üretim Gücü Katma Değerli Ürünlerle Desteklenmeli”**

Türkiye, hazır giyim alanında güçlü üretim kültürü, kalite standardı ve tasarım yetkinliğiyle önemli bir potansiyele sahip. Bu altyapı, uluslararası pazarlarda rekabet edebilmek için son derece değerli bir avantaj sunuyor.

Bundan sonraki süreçte teknoloji yatırımlarının, yaratıcı tasarım gücünün ve markalaşma çalışmalarının daha da güçlendirilmesi gerektiğini düşünüyorum. Üretim gücünü katma değerli ürünlerle destekleyen markalar, küresel pazarda çok daha güçlü bir konum elde edecektir. Türkiye’nin sahip olduğu bilgi birikimini yenilikçi bakış açısıyla birleştirmesi, sektörün geleceği açısından belirleyici olacaktır.



mağaza deneyimine, iletişim dilinden müşteri ilişkilerine kadar her noktada tutarlı bir dünya kurmaya odaklandık. Bu yaklaşım sayesinde LUFIAN, yalnızca ürün tercih edilen bir marka değil; tüketicisiyle güçlü bir duygusal bağ kuran ve yaşam tarzı sunan bir marka kimliği kazandı.

**“Kendin olduğun her an” mottunuzla birlikte LUFIAN denince akıllarda, casual-chic tarzı beliriyor. LUFIAN’ın tarz anlayışı, günümüzün sessiz lüks trendiyle nasıl bir uyum sergiliyor? Marka stratejiniz hakkında neler söylersiniz?**

LUFIAN’ın tasarım anlayışının merkezinde, kişinin kendini rahat ve özgüvenli hissetmesi yer alıyor. “Kendin Olduğun Her An” söylemimiz de bu yaklaşımın en net ifadesi. Modayı, kişisel stilin doğal bir uzantısı olarak görüyoruz.

Bugün öne çıkan sessiz lüks anlayışı; kaliteyi, zamansızlığı ve detaylara verilen özeni ön plana çıkarıyor. LUFIAN olarak yıllardır benimsediğimiz tasarım dili de tam olarak bu değerlerle örtüşüyor. Gösteriştten uzak, güç-

lü bir karaktere sahip ve uzun yıllar kullanılabilecek koleksiyonlar hazırlıyoruz. Bununla birlikte bizim için önemli olan, lüksü yalnızca belirli bir kesime ait bir kavram olmaktan çıkarıp ulaşılabilir kılabilmek. Kaliteli kumaşı, iyi işçiliği ve rafine tasarım anlayışını, günlük hayatın içinde doğal ve erişilebilir bir deneyime dönüştürmeyi hedefliyoruz. Çünkü bugün tüketici sadece şık görünmek değil; kendini iyi hissettiren, uzun ömürlü ve gerçek değer sunan ürünler arıyor.

Marka stratejimizin temelinde ise her temas noktasında tutarlı bir deneyim sunmak yer alıyor. Üründen mağaza atmosferine, iletişim dilinden müşteri deneyimine kadar her alanda LUFIAN’ın rafine, özgün ve ulaşılabilir lüks anlayışını yansıtıyoruz. Böylece tüketiciyle sadece stil üzerinden değil, yaşam tarzı ve duygusal bağ üzerinden de güçlü bir ilişki kurmayı amaçlıyoruz.

**Hazır giyimde hızlı moda kavramı yerini daha nitelikli ve uzun ömürlü tasarımlara bırakıyor. LUFIAN olarak, sektörün bu niteliksel dönüşümünü ve**

**Türkiye, güçlü üretim altyapısı, esnek yapısı ve yetişmiş insan kaynağıyla hazır giyim sektöründe önemli bir avantaja sahip. Bu avantajın korunabilmesi için teknoloji ve verimlilik odaklı yatırımların artarak sürmesi gerekiyor.**

**LUFIAN’ın konumunu nasıl değerlendiriyorsunuz?**

Tüketiciler artık ürün seçiminde kaliteye, kullanım süresine ve zamansız tasarıma çok daha fazla önem veriyor. Bu değişim, sektörün daha bilinçli ve değer odaklı bir yapıya evrildiğini gösteriyor.

LUFIAN olarak kuruluşumuzdan bu yana uzun ömürlü, kaliteli ve karakter sahibi ürünler geliştirmeye odaklanıyoruz. Koleksiyonlarımızı oluştururken estetik kadar işlevselliği ve kullanım konforunu da ön planda tutuyoruz. Bu nedenle sektörün geçirdiği bu dönüşümün, LUFIAN’ın benimsediği yaklaşımı daha da güçlendirdiğine inanıyorum. Çünkü bugün tüketiciler, kendilerine gerçek anlamda değer sunan markaları tercih ediyor.

**Türk hazır giyim sektörü, değişen tedarik zinciri dinamikleri ve artan maliyet baskılarıyla önemli bir sınav veriyor. Bu denkleme Türkiye’nin üretim merkezi olma avantajını koruması için sizce hangi yapısal reformlara ve teknolojik yatırımlara öncelik verilmeli?**

Türkiye, güçlü üretim altyapısı, esnek yapısı ve yetişmiş insan kaynağıyla hazır giyim sektöründe önemli bir avantaja sahip. Bu avantajın korunabilmesi için teknoloji ve verimlilik odaklı yatırımların artarak sürmesi gerekiyor.

Dijitalleşme, otomasyon, veri analitiği ve sürdürülebilir üretim uygulamaları sektörün rekabet gücünü belirleyecek ana alanlar arasında yer alıyor. Bunun yanında tasarım gücünü ve markalaşma kapasitesini destekleyecek

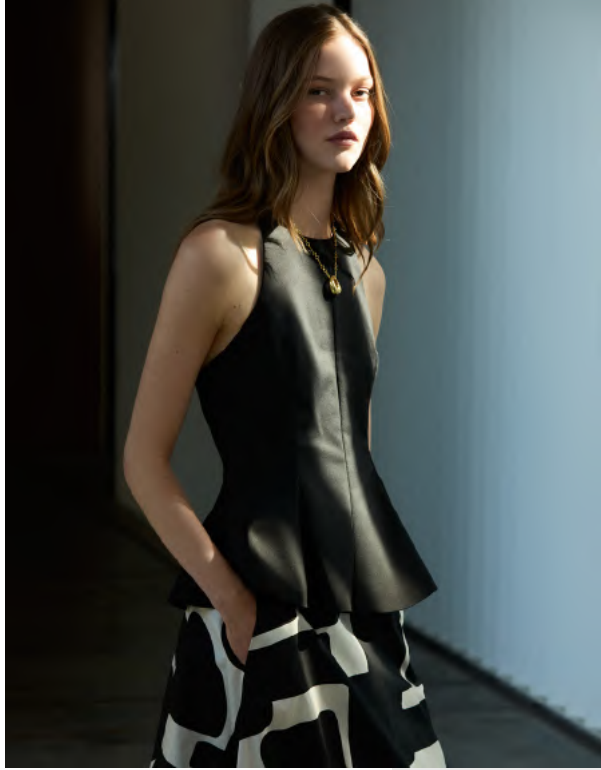
adımlar da büyük önem taşıyor. Türkiye’nin küresel pazarda daha güçlü bir konuma ulaşması için üretim kabiliyetini inovasyon ve marka değeriyle desteklemeyi sürdürmesi gerektiğine inanıyorum.

**Sürdürülebilirlik artık tüm sektörler için önemli bir değer hâline geldi. LUFIAN’ın ham madde seçiminden lojistik süreçlerine kadar karbon ayak izini azaltma konusundaki somut adımlarından bahsedebilir misiniz?**

LUFIAN’da sürdürülebilirliği, markamızın uzun vadeli stratejik hedeflerini destekleyen temel bir değer olarak görüyoruz. Çevresel, sosyal ve ekonomik boyutları birlikte ele alan bütüncül bir yaklaşım benimsiyoruz.

Ham madde seçiminden üretim süreçlerine, mağaza operasyonlarından lojistik uygulamalara kadar her aşamada çevresel etkilerimizi azaltmaya odaklanıyoruz. Çevre dostu malzemelerin kullanımını artırıyor, kaynak verimliliğini destekleyen uygulamaları yaygınlaştırıyoruz. Gelecek dönemde de sürdür-

**Dijitalleşme, otomasyon, veri analitiği ve sürdürülebilir üretim uygulamaları sektörün rekabet gücünü belirleyecek ana alanlar arasında yer alıyor.**



rülebilirliği marka kimliğimizin ayrılmaz bir parçası olarak ele almaya ve sektöre örnek olacak uygulamalar geliştirmeye devam edeceğiz.

**LUFIAN'ın yurt dışındaki büyüme stratejisinden bahsedebilir misiniz? Bulduğunuz ülkelerde LUFIAN'a ilgiyi nasıl değerlendiriyorsunuz?**

Yurt dışı büyüme stratejimizin temelinde, LUFIAN'ın güçlü marka kimliğini farklı pazarlarda doğru şekilde konumlandırmak yer alıyor. Avrupa başta olmak üzere birçok ülkede tüketicilerle buluşuyor ve markamızın bilinirliğini istikrarlı şekilde artırıyoruz.

Farklı ülkelerde gördüğümüz ilgi, kalite anlayışımızın, tasarım dilimizin ve yaşam tarzı yaklaşımımızın uluslararası pazarlarda da karşılık bulduğunu gösteriyor. Her pazarın dinamiklerini dikkatle analiz ederek, yerel beklentilere uygun bir büyüme modeli benimsiyoruz. Amacımız, LUFIAN'ın modern, kaliteli ve yenilikçi

marka değerlerini daha geniş bir coğrafyaya taşımak ve global ölçekte güçlü bir Türk markası olarak konumumuzu pekiştirmek.

**Üretim, ihracat ve yeni pazarlar özelinde LUFIAN nasıl bir 2025 yılı geçirdi?**

2025 yılı, LUFIAN açısından marka gücümüzü pekiştirdiğimiz ve büyüme hedeflerimizi desteklediğimiz verimli bir dönem oldu. Koleksiyonlarımıza gösterilen ilgi hem mevcut pazarlardaki konumumuzu güçlendirdi hem de yeni fırsatların önünü açtı.

Üretim tarafında kalite standartlarımızı korurken, ihracat ve yurt dışı büyüme stratejimiz doğrultusunda önemli adımlar attık. Farklı pazarlarda markamızın görünürlüğünü artırmaya ve müşteri deneyimini geliştirmeye odaklandık. Genel olarak değerlendirdiğimizde, 2025 yılı LUFIAN'ın global marka yolculuğunu daha da güçlendiren, geleceğe yönelik hedeflerimizi destekleyen başarılı bir yıl oldu.

Her pazarın dinamiklerini dikkatle analiz ederek, yerel beklentilere uygun bir büyüme modeli benimsiyoruz. LUFIAN'ı daha geniş bir coğrafyaya taşımayı ve global ölçekte güçlü bir Türk markası olarak konumumuzu pekiştirmeyi hedefliyoruz.

**Buderus**

Geleceğin ısıtma sistemleri.

Yeni  
620 kW  
kapasite

**Büyük projeler için  
çok yönlü çözüm**

Buderus Logano plus KB472 Yer Tipi Yoğuşmalı Kazan, yeni nesil Alüminyum Magnezyum Silisyum (AlMgSi) alaşımılı ısı eşanjörü sayesinde, düşük düzeyde su devresi direnci, yüksek gidiş suyu sıcaklığı, 50 K yüksek gidiş dönüş suyu sıcaklık farkıyla çalışabilir. 1:6 gibi geniş bir modülasyon aralığına sahip ön karışımli brülör sayesinde düşük ses seviyesi, yüksek performans ve yüksek verimlilik sağlar. 1,7 m<sup>2</sup>'lik minimum alanı ile maksimum kapasiteyi sağlayabilen Logano plus KB472, yüksek verim ve esnekliğin bir arada olduğu, en dar alanlarda bile yüksek kapasite sunan kompakt bir sistem çözümüdür.

**Bu Buderus.  
Bu uzmanlıktan siz de yararlanın.**

## ÜRETİM VE PAKETLEME KAPASİTESİ İLE AVRUPA'DA İLK 3 İÇİNDEYİZ

## TOP 3 IN EUROPE WITH PRODUCTION AND PACKAGING CAPACITY

# Bentaş

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

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

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

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

VanCat® markamız, World Branding Forum tarafından, "Temizlik ve Hijyen" dalında ilki 3 Temmuz 2019 olmak üzere, 9 Eylül 2021, 27 Temmuz 2023 ve 17 Kasım 2025 yıllarında toplamda 4 kez "Yılın Markası" ödülüne layık görüldü. Bu alanda Türkiye'de ödül alan ilk ve tek markanın sahibi olarak gururumuz büyük.

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

Bugün VanCat® markamız 66 ülkede, Cat's White® markamız 30 ülkede, RoCat® markamız 28 ülkede pazarlanmaktadır. Bentaş Bentonit olarak kurulduğumuz günden beri en büyük hedeflerimizden biri olan "Türkiye'nin üretimden ihracat yapan ikinci 500 firması" arasına girmiş olmanın mutluluğunu ve gururunu yaşıyoruz.

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

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

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

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

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

9th September 2021, 27th July 2023 and 17th November 2025 bringing the total number of awards to four. We are proud to announce that VanCat® is the first and only Turkish brand to receive this recognition in the industry.

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

Today, our VanCat® brand is marketed in 66 countries, our Cat's White® brand in 30 countries and our RoCat® brand in 28 countries. As Bentaş Bentonit, we are experiencing the happiness and pride of being among "Türkiye's second 500 companies that export from production", which was one of our biggest goals since our establishment.

## We serve to 144 international customers in 78 countries.

As of 2026, the number of countries Bentaş Bentonit exports to is over 75. We are actively carrying out export operations in 5 of 7 continents, including South & North America, Asia, Europe and Africa.

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



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

# Bentaş



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

f X @BentasBentonit | www.bentabentonit.com

TİM TÜRKİYE EXPORTERS ASSEMBLY AMONG TOP 1000 EXPORTERS OF TÜRKİYE

VAN CAT WHITE SAND CAT'S WHITE rocat

# Birleşik Krallık

## Avrupa Ötesi Ticaretin Pusulası



**Avrupa Birliği sonrası dönemde bağımsız ticaret rotaları çizen Birleşik Krallık; sanayideki otomasyon atılımları, ilaç ve savunma sanayisindeki üretim gücü ve yenilenebilir enerji yatırımlarıyla küresel rekabetteki konumunu sağlamlaştırmaya devam ediyor.**

**B**irleşik Krallık, tarih boyunca dünya siyasetinde, ekonomisinde ve kültüründe derin izler bırakmış bir güç. Kraliyetin görkemi, sanayileşmenin mirası ve modern dünyanın ritmi, bu coğrafyada benzersiz bir şekilde iç içe geçmiş durumda. İngiltere, İskoçya, Galler ve Kuzey İrlanda'dan oluşan bu birlik, monarşiyi demokrasiyle harmanlayan yönetim modeliyle küresel sahnede kendine özgü bir konuma sahip. 2022'den bu yana tahtta olan Kral III. Charles, yüzyıllardır süregelen bu geleneğin son temsilcisi. Ancak Birleşik Krallık sadece tarihiyle değil, günümüz dünyasındaki ekonomik ve kültürel etkisiyle de dikkat çekiyor.

Londra, Thames Nehri'nin iki yakasında yükselen gökdelenleri, asırlık anıtları ve dünya finansına yön veren kurumlarıyla çağdaş metropollerin en güçlülerinden biri. Avrupa'nın en dinamik demografik ve kültürel yapılarından birini barındıran ülke, finans, teknoloji ve sanayi alanlarında da küresel rekabetin merkezleri arasında yer alıyor. İnsani gelişmişlik sıralamasında 18. sırada yer alan Birleşik Krallık, geçmişin mirasını modern dünyanın dinamizmiyle birleştirerek geleceğe yön vermeye devam ediyor.

### SANAYİLEŞMENİN ÖNCÜSÜ

Sanayi Devrimi'nin tohumlarının atıldığı bu topraklar, modern dünyanın ekonomik ve teknolojik çehresini değiştiren en büyük dönüşümlerden birine öncülük etti. Tekstil atölyelerinden dev fabrikalara, demir-çelikten buhar makinelerine kadar birçok alanda devrim niteliğinde yeniliklere



Buckingham Sarayı

imza atan İngiltere, 18. yüzyıldan itibaren üretim ve ticarete küresel liderliği üstlendi. Tarımdan sanayiye geçişi hızlandıran bu dönüşüm, yalnızca İngiltere'yi değil, tüm dünyayı etkileyerek sanayi toplumunun temellerini attı.

Demir yolları ağının genişlemesi, fabrikaların yükselişi ve buhar gücünün yaygınlaşması, ekonomik büyümeyi tetiklerken işçi sınıfının doğuşuna ve toplumsal yapının yeniden şekillenmesine neden oldu. Günümüzde Birleşik Krallık, sanayi devriminin mirasını finans, teknoloji, hizmetler ve yenilenebilir enerji gibi alanlara taşıyarak ekonomik dinamizmini sürdürüyor. Yüzyıllar önce sanayileşmenin öncüsü olan bu topraklar, hâlâ küresel üretim ve inovasyonun merkezlerinden biri olma özelliğini koruyor.



**%0,8**  
GSYİH Büyüme Oranı

**4,2**  
trilyon dolar  
GSYİH

**61.056**  
dolar  
Kişi Başı GSYİH  
(IMF, 2026 Tahmini)



## Türkiye ve Birleşik Krallık İlişisinde Köklü Bağlar

Türkiye-Birleşik Krallık ilişkileri, köklü tarihsel bağlar ve stratejik ortaklıklarla şekillenen çok boyutlu bir iş birliği alanı sunuyor. Osmanlı dönemine uzanan diplomatik ilişkiler, zaman içinde siyasi, ekonomik ve ticari anlaşmalarla derinleşirken 2010'da güncellenen Stratejik Ortaklık Belgesi bu güçlü bağı daha da pekiştirdi. Birleşik Krallık, Türkiye'nin en büyük ticaret ortaklarından biri olarak öne çıkarken 2023'te iki ülke arasındaki ticaret hacmi 19,5 milyar dolara ulaştı. 2020'de imzalanan Serbest Ticaret Anlaşması, ekonomik ilişkileri daha istikrarlı ve sürdürülebilir bir zemine taşıırken turizm de bu dinamik ortaklığın en canlı unsurlarından biri hâline geldi. 2023'te 4 milyon turist Türkiye'yi ziyaret etmesi, kültürel ve ekonomik etkileşimin giderek güçlendiğini gösteriyor.



Londra Kulesi



Tower Bridge



# 69,85

milyon

Nüfus

(IMF, 2026 Tahmini)

# 244.100

kilometrekare

Yüz ölçümü

## DÜNYANIN EN BÜYÜK 6'NCI EKONOMİSİ

31 Aralık 2020 tarihi itibarıyla Avrupa Birliği'nden kesin olarak ayrılan ülke, 2021 başından itibaren Birlik ile ikili ticarete sıfır gümrük tarifesi öngören yeni bir serbest ticaret anlaşmasını yürürlüğe koyarak tamamen bağımsız ve esnek bir dış ticaret politikası inşa etti. Dünyanın en büyük 6'ncı ekonomisi ünvanını taşıyan Birleşik Krallık; Uluslararası Para Fonu (IMF) 2025 verilerine göre yaklaşık 3,95 trilyon dolarlık gayrisafi yurt içi hasıla ile dünya ekonomisine yön veren ülkeler arasında yerini sağlamlaştırdı.

Ülke ekonomisi, 2026 yılının ilk çeyreğinde hizmetler sektörünün güçlü ivmesiyle piyasa beklentilerini aşarak yüzde 0,6 oranında büyüme kaydetti. Enflasyonist baskılara karşı uygulanan pro-



Edinburgh

aktif para politikaları sayesinde makroekonomik istikrar da büyük ölçüde korundu. Sadece geleneksel finansla yetinmeyen Birleşik Krallık, bilgi teknolojileri, eğitim ve yaratıcı endüstriler gibi stratejik alanlardaki yatırımlarıyla uzun vadeli büyüme potansiyelini güvence altına alıyor.

## SAĞLIK VE FARMAKOLOJİ ENDÜSTRİSİNİN VAZGEÇİLMEZİ

Birleşik Krallık, uluslararası ticaret hacmini daraltmak yerine bağımsız serbest ticaret anlaşmaları (STA) ağı kurarak Pasifik bölgesi ve Kuzey Amerika başta olmak üzere dünyanın yükselen pazarlarına entegre olma stratejisine hız verdi. 2025 yılı verilerine göre yaklaşık 556 milyar dolarlık mal ihracat hacmiyle öne çıkan ülke, küresel tedarik zincirlerinin en önemli kilit noktaları arasında yer alıyor.

İhracat sepetinin en değerli kalemleri incelendiğinde; mekanik cihazlar, nükleer reaktörler, kazanlar, motorlu kara taşıtları aksamaları, turbojetler ile havacılık ve uzay sanayisi parçaları başı çekiyor.

Özellikle "tedavide veya korunmada kullanılmak üzere hazırlanan dozlandırılmış ilaçlar" kalemindeki ihracat kapasitesi, ülkeyi küresel sağlık ve farmakoloji endüstrisinin vazgeçilmez tedarikçilerinden biri hâline getiriyor. İthalat tarafında fosil yakıtlar, elektronik cihazlar ve kıymetli metaller öne çıkarken dış ticaret dengesindeki açık, ülkenin devasa boyuttaki hizmet ihracatı son derece başarılı bir biçimde tolere ediliyor.

## KÜRESEL TİCARETİN KAVŞAĞI

Tarih boyunca lojistik ve ticaretin önemli merkezlerinden biri olan



Thames Nehri

Birleşik Krallık, sahip olduğu stratejik konum, güçlü altyapı ve yenilikçi lojistik uygulamaları ile dünya ticaretinin merkezlerinden biri. Avrupa ile Kuzey Amerika arasındaki stratejik konumu, onu uluslararası taşımacılıkta önemli bir bağlantı noktası haline getiriyor. Bir ada ülkesi olması nedeniyle deniz taşımacılığı, ülke lojistiğinde önemli bir yer kaplıyor. Londra, Southampton, Felixstowe ve Liverpool gibi önde gelen limanları, Avrupa, Asya ve Amerika arasındaki tedarik zincirlerinde hayati bir rol oynuyor. Özellikle Felixstowe Limanı, ülkenin en büyük konteyner limanı olarak öne çıkarken Southampton Limanı da otomotiv ve enerji lojistiğinde kritik bir merkezdir.

Demir yolu ve kara yolu ağları, ülkenin iç lojistik bağlantılarını güçlendiren en önemli unsurlardan biri. 19. yüzyıldan bu yana gelişen demir yolu ağı, Londra, Birmingham, Manchester ve Glasgow gibi büyük kentleri bağlayan hızlı tren hatlarıyla hem yolcu hem de yük taşımacılığında önemli bir yer tutuyor.

19. yüzyıldan bu yana gelişen demir yolu ağı, Londra, Birmingham, Manchester ve Glasgow gibi büyük kentleri bağlayan hızlı tren hatlarıyla hem yolcu hem de yük taşımacılığında önemli bir yer tutuyor.

### 2050 NET SIFIR HEDEFİNE KARARLILIKLA YÜRÜYOR

Küresel iklim kriziyle mücadele, karbon ayak izinin minimize edilmesi ve dışa bağımlılıktan kurtularak enerji güvenliğinin sağlanması vizyonu ile Birleşik Krallık, yenilenebilir enerji yatırımlarına oldukça büyük bütçeler aktarıyor. Özellikle Kuzey Denizi'nin rüzgârlarını avantaja çevirerek açık deniz rüzgâr enerjisi kapasitesinde dünyanın mutlak liderlerinden biri olan ülke, buna ek olarak güneş santralleri ve biyokütle tesisleriyle enerji üretim modelini hızla yeşillendiriyor.

Özellikle 2025 yılı, Birleşik Krallık için yenilenebilir enerji üretiminde tüm zamanların en yüksek rekorlarının kırıldığı tarihi bir dönem olarak kayıtlara geçti. Şebekeyi giderek daha fazla domine eden rüzgâr ve güneş enerjisi, sürdürülebilir sanayinin yeni kalbi konumunu ulaştı. Ancak bu zorlu yeşil dönüşüm süreci kendi içinde pragmatik çözümler de gerektiriyor; zira artan enerji talebini karşılamak ve yenilenebilir kaynakların rüzgârsız ya da güneşsiz günlerdeki kesintili doğasını kompanse edebilmek için 2025 yılında fosil yakıt kullanımunda artışlar yaşandı. Bu durum geçiş döneminin zorluklarını yansıtsa da hükümet 2050 yılındaki Net Sıfır hedefine kararlılıkla yürüyor.



### Birleşik Krallık'ın Merkezi: İngiltere

İngiltere, Birleşik Krallık denildiğinde akla gelen ilk durak; kraliyetin kalbi, siyasetin merkezi ve ekonominin lokomotif... Big Ben'in görkemi, Buckingham Sarayı'nın ihtişamı ve Oxford'un akademik mirası, ülkenin tarihî dokusunu şekillendirirken İngiltere'nin her şehri kendi özgün hikâyesini anlatıyor. Krallığın en büyük ve en hareketli şehri Londra ise Thames Nehri kıyısında tarihle modernizmin iç içe geçtiği bir metropol olarak öne çıkıyor. Dünyanın dört bir yanından gelen ziyaretçilerine her seferinde farklı bir yüzünü gösteren şehir, kozmopolit yapısı, kültürel zenginliği ve dinamik atmosferiyle gerçek bir dünya başkenti.

# SÜREKLİ SİL BAŞTAN...

**Türkiye'de son yılların en kalıcı kavramı “geçici enflasyon” oldu. Her yükseliş geçici dendi, ama hedefler kalıcı olarak yukarı gitti. Her yeni raporda “dezenflasyon süreci devam ediyor” denildi, ama vatandaşın sepeti küçüldü.**



PROF. DR. EMRE ALKIN

Merkez Bankasının enflasyon hedefini bir kez daha değiştirmesi teknik bir güncelleme gibi anlatılabilir ama vatandaşın ve iş dünyasının gözünde bu artık basit bir tahmin revizyonu değil. Çünkü enflasyon hedefi dediğimiz, sadece raporda duran bir rakam değil; ücret pazarlığını, kira sözleşmesini, yatırım kararını, fiyat etiketini ve kredi planını etkileyen bir güven çıpası. Çıpa birkaç ayda bir yukarı taşınırsa, artık kimse nerede duracağını öngöremez.

2024'ten bu yana Merkez Bankası'nın enflasyon tahminleri ve hedefleri birkaç kez yukarı çekildi. Şubat 2024'te yıl sonu enflasyon tahmini yüzde 36, 2025 tahmini yüzde 14, 2026 tahmini ise yüzde 9 olarak açıklanmıştı. Mayıs 2024'te yıl sonu tahmini yüzde 38'e yükseltildi. Kasım 2024'te daha büyük bir değişiklik yapıldı; yıl sonu tahmini yüzde 44'e, 2025 tahmini yüzde 21'e, 2026 tahmini yüzde 12'ye çıkarıldı.

Şubat 2025'te yıl sonu tahmini yüzde 24 oldu. Ağustos 2025'te yeni ara hedef sistemiyle 2026 hedefi yüzde 16'ya, 2027 hedefi yüzde 9'a yükseltildi. 2025'in son raporunda 2025 yıl sonu tahmini yüzde 31-33 aralığına taşındı.

Şubat 2026'da 2026 tahmin aralığı yüzde 15-21'e çıkarıldı. Bugünkü revizyonla birlikte 2026 hedef ve tahminleri bir kez daha yukarı taşındı. Yani 2024 başından bu yana enflasyon patikası en az yedi ayrı dönemde yukarı yönlü değiştirildi.

Burada mesele tahminin sapması değil. Ekonomide tahmin sapar, savaş çıkar, petrol yükselir, kur oynar, gıda fiyatı değişir. Bunların hepsi mümkündür. Mesele şu: Hedef sürekli değişirken hâlâ “program çalışıyor” denilmesi, vatandaşın ve iş dünyasının inancını zayıflatıyor. Çünkü insanlar artık rapordaki hedefe değil, market sepetine bakıyor. İş dünyası da tahmin bandına değil, elektrik faturasına, işçilik maliyetine, kredi faizine ve tahsilat süresine bakıyor.

Vatandaş tarafında ise hikâye çok daha çıplak yaşanıyor. Dün sosyal medyada dolaşan İngiltere-Türkiye market karşılaştırmaları bunun göstergesi. Elbette tek tek paylaşılan fişler bilimsel veri yerine geçmez. Ancak insanlar aynı parayla İngiltere'de daha fazla ürün alınabildiğini gösteren paylaşımlar yapıyorsa, burada sadece fiyat seviyesi değil, adalet duygusu da tartışmaya açılmış demektir. Vatandaş için enflasyon yüzde kaç açıklandı sorusu artık ikinci sıraya düşüyor; birinci soru şu oluyor: “Ben geçen ay aldığımı bu ay neden alamıyorum?”

Bu nedenle hedef değişikliğinin etkisi sadece teknik değildir. Hedef yukarı çekildikçe ücretli çalışan daha yüksek zam ister, kiraya veren daha yüksek artış bekler, esnaf maliyeti gelmeden fiyatını günceller, sanayici uzun vadeli siparişe temkinli yaklaşır. Böylece enflasyon yalnızca rakam olmaktan çıkar, davranış biçimine dönüşür. Yani fiyat artışı beklentiye, beklenti de alışkanlığa götürür.

Türkiye'de son yılların en kalıcı kavramı “geçici enflasyon” oldu. Her yükseliş geçici dendi, ama hedefler kalıcı olarak yukarı gitti. Her sapma dış etkenlerle açıklandı, ama fatura içeride ödendi. Her yeni raporda “dezenflasyon süreci devam ediyor” denildi, ama vatandaşın sepeti küçüldü.

Sonuç olarak yapılan revizyon, ekonomi yönetiminin en önemli sermayesi olan güvenin bir kez daha aşınması anlamına geliyor. Güven kaybı ise faizle, vergi indirimiyle ya da yeni bir sunumla kolayca geri gelmez. Güven, verilen hedeflerin tutulmasıyla gelir.

Başarının formülü basit: Söylenenle yaşananın birbirine yaklaşması. Bugün sorun tam da burada duruyor. Hedefler değişiyor, ama hayat pahalılığı yerinde duruyor. Vatandaş da iş dünyası da artık hedefe değil, gerçeğe bakıyor.

### YAZARIN NOTU

*Ekonomide tahmin sapar, savaş çıkar, petrol yükselir, kur oynar, gıda fiyatı değişir. Mesele şu: Hedef sürekli değişirken hâlâ “program çalışıyor” denilmesi. Bu vatandaşın ve iş dünyasının inancını zayıflatıyor. Çünkü insanlar artık rapordaki hedefe değil, market sepetine bakıyor. İş dünyası da tahmin bandına değil, elektrik faturasına, işçilik maliyetine, kredi faizine ve tahsilat süresine bakıyor.*

# Türkiye Küresel İklim Diplomasisine Ev Sahipliği Yapıyor



**Dünya iklim politikalarının rotasını belirleyecek olan COP31 Zirvesi'ne ev sahipliği yapmaya hazırlanan Türkiye, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasında köprü kuran konumuyla küresel eylemin yeni merkezi olacak. Türkiye'nin, "Ayrılmak değil uzlaşmak, durmadan değil aksiyon" prensibini benimsediği zirve kapsamında; iklim finansmanındaki adaletsizliğin giderilmesi ve teknoloji transferinin hızlandırılması konularında müzakereci rolü üstlenmesi hedefleniyor.**

**K**üresel iklim krizi, günümüzde yalnızca ekolojik ve çevresel bir tehdit olmanın çok ötesine geçerek küresel ekonomik mimariyi, makroekonomik istikrarı, üretim paradigmasını ve uluslararası ticareti temelden yeniden şekillendiren en güçlü itici güç hâline geldi. Bu dönüşümün küresel ölçekteki en kritik karar alma ve yönetim mekanizması olan Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi (BMİDÇS) Taraflar Konferansı (COP), her yıl dünya devletlerini, iş dünyası liderlerini, sivil toplumu ve uluslararası finans kuruluşlarını ortak hedefler etrafında buluşturuyor.

Temel amacı, küresel sıcaklık artışını sanayi öncesi döneme kıyasla 1,5°C ile sınırlandırmak ve iklim değişikliğinin yıkıcı etkilerine karşı ulusların uyum kapasitesini artırmak olan COP zirveleri; yalnızca çevresel hedeflerin tartışıldığı diplomatik toplantılardan çıkarak makroekonomik istikrarın, enerji politikalarının, tedarik zinciri stratejilerinin ve küresel ticaretin kurallarının yeniden yazıldığı devasa müzakere platformlarına dönüşmüş durumda.

2025 yılında Brezilya'nın Belem kentinde düzenlenen COP30'un ardından şimdi gözler bir sonraki durak olan Türkiye'ye çevrildi. Türkiye'nin ev sahipliği yapmaya hazırlandığı Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği 31. Taraflar Konferansı (COP31), 9-20 Kasım tarihleri arasında Antalya'da gerçekleştirilecek. Türkiye, COP31

aracılığıyla yalnızca lojistik ve organizasyonel anlamda bir ev sahibi olmayacak, aynı zamanda küresel iklim politikalarının merkezine yerleşecek.

## İKLİM FİNANSMANINDAKİ ADALETSİZLİK KONUSUNDA TÜRKİYE MÜZAKERECİ OLACAK

Antalya'nın ana organizasyona, İstanbul'un ise Liderler Zirvesi'ne ev sahipliği yapacağı

iki haftalık maratonda; Türkiye, yeşil sanayi dönüşümü, sürdürülebilir lojistik, tarımsal

uyum ve döngüsel ekonomi gibi alanlarda sahip olduğu potansiyeli tüm dünyaya sergileme

fırsatı bulacak. Özellikle gelişmiş ülkeler ile gelişmekte olan ülkeler arasında köprü konumunda olan Türkiye, etkinlik kapsamında iklim finansmanındaki adaletsizliklerin giderilmesi ve teknoloji transferinin hızlandırılması konularında müzakereci rolü üstlenecek.

Şubat ayında düzenlenen COP31 Başlangıç Toplantısı'nda, COP31'i başarılı kılmak amacıyla Türkiye ve Avustralya olarak, istişare ve iş birliğine dayalı bir anlayışla tek vücut olarak çalışacaklarını ifade eden Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanı ve Türkiye'nin COP31 Başkanı Murat Kurum, tüm ülkelere eşit biçimde tanınan uygulama esnekliğinin ve geçiş sürecine yönelik toleransın artık sıfır noktasında olduğunu herkese en açık dille anlatacaklarını söyledi.

COP31'i yalnızca bir konferans



## COP31'in Gündemi İklim ve Su Krizi Olacak

Dünya Meteoroloji Örgütü (WMO) ve IHE Delft Su Eğitim Enstitüsü uzmanlarının değerlendirmelerine göre küresel sıcaklıkların artması atmosferin su tutma kapasitesini ciddi ölçüde değiştiriyor. Bu durum, dünyanın bir tarafında şiddetli sel felaketlerine yol açarken diğer taraftan da uzun süreli ve yıkıcı kuraklıklara zemin hazırlıyor. Uzmanlar, giderek sıklaşan sıcak hava dalgalarının ve düzensiz yağış rejimlerinin sadece tarım ve gıda güvenliğine değil, aynı zamanda temel insan sağlığını ve kent yaşamını da doğrudan tehdit ettiğini belirtiyor.

Sürecin sadece devletler arası anlaşmalarla çözülemeyeceğini vurgulayan çevre bilimciler, kriz kapıya dayanmadan önce harekete geçilmesi gerektiğinin altını çiziyor. Hem bireysel hem de toplumsal düzeyde suyun daha verimli kullanımı konusunda acil adımlar atılması gerektiğine yönelik vurgular; COP31'de, iklim değişikliği ve su kaynakları arasındaki doğrudan bağlantının en önemli gündem maddelerinden biri olacağını gösteriyor.

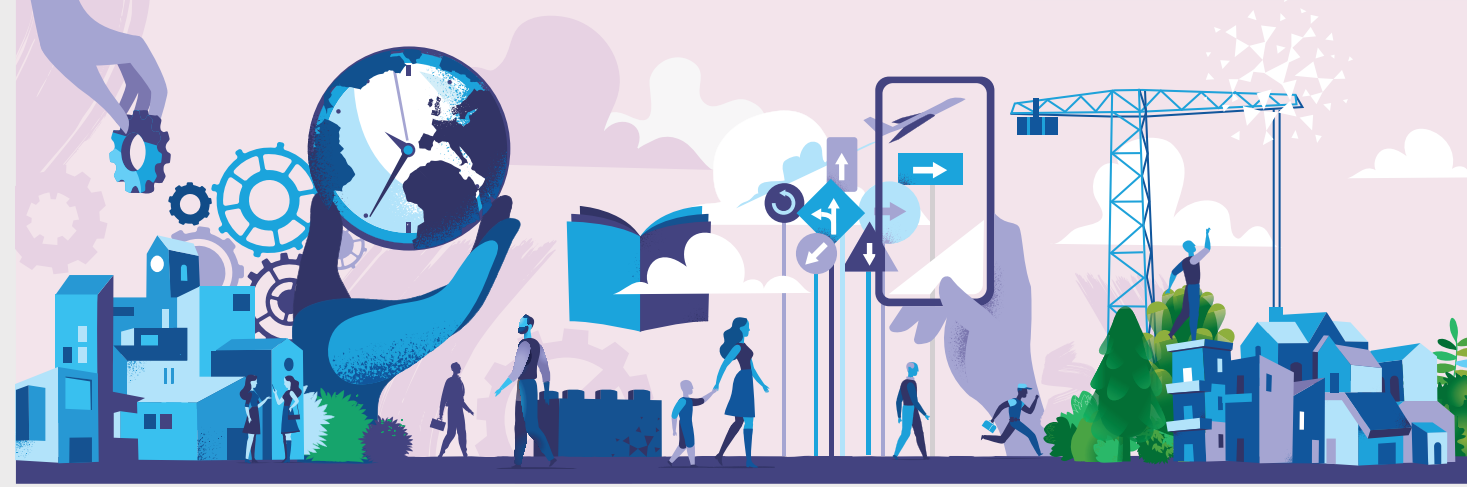
Antalya'nın ana organizasyona, İstanbul'un ise Liderler Zirvesi'ne ev sahipliği yapacağı iki haftalık maratonda; Türkiye, yeşil sanayi dönüşümü, sürdürülebilir lojistik, tarımsal uyum ve döngüsel ekonomi gibi alanlarda sahip olduğu potansiyeli tüm dünyaya sergileme fırsatı bulacak.

olarak görmediklerini vurgulayan Kurum: "Türkiye'nin COP31 yaklaşımı nettir; 'Tek ses değil diyalog içinde olacağız, ayrılık değil uzlaşıyla hareket edeceğiz, durağanlık değil aksiyonu tercih edeceğiz ve netice alacağız.' Bu ilkelerle hareket ederek mart ayında güçlü ve sağlam yapılandırılmış eylem ajandamızı dünyaya ilan edeceğiz. Kimseyi geride bırakmadan, tarafsız, adil bir başkanlık anlayışıyla herkesin sesini duyacak, duyuracak ve cesaretlendireceğiz." şeklinde konuştu.

### COP31, İKLİM, SU VE TARIM İÇİN KRİTİK BİR DÖNEMEÇ

COP31, iklim kriziyle mücadelede su, tarım ve gıda sistemlerinin geleceği için tarihi bir fırsat olarak öne çıkıyor. Uzmanlar, giderek şiddetlenen kuraklık ve aşırı hava olaylarının gölgesinde gerçekleşecek zirvenin, kağıt üzerindeki anlaşmaları somut eylemlere dönüştürmesini bekliyor.

Dünya Meteoroloji Örgütü (WMO) yetkilileri, artan sera gazı emisyonlarının fırtına ve kuraklık felaketlerini daha yıkıcı hâle getirdiğini hatırlatarak, COP31'in su ve iklim arasındaki bağlantıyı küresel gündemin merkezine taşıyacağını belirtiyor. Felaketlere karşı özellikle erken uyarı sistemlerinin hayati olduğu ve bu sistemlere yatırılan her 1 doların 9 dolarlık



fayda sağladığı vurgulanıyor.

Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) ise küresel su kaynaklarının yüzde 70'ini tüketen tarım sektörünün hem sorunun hem de çözümün bir parçası olduğuna dikkat çekiyor. 2050'de 10 milyara ulaşacak dünya nüfusunu doyurmak için tarımda su verimliliğinin artırılması şart. COP31'in, tarım-gıda sistemlerinin ihtiyaç duyduğu yıllık 1,3 trilyon dolarlık iklim finansmanı açığının kapatılması ve küresel direnciliğin artırılması için dünyaya liderlik etmesi hedefleniyor.

### TÜRK SANAYİSİ, KÜRESEL YEŞİL DÖNÜŞÜMDE KURAL KOYUCU OLMAYA HAZIRLANIYOR

COP31, Türk reel sektörünün

## Türkiye'nin COP31 için Belirlediği 5 Enerji Başlığı

1. Temiz Enerji Dönüşümü

2. Sıfır Atık ve Metan Azaltımı

3. İklimle Dirençli Şehirler

4. İklim Eylemi Uygulama Mekanizması

5. Enerji Alanında Yeşil Sanayileşme

**%37,53**

Türkiye'nin 2025 yılı geri kazanım oranı

**%60**

Türkiye'nin 2035 yılı için belirlediği geri kazanım hedefi

**90**  
milyon ton  
Sıfır Atık Hareketi kapsamında,  
2017-2025 yılı arasında geri  
kazandırılan atık miktarı

**365**  
milyar TL  
İşlenen atıklardan ülke  
ekonomisine sağlanan katkı

Birleşmiş Milletler (BM) İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi Taraflar Konferansı (COP), 1995 yılından bu yana her yıl BM tarafından tanınan beş farklı dünya bölgesi arasında dönüşümlü olarak farklı ülkelerde düzenleniyor. Etkinliğin düzenlendiği son 10 ülke:

- Fas - COP22-Marakeş
- Almanya - COP23-Bonn
- Polonya - COP24-Katoviçe
- İspanya - COP25-Madrid
- Birleşik Krallık - COP26-Glasgow
- Mısır COP27 - Şarm El-Şeyh
- Birleşik Arap Emirlikleri - COP28-Dubai
- Azerbaycan - COP29-Bakü
- Brezilya - COP30-Belem



teorik söylemlerle değil; finanse edilmeye hazır projeler ve uygulanabilir iş modelleriyle katılımı talep ediyor.

### “YENİ DÜNYA DÜZENİNDE TÜRK İŞ DÜNYASI AKTİF ROL ALMALI”

3 Haziran’da gerçekleştirilen “COP31 Business Forum-Türk İş Dünyası İstişare Toplantısı”nda, COP31’in Türkiye’nin iş dünyası ve sanayideki yeşil dönüşüm kapasitesini dünyaya duyurma noktasındaki önemi vurgulandı. Toplantıda konuşan Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanı ve COP31 Başkanı Murat Kurum, “COP31’e güçlü ve etkin katılım sanayicimizin ihtiyaç duyduğu uluslararası uygun iklim finansmanının da anahtarı olacaktır. Bu süreci her birinizin bir fırsat olarak değerlendirmesini istiyorum. COP31’i yalnızca devletlerin yürüttüğü bir bürokratik süreç olarak değil; iş dünyamızın en önde koştugu iklim ve kalkınma seferberliği olarak görmemizdir. Unutmayın ki, bilim politika üretir; ancak o politikayı yatırıma, teknolojiye ve sahada somut bir dönüşüme çevirecek olan sizlersiniz” dedi.

COP31’i, uluslararası zirve olmanın yanı sıra reel sektörümü-

zün yeşil dönüşüm kapasitesini dünyaya göstereceği bir dönüm noktası olarak görüyoruz.” diyen Kurum, yeni dünya düzeninin belirlendiği bu süreçte Türk iş dünyasının rol alması zorunluluğuna dikkat çekti. Bu hedefe ulaşmak için fırsatlar bulunduğunu ifade eden Kurum, şöyle devam etti: “İş dünyamızın COP31 sürecine etkin katılımı demek, ‘yeşil dönüşümde’ yol haritamızın aktif paydaşlıkla belirlenmesi demektir. Türkiye’nin ve Türk sanayisinin bu yeni düzenin kurallarını bizzat alanda belirlemesi demektir; Küresel aktörleri uzaktan izlemesi değil, masada yan yana oturarak politika yapım sürecine katkı sunması demektir.”

**Yeni küresel ekonomik düzende kurallara uyan değil, kural koyan tarafta olmayı hedefleyen Türk sanayisi, COP31’de süreci uzaktan izlemek yerine masada aktif politika yapıcı olarak yer alacak.**

# TİSAŞ’ın ABD’deki Yapılanması Güçleniyor

Savunma sanayi alanında yürüttüğü projeler ve kurumsal yapılanma adımlarıyla yıllık büyüme hedeflerine odaklanan TİSAŞ hem ileri teknoloji silah sistemleri geliştirme faaliyetlerini hem de uluslararası pazarlardaki etkinliğini artırmaya yönelik çalışmalarını eş zamanlı sürdürüyor.

Şirket, özellikle Amerika pazarı odağında yürüttüğü yapılanma faaliyetleriyle küresel ölçekte daha güçlü bir konum elde etmeyi hedefliyor. Hafif silah sektöründe ABD başta olmak üzere Avrupa ve toplamda 73 ülkede satış gerçekleştiren TİSAŞ, uluslararası pazardaki varlığını yeni ürünlerle genişletmeyi planlıyor. ABD pazarına yönelik geliştirilen modern AR-15 tüfek sistemi, EXFIL polimer ailesi ve yeni nesil 1911 serileri, bu stratejinin temel unsurları arasında yer alıyor. Bu ürünlerle birlikte şirketin Amerika pazarında büyümesini destekleyecek yeni bir ivme yakalanması amaçlanıyor.

### GATLING VE DİĞER SAVUNMA PROJELERİNDE KRİTİK AŞAMA

Yüksek katma değerli ve operasyonel ihtiyaçlara doğrudan yanıt verebilen sistemlerin geliştirilmesine odaklanan şirketin en kritik projelerinden biri, 12.7 milimetre fişek atabilen çok namlulu Gatling tipi 3 namlulu CKR-503 silah sistemi oldu. Prototip süreci büyük ölçüde tamamlanan CKR-503’te fonksiyon ve atış testleri başarıyla gerçekleştirilirken, geliştirme faaliyetleri devam ediyor. Hava, kara ve deniz platformlarına entegre edilebilecek şekilde tasarlanan sistemin dakikada yaklaşık 1300 atım kapasitesiyle yüksek ateş gücü sunması hedefleniyor.

Bu sistemle birlikte geliştirilen Hedefe Kilitlenebilir Stabilize Kule Platformu (HKS) ise projenin teknolojik kapasitesini ileri seviyeye taşıyor. Yerli



mühendislik altyapısıyla geliştirilen sistem; gündüz ve gece görüş kameraları, lazer mesafe ölçer ve gelişmiş görüntü işleme kabiliyetleriyle donatıldı.

MT-762 makineli tüfek projesi de geliştirme çalışmalarında önemli bir aşamaya ulaşmış durumda. Benzer sırdaki platformların sahada elde ettiği operasyonel tecrübeler ve kullanıcı geri bildirimleri doğrultusunda şekillendirilen sistem; yüksek dayanıklılık, kesintisiz çalışma kabiliyeti ve zorlu çevre koşullarında güvenilir performans sunacak şekilde tasarlanıyor. MT-762’nin, sahip olacağı yüksek atış performansı ve güvenilir mekanik yapısıyla hem yurt içi hem de uluslararası kullanıcıların beklentilerini karşılayabilecek rekabetçi bir platform olarak envantere kazandırılması amaçlanıyor.

### TURQUALITY PROGRAMI İLE KURUMSAL DÖNÜŞÜM

TİSAŞ, Türkiye’nin küresel markalar oluşturmayı hedefleyen devlet destekli Turquality destek programı

kapsamında yürüttüğü çalışmalarla kurumsal kapasitesini artırmaya yönelik önemli bir süreci tamamlamak üzere. Firmanın hedefi yılın ilk dönemi içinde bu programa dâhil olmak. Program çerçevesinde kalite yönetimi, kurumsallaşma ve marka gücünün artırılması, şirketin uluslararası pazarlarda daha rekabetçi bir konuma ulaşması ve marka değerinin güçlendirilmesi amaçlanıyor.

### YIL SONUNDA YÜZDE 15 BÜYÜME HEDEFİ

Şirket, tüm bu projeler ve kurumsal adımlar doğrultusunda yıl sonuna kadar yüzde 15 büyüme hedefi belirlemiş durumda. Özellikle ABD pazarı odaklı ürün geliştirme ve satış stratejisinin bu büyüme hedefinin ana itici gücünü oluşturması bekleniyor. Yeni ürünlerin devreye alınmasıyla birlikte TİSAŞ’ın hem teknolojik yetkinliğini hem de küresel pazardaki rekabet gücünü daha üst seviyeye taşıması hedefleniyor.



## Daha Temiz, Daha Döngüsel ve Daha Güçlü Bir Gelecek için Türkiye'nin Öne Çıkaracağı Ana Temalar

- Döngüsel Ekonomi ve Atık Yönetimi
- İklim Finansmanına Erişim
- Tarım, Su ve Gıda Güvenliği
- Adil Dönüşüm ve Gençlik Katılımı

# Küresel İlmeklerdeki Türk Damgası

Küresel pazardaki daralma ve artan maliyetlere rağmen tekstildeki yenilikçi alt yapısıyla rakiplerinden ayrılan Türk iplik sektörü, istikrarla büyümeye devam ediyor. Dünya iplik ihracatından yüzde 4,9 pay alarak küreselde beşinci sıraya yerleşen Türkiye, 2,2 milyar doları aşan ihracat performansı ile uluslararası tedarik zincirlerinin vazgeçilmez halkası konumunda.



Anadolu topraklarının sunduğu en değerli hazinelerden biri olan pamuk sayesinde dokumacılık kültürü ileri seviyeye ulaşan Türkiye; yıllar içinde edindiği derin tecrübe, modern teknolojik altyapı ve dinamik üretim kapasitesiyle küresel pazarın en güçlü aktörlerinden biri konumuna ulaştı. Elyaftan ipliğe, kumaştan hazır giyime uzanan bu geniş ve entegre yapı, yalnızca ulusal ekonominin lokomotifini olmakla kalmarak uluslararası tedarik zincirlerinin de vazgeçilmez bir halkasını oluşturuyor.

Dünya pazarında artan enerji maliyetleri ve zayıflayan küresel talebe rağmen, yenilikçi yapısı ve güvenilir tedarikçi kimliğiyle rakiplerinden ayrılan Türk iplik sektörü, konumunu korumayı başarıyor. Zira sektör, enflasyonist baskılar ve lojistik belirsizliklerin etkisinde bile oldukça son iki yılda iyi bir performans sergileyerek başarısındaki istikrarı kanıtladı. Global iplik ticareti 2024 yılında daralırken, Türkiye yüzde 8,2'lik artışla 2,2 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Böylece dünya iplik ihracatındaki yüzde 4,9'luk payıyla küreselde ilk beş ülke arasına giren Türkiye; 2025 yılında ise ihracatını 2 milyar 207 milyon dolara çıkardı.

## TÜRKİYE, DÜNYANIN EN BÜYÜK BEŞİNCİ İPLİK İHRACATÇISI

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) tarafından hazırlanan, "2024 Küresel İplik Dış Ticaret Raporu"ndaki verilere göre, küresel iplik ihracatında öne çıkan ülkeler sıralamasında Çin, yüzde 30,2 payı ve 14,1 milyar dolarlık ihracatı ile ilk sırada geliyor. Çin'in ihracatının 2024 yılında yüzde 3,1 oranında artması dikkat çekiyor. İkinci sırada yüzde 11,2'lik payıyla yer alan Hindistan'ın ise 2024 yılında



ihracatı yüzde 1,4 oranında azalarak 5,2 milyar dolarlık değere ulaştı. Yüzde 8,2'lik paya sahip olan Vietnam'ın ihracatı yüzde 7,3 düşerek 3,8 milyar dolar olurken yüzde 5,2'lik paya sahip olan ABD'nin iplik ihracatı yüzde 6,2 düşüşle 2,4 milyar dolara geriledi.

Dünyanın en büyük beşinci iplik ihracatçısı konumunda bulunan Türkiye, 2024 yılında yüzde 4,9'luk payı ile 2,2 milyar dolarlık iplik ihracatı gerçekleştirdi. Türkiye'nin iplik ihracatı, 2023 yılına kıyasla yüzde 8,2 oranında artarken; küresel iplik ihracatında sıralamayı Özbekistan, İtalya, Endonezya, Almanya ve Tayvan takip etti. Bu ülkeler arasında Özbekistan'ın ihracatını yüzde 38,4 oranında yükseltmesi dikkat çekti.

## SEKTÖRÜN SON 10 YILDA İHRACATI 7,5 MİLYAR DOLAR AZALDI

İpek, yün ve pamuk ipliğinin yanı sıra bitkisel elyaftan iplik, SSE filament iplik ve SSE devamsız iplik ürün gruplarına odaklanan İTHİB'in raporuna göre küresel iplik ihracatı, 2024 yılında yüzde 1,6 oranında azalarak 46,8 milyar dolar değerinde gerçekleşti. Son



## Küresel İplik İthalatında Düşüş

Küresel İplik Dış Ticaret Raporu 2024 yılı değerlendirmesi, küresel iplik ithalatının son 10 yılına da mercek tutuyor. Rapor, 2017, 2018, 2021 ve 2022 yılları haricinde iplik ithalatının düşüş gösterdiğini ortaya koyuyor. Dünya iplik ithalatı, 2024 yılında yüzde 2,5 oranında düşerek 45,1 milyar dolara geriledi. Çin, yüzde 11,6'lık payı ve 5,2 milyar dolar ile en fazla iplik ithal eden ülke konumundayken Türkiye, Bangladeş'in ardından üçüncü sırada yer aldı. 2024 yılında iplik ithalatı yüzde 18,6 oranında azalan Türkiye, 2,3 milyar dolarlık iplik ithal etti. Sıralama Vietnam, İtalya, ABD, Güney Kore, Hindistan, Mısır ve Almanya olarak şekillendi.

## Türkiye'nin Yıllar İtibarıyla İplik İhracatı (Milyon Dolar)



10 yılda 7,5 milyar dolar azalan küresel iplik ihracatı, 2013 yılında 54,3 milyar dolar, 2014'te yüzde 2,9 azalışla 52,7 milyar dolar, 2015'te ise yüzde 10,6 azalışla 47,1 milyar dolar seviyesine indi.

2016 yılında yüzde 5 azalan iplik ihracatı 44,8 milyar dolara düşerken 2017 yılında yüzde 6,3 yükselişle 47,6 milyar dolar, 2018 yılında ise yüzde 8,6 artışla 51,7 milyar dolar seviyesine ulaştı. 2019 yılında ihracat yeniden yüzde 7,3 küçüldü. 48 milyar dolarlık iplik ihracatı, pandeminin etkilerinin yoğun şekilde hissedildiği 2020 yılında son 10 yılın en önemli düşüşüne şahit oldu. Bu dönemde yüzde 19,4 oranında azalan küresel iplik ihracatı 38,7 milyar dolar oldu. İhracat, 2021 yılında yüzde 42,2 artışla 55 milyar dolara çıkarken 2022 yılında yüzde 4,9 düşüşle 52,3 milyar dolar, 2023 yılında yüzde 11,2 düşüşle 47,5 milyar dolar seviyesine geriledi.

### PAMUK İPLİĞİNDE YÜKSELİŞ HÂKİM

2024 yılında sentetik-suni filament liflerden iplik ihracatında Çin, yüzde 41,6 ile en yüksek payı aldı. Çin'in söz konusu ürün grubundaki ihracatı yüzde 1,6 oranında artarak 9 milyar dolar değerinde kaydedildi. İkinci ve üçüncü en önemli ihracatçılar sırasıyla ABD ve Vietnam oldu. Hindistan, İtalya ve Japonya'nın takip ettiği sıralamada Türkiye, yüzde 3,7 payı ile en büyük yedinci sentetik-suni filament liflerden iplik ihracatçısı konumuna erişti. Türkiye'nin bahse konu ürün grubundaki ihracatı 2024 yılında yüzde 1,8 oranında azalarak 803 milyon dolar değerinde gerçekleşti.

Küresel pamuk ipliği ihracatında yüzde 25,6 payı ile ilk sırada Hindistan yer alıyor. Hindistan'ın 2024 yılındaki pamuk ipliği ihracatı yüzde 3,7 oranında azalarak 3,5 milyar dolar değerinde

gerçekleşti. Vietnam 2,4 milyar dolar, Özbekistan ise yüzde 37,9 artışla 1,9 milyar dolarlık pamuk ipliği ihracatı yaptı. Sıralamayı Çin ve ABD takip etti. Türkiye ise yüzde 4,4 payı ile en büyük altıncı pamuk ipliği ihracatçısı konumuna erişti. Türkiye'nin pamuk ipliği ihracatı, 2024 yılında yüzde 31 oranında artarak 751 milyon dolar değerinde kaydedildi. Bir önceki yıl 575 milyon dolar pamuk ipliği ihracatı yapan Türkiye, yedinci sıradaki konumundan bir basamak yükseldi. Pakistan, Endonezya, Malezya ve İtalya'nın da yer aldığı sıralamada Malezya, yüzde 20'lik ihracat artışıyla dikkat çekti.

### 2025 YILI İHRACATI 2,2 MİLYAR DOLAR

2025 yılı Ocak-Aralık döneminde iplik sektörünün ihracatı yüzde 0,2 artarak 2,2 milyar dolara yükseldi. Ürün grupları detaylı incelendiğinde sentetik ve suni (SSE) filament ipliklerin 786,6

milyon dolarlık ihracat hacmine ulaşarak toplam iplik ihracatından yüzde 35,6 oranında pay aldığı görüldü. İkinci sırada, yüzde 32,4'lük pay ile 714,4 milyon dolara ulaşan pamuk ipliği yer aldı.

Rakamlar ülkeler bazında incelendiğinde ise 2025 yılında sektörün en büyük alıcısı konumunda İtalya yer aldı. Türkiye'nin toplam iplik ihracatından yüzde 9,6 oranında pay alan İtalya'ya 211 milyon dolar seviyesinde ihracat gerçekleştirildi. İtalya'yı, 200,4 milyon dolarla Mısır, 164,3 milyon dolarla Portekiz, 159,1 milyon dolarla İngiltere takip etti. 1 milyar doların üzerinde ihracat gerçekleştirilen Avrupa Birliği (AB) ülkeleri ise Türkiye'nin 2025 yılındaki toplam ihracatından yüzde 45,5 oranında pay aldı.

### OCAK-NİSAN DÖNEMİNDE İHRACAT DÜŞTÜ

Türk tekstil sektörü 2026 yılının Ocak-Nisan döneminde 3,2 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Bu dönemde Türkiye'nin iplik ihracatı ise bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 1,2 oranında azaladı ve 742 milyon dolar olarak kaydedildi. İplik ihracatının yüzde 47,6'sı AB ülkelerine gerçekleştirilirken en fazla ihracat yapılan ülke 75,3 milyon dolarlık ihracat ile İtalya oldu. Mısır'a 66,6 milyon, Portekiz'e 63,8 milyon dolar, ABD'ye 50,9 milyon dolarlık ihracat yapıldı. İngiltere ihracatı 48 milyon dolar, Almanya ihracatı 34,4 milyon dolar, İspanya ihracatı 32 milyon dolar, Hollanda ihracatı 27,7 milyon dolar, Belçika ihracatı 26,3 milyon dolar ve Fas ihracatı 24,9 milyon dolar olarak kaydedildi. Türkiye'nin bu dönemde en fazla ihracat gerçekleştirdiği ürün yüzde 36,4 pay ile SSE filament iplik oldu. Sıralamayı yüzde 33,2 pay ile pamuk ipliği, yüzde 28 pay ile SSE devamsız iplik, yüzde 1,6 ile yün ipliği takip etti.

Türkiye'nin iplik ihracatı, 2026 yılının Ocak-Nisan döneminde bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 1,2 oranında azaldı ve 742 milyon dolar olarak kaydedildi. İplik ihracatının yüzde 47,6'sı AB ülkelerine gerçekleştirilirken en fazla ihracat yapılan ülke 75,3 milyon dolarlık ihracat ile İtalya oldu.



2017, 2018, 2021 ve 2022 yılları haricinde iplik ithalatının düşüş gösterdiğini ortaya koyan "İTHİB Küresel İplik Dış Ticaret Raporu"na göre, dünya iplik ithalatı, 2024 yılında yüzde 2,5 oranında düşerek 45,1 milyar dolara geriledi.

## “İHRACAT HACMİMİZİN KORUNMASI AKTİF TİCARET DİPLOMASİSİNDEN GEÇİYOR”



**Ahmet Şişman**  
ITHİB Yönetim Kurulu Başkanı

2025 yılı, küresel talepteki dalgalanma, artan maliyet baskıları ve yoğun rekabet ortamına rağmen Türk iplik sektörünün ihracat gücünü koruduğu bir dönem oldu. Böyle bir tabloda, ihracatımızın sınırlı da olsa artış göstermesi sektörümüzün dayanıklı yapısını ortaya koyuyor. Türkiye bugün güçlü üretim altyapısı, entegre sanayi yapısı ve hızlı teslim kabiliyetiyle dünyanın önemli iplik üreticileri arasında yer alıyor. Özellikle teknik tekstil, fonksiyonel ürünler ve katma değerli iplik üretimindeki dönüşüm, küresel pazardaki konumumuzu güçlendiriyor. Önümüzdeki dönemde yalnızca miktar bazlı büyümeye değil, birim ihracat değerini artıracak üretim modeline odaklanmamız gerekiyor. Sektörümüz açısından sürdürülebilir rekabetin temelinde artık yüksek katma değer, teknoloji ve inovasyon yer alıyor.

Dünya iplik ihracatı 2025 yılında yüzde 3,7 gerileyerek 44,5 milyar dolar seviyesine düştü. Buna rağmen Türkiye, dünyanın en büyük dördüncü iplik ihracatçısı konumunu korurken, dünya iplik ihracatından aldığı payı yüzde 4,9'dan yüzde 5,1'e çıkarmayı başardı. Türk iplik sektörü bugün kalite, hız, esneklik ve güvenilirlik açısından güçlü bir konuma sahip. Türkiye, Avrupa başta olmak üzere yakın coğrafyalarda, hızlı tedarik ve güvenilir üretim merkezi olarak öne çıkıyor. Ham maddeden nihai ürüne kadar uzanan entegre üretim yapımız da en önemli avantajlarımız arasında yer alıyor. Bunun yanında teknik tekstil, yüksek kaliteli iplik üretimi ve kısa termin süreleri sektörümüzü rakiplerinden ayırıştırıyor. Ancak mevcut maliyet yapısıyla yalnızca fiyat odaklı rekabet etmek giderek

zorlaşıyor. Bu nedenle verimlilik, otomasyon, dijitalleşme ve katma değerli üretim alanlarına daha fazla yatırım yapılması gerekiyor. Türkiye'nin rekabet avantajını sürdürülebilir hâle getirebilmesi için teknik tekstiller, sürdürülebilir hammaddeler ve inovasyon odaklı üretim dönüşümünü hızlandırması büyük önem taşıyor.

### “KALICI OLABİLMEK İÇİN YALNIZCA FİYAT REKABETİ YETERLİ DEĞİL”

Avrupa pazarı sektörümüz açısından stratejik önemini koruyor. Ancak Avrupa'daki talep daralması, alternatif pazarlara yönelimi hızlandırdı. 2025 yılında Türkiye'nin Mısır'a iplik ihracatında yüzde 15, Suriye'ye yönelik ihracatında ise yüzde 684 oranında artış gerçekleştiğini görüyoruz. Bunun yanında İspanya ve Portekiz gibi mevcut pazarlarda da ihracat artışı dikkat çekiyor.

Önümüzdeki dönemde özellikle Kuzey Afrika ve ABD pazarlarında önemli fırsatlar görüyoruz. Ancak bu pazarlarda kalıcı olabilmek için yalnızca fiyat rekabeti yeterli değil. Türkiye'nin güçlü üretim altyapısını, hızlı teslim kabiliyetini, kalite standardını ve esnek üretim gücünü daha etkin şekilde öne çıkarması gerekiyor. Özellikle teknik tekstil, fonksiyonel ürünler ve katma değerli iplik gruplarında ciddi bir potansiyel bulunuyor.

Bunun yanında fuarlar, alım heyetleri ve B2B organizasyonları da yeni pazarlarda kalıcı ilişkiler kurulması açısından büyük önem taşıyor. Türkiye'nin artık yalnızca üretim yapan değil; hızlı, güvenilir ve sürdürülebilir üretim gerçekleştiren güçlü bir tedarik merkezi olarak konumlanması gerekiyor.

Teknik tekstil, yüksek kaliteli iplik üretimi ve kısa termin süreleri sektörümüzü rakiplerinden ayırıştırıyor. Ancak mevcut durumda fiyat odaklı rekabet etmek giderek zorlaşıyor.

# PX-9 GEN3



X in f @  
tisasarms  
tisasarms.com

TRABZON SILAH SANAYİSİ  
**Tisas**  
1993



# Karadeniz'in Eğimli Yamaçlarında Hayat Bulan Lezzet

Karadeniz'in çetin coğrafi koşullarında hayat bulup küresel pazarlarda "Türk fıındığı" olarak marka değeri hâline gelen fıındık; tarımsal üretimde, ülke ekonomisinin en güçlü olduğu kalemler arasında... Dünya mutfaklarından büyük çikolata endüstrisine kadar geniş bir yelpazede başrol oynadığı gibi ülke ekonomisine de ciddi bir döviz girdisi sağlıyor.



Anadolu topraklarının sunduğu en kıymetli lezzetlerden biri olan fıındık, bir tarım ürünü olmanın ötesinde, Türkiye'nin kültürel ve ekonomik mirasının temel yapı taşı oluşturan ürünlerin başında geliyor. Karadeniz'in serin rüzgârları, bereketli yağmurları ve eğimli yamaçlarında hayat bulan fıındık hem binlerce ailenin geçim kaynağı hem de ülkenin dış ticaretindeki en güçlü kalemlerinden birini oluşturuyor.

Küresel pazarlardaki ününü yüksek kalite standartlarına borçlu olan Türk fıındığı, dünya mutfaklarından büyük çikolata endüstrisine kadar geniş bir yelpazede başrol oynuyor. Ülke ekonomisine sağladığı döviz girdisi, kırsal kalkınmadaki kritik işlevi ve sanayi sektörüyle kurduğu sağlam bağlantı, fıındığın stratejik konumunu her geçen gün daha da artırıyor.

## TÜRKİYE, 747 BİN HEKTAR İLE DÜNYA FİINDIK ÜRETİMİNDE BİRİNCİ SIRADA

Dünya fıındık üretim alanı 2023 yılı itibarıyla 1 milyon hektar olarak kaydedildi. Fıındıkta başı çeken ülkelerin üretim alanlarına bakıldığında ise Türkiye'nin, 747 bin hektar ile ilk sırada yer aldığı görülüyor. Türkiye'yi 88 bin hektar ile İtalya takip ediyor. Azerbaycan 54 bin hektar ile üçüncü, Şili 36 bin hektar ile dördüncü ve Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ise 31 bin hektar ile beşinci sırada konumlanıyor.

Türkiye'de işletmelerin ortalama büyüklüğü 14 dekar, elverişli şartlarda normal bir ailenin fıındık tarımı ile geçimini sağlayabilmesi için en az 22 dekarlık bir fıındık bahçesine sahip olması gerekiyor. İller bazında incelendiğinde ise Ordu 2,3 milyon dekar ile birinci, Giresun 1,2 milyon dekar ile ikinci, Samsun 936 bin dekar ile üçüncü, Trabzon 640 bin dekar ile dördüncü Sakarya 600 bin dekar ile beşinci sırada yer alıyor.

## 1400'LÜ YILLARDAN BERİ İHRACATI YAPILIYOR

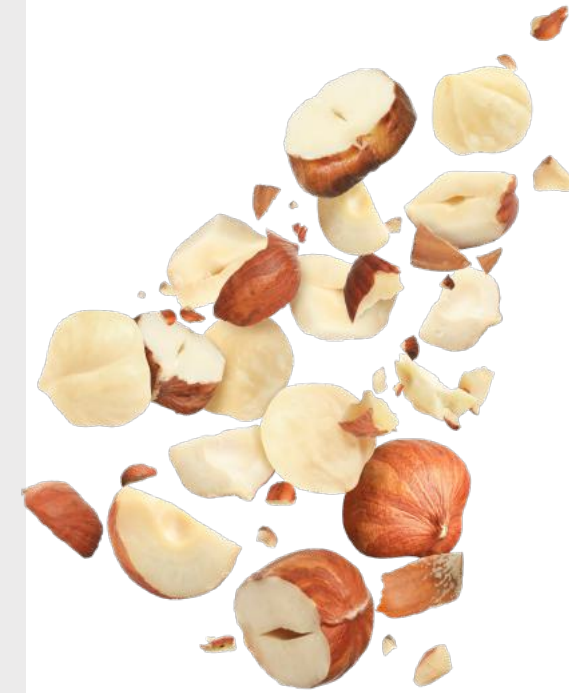
Fıındığın, uluslararası ticaret malı olarak satışını gösteren ilk yazılı belgenin tarihi 1403 yılını taşıyor. Türk fıındıklarının, özellikle Avrupa ülkelerinde tanınması ise 18. yüzyılın ikinci yarısından sonra gerçekleşiyor. 1782 yılında Rusya'ya, 1792 yılında Romanya'ya, 1875 yılında Belçika'ya fıındık ihracatının başladığı kayıtlarda yer alıyor. 1906 yılında Sırbistan'a, 1907 yılında Almanya'ya, 1909 yılında Marsilya'ya, 1912 yılında da ABD'ye fıındık dış satımı başladı. 1900 yıllarında fıındığın tek üreticisi ve dış satımcısının Türkiye olduğu biliniyor.

Bugün fıındık üretiminin merkezlerinden olan Ordu'da ise fıındık tarımının geç bir dönemde başladığı biliniyor. Ordu'da sıtma hastalığını önlemek için pirinç ekiminin yasaklanması sonucunda fıındık ziraatinin teşviki edilmiş ve şehirde fıındık üretimi 1894 tarihi itibarıyla başlamıştır.

## FİINDIK BAHÇELERİYLE ÖRTÜLÜ BÖLGE: KARADENİZ

Türkiye'de fıındık tarımı, ekolojik koşulların en ideal seviyede bulunduğu Karadeniz sahil şeridinde yoğunlaşmış durumda. Üretim haritasına bakıldığında, doğudan batıya doğru uzanan geniş bir coğrafyanın fıındığa ev sahipliği yaptığı görülüyor. Doğu Karadeniz'de Ordu, Giresun, Trabzon ve Rize gibi iller geleneksel üretim merkezleri olarak öne çıkarken; Batı Karadeniz'de Düzce, Sakarya, Zonguldak ve Bartın gibi iller son yıllarda artan rekolteyle üretim hacmini sırtlıyor. Özellikle Ordu ve Giresun, ürün kaliteleriyle dünya çapında bir üne kavuşan fıındık çeşitlerinin anavatanı konumunda.

Deniz seviyesinden başlayarak yüksek rakımlı dağ eteklerine kadar uzanan arazilerde, fıındık bahçeleri âdeta bölgeyi sarıyor. Mikroklima özelliklerine sahip



## Pontikten Fıındığa...

Kökleri insanlık tarihi kadar eski olan fıındık, Çin kaynaklarında Tanrı'nın insanlığa sunduğu beş kutsal meyveden biri olarak tanımlanıyordu. Zaman içinde Karadeniz'in Antik Çağ'daki adı olan "Pont Exinus"tan türetilen "pontik" ya da Pontos kıyılarından getirildiği için Plinius'un deyimiyile "Pontos cevizi" adını aldı.

Herodotos, Herodot Tarihi olarak adlandırılan eserinde fıındığın Karadeniz'in doğusunda yetiştirildiğini yazarken, Antik Çağ'da yağının çıkarılma işlemini de tarif ediyor. Fıındığın, Akdeniz, Orta Doğu ve Avrupa ülkelerine yayılma sürecinin ise anavatanı Doğu Karadeniz üzerinden olduğu biliniyor.



## 2025'TE ÖNCEKİ YILA GÖRE HEM MİKTARDA HEM DEĞERDE KAYIP YAŞANDI

2025 yılında fındık ve mamulleri ihracatı, 2024 yılına göre miktar bazında 84 bin 540 ton (yüzde 26,15), değer bazında ise 380,5 milyon dolar (yüzde 14,44) azaldı.

Dönem	Miktar (Ton/İç)	Değer (Dolar)
01 Ocak - 31 Aralık 2025	238.704	2.255.360.699
01 Ocak - 31 Aralık 2024	323.244	2.635.868.856
01 Ocak - 31 Aralık 2023	283.519	1.864.551.043

vadiler, ürünün aroma ve yağ oranını en yüksek seviyeye çıkarıyor. Türkiye'nin rekoltesi yıllara, iklim şartlarına ve uygulanan tarımsal politikalara göre değişiklik gösterse de ülkenin üretim gücünün daima zirvede kalmayı başardığı görülüyor.

### ÖZGÜN TAT PROFİLİYLE ULUSLARASI PAZARDA RAKİPSİZ

Küresel fındık piyasasında Türkiye, olağanüstü bir ağırlığa sahip. Yani pazarda bir

hâkimiyeti var denilebilir. Bu başarı, uluslararası alanda fındık denildiğinde akla gelen ilk ülkenin Türkiye olmasından da rahatlıkla okunabiliyor. Dünya üretiminin ve ihracatının büyük çoğunluğunu tek başına karşılayan Türkiye, küresel fiyat belirleme mekanizmalarının da ana aktörlerinden. Uluslararası Sert Kabuklu ve Kuru Meyveler Konseyi (INC) tarafından açıklanan verilere göre, 2026-2027 sezonunda dünya fındık rekoltesinin yaklaşık 1,43 milyon tona ulaşması beklenirken, bu

üretimin yüzde 76,8 gibi büyük bir oranını Türkiye'nin tek başına üstlenmesi bekleniyor. Öngörülen 809 bin 940 tonluk rekolte, Türkiye'nin küresel arz güvenliğini sağlama konusundaki gücünü somut verilerle ortaya koyuyor.

### İKLİM KRİZİ, REKOLTEDEKİ KAYIPLARIN SEBEPLERİNDEN

Özellikle son yıllarda iklim krizinin etkilerinin çok daha sık ve yoğun görülüyor olması fındık üretiminde dönemsel olarak rekolte kayıplarına neden olabiliyor. Aşırı yağışlar, mevsimsiz don olayları veya yüksek sıcaklık dalgalanmaları bu etkenlerin başında geliyor. 2024 ve 2025 sezonlarında bu durumun etkisi çok net şekilde görüldü. Tüm bu engeller sonucunda 2025 yılında fındık ve mamulleri ihracatının, 2024 yılına göre miktar bazında 84 bin 540 ton, değer bazında ise 380,5 milyon dolar azaldığı görüldü.

### 2025'TE 2 MİLYAR DOLARIN ÜZERİNDE İHRACAT YAPILDI

2025 yılında, bir önceki yıla kıyasla belirgin düşüşler gözlemlendi. 2025 yılı boyunca Türkiye, dış pazarlara sattığı 238 bin 704 ton fındık karşılığında toplamda 2 milyar 255 milyon doların üzerinde güçlü bir döviz geliri elde etti. Bu rakamlar, miktar bazında yaklaşık 84 bin tonluk bir azalma olduğunu gösteriyor. Avrupa merkezli ticaretini sağlamlaştıran Türk fındığı, 2025 yılında 119 farklı ülkeye ihraç edilerek ihracat haritasını genişletmeye devam etti. Almanya, İtalya ve Fransa her zamanki gibi en çok ihracat yapılan ülkelerin başında gelirken, listeye Etiyopya, Sudan, Madagaskar, Zambiya ve Eritre gibi yeni pazarlar dâhil oldu.

TÜİK'in, bitkisel üretim birinci tahminine göre ise 2026 yılının ilk dört ayında birçok tahıl ve meyve ürününde rekor üretim olduğu görülüyor.

## "ÜRETİMDEN İHRACATA BÜTÜNCÜL YAKLAŞIMLI POLİTİKALARA İHTİYAÇ VAR"



Hasan Osman Sabır  
Karadeniz Fındık ve Mamulleri  
İhracatçıları Birliği Yönetim  
Kurulu Başkanı

2025, Türk fındık sektörü açısından oldukça zorlu bir yıl oldu. Yıl genelinde 119 ülkeye 238 bin 704 ton iç fındık ihracatı gerçekleştirildi, karşılığında da yaklaşık 2,25 milyar dolar döviz geliri elde edildi. Ancak 2024 yılına kıyasla ihracatımız miktar bazında 84 bin 540 ton (yüzde 26,15), değer bazında ise 380,5 milyon dolar (yüzde 14,44) azaldı.

Buna rağmen 2026 yılı rekoltesine ilişkin olumlu beklentilerimiz bulunuyor. Doğru, öngörülebilir ve bütüncül politikaların uygulanması hâlinde, 2026/27 sezonunda hem miktar hem de değer bazında yeniden arzu edilen seviyelere ulaşabileceğimize inanıyoruz.

### "DÜNYA ÜRETİMİNDEKİ PAYIMIZ YÜZDE 60 BANDINA GERİLEDİ"

Türkiye uzun yıllardır dünya fındık üretimi ve ihracatında lider konumda. Ancak 1990'lı yıllarda dünya üretimindeki payımız yüzde 80-82 seviyesindeyken, bugün bu oran yüzde 60-65 bandına geriledi. ABD, İtalya, Gürcistan, Azerbaycan, İspanya ve Şili gibi ülkelerde üretimin hızla artması küresel rekabeti daha da sertleştiriyor. Türkiye'nin temel sorununu üretim kapasitesinden ziyade verimlilik oluşturuyor. Dekar başına ortalama verim ülkemizde 80-100 kilogram seviyesindeyken rakip üretici ülkelerde verimlilik üç katına kadar artabiliyor. Düzensiz yağışlar, zirai don olayları ve mevsim kaymaları da bu tabloyu daha kırılgan hâle getiriyor.

Bu nedenle fındık politikalarının yeni koşullara göre güncel-

lenmesi şart. Teşvikler yalnızca alan bazlı değil, verim, kalite, bahçe bakımı, gençleştirme, hastalık ve zararlılarla mücadele, doğru hasat ve depolama kriterlerine göre tasarlanmalı. Unutulmamalıdır ki üretimde istikrar sağlanmadan fiyatlarda kalıcı istikrar sağlanamaz. İhracat hacmini artırmadan fiyatların aşırı yükselmesine izin verilen her dönem, rakip üretici ülkeler için yeni dikim teşviki anlamına geliyor.

AB dışındaki Çin, Hindistan ve ABD gibi pazarlar Türk fındığı için büyük potansiyel taşıyor. Ancak 2025 yılında bu pazarlarda arzu edilen ivmenin yakalandığını söylemek mümkün değil. Bugün fındık, dünya piyasasında en pahalı kuruyemişlerden biri hâline geldi. Daha düşük fiyatlı ikame ürünler karşısında tüketim artışı sınırlı kalıyor. Nitekim 2025/26 sezonunun ilk sekiz ayında miktar bazında ihracatımız Çin'de yüzde 56, ABD'de yüzde 60, Hindistan'da ise yüzde 42 azaldı.

İhracatçı Birlikleri tarafından Çin ve ABD'de uzun yıllardır ifa edilen tanıtım faaliyetleriyle önemli bir yol katedildi. 2024 yılından itibaren de Hindistan'da Türk fındığına yönelik bir Turquality Tanıtım Projesi yürütülüyor. Uzun yılların emeğiyle bilinirlik kazandırdığımız bu pazarlarda yaşanan kayıplar son derece üzücü. Türk fındık sektörü her açıdan güçlü ve rekabete hazır, ancak mevcut politikalarla alternatif pazarlarda sürdürülebilir büyüme sağlamak zor görünüyor. 2026 yılında üretimden ihracata, fiyat istikrarından tanıtıma kadar sektörü bütüncül şekilde ele alan yeni politikalara ihtiyaç var.

Türk fındık sektörü her açıdan güçlü ve rekabete hazır, ancak mevcut politikalarla alternatif pazarlarda sürdürülebilir büyüme sağlamak zor görünüyor.

# Dünyanın Tercihini Türk Fındığı

- 2025 yılı fındık üretimi, 2024 yılına kıyasla **%38,5** oranında azaldı.
- Fındıktan sağlanan ihracat geliri 2024 yılına oranla **%14,4** azaldı.

Fındık üretimindeki düşüşün en büyük nedeni olarak, aşırı sıcaklıkların tepe yanıklarına yol açarak kaliteyi düşürmesi ve kahverengi kokarca gibi istilacı böceklerin bazı bölgelerde rekolteyi tahrip etmesi gösteriliyor.



**90-110  
kilogram**

Dekar başına alınan  
ortalama verim aralığı



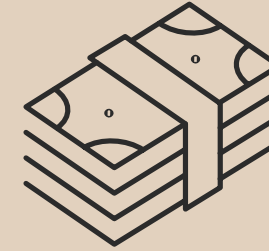
2025 yılında kilogram  
başına ortalama  
**8,19 dolar**  
seviyesinde

gerçekleşen  
fındık ihracat değeri, yılın  
ilk beş ayında  
**13,9 dolara**  
yükseldi.



**238.704  
ton**

2025 yılında ihracat  
yapılan toplam fındık  
miktarı



**+2,25  
milyar dolar**

2025 yılında fındık  
ihracatından sağlanan  
gelir



**441.000  
ton**

Türkiye'nin 2025  
yılında gerçekleştirdiği  
toplam fındık üretimi

**7,5  
milyon dekar**

Türkiye genelinde  
fındık üretimi yapılan  
tarım arazisi alanı  
(yaklaşık değer)

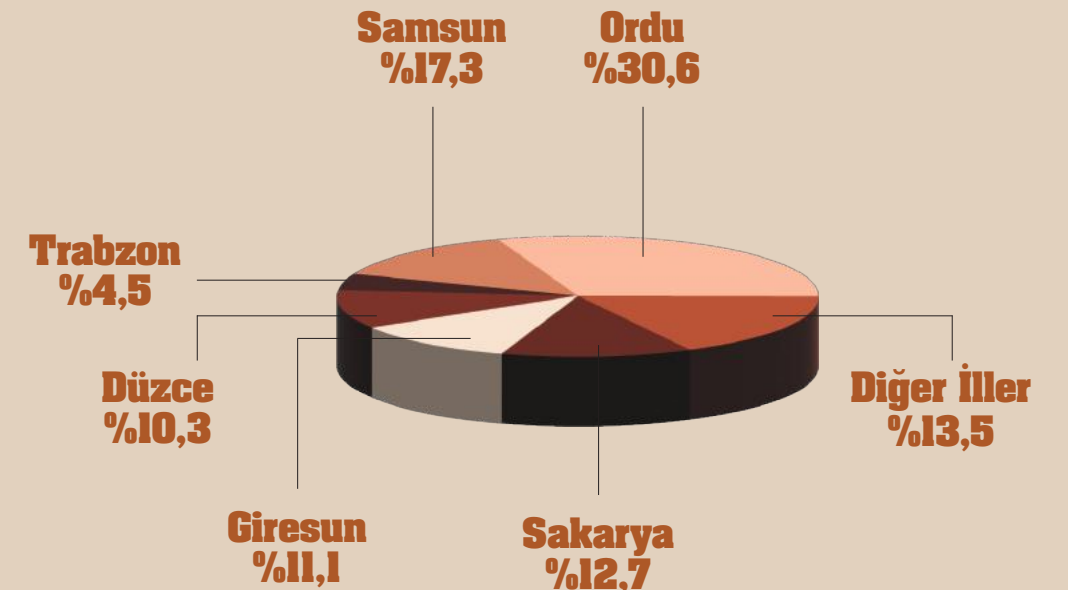


**180-190  
milyon**

Türkiye'de bulunan  
fındık ağacı topluluğu  
sayısı (yaklaşık değer)

**%75**

Dünya genelindeki  
fındık dikim alanları  
içinde Türkiye'nin payı



# İmparatorluğu Dönüştüren Yeniliklerin İzleri



Üç kıtaya hükmeden Osmanlı İmparatorluğu, tarih boyunca sınırlarını genişletirken dünyadaki değişime de kayıtsız kalmadı. Yemen'in kahvesinden Amerika'nın domatesine, Avrupa'nın telgrafından matbaasına kadar pek çok yenilik, sarayın ve halkın yaşamını dönüştürdü.

600 yıl boyunca üç kıtaya yayılan sınırlarıyla Osmanlı İmparatorluğu, yalnızca askeri ve siyasi sınırlarını genişletmekle kalmadı; küresel ticaret ve kültürel etkileşimin de merkezi oldu. Aynı zamanda, dünyadaki değişim ve yeniliklerin rüzgârlarına da kapılarını hiçbir zaman kapatmadı. İlk ürünlerin, 16. ve 17. yüzyıllarda Osmanlı sınırlarına dâhil olduğu bu yenilik furyası; özellikle 18. yüzyılın sonları ile 19. yüzyılda batı ile temasların artması ve coğrafi keşiflerle birlikte daha da hızlandı. Böylece Osmanlı sarayı ve sosyal yaşamı, kahveden kolonyaya, matbaadan domates ve çikolataya kadar daha önce hiç deneyimlemediği pek çok ürün ile tanıştı.

## YEMEN'DEN GELEN KARA İNCİ

Bir fincanında 40 yıl hatır bulunan kahve, 600 yılı aşkın süredir bu toprakların en sevilen içeceklerinden biri olmayı sürdürüyor. Bugün dünyaya Türk kahvesi olarak nam salsa da aslında Türkiye'ye gelişi 16. yüzyıla dayanıyor. Başlangıçta ulema tarafından şüpheyle yaklaşılan ve zaman zaman yasaklamalara maruz kalan kahve, kısa sürede saray mutfağına girmeyi başarıyor. Hatta kahveye özel "kahvecibaşı" makamı bile kuruluyor. Sarayda önce şifalı bir içecek olarak tıbbi amaçla, zamanla da keyfi olarak tüketiliyor. İstanbul sınırlarına girişiyle birlikte kısa sürede padişah'tan halka kadar herkesin vazgeçilmezi hâline gelen kahve, Avrupa'ya da Osmanlı elçileri ve tüccarları vasıtasıyla "Türk

Kahvesi" olarak tanıtıldı.

Kahvenin ülkeye gelişiyle ilgili ise iki farklı rivayet bulunuyor. Rivayetlerden ilki; kahvenin, 1517 yılında Yemen Valisi olan Özdemir Paşa tarafından Yemen'den İstanbul'a Kanuni Sultan Süleyman'a sunulmak üzere getirildiği yönünde. Sultanın kahvenin tadını beğenmesiyle birlikte sarayda kahve ritüelleri başlıyor. İkinci rivayet ise kahvenin, 1554 yılında Halepli Hukm (Hekim) ile Şamlı Şems isimli Suriyeli iki kişi tarafından İstanbul'a getirildiği üzerine. Bu iki girişimcinin, Tahtakale'deki bir dükkânda getirdikleri kahveyi satmaya başlamasıyla içecek halk arasında yayılmaya başlıyor. Evliyâ Çelebi Seyahatnâmesi'ne, İstanbul'da kahve satan esnafın sayısının 500, dükkân sayısının ise 300 olduğunu kaydetmiş. Bu rakamlar bile kahvenin, Osmanlı yaşamında ne kadar popüler olduğunu göstermeye yetiyor.

Türklerin 16. yüzyılda tanıştığı kahve, başlangıçlarda ulema tarafından şüpheyle yaklaşılan ve zaman zaman yasaklamalara maruz kalan ürün olsa da kısa sürede saray mutfağına girmeyi başarıyor.





### OSMANLI'NIN KÜLTÜR DEVRİMİNDEKİ İLK ADIM

Matbaacılık, sert bir basma kalıbının izini daha yumuşak bir zemine aktarma esasına dayanan oldukça köklü bir sanattır. Tarihte kâğıt üzerine yapılan ilk baskı örnekleri 600'lü yıllara doğru Çin'de "blok kitap" şeklinde ortaya çıkıyor. Bu tekniği daha sonra Japonya ve Kore uyguluyor. Kayıtlara göre 9. yüzyıldan itibaren de Uygur Türklerinin, ağaç harflerle baskı yaptıkları biliniyor. Kâğıt üretiminin zamanla Batıya yayılmasıyla Avrupa'da ahşap kalıp teknikleri benimseniyor ve nihayetinde 1440 yılında Almanya'da, Johann Gutenberg tarafından hareketli metal harflerle modern matbaanın temelleri atılıyor.

Matbaa, Avrupa'daki icadından hemen sonra Osmanlı topraklarına giriyor. 15. yüzyılın sonlarına doğru İspanya'dan göç ederek Osmanlı Devleti'ne sığınan Yahudiler, matbaayı İstanbul'a getiren ilk grup oluyor. David ve Samuel ben Nahmias kardeşlerin kurduğu ilk matbaada basılan hukuk kitabı, Osmanlı topraklarındaki ilk matbaa ürünü olarak tarihe geçiyor.

Ancak Arap harfleriyle basım yapan ilk Türk matbaasının

kurulması ise Lale Devri olarak bilinen 18. yüzyılın başlarını buluyor. 1727 yılında İbrahim Müteferrika ve Yirmisekiz Çelebizade Said Efendi'nin girişimleri, III. Ahmed'in fermanı ve Şeyhülislam Yenişehirli Abdullah Efendi'nin fetvasıyla ilk matbaa hayata geçiriliyor. Ancak hattatların işsiz kalacağı endişesiyle dini eserlerin basımı yasaklanarak basım işi tarih, coğrafya ve dil bilimi gibi alanlarla sınırlandırılıyor. 1729 tarihli Vankulu Lügati, matbaa kullanılarak basılan ilk eser olurken, matbaanın ve kâğıt üretiminin yaygınlaşması; 19. yüzyılda Osmanlı aydınlanmasının, gazeteciliğin ve modern eğitimin temel itici gücü oldu.

### MACAR SUYUNDAN KOLONYAYA

Osmanlı'nın koku kültürü her zaman çok zengin oldu. Gül suyu, buhur, misk, amber gibi kokular, asırlar boyunca sarayın vazgeçilmezlerini oluşturdu. Ancak alkol bazlı, batı tarzı alafrağa sıvı parfümlerin saraya ve İstanbul sosyetesine girişi 19. yüzyılda oldu. Özellikle Sultan II. Abdülhamid'in kolonyaya (Eau de Cologne) ve batılı parfümlere olan büyük merakı biliniyor. Padişah, Jean Marie Farina gibi

ünlü Avrupa markalarından özel üretim parfümler sipariş etti. Geleneksel ağır yağ bazlı esansların yerini yavaş yavaş hafif ve alkollü parfümler aldı, 19. yüzyılın sonlarında Ahmet Faruki gibi girişimciler kendi yerli kozmetik ve parfüm markalarını kurarak bu batılı ürünü Osmanlı kimliğiyle harmanlamayı başardı.

Bugün her evin vitrininde kendine yer bulan kolonyanın tarihi, 14. yüzyıla kadar uzanıyor. Rivayete göre kolonyanın atasının, Macaristan Kraliçesi Elizabeth için özel üretilen ve Macar Suyu olarak bilinen karışım olduğu kabul ediliyor. Bir başka rivayete göre ise Floransa'da rahibelerin ürettiği "Aqua Reginae" kokusu, günümüzdeki kolonyanın temelini oluşturuyor. Günümüzdeki kolonya, 17. yüzyılda İtalyan parfümcü Giovanni Paolo Feminis'in, öğrendiği gizli karışıma bergamot, limon ve portakal esansları eklemesiyle ortaya çıkıyor. Ürün, üretildiği Almanya'nın Köln şehrinde ilhamla "Eau de Cologne" (Köln Suyu) adını alıyor ve 1709 yılında Giovanni Maria Farina'nın kurduğu fabrikada seri üretime başlanıyor.

Kolonyanın Osmanlı topraklarına gelişi ise II. Abdülhamit dönemine rastlıyor. Başlangıçta

Çikolatayı Osmanlı sınırlarına getiren kişinin dünyayı ilk kez toplu taşıma ve ticari araç kullanarak gezen İtalyan gezgin Giovanni Francesco Gemelli Careri olduğu biliniyor.

Avrupa'dan ithal edilen ve halk arasında "odikolon" olarak telaffuz edilen bu kolonyanın Osmanlı'daki ilk yerli üretimi 1882 yılında Ahmet Faruki tarafından gerçekleştiriliyor. Faruki, bu ürüne kolonya adını vererek kelimenin dilimize yerleşmesini sağlıyor.

### ÇİKOLATANIN İLAÇTAN SARAY LEZZETİNE UZANAN YOLU

Geçmiş MÖ 1500'lü yıllara kadar uzanan, Mayalarda ve Azteklerde zenginlerin, savaşçıların ve kralların içeceği olarak ticari bir kazanç kaynağı da olan çikolata, Amerika kıtasının keşfiyle birlikte Avrupa'da yaygınlaşmaya başladı. 16. yüzyıl itibarıyla Avrupa saraylarını fetheden çikolatanın, Osmanlı topraklarına gelme tarihi ise 17. yüzyıl sonlarını buluyor. Çikolatayı Osmanlı sınırlarına getiren kişinin de dünyayı ilk kez toplu taşıma ve ticari araç kullanarak gezen İtalyan gezgin

Giovanni Francesco Gemelli Careri olduğu biliniyor. Careri'nin, 1693'te İzmir'deki dostlarına çikolata ikram ettiği ve böylece bu lezzetin Osmanlı sınırları içinde yayılmaya başladığı kayıtlara geçiyor.

Osmanlı arşiv belgeleri ile İspanyol anı kitabındaki verilere göre de ilk çikolata İstanbul sarayına, Madrid sarayından gönderilen hediyeler aracılığıyla giriyor. 1783'te Osmanlı-İspanya barışını güçlendirmek için III. Carlos tarafından I. Abdülhamid'e gönderilen hediyelerin arasında dört sandık çikolata ile altı paket kakao olduğu kayıtlara geçti. Başlangıçta tütün ve kahve gibi egzotik bir ilaç olarak algılanan çikolata ve kakao, Osmanlı kayıtlarına, kahve türü bir baharat olarak not ediliyor.

19. yüzyıl itibarıyla çikolata gerçek bir tüketim maddesi olarak sarayda rağbet görmeye başlıyor. Giderek Batılılaşan saray yaşa-



Kolonya, 17. yüzyılda İtalyan parfümcü Giovanni Paolo Feminis'in, öğrendiği gizli karışıma bergamot, limon, portakal esansları eklemesiyle ortaya çıkıyor ve ürüne Almanya'nın Köln şehrinde ilhamla "Eau de Cologne" (Köln Suyu) deniliyor.

## Tütünün Osmanlı'ya girişinin 1600'lerin başı olduğu kabul edilse de tarihçi Fehmi Yılmaz'ın araştırmaları bu tarihin daha eskiye dayandığını gösteriyor.

mında, özellikle yabancı konuklara kahvenin yanında ikram edilen lüks lezzetlerden biri oluyor. 19. yüzyılın sonlarına gelindiğinde, Beyoğlu'ndaki pastanelerde satılmaya başlanıyor. 1909 yılında Nestlé'nin Karaköy'de ilk satış ofisini açmasıyla da halk arasında yaygınlaşmaya başlıyor.

### TARTIŞMALI TİRYAKİLİK

Geleneksel literatürde tütünün Osmanlı'ya girişinin 1600'lerin başı olduğu kabul edilse de tarihçi Fehmi Yılmaz'ın araştırmaları bu tarihin daha eskiye dayandığını gösteriyor. 1570 tarihli bir Polonya arşiv belgesinde Osmanlı elçisinin hediyeleri arasında geçmesi ve 1583 tahrir kayıtlarında Milas'ta ilk ticari ekimin yapılması tütünün imparatorluğa çok daha erken girdiğini kanıtlıyor. Başlangıçta halk arasında tabaka, resmi dilde duhân olarak anılan tütün, yabancı tüccarlar tarafından şifalı bir bitki olarak tanıtıldı ve kullanımı hızla yaygınlaştı.

Tütünün bu hızlı yayılışı, Osmanlı'da şiddetli dini ve siyasi tartışmaları beraberinde getirdi. Ulema arasında tüketiminin haram veya mekruh olup olmadığı tartışılırken, halkı işinden alıkoyması ve ölümlere yol açması gibi sosyal gerekçelerle 1609 yılından

itibaren devlet tarafından yasaklanmaya başlandı. Özellikle IV. Murad döneminde, 1633 İstanbul yangınının da etkisiyle en sert şekilde uygulanan bu yasaklar zamanla esnedi. Kısa sürede kârlı bir tarım ürününe dönüşen tütün, Osmanlı çiftçisinin büyük ilgisini çekti ve 18. yüzyılda imparatorluktaki kazaların beşte birinde üretilir hale geldi.

### HABERLEŞMEDE ZAMANI KIRAN ALET

Osmanlı İmparatorluğu'nun Avrupa'daki teknolojik gelişmeleri en hızlı benimsediği alanlardan biri iletişim olurken, bu konuda başrolü üstlenen ürün telgraf oldu. Telgrafın temeli, Samuel Morse'un, 1835 yılında elektromıknatıslı telgrafı ve kendi adıyla anılan alfabeyi icat etmesiyle atıldı. Morse, Avrupa'da beklediği ilgiyi göremeyince 1855'te Sultan Abdülmecid'e sistemini tanıtan bir telgraf gönderdi.

1847'de Amerikalı mucit Samuel Morse'un asistanı İstanbul'a gelerek Sultan Abdülmecid'e telgrafın icadını uygulamalı olarak gösterdi; padişah da bu büyük buluş karşısında büyülenerek Morse'a bir nişan gönderdi. Ancak telgraf ağının fiilen kurulması 1853-1856 Kırım Savaşı sırasında

denk geliyor. Cephedeki durumu hızlı öğrenmek isteyen Osmanlı ve müttefikleri, İstanbul-Edirne-Şumnu hattını kurdu. Osmanlı topraklarından çekilen ilk resmi telgraf mesajı ise 1855'te müttefik askerlerinin zaferini müjdeleyen "Müttefik askerleri Sivastopol'a girdi" cümlesi oldu. Çok hızlı şekilde yaygınlaşarak Anadolu ve Rumeli'ye yayılan telgraf, imparatorlukta merkezi otoritenin uzak vilayetleri denetlemesini sağlayan en stratejik araç hâline geldi.

### OSMANLI MUTFAĞINA SONRADAN GELENLER

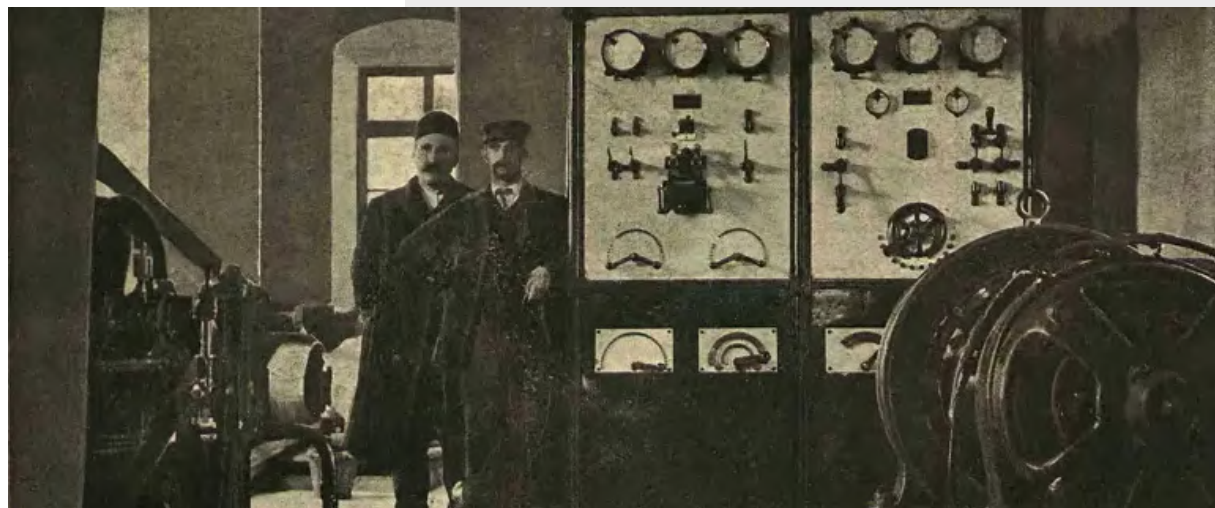
Osmanlı mutfağı, tatlı, ekşi ve acıyı kusursuz şekilde birleştiren eşsiz kombinasyonlu yemeklere sahip, oldukça zengin bir mutfak. Yüzyıllara dayanan reçeteler, bugün hâlâ korunuyor ve sofralarda kendine yer buluyor. Ancak çok farklı tatların ve baharatların bir arada bulunduğu bu mutfağa bazı sebzeler Coğrafi Keşifler sonrasında dâhil oluyor. Bu ürünler arasında domates, patates, mısır, biber, taze fasulye gibi sebzeler bulunuyor.

Osmanlı topraklarına Amerika'dan gelen ilk ürün domates oldu. 1692 yılına ait kayıtlarda İstanbul pazarlarında "kavata" adıyla yer alan domates, başlangıçta kırmızı değil, yeşil hâliyle tüketildi. Anavatanı Güney Amerika olan domatesin başlangıçta kırmızı renginin, zehirli ya da bozuk olduğu düşünüldüğü için çoğunlukla yeşilken tüketildi. Domatesin saray mutfağına düzenli olarak girmesi ise kayıtlara göre 1800'lerin başını buluyor. Kırmızı domatesin ve salçanın mutfağa yerleşmesinden önce tencere yemekleri genellikle koruk suyu, sirke ve kuru erik gibi meyvelerle tatlandırılırdı. 19. yüzyılın ortalarından itibaren zehirsiz olduğu anlaşılan kırmızı domates, "Frenk patlıcanı" ismiyle Osmanlı mutfağının temel ürünlerinden biri hâline geldi.



## Sofraların vazgeçilmezi olan patates, saray mutfağı kayıtlarına ancak 1840 yılında girdi ve ilk yıllarda yalnızca saray çevresinde, elit bir zümre tarafından tüketildi.

Sofraların bir diğer büyük vazgeçilmezi olan patates, saray mutfağı kayıtlarına ancak 1840 yılında girdi ve ilk yıllarda yalnızca saray çevresinde, elit bir zümre tarafından tüketildi. Patates bir lezzet unsuru olmaktan ziyade devletin kuraklık ve kıtlık tehlikelerine karşı bilinçli olarak teşvik ettiği stratejik bir ürün oldu. Buğdayın yetişmediği zorlu iklim şartlarında dayanıklılığı nedeniyle saray tarafından halka tohumluk patates dağıtıldı, nasıl yetiştirileceğine dair kitapçıklar basılarak valiliklere gönderildi. Önceleri hayvan yemi veya fakir yemeği olarak küçümsenen patates, zamanla hem saray mutfağına hem de halkın sofrasına kalıcı olarak yerleşti.



# Sesin Yankısıyla Devleşen Mimariler

**Işık, form ve işçilik... Bir yapıda ilk dikkatimizi çeken unsurların başında gelse de mimari bütünlüğün ve iyi bir tasarımın ardındaki asıl gizli kahraman genelde akustiktir. Binaların görsel kusursuzluğu bizi ilk anda yakalasa da onlara hayat veren ve bütünsel bir izlenim yaratan asıl unsur ses oluyor.**

**Y**aşamın izlerini geçmişten bugüne taşıyan mimari yapıların, bütünlüğünü sağlayan pek çok unsur bulunuyor. Işığın yüzeydeki oyunları, formların zarafeti ve taşlardaki görsel işçilik, mekânlarda dikkatimizi çeken ilk unsurlar oluyor. Ancak genellikle öncelik olarak görülmesi de aslında bir yapıyı şekillendiren en önemli özelliklerin başında ses yalıtımı ve akustik geliyor.

"Ne kadar çok şey duyabildiğimizin nadiren farkındayız. Baktığımız şeyin bütünsel bir izlenimini ediniriz ve bu izlenime katkıda bulunan çeşitli duyuları hiç düşünmeyiz." Danimarkalı mimar Steen Eiler Rasmussen'in de vurguladığı gibi bir mekânın ruhunu gerçek anlamda kavramamızı sağlayan, o yapıyı durağan bir kütle olmaktan çıkararak yaşayan bir yere dönüştüren, çoğu zaman görünmez bir boyut olan sestir. Ve iyi tasarlanmış bir mekânda ses, özenle kurgulanmış, yönlendirilmiş ve yaşanması gereken bir estetik deneyimdir.

## **MÜZİĞİN SAF HÂLİNİ KORUYAN DUVARLAR: ALİ QAPU SARAYI MÜZİK SALONU**

Safevi İmparatorluğu'nun sanatsal ve mimari dehasının en görkemli simgelerinden biri olan Ali Qapu Sarayı, İsfahan'ın kalbinde, UNESCO Dünya Mirası Listesi'ndeki Nakş-ı Cihan Meydanı'nın batı cephesinde yükseliyor. İsmi Farsça ve Azerice kelimelerin birleşiminden doğan ve "Büyük Kapı" anlamına gelen bu yapı, 17. yüzyılın başlarında Şah I. Abbas tarafından inşa ettirilmiştir. Başlangıçta kraliyet saraylarına anıtsal bir geçit olarak tasarlanan saray, zamanla devlet erkânının, yabancı elçilerin ve soylu misafirlerin ağırlandığı ihtişamlı bir merkeze dönüşmüştür.

48 metre yüksekliğindeki altı katlı sarayı eşsiz kılan yer ise en üst katındaki müzik salonudur. "Tong Borı" olarak da bilinen bu salon, estetik zarafetinin yanı sıra çağının ötesindeki akustik başarısıyla gerçek bir ses mühendisliği





Süleymaniye Camii



St. Paul Katedrali



Pisa Vaftizhanesi

12. yüzyılda inşasına başlanan Pisa Vaftizhanesi, herhangi bir sesin havada 10 ile 12 saniye boyunca asılı kaldığı büyüleyici bir yankılanma süresi yaratıyor.

Kubbenin kavisli geometrisi, mukarnaslı geçişler ve yarım kubbeler sesin dalga dalga aşağı süzülmesini sağlarken; taş gövdelerin yansıtıcılığı, keten katkı horasan sıvalarının sesi yutuculuğu ve döşeme altı boşlukları bir araya gelerek mekânda kusursuz bir uyum yaratır. Hatta mahfillerdeki ahşap korkulukların delikli (perfore) yapısı bile sesin homojen dağılması için özel tasarlanmıştır. Geçmiş yüzyıllardaki hatalı restorasyonlarda küplerin ağızlarının kapatılması ve çimento kullanımı, bu düzeni bir dönem bozmuş olsa da 2000'li yıllardaki restorasyonlarla özgün ayarlarına kavuşturulan Süleymaniye; estetiğin, sese duyulan hürmetin ve zamanın ötesindeki bir mühendislik zekâsının en görkemli anıtı olmaya devam ediyor.

#### GEOMETRİ VE FİZİĞİN KUSURSUZ UYUMU: ST. PAUL KATEDRALI

Londra'nın ikonik silüetinin eşsiz parçalarından olan St. Paul Katedrali, Sir Christopher Wren tarafından 17. yüzyılda inşa edilen mimari harikalarından biri. Katedral, devasa kubbesiyle dışarıdan ne kadar görkemliyse içeride barındırdığı akustik dinamiklerle de bir o kadar

Mimar Sinan'ın, Süleymaniye Camisi'nin kubbe etrafına ve köşelerine ağızları içe bakacak biçimde yerleştirdiği 65 adet boş kil küp sayesinde düşük frekanslı seslerin yarattığı pürüzler emilerek mekândaki yankılanma süresi dengelenmiştir.

harikası olarak kabul ediliyor. Salonun duvarları ve tavanını kaplayan klasik mukarnas bezemelerinin üzerine açılan oyukların, ilk bakışta sadece estetik amaçlı yapıldığı düşünülse de bunlar aslında, fazla yankıyı emerek sesi temizleme görevi üstleniyor. Batının devasa katedrallerinde sesin uzun süre yankılanması istenirken Ali Qapu'da amaç tam tersidir. Bu salon, çalınan her bir notanın ve sesin en saf, en çıplak hâliyle, birbirine karışmadan

dinleyiciye ulaşması amaçlanarak tasarlanmıştır.

Alçıdan yapılmış oymalı yüzeyler, odanın içinde akustik bir sünger görevi görerek ses yansımalarını kırıyor. Böylece vokal ve enstrüman seslerinin son derece net, sıcak ve samimi bir şekilde duyulmasını sağlıyor. Salon, mimari akustiğin sesi yaymak kadar temizlemek ve sönümlenmek için de ne kadar ustaca kullanılabilirliğinin en iyi örnekleri arasında yer alıyor.

#### KUBBEDE YANKILANAN İLAHİ AHENK: SÜLEYMANIYE CAMİİ

İki tenis kortu genişliğindeki 53 metrelik devasa ana kubbesiyle İstanbul'un silüetini taçlandırın nadide yapıların başında gelen Süleymaniye Cami'si, Osmanlı coğrafyasına 400'e yakın eser armağan eden Mimar Sinan'ın, mimariyi ve mühendisliği estetikle harmanlayan eşsiz eserlerinden sadece biri; fakat en önemlilerinden. Sırrı hâlâ tam olarak çözülemeyen harç formülleri, depreme meydan okuyan temeller ve yarattığı akustik başarısıyla taşı âdeta konuşturan Sinan, sanatının zirvesini "kalfalık eserim" dediği Süleymaniye Cami'sinde gözler önüne sermiştir.

Süleymaniye, büyüklüğü ve sağlamlığının ötesinde, sesin

mekân içindeki yolculuğunun kusursuzca hesaplandığı âdeta dev bir enstrüman. Sinan'ın, Süleymaniye'de kurduğu akustik düzenin arkasındaki en temel sır; ana kubbenin ve köşelerin etrafına, ağızları iç mekâna dönük yerleştirilen 65 adet boş kil küpten geliyor. Tıpkı bir "Helmholtz rezonatörü" gibi çalışan bu küpler, düşük frekanslardaki ses pürüzlerini emerek sesin yankılanma süresini dengeleyen bir görev görüyor. Sesi dört kat yavaşlatan bu organik sistem sayesinde okunan bir dua veya ezan, elektrikli amplifikasyon cihazlarının olmadığı bir çağda, en arka saflara kadar berrak, tok ve pürüzsüz bir şekilde ulaşmayı başardı.

Sinan caminin akustik mükemmeliyetini, yalnızca küplerle değil; mekânın formu ve malzeme seçimiyle de desteklenmiştir.

"Fısıltı Galerisi" ile ünlü olan St. Paul Katedrali'nde, duvarın bir kenarına dönüp fısıldandığında, ses 33 metre ötedeki bir başka kişi tarafından cam gibi net bir şekilde duyulabiliyor.



Epidaurus Antik Tiyatrosu

şaşırtıcı özelliklere sahip. Barok mimari tarzında inşa edilen yapı; tonozlu tavanlar, yan şapeller, kavisli pervazlar ve sütunlar gibi karmaşık formlar ile süslemeler içeriyor. Kubbesi ise üç kısımdan oluşuyor: Boyalı tuğladan yapılmış iç kubbe, tuğladan yapılmış orta-iç koni ve dıştan kurşunla kaplanmış ahşap dış kubbe.

Mekân, katedralin zemininden 30 metre yükseklikte, iç kubbenin karşısında yer alan "Fısıltı Galerisi" ile ünlüdür. Fısıltı Galerisi, kubbenin tabanını çepeçevre saran, kusursuz bir dairesel forma sahip. Böylece duvarın bir kenarına yüzünüzü dönüp fısıldadığınızda, sesiniz 33 metre ötedeki bir başka kişi tarafından cam gibi net bir şekilde duyulabiliyor. Yani ses, dairesel duvar boyunca yansıyor ve diğer tarafa iletiliyor. Fiziğin "Rayleigh dalgaları" olarak adlandırıldığı bu olay, ses dalgalarının düz bir çizgide ilerlemek yerine, kavisli ve pürüzsüz taş yüzeye tutunarak duvar boyunca "kayması" sayesinde gerçekleşiyor. İnsanı küçücük hissettiren devasa mimari ölçekler içinde bireyleri görünmez bir ses bağıyla birbirine bağlayan bu yapı, geometri ve fiziğin kusursuzluğunu ortaya koyuyor.

### SESİ KUCAKLAYAN ÇİFTE KUBBE: PİSA VAFTİZHANESİ

Pisa Kulesi'nin şöhreti genellikle yanındaki yapıları gölgede bıraksa da hemen karşısında yer alan Pisa Vaftizhanesi (Battistero di San Giovanni), İtalya'nın en görkemli mimari ve işitsel sınırlarını taşıyan yapılardan biri olarak kabul ediliyor. 12. yüzyılda inşasına başlanan ve İtalya'nın en büyük vaftizhanesi olan bu yapı, Gotik ve Romanesk mimarinin en iyi örneklerinden biri. Diotalvi tarafından inşasına başlanan ve ilerleyen yüzyıllarda Nicola ve Giovanni Pisano'nun dokunuşlarıyla zenginleşen vaftizhanenin alt katmanlarındaki kör kemerlerde Romanesk sadeliği yansıtılırken, üst kısımlara doğru Gotik zarafet gözler önüne seriliyor. Ancak yapı asıl şöhretini, iç mekânındaki uzun yankılanma süresine borçlu.

Vaftizhanenin eşsiz akustiğinin sırrı, çatısının olağan dışı mimarisinde yatıyor. Binanın üzerinde iki farklı çatı katmanı bulunuyor: İçeride kesik bir koni, dışarıda ise bu koniyi saran yarım küre şeklinde bir kubbe daha yer alıyor. İç mekânın kasıtlı olarak son derece sade bırakılması, sert mermer zeminler ve az sayıda eşya, sesin yüzeyler arasında hiçbir engele takılmadan özgürce sekmesini sağlıyor. Bu benzersiz tasarım, herhangi bir sesin havada 10 ile 12 saniye boyunca asılı kaldığı büyüleyici bir yankılanma süresi yaratıyor.

### ANTİK DÜNYANIN AKUSTİK MUCİZESİ: EPIDAURUS ANTİK TİYATROSU

Modern teknolojinin sunduğu imkânlardan binlerce yıl önce Antik Yunan mimarları, akustiğin fiziksel kurallarını doğayla uyum içinde çözmüşlerdi. Bunun en kusursuz örneği, MÖ 4. yüzyılda Genç Polykleitos

tarafından tasarlanan Epidaurus Antik Tiyatrosu'dur. Antik Yunanlar, tiyatronun insan ruhunu arındırdığına (katharsis) inanıyor ve dramayı bir terapi yöntemi olarak benimsiyorlardı. Kynortion Dağı'nın yamacına kusursuz bir şekilde yerleştirilen Epidaurus Antik Tiyatrosu, bir sanat merkezi olduğu kadar şifa tanrısı Asklepios'a adanmış bir tapınak olarak da tasarlandı.

Tiyatronun mimarisi, estetik ve mühendisliğin Antik Çağ'daki en çarpıcı zirvesini temsil ediyor. Başlangıçta 6 bin kişilik kapasiteyle tasarlanan ve 34 sıradan oluşan oturma alanı, Roma Dönemi'ndeki muazzam eklemelerle 14 bin kişiye ulaşmıştır. Epidaurus'un akustik başarısı yıllarca sadece yamacın eğimine ve tiyatronun huni şekline bağlansa da sırrı aslında kireç taşıdan yapılmış koltuklarda saklı. Basamaklı kireç taşı koltukların oluklu yapısı, rüzgâr uğultusu veya seyirci mırıltısı gibi düşük frekanslı arka plan seslerini sönmelerken; oyuncuların sesini oluşturan yüksek frekanslı

sesleri sahnedeki yukarıya doğru yansıtarak güçlendiriyor. Hiçbir mikروفon veya elektronik sistem olmadan, tamamen geometrinin, taşın ve rüzgârın doğru hesaplanmasıyla elde edilen bu berraklık ise Epidaurus'u çağları aşan bir başyapıt yapıyor.

### DEVASA BİR REZONANS KUTUSU: VIENNA MUSIKVEREİN

Klasik müziğin dünya çapındaki mabedi olarak kabul gören Vienna Musikverein, Viyana'nın kalbinde konumlanıyor. 1870 yılında kapılarını açan mekân, göz alıcı estetiğiyle olduğu kadar içinde yer alan ve dünyanın en iyi akustiğine sahip "Altın Salon" ile de efsaneleşiyor. Öyle ki akustik mühendisleri arasında dünyanın en iyi konser salonu seçilecek olsa Musikverein, listenin en üst sıralarında yer alırdı. Çünkü salonun eşsiz ses kalitesinin ardında olağanüstü bir mimari zekâ yatıyor.

Altın Salon'un akustiğinin temelinde yatan en önemli unsur, Danimarkalı mimar Theophil

Hansen tarafından tasarlanan klasik "ayakkabı kutusu" formudur. Bu özel geometrik oran; uzun, dar ve yüksek yapısıyla ses dalgalarının yan duvarlardan dinleyicilere mükemmel bir açıyla ve hızlıca yansımaları sağlıyor. Ses, mekânın içinde âdeta sarmalayıcı bir yankı süresi yaratarak dinleyiciyi müziğin tam merkezine yerleştiriyor.

Salon, ahşap enstrüman gibi titreşecek şekilde tasarlanmış. Ahşap zeminin altındaki boşluk, tıpkı bir kemanın gövdesi gibi dev bir rezonans kutusu işlevi görerek özellikle bas frekansları derinleştiriyor. Mimarinin görsel detayları da doğrudan akustiğe hizmet ediyor: Yan duvarları süsleyen altın kaplama heykeller, localar ve kasetli tavan yapısı, ses dalgalarını ustaca kırarak pürüzsüzce dağıtıyor. Bu zengin yüzey dokusu, sese zarar verecek ekoları engelleyerek müziğin her köşeye aynı sıcaklıkta ulaşmasını sağlıyor; ayrıca salon dolu veya boş olsun, sesin yaklaşık iki saniyede yankılanmasına da olanak tanıyor.

1870 yılında kapılarını açan Vienna Musikverein, uzun, dar ve yüksek yapısıyla ses dalgalarının yan duvarlardan dinleyicilere mükemmel bir açıyla ve hızlıca yansımaları sağlıyor.



Vienna Musikverein



## Tarım ve Gıda Sistemlerinin Direnç Sınavı

**Küresel tarım ve gıda sistemleri kuraklık, jeopolitik gerilimler ve artan maliyetlerin gölgesinde tarihinin en kırılgan dönemini yaşıyor. Bu nedenle sistemlerin dönüşümü sektörel tercih olmaktan çıkmış durumda.**

**K**uraklık, ekosistem kaybı ve su döngüsündeki bozulmalar, tarım ve gıda sistemlerini etkileyen önemli riskler arasında yer alıyor. Sistem, iklim kaynaklı şoklar nedeniyle en kırılgan hâle gelen sektörlerin başında geliyor. Bu kırılganlığa, savaş, enflasyon ve maliyet giderlerinin artması da eklendiğinde kırılganlığın çok daha yüksek seviyelere çıktığı görülüyor.

Uzmanlara göre dünya, önümüzdeki 10 yıl içinde düzensiz iklim gerçekleriyle sınanmayı sürdürecektir. Bu süreçten iklimi doğru okuyup karbon ekonomisinde doğru konumlanabilenler, ileri teknoloji tarım uygulamalarına yatırım yapanlar ve verimli üretim anlayışını benimseyenler kazançlı çıkacak. Tüm bu gelişmelerin akıcı şekilde uygulanabilmesi için de tarım ve gıda sistemlerinin olası risklere karşı dayanıklılığını artıracak politikalar ve etkin bir tarım diplomasisine ihtiyacı var.

### 2025 HEM TOPRAK HEM DE ÜRETİCİ İÇİN ZOR BİR YIL OLDU

Günümüz dünyasında tarım ekonomisinin büyüklüğünün 3,7 ile 4 trilyon dolar arasında olduğu tahmin ediliyor. Dünya piyasalarında önemli bir tarım ürünü üreticisi ve ihracatçısı olan Türkiye'nin ise tarım sektörünün yaklaşık 55 milyar dolarlık üretimle GSYİH içinde yüzde 7-8'lik bir paya sahip olduğu görülüyor. 2022 yılı verilerine göre Türkiye'nin toplam tarım arazisi büyüklüğü 38 milyon hektar seviyesinde. Bunun 23,9 milyon hektarını ekilen tarım arazisi, 14,6 milyon hektarını ise çayır ve

mera arazisi oluşturuyor. Toplam ihracatın da yaklaşık yüzde 11'ini tarım sektörü oluşturuyor. Yıllar içinde temel tarım ürünleri ihracatının toplam tarım ihracatı içindeki payının gerilediği, ancak işlenmiş tarım ürünleri ihracatının payının arttığı görülüyor.

Sektör özellikle son iki yılda çok zorlu bir dönemden geçti. Yüksek üretim seviyeleri, ekolojik ve jeopolitik riskler nedeniyle kırılganlığı çok yüksek seviyelere ulaştı. Özellikle de don ve kuraklık kaynaklı oluşan negatif etkenler hem toprağın hem üreticinin hem de ülke ekonomisinin belini büktü. 65 ilde yaşanan don olayının, 16 üründe ciddi hasar oluşturmasının yanı sıra; artan sıcaklar ve azalan yağışların kuraklığı derinleştirilmesiyle İç Anadolu ve Güneydoğu'daki tarım havzalarında toprak nemi kritik seviyelere geriledi. Sektör tüm negatif etkenlere rağmen 2025 yılında 6,4 milyar dolarla tüm zamanların en yüksek yıllık ihracatını gerçekleştirdi.

### SAVAŞIN FATURASI GIDA SEKTÖRÜNE ZARAR YAZDI

Önce COVID-19 pandemisi, Rusya-Ukrayna Savaşı ve Orta Doğu'da genişleyen bölgesel çatışmalar, küresel gıda sistemlerinin ne kadar kırılgan ve jeopolitik risklere bağımlı olduğunu tüm dünyaya gösterdi. Dört yılı geride bırakan Rusya-Ukrayna Savaşı; geniş tarım arazilerinin mayınlarla kirlenmesi, sulama altyapılarının çökmesi ve iş gücü göçü gibi yapısal sorunlar nedeniyle Ukrayna'nın tahıl ihracatının, salgın öncesi döneme göre yüzde 35 oranında düşmesine neden oldu.

2025 yılında 65 ilde yaşanan don olayının, 16 üründe ciddi hasar oluşturmasının yanı sıra; artan sıcaklar ve azalan yağışların kuraklığı derinleştirilmesiyle İç Anadolu ve Güneydoğu'daki tarım havzalarında toprak nemi kritik seviyelere geriledi.



Benzer şekilde, ABD ve İsrail'in İran'a yönelik saldırılarıyla tırmanan Orta Doğu'daki savaş da Hürmüz Boğazı'nı büyük bir belirsizliğe sürükledi. Dünya petrol trafiğinin beşte birini kontrol eden bu koridor, aynı zamanda küresel gübre ticaretinin de üçte birine ev sahipliği yapıyor. Bölgedeki enerji kesintileri ve Katar'ın gaz üretimini azaltması, azot kökenli gübre üretimini kısa sürede yüzde 40 düşürerek küresel gübre fiyatlarında yüzde 15-20'lik ani artışları tetikledi.

#### **İŞ DÜNYASININ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK AJANDASI YENİDEN ŞEKİLLENİYOR**

Tarım ve gıda sistemleri dönüşüm ihtiyacı, iklim müzakerelerinin, finansal sistemin ve ticaret politikalarının da merkezinde yer alıyor. Gıdadan perakendeye, tekstilden kimyaya kadar pek çok sektörün ham maddesini doğrudan ya da dolaylı olarak tarımdan elde etmesi, elbette iş dünyasının da bu dönüşüme hazırlanmasını zorunlu kılıyor.

İş Dünyası ve Sürdürülebilir Kalkınma Derneğinin, (SKD Türkiye) COP31 hazırlıkları kapsamında 109 üye şirketiyle gerçekleştirdiği araştırma, iş dünyasının risklerin farkında olduğunu ancak bu farkındalığın sahaya tam anlamıyla henüz yansımadağını ortaya koyuyor.

Şirketlerin yüzde 68'inden fazlası sürdürülebilirliği yönetim kurulu seviyesinde sahiplenmiş olsa da bu kararlılığı finanse edecek özel bir sürdürülebilirlik bütçesi olan şirketlerin oranı yüzde 33'te kalıyor. Bu finansal boşluk gıda güvenliğinin temel taşı olan su yönetimini de doğrudan etkiliyor. Şirketlerin yüzde 69'u su hedefi belirlemiş durumda, ancak bu hedeflerin çoğu sadece fabrikanın iç operasyonlarıyla sınırlı kalıyor. Asıl çözüm olan havza bazlı, bütüncül bir yaklaşıma dönüşmüyor.

En büyük kırıma noktasının ise tarımın ana merkezi olan tedarik zincirinde yaşandığı görülüyor. Şirketler genellikle sadece kendi kontrollerindeki emisyonlara odaklanırken, gıda sistem-

İş dünyası yüzde 66'lık bir oranla yeşil yetkinlik dönüşümünü en kritik ihtiyaç olarak görse de tarım ve gıda sistemlerinde dönüşümü doğru veri, finansman ve iş birlikleriyle hızlandırması gerekiyor.

lerinin asıl risk yükünü taşıyan Scope 3 (tedarik zinciri) alanı veri toplama zorluğu ve sınırlı dijitalleşme yatırımları nedeniyle hâlâ şeffaf bir şekilde yönetilemiyor. Özetle iş dünyası yüzde 66'lık bir oranla yeşil yetkinlik dönüşümünü en kritik ihtiyaç olarak görse de tarım ve gıda sistemlerinde dönüşümü doğru veri, finansman ve iş birlikleriyle hızlandırması gerekiyor.

#### **"TARIM VE GIDA SİSTEMLERİNDE DÖNÜŞÜM İŞ DÜNYASININ ORTAK SORUMLULUĞU"**

Araştırma kapsamında görüşlerini paylaşan SKD Türkiye Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Duygu Yılmaz, şu değerlendirmede bulundu: "Tarım ve gıda sistemleri iklim değişikliğinin etkilerine en açık, aynı zamanda da iklim değişikliğiyle mücadelede en güçlü çözüm alanlarını oluşturan sektörler. Bu nedenle bu sistemlerin dönüşümü yalnızca sektörel bir tercih değil, iklim hedeflerine ulaşmanın, doğa kaybını tersine çevirmenin ve gıda güvenliğini sağlamanın temel koşulu hâline geldi. Artan nüfusu beslemek zorunda olduğumuz bir dünyada, bunu daha fazla kaynak kullanarak değil, daha az kaynakla, daha dirençli ve doğayla uyumlu üretim modelleriyle başarmalıyız. Bu dönüşümün başarısı ise tedarik zincirlerini şekillendiren, gerekli yatırımı yönlendiren ve dönüşümü ölçeklendiren iş dünyasının iyi uygulama örneklerine bağlı olacak. SKD Türkiye olarak biz de bu dönüşümün hızlanması,

yaygınlaşması ve somut sonuçlara dönüşmesi hedefiyle çalışmaya devam edeceğiz."

#### **"GÜÇLÜ İŞ BİRLİKLERİYLE İLERLEMELER ZORUNDAYIZ"**

Birleşmiş Milletler (BM) Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) Türkiye Temsilci Yardımcısı Dr. Ayşegül Selişik ise şu bilgileri aktardı: "Birleşmiş Milletler raporlarına göre tarım sektörü, dünya genelinde tatlı su kullanımının yaklaşık yüzde 70'ini oluşturuyor. Su stresi altındaki ülkeler arasında yer alan Türkiye'de ise bu oran daha da yüksek. 2026-2035 Ulusal Su Planı'na göre Türkiye'de kullanılan toplam suyun yüzde 79'u tarımsal sulamada kullanılıyor. Bu nedenle modern sulama

yöntemlerinin yaygınlaştırılması, suyun bilinçli kullanılması ve çiftçilere gerekli altyapının sağlanması, gıda güvenliğinin temini açısından kritik önem taşıyor. Ayrıca çiftçilerin karbon düzenlemeleri ve karbon vergisi gibi yeni uygulamalara uyum sağlayabilmesi için desteklenmeleri gerekiyor. Doğa temelli çözümlerin yaygınlaşmasını tek bir aktörden beklemek gerçekçi değil; güçlü iş birlikleri ve sahada yürütülecek projelerle birlikte ilerlemek zorundayız. Bu süreçte iş dünyasının rolü son derece belirleyici. Tarımsal üretimde yer alan şirketlerin çiftçilerle yakın iş birliği içinde çalışması ve sözleşmeli tarım uygulamalarını yaygınlaştırması büyük önem taşıyor."



Orta Doğu'daki savaş nedeniyle bölgede yaşanan enerji kesintileri ve Katar'ın gaz üretimini azaltması, azot kökenli gübre üretimini kısa sürede yüzde 40 düşürerek küresel gübre fiyatlarında yüzde 15-20'lik artışları tetikledi.



**Zafer Güder**  
Shaman Kurucu Ortağı

# Shaman

## Gökyüzünde Sanayinin Dijital İkizini Kuruyor

**Shaman, enerji ve sanayi sektörlerindeki riskli ve geleneksel denetim yöntemlerini yapay zekâ destekli otonom sistemlerle baştan aşağı değiştiriyor. Havadan ve karadan elde ettiği veriyi derin öğrenme algoritmalarıyla işleyen şirket, 2027 yılına kadar endüstride insan riskini sıfıra indirmeyi amaçlıyor.**

**Enerji ve sanayi sektörlerinde yenilikçi drone çözümleri sunan Shaman, pazardaki hangi açığı kapatma hedefiyle kuruldu?**

Shaman Havacılık, endüstriyel operasyonların dijital ikiz ve kes-tirimci bakım ekseninde dönüşüm ihtiyacından doğdu. Sadece bir insansız hava aracı (İHA) üreticisi olmayı değil; havadan ve karadan elde edilen ham veriyi, yüksek hassasiyetli mühendislik içgörülerine dönüştüren çok katmanlı bir teknoloji ekosistemi inşa etmek için yola çıktık.

Pazardaki en büyük boşluk; veri toplama süreçlerinin geleneksel, yüksek riskli ve düşük çözünürlüklü metotlarla yürütülmesiydi. Biz, insan-hata faktörünü minimize eden, derin öğrenme algoritmalarıyla desteklenmiş otonom denetim mekanizmalarını devreye alarak sanayinin operasyonel sürekliliğini sağlamayı hedefledik. Her yetiştirdiğimiz pilottan geri bildirim alıp sahadaki olası sorunları derleyerek, AR-GE ve ÜR-GE süreçlerimizi de reel beklenti ve ihtiyaçlara göre yönlendirmeyi başardık.

**Rüzgâr türbini ve güneş paneli denetimlerinde sunduğunuz yüksek teknolojili çözümler üretim verimliliğine nasıl bir katkı sağlıyor?**

Aslında sadece bu alanlar değil, enerjinin olduğu her alanda

analizlerimizle sektörde ilkleri başardık. Hassas koordinatlı uçuş yapabiliyor olmamızdan kaynaklı olarak net ve kesin koordinatlı anomali tespitleri gerçekleştirebiliyoruz. Güneş panellerinde yapay zekâ destekli termal kameralarımızla, mikro çatlakları ve hotspot bölgelerini gerçek zamanlı olarak tespit ediyoruz. Rüzgâr türbinlerinde kanat yüzeylerindeki korozyon, erozyon veya yıldırım hasarlarını yüksek çözünürlüklü görsel verilerle analiz ederek, duruş sürelerini yüzde 80'e varan oranda azaltıyoruz.

Ulaşılması zor arazilerde bulunan enerji nakil hatlarının ve izolatörlerin periyodik denetimleriyle olası hasarları öncesinde çözümleyebiliyoruz. Bina ve yapıların zamanla deforme olan yapısal hatalarını tespit ederek ısınma maliyetlerindeki artışlarının önüne geçebiliyoruz. İHA ve geliştirilmiş sensörlerimiz ile doğal gaz kaçaıklarını havadan tespit edebildiğimiz gibi GPR teknolojilerini entegre ettiğimiz İHA sistemlerimiz ile yeri 8-10 metre derinliğe kadar görüntüleyebiliyoruz.

**İlerleyen süreçte odaklanmayı planladığınız yeni endüstriyel alanlar var mı?**

Şu anda online denetimimiz ile manuel veya otonom olarak

dünyanın her yerinden sadece internet bağlantınız ile güvenlik-ten tutun denetimlerinize kadar anlık olarak veri çekebileceğiniz, denetim yapabileceğiniz sistemlerimiz mevcut. Yeni dönemde, sadece havadan değil, karadan da ulaşılması güç noktalara nüfuz eden bir bütünlük teftiş ekosistemi kurulacak. Özellikle enerji santrallerinde, trafo merkezlerinde ve yer altı hatlarında; zorlu çevresel koşullarda insan unsurunu riske atmadan, yapay zekâ ile entegre edilmiş robotik birimlerin koordineli çalışmasını hedefliyoruz. Bu hibrit yaklaşım, ulaşılmaz noktaların otonom denetiminde dünya standartlarını belirleyecek.

**Shaman, küreseldeki rekabet ortamında hangi özellikleriyle öne çıkıyor?**

Bizi rakiplerimizden ayıran en temel unsur, dikey entegrasyon ve kenar bilişim yeteneğimizdir. Biz veriyi sadece toplamıyoruz; o veriyi henüz havadayken veya sahadayken işleyebilen işlemci mimarileri kullanıyoruz. Projelerin özelinde gereksinim duyulan teknolojik, malzeme ve endüstriyel geliştirmeleri ve hatta yeni bir sistem gereksinimi olması durumunda o sistemin üretimini de kendi içimizde projelendirmesinden üretimine kadar çözümleyebiliyoruz.

UAV ve UGV birimlerimizin aynı yapay zekâ veri havuzundan beslenerek ortak görev icra edebilmesi, bizi klasik drone firmalarından ayırıyor. Algoritmalarımız; aşırı sıcak, yüksek manyetik alan veya sinyal körlüğü olan ulaşılmaz noktalarda dahi otonom karar verebilecek şekilde eğitilmiş durumda. Her proje önemli ve her projenin mimarlarından uygulama aşamasına kadar karakteri farklı. Biz, gerçek ihtiyacın kesin çözümüne yönelik planlama aşamasında en

Shaman olarak veriyi sadece toplamıyoruz; o veriyi henüz havadayken veya sahadayken işleyebilen işlemci mimarileri kullanıyoruz.

ince detayı bile defalarca analiz etmeye odaklanıyoruz. Soruna ait lokasyon, coğrafi koşullar, meteorolojik yapı, kullanılan yapı ve malzemenin uygunluğu ile uygulama aşamasına kadar her şey denetleniyor.

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

TİM-TEB Girişim Evi, Shaman'ın akademik ve teknik yetkinliğini ticari bir başarı hikâyesine dönüştürme sürecindeki en kritik stratejik ortaklarımızdan biri oldu. Yüksek teknoloji geliştiren bir girişimin ölçeklenme aşamasında ihtiyaç duyduğu global vizyon ve networking desteği, Shaman'ın küresel arenaya hazırlanmasında hayati bir rol oynadı. Bu tür ekosistem destekleri, yerli teknolojinin dünya sahnesinde rekabetçi kalabilmesi için vazgeçilmez.



**“Enerjinin Her Aşamasında Olmayı Hedefliyoruz”**

Türkiye'nin sadece bir teknoloji kullanıcısı değil, bir "Robotik Analitik Merkezi" olduğunu dünyaya kanıtlamayı hedefliyoruz. Bu kapsamda gelecek vizyonumuz da iki aşamalı bir teknolojik sıçramayı kapsıyor. 2026'nın ikinci yarısında, "Drone-in-a-Box" (Otonom şarj istasyonları) sistemlerimizin ticari yaygınlaşmasını tamamlayarak, insan müdahalesiz periyodik denetim ağlarını stabilize edeceğiz. Bu yıl reel bir projemizi hayata geçirmemize birkaç ay kaldı.

2027 yılında ise UAV ve UGV projelerimizin saha testlerine başlayarak, enerji sektörüne yönelik "Sıfır İnsan Riski" prensibiyle çalışan tam entegre teftiş ekosistemimizi hayata geçireceğiz. 2027 itibarıyla Shaman, enerjinin her aşamasında havada ve karada otonom çözüm sunan global bir aktör olacak.



**Cem Pesen**  
AgriDL Kurucu  
Ortakları



**Ozan Demir**  
AgriDL Kurucu  
Ortakları

# AgriDL

## Bilimin Rehberliğinde Doğanın Zekâsını Dijitalleştiriyor

**Ürün değil, üretim bilgisi geliştirme vizyonuyla yola çıkan AgriDL; ışık, ısı ve nem gibi tüm değişkenleri kontrol altına alarak bitkilerin şifasını dijital reçetelere dönüştürüyor. Yapay zekâ altyapılı bu sistem, AR-GE süreçlerindeki deneme-yanılma dönemini bitirerek yüksek katma değerli molekül üretimini destekliyor.**

### AgriDL'in hangi alanda faaliyet gösterdiğini sizden dinleyebilir miyiz?

Londra merkezli AgriDL, farmasötik etken maddeler geliştiren, yapay zekâ tabanlı biyoteknoloji platformu. Biz klasik anlamda sadece bir ham madde üreticisi değil; kontrollü üretim sistemlerinde, biyolojik süreçleri dijital olarak modelleyerek hedef moleküller üreten bir derin teknoloji şirketiyiz.

Tohumdan başlayarak bitkinin tüm yaşam döngüsünü kapsayan bir üretim yaklaşımı benimsiyoruz. Bu süreçte her aşamanın dijital ikizini oluşturuyoruz. Yani tıbbi aromatik bitkinin genetik potansiyelinden başlayarak, büyüme koşulları, stres faktörleri, metabolik tepkileri ve nihai ekstrakt çıktısı tamamen veri ile modelleniyor. Bu sayede üretim yalnızca fiziksel bir süreç olmaktan çıkarak aynı zamanda simüle edilebilir, optimize edilebilir ve tekrar üretilebilir bir bilgi sistemine dönüşüyor.

### Bu alanda yola çıkarken hangi ihtiyacı karşılamayı hedeflediniz?

Farmasötik ve kozmetik endüstrilerinde en kritik problemlerden biri ham madde tutarsızlığıdır.

Aynı farmasötik bitki türü, farklı coğrafyalarda veya farklı yetiştirme koşullarında tamamen farklı kimyasal profiller üretebilir. Bu da ürün kalitesinde ciddi dalgalanmalara yol açar ve özellikle farmasötik uygulamalarda güvenirliliği zedeler.

Biz AgriDL olarak bu belirsizliği ortadan kaldırmayı hedefledik. Amacımız; biyolojik üretimi doğa koşullarına bağımlı bir süreç olmaktan çıkarıp, kontrol edilebilir, yüksek etken madde profiline sahip premium kalitede üretim sistemine dönüştürmekti. Yani doğayı taklit etmek değil, doğayı anlamak ve optimize etmek üzere bir sistem kurduk.

### Küresel rekabet ortamında AgriDL rakiplerinden hangi özellikleriyle ayrışıyor?

Biz sadece ürün geliştirmiyoruz, üretim bilgisini de geliştiriyoruz. AgriDL, yapay zekâ tabanlı biyolojik enformasyon sistemleri ile çalışan bir platformdur. Tıbbi aromatik bitkilerin hangi koşullarda hangi molekülleri ürettiğini yalnızca gözlemlemiyoruz; bunu veriyle öğreniyor, modelleyip optimize ediyor ve tekrar edilebilir hâle getiriyoruz.

Bu süreçte geliştirdiğimiz dijital reçeteler, bitkinin metabolik

Biz klasik anlamda ham madde oluşturuyoruz. Kontrollü sistemlerde, yapay zekâ tabanlı süreçlerle hedef moleküller üretiliyor ve bunu tekrarlanabilir hâle getiriyoruz.

davranışını yöneten algoritmik üretim protokolleridir. Ayrıca ekstraktlarımız yalnızca belirli bir aktif bileşene indirgenmez.

Bizim sistemimizde ekstraktlar, çok katmanlı moleküler komplekslerdir ve etken madde oranı daha fazladır.

Yani bir ekstraktın içinde sadece hedeflenen ana molekül değil; onun sinerjisini güçlendiren onlarca, hatta yardımcı biyomolekül kontrollü şekilde optimize edilir. Bu da ürünlerimizi klasik ekstraktlardan ayıran en önemli unsurlardan biridir.

### Biyoenformatik nedir? Sizin çalışmalarınızda nasıl bir rol oynuyor?

Biyoenformatik, biyolojik veriyi analiz ederek anlamlı bilgiye dönüştüren disiplinler arası bir bilim dalıdır. AgriDL'de biyoenformatik, sistemimizin merkezinde yer alır. Sensörlerden aldığımız çok boyutlu verisetleri yapay zekâ algoritmaları ile işlenir ve doğrudan üretim kararlarına dönüşür.

Yani veri yalnızca analiz edilmez; üretimi yöneten aktif bir karar mekanizmasına dönüşür. Bu yaklaşım sayesinde moleküler üretim, sezgisel bir süreç olmaktan çıkar ve matematiksel olarak yönetilebilir hâle gelir.

### Farmasötik bitkilerin tam kontrollü hidroponik ortamlarda yetiştirilmesini nasıl sağlıyorsunuz?

Bitkilerimizi tamamen kapalı ve kontrollü ortamlarda yetiştiriyoruz. Elektromanyetizma, sıcaklık, nem, karbondioksit seviyesi ve besin çözeltileri gibi tüm paramet-

reler yüksek hassasiyetle yönetiliyor. Ancak bizim yaklaşımımız yalnızca kontrol etmek değil, aynı zamanda yönlendirmektir.

Bitkiye belirli yetiştiricilik faktörleri uygulayarak, istediğimiz metabolik yolları aktive ediyoruz. Bu sayede bitkiyi belirli biyomolekülleri üretmeye teşvik ediyoruz. Tüm bu süreçler dijital ikiz üzerinden simüle edilir ve en optimum üretim senaryosu gerçek ortama aktarılır.

### Yapay zekâ ve veri analitiğini üretim sürecinde nasıl kullanıyorsunuz? "Yapay zekâ reçetesi" tam olarak nedir?

Sistemimiz sürekli veri üretir ve öğreniyor. Bitkilerin çevresel değişimlere verdiği tepkileri analiz ediyor, bu tepkileri yapay zekâ modelleriyle anlamlandırıyoruz. Zamanla sistem, hangi koşulların hangi moleküler çıktılarını oluşturduğunu öğrenir ve kendini optimize eder hâle geliyor. Bu sayede üretim süreci deneme-yanılmadan çıkar, öngörülebilir ve ölçeklenebilir bir yapıya dönüşüyor. Aynı molekül profilini, farklı zamanlarda ve farklı lokasyonlarda yüksek etken madde oranı ve kalitesiyle üretmek mümkün hâle geliyor.

Yapay zekâ reçetesi, tohumdan ekstrakta tüm sürecin optimizasyonunu sağlayan dijital bir üretim protokolüdür. Ancak daha da önemlisi, bu reçeteler statik değildir. Sistem sürekli öğrenir ve reçeteleri günceller. Yani üretim artık insan tecrübesine değil, dinamik veri ve algoritmalara dayanır. Bu da biyolojik üretimde yeni bir standart oluşturur.



## HEDEF VE BAŞARILAR

*Hedefimiz; kanserle mücadele, nörolojik fonksiyonların artırılması ve yaşlanma karşıtı çözümler için yüksek etkili biyomoleküller geliştiren, ileri düzey farmasötik içerikler ve dijital reçeteler üreten global bir biyoteknoloji şirketi olmaktır.*

*Londra merkezli üretim altyapımız ve yapay zekâ tabanlı üretim teknolojilerimizle, yüksek katma değerli biyomolekülleri dünya pazarına sunmayı hedefliyoruz. Bu kapsamda; brokoli, biberiye ve melisa gibi bitkilerden elde edilen, aktif bileşen yoğunluğu artırılmış farmasötik ekstraktlar geliştireceğiz.*

*Şirketimiz, stratejik partnerlerle birlikte ortak AR-GE projeleri yürütmeye ve ileri teknolojiler geliştirmeye açıktır. Önümüzdeki yıl itibarıyla orris, safran, vanilya ve kenevir gibi yüksek potansiyele sahip bitkilerde hedeflenen moleküllerin artırılmasına yönelik teknolojileri ve ekstrakt ürünlerini pazara sunmayı planlıyoruz.*

*AgriDL; multidisipliner ekibi, güçlü akademik iş birlikleri ve dünyanın farklı bölgelerindeki teknoloji hızlandırıcı merkezleriyle yürüttüğü çalışmalar sayesinde inovasyon kapasitesini sürekli geliştirmektedir. Bağlantısallık bilimi yaklaşımını benimseyen şirketimiz, aynı zamanda biyoenformatik alanında da ileri düzey çözümler geliştirmeyi hedefliyoruz.*

# İGE'den İhracata Güç Veren İki Yeni Paket

**İGE İhracatta Atılım Destek Paketi ve İGE Turizm Destek Paketi kapsamında, KOBİ ve KOBİ dışı ihracatçılara toplam 54,1 milyar TL kredi karşılığı kefalet desteği sunulması hedefleniyor.**

**İ**hracatı Geliştirme AŞ (İGE), Türkiye'nin ihracat odaklı büyüme vizyonu doğrultusunda, mal ve hizmet ihraç eden firmaların finansmana erişimini güçlendirmek amacıyla faaliyetlerini sürdürüyor. İhracatçıların kredi süreçlerinde karşılaştıkları teminat yetersizliği sorununa yönelik çözümler geliştiren İGE, finansal sistem ile ihracatçılar arasında etkin ve sürdürülebilir bir köprü görevi üstleniyor.

İGE, finansman maliyetlerinin azaltılması, kaynak çeşitliliğinin artırılması ve sürdürülebilir bir

finansman yapısının oluşturulması hedefleri doğrultusunda çalışmalarını kararlılıkla sürdürürken, ihracat ekosistemine katkı sağlamaya devam ediyor.

İGE, Türkiye'nin yalnızca ihracat kredilerine yönelik kefalet desteği sunan uzmanlaşmış tek kuruluştur. Kuruluş misyonu doğrultusunda faaliyetlerini sürdürerek; Türkiye'nin dört bir yanındaki ihracatçı firmaların finansmana eşit koşullarda ve sürdürülebilir şekilde erişebilmesi için çalışmalarına kesintisiz devam ediyor.

Güçlü sermaye yapısı sayesinde 1 TL'lik kaynağı yaklaşık 20 TL'lik kredi hacmine dönüştürme kapasitesine sahip olan İGE, hem Türk lirası hem de döviz cinsinden kredilere sağladığı kefalet desteğiyle, ihracatçıların finansmana erişimini kolaylaştırıyor ve dış ticaret ekosistemine katkı sunuyor.

Nisan 2026 itibarıyla T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı desteğiyle hayata geçirilen İGE İhracatta Atılım Destek Paketi ve İGE Turizm Destek Paketi kapsamında, KOBİ ve KOBİ dışı ihracatçılara toplam 54,1 milyar TL kredi karşılığı kefalet desteği sunulması hedefleniyor. Söz konusu desteklerin, protokol imzacısı bankalar aracılığıyla ekonomiye kazandırılması planlanıyor.

İGE İhracatta Atılım Destek Paketi kapsamında, yaklaşık 30 milyar TL tutarındaki krediye kefalet sağlanması öngörülüyor. Bu doğrultuda ihracatçılar; 36

aya varan vadelerle Türk lirası, euro ve dolar cinsinden sunulan finansman imkânlarından faydalanabiliyor.

İGE Turizm Destek Paketi ile, Turizm Teşvik Kanunu kapsamında faaliyet gösteren işletmelere kefalet desteği sunuluyor. Turizm İşletmesi Belgesi'ne sahip firmalar için hazırlanan paket kapsamında, 24,2 milyar TL tutarındaki krediye kefalet desteği sağlanması hedefleniyor. Bu doğrultuda firmalar; 12 aya varan vadelerle Türk lirası, euro ve dolar cinsinden sunulan finansman imkânlarından yararlanabiliyor.

## NASIL BAŞVURABİLİRSİNİZ?

Destek paketlerinden faydalanmak isteyen ihracatçılar, kefalet limiti tanımlı bankalar aracılığıyla başvurularını gerçekleştirebiliyor. Güncel banka listesine, İGE'nin resmi internet sitesi ([www.ihracatigelistirme.com.tr](http://www.ihracatigelistirme.com.tr)) üzerinden erişilebiliyor.

## İGE KEFALET MEKANİZMASI NASIL ÇALIŞIYOR?

İGE'nin kefalet mekanizması; hızlı, etkin ve objektif bir değerlendirme süreci üzerine kurgulandı. Başvurular, bankalar aracılığıyla alındıktan sonra dijital ortamda İGE'ye iletiliyor ve analitik model aracılığıyla değerlendiriliyor. Sürecin tamamı uçtan uca dijital altyapı üzerinden yürütülürken, karar mekanizmasında manuel müdahaleye yer verilmiyor.

## İHRACATÇININ YANINDA GÜÇLÜ BİR PAYDAŞ: İGE

İhracat ve finansman alanında referans kurum olma hedefiyle faaliyetlerini sürdüren İGE, kuruluşundan bu yana yaklaşık 14 bin ihracatçıdan 40 bine yakın başvuru alarak, toplamda 271 milyar TL'nin üzerinde

krediye kefalet desteği sağladı. İGE, ihracatçıların büyüme yolculuğunda güçlü bir çözüm ortağı olmayı sürdürürken, ihracatın sürdürülebilirliğine yönelik stratejik çalışmalarını çeşitlendirerek geliştirmeye devam ediyor.



## İGE İHRACATTA ATILIM DESTEK PAKETİ

Yararlanıcı	KOBİ ve KOBİ dışı
Başvuru Süresi	31.12.2026
Paket Büyüklüğü	29,9 Milyar TL
Kredi Üst Limiti (Firma ve Risk Grubu Başına)	KOBİ 52,9 Milyon TL KOBİ dışı 112,5 Milyon TL
Kefalet Komisyonu	%0,5
Yapılandırma Komisyonu	%0,5
Ürün Vadesi	Azami 36 ay (azami 6 ay anapara ödemesiz dönem dâhil / Reeskont kredilerinde anapara ödemesiz dönem azami vade 12 ay)
Başvuru Kredi Tipi / Türü	Nakit TL/ dolar/euro



## İGE TURİZM DESTEK PAKETİ

Yararlanıcı	KOBİ ve KOBİ dışı
Başvuru Süresi	31.07.2026
Paket Büyüklüğü	24,2 Milyar TL
Kredi Üst Limiti (Firma ve Risk Grubu Başına)	KOBİ 17,6 Milyon TL KOBİ dışı 31,2 Milyon TL
Kefalet Komisyonu	%0,5
Yapılandırma Komisyonu	%0,5
Ürün Vadesi	Azami 12 ay (azami 6 ay anapara ödemesiz dönem dâhil/Reeskont kredilerinde anapara ödemesiz dönem azami vade 12 ay)
Başvuru Kredi Tipi / Türü	Nakit TL/ dolar/euro

# Nisan 2026

## Tarım Bülteni



### SEKTÖREL İHRACAT VERİLERİ (1000\$)

Sektör	Nisan 2025	Nisan 2026	Değişim (%)
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	956.201	1.112.258	16,3
Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri	620.961	703.180	13,2
Yaş Meyve ve Sebze	235.495	329.48	39,9
Fındık ve Mamulleri	208.114	332.397	59,7
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	287.906	321.269	11,6
Meyve Sebze Mamulleri	197.644	210.070	6,3
Kuru Meyve ve Mamulleri	133.033	134.781	1,3
Tütün	77.199	81.261	5,3
Zeytin ve Zeytinyağı	36.783	37.474	1,9
Süs Bitkileri ve Mamulleri	14.929	16.506	10,6

## Dünyadan Tarım Haberleri

### Polonya, AB-Mercosur Anlaşmasını Yargıya Taşımaya Hazırlanıyor

Polonya Başbakanı Donald Tusk, Avrupa Birliği (AB) ile Mercosur ülkeleri arasında imzalanması planlanan serbest ticaret anlaşmasına karşı hukuki süreç başlatacaklarını açıkladı. Polonya, anlaşmanın özellikle tarım sektörü açısından ciddi riskler barındırdığını ve yerli üreticiler üzerinde baskı oluşturabileceğini savunuyor.

AB içinde başta Fransa olmak üzere bazı ülkelerin de benzer çekinceleri bulunduğu bilinirken, anlaşmanın onay sürecinin siyasi ve hukuki tartışmalar nedeniyle daha da karmaşık bir

hâle gelmesi bekleniyor. Söz konusu gelişme, AB'nin dış ticaret politikası ile tarımsal hassasiyetler arasındaki denge arayışının giderek zorlaştığına işaret ediyor.

### Arjantin'de Liman Protestosu Sona Erdi

Arjantin'de önemli tahıl ihracat merkezlerinden biri olan Quequén Limanı'nda kamyon şoförlerinin başlattığı protesto

sona erdi. Ücret ve çalışma koşullarına ilişkin talepler doğrultusunda gerçekleştirilen eylem, ülkenin tarım ihracatında geçici aksamalara yol açmıştı.

Protestonun sona ermesiyle birlikte özellikle soya fasulyesi ve mısır sevkiyatlarının yeniden hız kazanması bekleniyor. Arjantin'in küresel tahıl arzındaki kritik rolü dikkate alındığında, lojistik aksaklıkların giderilmesi uluslararası piyasalar açısından da önem arz ediyor.

### Yüksek Gübre Maliyetleri AB'de Mısır Ekimini Sınırlıyor

Avrupa'da yüksek seyreden gübre fiyatları, çiftçilerin bahar ekim planlarını doğrudan etkiliyor.

Özellikle gübre kullanımının yoğun olduğu mısır üretiminde, bazı üreticilerin ekim alanlarını daraltma eğiliminde olduğu görülüyor.

Maliyet baskısının devam etmesi hâlinde, yeni sezonda üretimde düşüş yaşanabileceği ve bunun yem ve gıda zincirinde fiyatlara yansıtılabileceği değerlendiriliyor.

### Aşırı Sıcaklıklar Küresel Gıda Üretimi İçin Risk Oluşturuyor

Birleşmiş Milletlere bağlı kuruluşlar, artan aşırı sıcaklıkların küresel gıda sistemleri üzerinde giderek daha belirgin bir risk oluşturduğuna dikkat çekiyor. Yüksek sıcaklıkların özellikle tarımsal verimlilik üzerinde baskı yarattığı, su kaynaklarını zorladığı ve üretim planlamasını daha kırılgan hâle getirdiği ifade ediliyor.

Uzmanlar, sıcak hava dalgalarının sıklığı ve şiddetindeki artışın devam etmesi hâlinde, birçok bölgede ürün kayıplarının artabileceği ve bunun küresel arz dengesi ile gıda fiyatları üzerinde etkili olabileceği uyarısında bulunuyor.

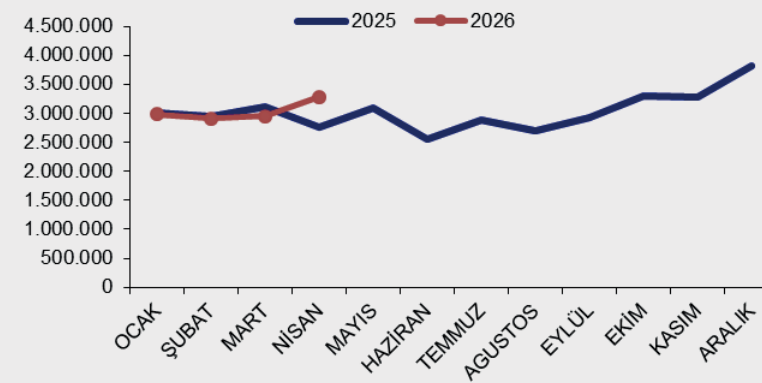
### İran Kaynaklı Arz Daralması Küresel Gübre Fiyatlarını Yükseltiyor

İran ile bağlantılı jeopolitik gelişmelerin etkisiyle küresel gübre arzında sıkılaşıma yaşanırken, özellikle üre fiyatlarında belirgin artışlar gözleniyor. Dünyanın en büyük ithalatçılarından Hindistan'da açılan son ihalede, üre fiyatlarının kısa süre içinde yaklaşık iki katına çıkarak ton başına 1.000 dolar seviyelerine yaklaştığı bildiriliyor.

Artan fiyatların, başta Asya ve Afrika olmak üzere birçok ülkede gübre temin maliyetlerini yükseltebileceği ve bunun tarımsal üretim üzerinde baskı oluşturabileceği değerlendiriliyor.

Küresel ölçekte talebin güçlü seyretmesi ve arzın sınırlı kalması durumunda, gübre piyasasındaki sıkı görünümün önümüzdeki dönemde de devam edebileceği öngörülüyor.

### AYLAR BAZINDA TARIM İHRACATI



# Taşınmaz Ticaretinde Ödeme Sistemi Düzenlemesi Yapıldı

Taşınmaz satışlarında mülkiyet devri ile ödeme işlemleri artık güvenli bir altyapı üzerinden eş zamanlı olarak gerçekleştirilecek.



**D**eğişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik ile yönetmeliğin kapsamına ödeme sisteminin kurulması, işletilmesi ve taşınmaz satışında bu sistemin gerçek ve tüzel kişiler tarafından kullanılmasına ilişkin usul ve esaslar eklendi.

Yönetmeliğe eklenen maddeye göre, satış bedelinin tamamının ya da bir kısmının nakit, havale veya EFT ile ödenmesi hâlinde işlemler, taşınmaz mülkiyeti ile satış bedeli-

nin eş zamanlı devrini sağlayacak sistem üzerinden yapılacak.

Banka ya da finansman şirketlerinden kullanılan kredilerde ise kredi tutarı dışındaki ödemeler bu sistem kapsamına girecek. Sistem üzerinden yapılacak işlemlerde kullanım bedeli alınacak, bu tutar satıcıya aktarılacak bedelden kesilecek.

Yeni sistemin işleyişini izlemek amacıyla Ticaret Bakanlığı ile Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği

Bakanlığı temsilcilerinden oluşan bir komisyon kurulacak. Sistemin kapsamı, istisnaları ve ücretlendirme esasları Ticaret Bakanlığı tarafından ayrıca duyurulacak.

Yönetmelikte yer alan geçici maddeye göre, 1 Temmuz 2026'ya kadar taşınmaz satışlarında ödeme sisteminin kullanılması zorunlu olmayacak. Ticaret Bakanlığı bu süreyi üç aya kadar uzatabilecek. Ayrıca yetki belgesinin verilmesinin yanı sıra tadiline ilişkin

hüküm getirildi. Yönetmeliğin 8'inci maddesi, "Yetki belgesinin tadili ve yenilenmesi" başlığıyla yeniden düzenlendi.

## GÜBRE ÜRÜN GRUBUNDAKİ KATI AMONYUM NİTRAT VE MONOAMONYUM FOSFATIN GÜMRÜK VERGİSİ DÜZENLENDİ

25 Nisan 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan İthalat Rejimi Kararında Değişiklik Yapılmasına İlişkin Karar ile 31. Fesil kapsamında yer alan bazı gübre ürünlerinin gümrük vergisi oranları yeniden belirlendi.

Aşağıda gümrük tarife istatistik pozisyonları (GTİP) belirtilen eşyaya ilişkin satırlar karşılığında gösterildiği şekilde değiştirilmiştir.

3102.30.90.00.00 G.T.İ.P numaralı ürün, "diğerleri" kapsamında sınıflandırılan amonyum nitratı ifade ediyor. Bu kalem, "sulu çözültü hâlinde olanlar" dışındaki amonyum nitrat ürünlerini kapsıyor ve azotlu mineral veya kimyasal gübreler sınıfında yer alıyor.

3105.40.00.00.11 G.T.İ.P numaralı ürün ise monoamonyum fosfatı (MAP) ifade ediyor. Amonyum dihidrojenortofosfat olarak da bilinen bu ürün, mineral veya kimyasal gübreler sınıfında bulunuyor.

Karara göre 3102.30.90.00.00 G.T.İ.P numaralı amonyum nitrat için 1, 2, 3 ve 4 numaralı sütunlardaki gümrük vergisi oranı yüzde 0 olarak korunurken, 5, 6 ve 7 numaralı sütunlarda oran yüzde 6,5 olarak belirlendi.

GTİP	DİPNOT	GÜMRÜK VERGİSİ ORANI (%)						
		GTS ÜLKELERİ						
		1	2	3	4	5	6	7
3102.30.90.00.00		0	0	0	0	6,5 <sup>(1)</sup>	6,5 <sup>(1)</sup>	6,5 <sup>(1)</sup>
3105.40.00.00.11		0	6,5 <sup>(1)</sup>	0	0	0	3 <sup>(1)</sup>	6,5 <sup>(1)</sup>

Mikroorganizmalardan, hücre veya doku kültürlerinden üretilen gıdalar ile tasarlanmış nanomateryaller içeren ürünlerin piyasaya sunulabilmesi Tarım ve Orman Bakanlığı onayına bağlandı

## MADENCİLİK İZİN YÖNETMELİĞİ YÜRÜRLÜKTEN KALDIRILDI

25 Nisan 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Madencilik Faaliyetleri İzin Yönetmeliğinin Yürürlükten Kaldırılmasına Dair Yönetmelik ile Madencilik faaliyetlerinde izin süreçlerini düzenleyen 2005 tarihli "Madencilik Faaliyetleri İzin Yönetmeliği" yürürlükten kaldırıldı.

Madencilik faaliyetlerine ilişkin izin süreçlerinin Maden Kanunu ve Maden Yönetmeliği hükümleri kapsamında yürütülmesi öngörülmüyor.

## KUYUM TİCARETİNDE DÜZENLEME YAPILDI

29 Nisan 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Kuyum Ticareti Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik ile yetki belgesinin ticaret unvanı veya işletme adı değişikliği dışında, içeriğindeki herhangi bir bilginin değişmesi hâlinde tadil edilmesi zorunlu hâle getirildi. Ticaret unvanı veya işletme adı değişirse yetki belgesi yenilenecek.

Tadil ve yenileme başvuruları, değişikliğin gerçekleştiği tarihten itibaren 10 gün içinde Bilgi Sistemi



## Vergi Oranının Yeniden Belirlenmesi Hakkında Karar ile konaklama vergisi oranı 2026 yıl sonuna kadar yüzde 2'den yüzde 1'e düşürüldü.

üzerinden yapılacak. Ticaret İl Müdürlüğü de başvuruyu 10 gün içinde sonuçlandıracak.

### BAZI VERGİ İSTİSNALARI VE TEŞVİKLERİNİN KAPSAMI GENİŞLETİLDİ

30 Nisan 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan 193 Sayılı Gelir Vergisi Kanununun 22'nci Maddesi ve 89'uncu Maddesi ile 5520 Sayılı Kurumlar Vergisi Kanununun 5'inci Maddesi ve 10'uncu Maddesinde Yer Alan Bazı Oranların Yeniden Belirlenmesi Hakkında Karar ile bazı vergi istisnaları ve teşviklerinin kapsamı genişletilirken hizmet ihracatında kazanç indirimi hakkı yüzde 100'e çıkarıldı ve yurt dışı iştirak kazançlarına ilişkin istisna şartlarında değişiklikler yapıldı.

Düzenleme kapsamında, gelir ve kurumlar vergisi mükelleflerince yurt dışına verilen mimarlık, mühendislik, tasarım, yazılım, eğitim ve sağlık gibi hizmetlerden elde edilen kazançlara uygulanan yüzde 80 oranındaki indirim, elde edilen gelirin tamamının Türkiye'ye getirilmesi şartıyla yüzde 100'e çıkarıldı. Öte yandan, yurt dışı iştiraklerden elde edilen kar paylarına yönelik vergi avantajlarının kapsamı genişletildi.

2026 yılı kazançlarına uygulanmak üzere, kurumlar vergisi mükelleflerinin, yurt dışı iştirak kazançlarında yüzde 50 olan asgari iştirak oranı yüzde 20'ye indirilirken bu kazançlara

uygulanan istisna oranı yüzde 80'e yükseltildi.

Mevcut uygulamada, gelir vergisi istisnasından yararlanabilmek için aranan en az yüzde 50 iştirak oranı yüzde 20'ye düşürülürken istisna oranı yüzde 50 olarak korunuyor.

### YÜZDE 3 ORANINDAKİ DÖVİZ DÖNÜŞÜM DESTEĞİNİN SÜRESİ 3 AY UZATILDI

1 Mayıs 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Firmaların Yurt Dışı Kaynaklı Dövizlerinin Türk Lirasına Dönüşümünün Desteklenmesi Hakkında Tebliğ 'de Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ ile Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB), firmaların yurt dışı kaynaklı dövizlerinin Türk lirasına dönüşümünü destekleyen uygulamanın süresini 31 Temmuz 2026'ya kadar uzattı.

### KONAKLAMA VERGİSİNDE İNDİRİM KARARI

1 Mayıs 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan 6802 Sayılı Gider Vergileri Kanununun 34 üncü Maddesinin Beşinci Fıkrasında Belirtilen Vergi Oranının Yeniden Belirlenmesi Hakkında Karar ile konaklama vergisi oranı 2026 yıl sonuna kadar yüzde 2'den yüzde 1'e düşürüldü.

### TEKNOLOJİ ODAKLI SANAYİ HAMLESİ PROGRAMI'NIN UYGULAMA KURALLARI GÜNCELLENDİ

8 Mayıs 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Teknoloji Hamlesi Programı Uygulama Usul ve Esasları Tebliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ ile projelerin değerlendirme aşamasında "Proje Komisyonları" daha aktif rol alacak. Yatırımcıların eksik belgelerini tamamlaması için ek süre tanınırken, izleme süreçleri de yılda bir kez yapılacak şekilde standartlaştırıldı.

Buna göre, kesin başvurusu tamamlanan her proje için beş

üyeden oluşan özel bir "Proje Komisyonu" kurulacak. Bu komisyonlarda TÜBİTAK, KOSGEB ve Bakanlık temsilcilerinin yanı sıra ihtiyaç duyulursa bağımsız uzmanlar da görev alacak. Komisyon üyeleri, projelerin ön değerlendirmesini yapıp görüşlerini dijital sistem olan "Program Portalı"ne yükleyecek.

Yatırım süreci devam eden tesislerde denetimler artık yılda bir kez "izleme ekspertizi" şeklinde yapılacak. Eğer bir proje hedeflenen kapasiteye ulaşamaz ve "başarısız" ilan edilirse programdan çıkarılacak. Bu durumda, yatırımın niteliğine göre proje başka teşvik programlarına aktarılabilir; ancak Teknoloji Hamlesi kapsamında fazladan verilen destekler geri alınacak.

### KONKORDATO BAŞVURULARINDA DÜZENLEME YAPILDI

13 Mayıs 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Konkordato Talebine Eklenerek Belgeler Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik ile konkordato talebinde bulunacak borçluların sunması gereken belgelerde düzenlemeler yapıldı. Borçluların hangi finansal raporlama standartlarını uygulayacağı daha net şekilde tanımlandı:

- Bağımsız denetime tabi şirketler: Türkiye Muhasebe Standartları (TMS),
- Denetime tabi olmayan büyük ve orta boy işletmeler: Büyük ve Orta Boy İşletmeler için Finansal Raporlama Standardı (BOBİ FRS),
- Bunların dışındakiler: Vergi Usul Kanunu (VUK) kurallarına uyacak.

Denetim kuruluşları, hazırladıkları raporları imza tarihinden itibaren en geç 30 gün içinde Kamu Gözetimi, Muhasebe



ve Denetim Standartları Kurumuna bildirmekle yükümlü olacak. Mahkeme yazı işleri müdürlükleri de konkordato davası açıldıktan sonra gecikmeksizin kuruma bildirim yapacak.

### TÜRK GIDA KODEKSİ YENİ GIDALAR MEVZUATI YÜRÜRLÜĞE GİRDİ

20 Mayıs 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Türk Gıda Kodeksi Yeni Gıdalar Yönetmeliği ile yeni gıdaların piyasaya arzına ilişkin usul, esaslar ve idari başvuru süreçleri belirlendi.

Buna göre, mikroorganizmalardan, hücre veya doku kültürlerinden üretilen gıdalar ile tasarlanmış nanomateriyaller içeren ürünlerin piyasaya sunulabilmesi Tarım ve Orman Bakanlığı onayına bağlandı. Kurulacak bilimsel komisyonca risk değerlendirmesi yapılacak ürünlerden domuz ve böcek kaynaklı olanların yeni gıdalar listesine alınmayacağı kararlaştırıldı.

Düzenleme ile gıda işletmecilerinin piyasaya arz öncesinde Gıda ve Kontrol Genel Müdürlüğüne danışma zorunluluğu, teknik dosya kriterleri ve idari süreçler kurallara bağlandı. Alınan kararlar faaliyetteki gıda işletmecilerine mevzuat hükümlerine uyum sağlamaları için 30 Haziran 2027 tarihine kadar geçiş süresi tanındı.

Gelir ve kurumlar vergisi mükelleflerince yurt dışına verilen mimarlık, mühendislik, tasarım, yazılım, eğitim ve sağlık gibi hizmetlerden elde edilen kazançlara uygulanan yüzde 80 oranındaki indirim, elde edilen gelirin tamamının Türkiye'ye getirilmesi şartıyla yüzde 100'e çıkarıldı.

# Ev Tekstili Sektörü Hometex'te Buluştu

600'e yakın katılımcı firma ve 45 ülkeden gelen 250 iş insanı, ev tekstili sektörünün küresel vitrini HOMETEX 2026'da buluştu.



Türkiye'nin en büyük, dünyanın ise önde gelen ev tekstili organizasyonları arasında gösterilen HOMETEX 2026 Ev Tekstili Fuarı, İstanbul Fuar Merkezi'nde ziyaretçilerine kapılarını açtı. Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği (TETSİAD) ev sahipliğinde, Bursa Ticaret ve Sanayi Odası iştiraki KFA Fuarcılık organizasyonu ile düzenlenen fuarın açılışı, Prof. Dr. Ömer Bolat, TİM Başkanı Mustafa Gültepe ve sektör temsilcilerinin katılımıyla gerçekleştirildi. 11 holde yaklaşık 200 bin metrekarelik alanda düzenlenen fuarda, 600'e yakın firma yeni ürün ve koleksiyonları sergilendi.

## “TÜRKİYE, FUARLAR MERKEZİ HÂLİNE GELDİ”

Açılış konuşmasında HOMETEX'in 33 yıllık geçmişiyle dünyanın önemli uluslararası fuar organizasyonlarından biri olduğunu ifade eden Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, Türkiye'nin fuarcılık ve uluslararası ticarete güçlü merkezlerden biri haline geldiğini söyledi. Geçmişte sektörün Frankfurt merkezli organizasyonlara yöneldiğini hatırlatan Bolat,

bugün ise Türkiye'nin uluslararası fuarcılıkta önemli bir konuma ulaştığını belirtti.

## “EV TEKSTİLİNDE POTANSİYELİMİZ YÜKSEK”

TİM Başkanı Mustafa Gültepe, yaptığı konuşmada, ihracat için fuarların, ticaret ve alım heyetlerinin önemine dikkat çekerek, HOMETEX Fuarı'nın da sektörün vizyonuna ve ihracatına önemli katkılar sunacağına inandığını söyledi. Gültepe, Türkiye'nin ev tekstilinde dünyadaki konumuna ilişkin, "Ev tekstilinde dünyanın önemli üretim ve tedarik merkezleri arasında yer alıyoruz. Sektörümüz 2025'te 1,7 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Oysa biz 2021'de 2,3 milyar dolar seviyelerini görmüştük. Yeniden o ivmeyi yakalayabilir, hatta çok daha fazlasını yapabiliriz. Bu sektörün potansiyeli var" dedi.

Türk ev tekstilinin kalite, tasarım ve güven konusunda dünyada güçlü bir marka algısına sahip olduğunu belirten Gültepe, küresel koşulların zorlaştığını ancak buna rağmen daha verimli üreterek, daha güçlü

markalar çıkarılması gerektiğini ifade etti.

## “HOMETEX, TÜRK EV TEKSTİLİNİN KÜRESEL VİZYONUNU ORTAYA KOYUYOR”

TETSİAD Yönetim Kurulu Başkanı Murat Şahinler ise HOMETEX'in Türk ev tekstili sektörünün üretim kapasitesini, tasarım vizyonunu ve ihracat gücünü dünyaya gösteren önemli bir organizasyon haline geldiğini söyledi. Yakın coğrafyada yaşanan savaşlara ve küresel ekonomik kırılganlıklara rağmen fuarın güçlü katılımını koruduğunu belirten Şahinler, bu yıl organizasyonun yaklaşık 200 bin metrekarelik alanda ve 600'e yakın katılımcıyla gerçekleştirildiğini aktardı.

Şahinler, sektörün geleceğinde dijitalleşme, yapay zekâ, sürdürülebilirlik ve tasarım odaklı üretimin belirleyici olacağını ifade ederek, bu doğrultuda HomeTex.org platformunun hayata geçirildiğini açıkladı. Platform sayesinde üreticiler, markalar, tasarımcılar ve global alıcıların aynı dijital ekosistemde buluşturulmasının hedeflendiğini kaydetti.

# Denizcilik Sektörünün Başarılı İhracatçıları Ödüllendirildi

Gemi, Yat ve Hizmetleri İhracatçıları Birliği'nin düzenlediği “Award on Water” Başarılı İhracatçılar Ödül Töreni, sektör temsilcilerinin katılımıyla gerçekleştirildi.



Türk denizcilik sektörünün ihracattaki başarılı temsilcileri, Gemi, Yat ve Hizmetleri İhracatçıları Birliği (GYHİB) tarafından düzenlenen “Award on Water” Başarılı İhracatçılar Ödül Töreni'nde bir araya geldi. TİM Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirilen törene Ulaştırma ve Altyapı Bakan Yardımcısı Durmuş Ünüvar, TİM Başkanı Mustafa Gültepe, GYHİB Başkanı Mustafa Talha Pepe ve sektör temsilcileri katıldı.

## “TÜRK DENİZCİLİK SEKTÖRÜ TARİHİ REKORA İMZA ATTI”

Törenin açılışında konuşan Ulaştırma ve Altyapı Bakan Yardımcısı Durmuş Ünüvar, Türk denizcilik sektörünün 2025'te bir önceki yıla göre yüzde 17,38 artışla tarihi bir rekora imza attığını vurguladı. Gemi ve yat sektörünün, Türkiye'den tüm sektörler arasında ihracatını en yüksek oranda artıran ikinci, sanayi sektörleri arasında ise birinci sektör olduğunu belirten Ünüvar, bu başarının yalnızca rakamsal değil sürdürülebilir üretim, yerli tasarım ve ileri teknoloji kabiliyetinin sonucu olduğunu ifade etti.

Ünüvar, Türk tersanelerinin artık sadece üretim noktası değil aynı zamanda tasarım ve inovasyon merkezleri haline geldiğine dikkati çekerek, küresel zorluklara rağmen mühendislik gücüyle elde edilen bu başarının, Türkiye'nin denizcilikteki konumunu daha güçlendirdiğini kaydetti.

## “SEKTÖR YÜKSEK POTANSİYELE SAHİP”

TİM Başkanı Mustafa Gültepe ise sektörün küresel ticaretten aldığı yüzde 1,5'lik payla Türkiye'nin genel ihracat ortalamasının üzerine çıktığını vurgulayarak, gemi-yat ihracatında dünyada ilk 10 ülke arasına girdiğini ifade etti.

Sektörün, balıkçı gemisi ihracatında dünya lideri, römorkörde ise ilk 4 ülkeden biri olduğunu kaydeden Gültepe, artan üretim kapasitesi ve yeni yatırımlarla birlikte sektörün kısa vadede 3,5 milyar dolarlık ihracat yapabilecek potansiyele sahip olduğuna dikkati çekti. Gültepe, “Sektör, 2025'te yüzde 17,4 artış ve 2 milyar 243 milyon dolarlık ihracatla rekor kırdı. Sivil gemi-yat ihracatında ilk 10 ülke arasındayız. İngiltere, Norveç, Singapur'u geride

bıraktık. Gemi ve yat sektörümüz küresel ticaretten yüzde 1,5 pay alıyor. Ülkemizin genel ihracattan aldığı pay yüzde 1,04. Artan üretim kapasitesi ve yeni yatırımlarla, 3,5 milyar dolar sınırını aşacağız.” dedi.

## “DESTEK MEKANİZMALARI GÜÇLENDİRİLMELİ”

GYHİB Başkanı Mustafa Talha Pepe de Türkiye'nin özellikle balıkçı gemileri, römorkörler ve mega yat üretiminde dünya çapında önemli bir oyuncu haline geldiğini vurgulayarak, projeye özel üretim gerektiren tekne tiplerinde Türk firmalarının küresel regülasyonlara hızlı uyum sağladığını ve müşteri memnuniyetinde yüksek standart yakaladığını belirtti.

Pepe, mevcut başarıların sürdürülebilirliği ve yeni rekorların kırılabilmesi için sektörün desteklenmesi ve bazı yapısal düzenlemelerin hayata geçirilmesinin önem taşıdığını ifade ederek, “Rakip ülkelerde gemi ve yat inşasına yönelik sağlanan destek mekanizmalarının benzerlerinin ülkemizde de güçlendirilmesi, sektörümüzün geleceği açısından kritik bir ihtiyaçtır.” değerlendirmesinde bulundu.

# İhracatı Kolaylaştıracak Proje MEPEX AI Connect

Ankara Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği (ADDMİB), üyelerinin küresel pazardaki rekabet gücünü artırmak için geliştirdiği yapay zekâ destekli “MEPEX AI Connect” projesiyle uluslararası ticarete dil ve zaman bariyerini ortadan kaldıracak.

Küresel tedarik zincirlerinin ve uluslararası ticaret ağlarının hızla dijitalleştiği günümüz ekosisteminde, yapay zekâ teknolojileri entegrasyonu artık bir tercih olmaktan çıktı. Türk ihracatçısının da küresel arenadaki gücünü koruyup artırması için yenilikçi adımlara ihtiyaç var. Bu dönüşüm vizyonunu merkeze alan Ankara Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği (ADDMİB), üyelerinin dijital adaptasyon süreçlerine güçlü bir ivme kazandırmak ve uluslararası rekabet kapasitelerini maksimize etmek amacıyla yapay zekâ destekli “MEPEX AI Connect” projesini hayata geçirdi. ADDMİB, projeyle Türk demir ve demir dışı metaller ihracatçısını geleceğin akıllı ve entegre küresel ticaret ağına bağlamayı hedefliyor.

## KÜRESEL ALICILARA 7/24, ÇOK DİLLİ TANITIM HİZMETİ SUNUYOR

MEPEX AI Connect, ADDMİB üyesi Türk firmaları küresel alıcılara aynı platformda buluşturmak için hayata geçirilen aracı bir uygulama. MEPEX AI Connect, birliğin web sitesini ziyaret eden yabancı alıcılara, mesai saatlerinden bağımsız olarak kendi dillerinde anlık yanıtlar sunma imkânı tanıyor.

Gelişmiş dil modellerinin kullanıldığı sistem, potansiyel alıcıların sorularına firmaların kendi verileriyle profesyonel yanıtlar veriyor. Böylece ihracattaki önemli sorunlardan biri olan dil bariyerini ortadan kaldırıyor. MEPEX AI

Connect, ayrıca potansiyel alıcıların taleplerini anında analiz ederek ilgili alıcıları doğrudan firmaların web sitelerine yönlendiriyor.

Ticari bir yazılım ürünü olmayan proje için üyelere hiçbir hizmet bedeli talep edilmiyor.

## BAŞARININ SIRRI: GÜNCEL VE KALİTELİ VERİ

MEPEX AI Connect'in potansiyel alıcılara karşı yüksek güvenilirlikte şeffaf bir vizyon sunabilmesi için üye firmaların web sitelerini düzenli olarak güncel tutmaları büyük önem taşıyor. Sistem, alıcılara sunacağı yanıtlarını doğrudan firmaların web sitelerindeki kurumsal verilerden süzdüğü için sistemdeki verilerin güncel olması hatalı bilgi riskini en aza indiriyor.

## 4 AŞAMALI AKILLI ALTYAPI NASIL ÇALIŞIYOR?

Sistem dört temel aşamada işliyor. İlk olarak yapay zekâ tabanlı tarayıcılar, üye firmaların web sitelerindeki ürün, hizmet ve kurumsal bilgileri ayıklayarak güvenli bir veri tabanına kaydediyor. İkinci aşamada toplanan veriler; Gemini, ChatGPT ve Claude gibi güçlü dil modelleriyle işleniyor. Üçüncü aşamada entegre edilen akıllı sohbet arayüzü (Chat Embed), yurt dışındaki alıcılara 7/24 anında tanıtım yapıyor. Son aşamada ise üyeler, sisteme erişerek sunulan bilgileri inceleyebiliyor ve olası ekleme veya geliştirme taleplerini demir@oaib.org.tr adresi üzerinden yetkililere iletebiliyor.



# Daha Yeşil Bir Gelecek için GREEN TİM Yanınızda!



# CO<sub>2</sub>



## Güneydoğu Anadolu'nun 4 Aylık Hububat Sektörü İhracatı 1,2 Milyar Dolar

Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri ihracatı, yılın ilk dört ayında 1,2 milyar dolara ulaşarak bölge ihracatındaki liderliğini yüzde 31,1'lik payla sürdürdü.

Hububat sektörü, geçen yılın aynı dönemine göre miktar bazında yüzde 1,3, değer bazında ise yüzde 3,9 oranında bir artış yaşadı.

Geçen yılın aynı dönemine göre miktar bazında yüzde 1,3, değer bazında ise yüzde 3,9 oranında bir artış yaşandı. Bu dönemde en fazla gelir, yüzde 38,9 büyüme ile 279,4 milyon dolara ulaşan ayçiçek yağından elde edilirken, makarna ihracatı da yüzde 12,4 artışla 217,4 milyon dolar olarak gerçekleşti. Bölgenin pazar dağılımına bakıldığında, Orta Doğu'ya yapılan ihracat yüzde 10,7 azalarak 484,4 milyon dolara gerilerken, Afrika pazarı yüzde 25,4 büyümeyle 445 milyon dolarlık bir hacme ulaştı.

Nisan ayında sağlanan yüzde 26,5'lik bölgesel ihracat artışına dikkat çeken Güneydoğu Anadolu Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Celal Kadooğlu, Türkiye'nin, küresel risklerin arttığı bu dönemde yakın coğrafyanın gıda arz güvenliğini sağlayan ana merkez olduğunu vurguladı. Üretimden pazarlamaya kadar tüm süreçleri saha dinamikleriyle uyumlu hâle getirmeye odaklandıklarını belirten Kadooğlu, bereketli kış yağışlarının sektöre güven verdiğini ifade etti. Kadooğlu ayrıca, işletmelerin finansal yükünü hafifleten kurumlar vergisi düzenlemelerinin önemine değinerek, bölge ihracatının sadece hacimle değil, yüksek kaliteli ve yüksek proteinli ürünlere odaklanarak küresel rakiplerinden ayrıştığını belirtti.



## Ege Bölgesi Tarım Ürünleri İhracatında 7,5 Milyar Doları Aştı

İklim krizinin ve rekolte kayıplarının yarattığı zorluklara rağmen, Türk çiftçisi ve ihracatçısının kurduğu güçlü iş birliği sayesinde Türkiye'nin tarım ürünleri ihracatı son bir yılda yüzde 1,3 artışla

36 milyar 654 milyon dolara yükseldi. Tarım ihracatının lideri konumundaki Ege Bölgesi ise bu hacimden yüzde 22 pay alarak ihracatını 7,5 milyar doların üzerine çıkardı. Anadolu'nun bereketli topraklarında ve denizlerinde üretilen fındık, kiraz, incir, zeytin ve su ürünleri gibi pek çok kalemde Türkiye küresel pazardaki öncü konumunu korumaya devam etti.

14 Mayıs Dünya Çiftçiler Günü kapsamında sektörel değerlendirmelerde bulunan Ege İhracatçı Birlikleri (EİB) Koordinatör Başkanı Muhammet Öztürk, İzmir'de kurulan Tarıma Dayalı İhtisas Organize Sanayi Bölgeleri'nin devreye girmesiyle Ege Bölgesi'nin önümüzdeki beş yıl içinde 10 milyar dolarlık ihracat hedefine ulaşacağını vurguladı. EİB bünyesindeki tarım birliklerinin başkanları da yaptıkları ortak açıklamalarda; kuru meyve, su ürünleri, zeytinyağı, tütün, yaş meyve sebze ve odun dışı orman ürünleri sektörlerinde elde edilen küresel başarıların asıl mimarının Türk çiftçisi olduğunun altını çizdi. Sektör temsilcileri, artan girdi maliyetleri ve kuraklık riskine karşı üreticinin korunması, modern tarım uygulamalarının desteklenmesi ve genç girişimcilerin üretime kazandırılmasının sürdürülebilir gıda arz güvenliği için hayati önem taşıdığını belirttiler.

Tarım ihracatının lideri konumundaki Ege Bölgesi ise bu hacimden yüzde 22 pay alarak ihracatını 7,5 milyar doların üzerine çıkardı.

## Türk Somonu Japonya'nın Ekonomi Devi Nikkei'de

Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği (DKİB), TURQUALITY® destekli yeni bir tanıtım kampanyası ile Türk somonunun Japonya pazarındaki konumunu sağlamlaştırmayı amaçlıyor. Son iki yıl içinde Japonya'ya gerçekleştirilen Türk somonu ihracatı dört kat artışla 28,5 milyon dolara ulaştı. Bu başarılı ivmeyi daha da ileriye taşımak isteyen DKİB, aylık 30 milyon kullanıcıya erişen ve Japon iş dünyasının en prestijli yayın organlarından biri olan Nikkei Online'da bir tanıtım filmi yayınladı.

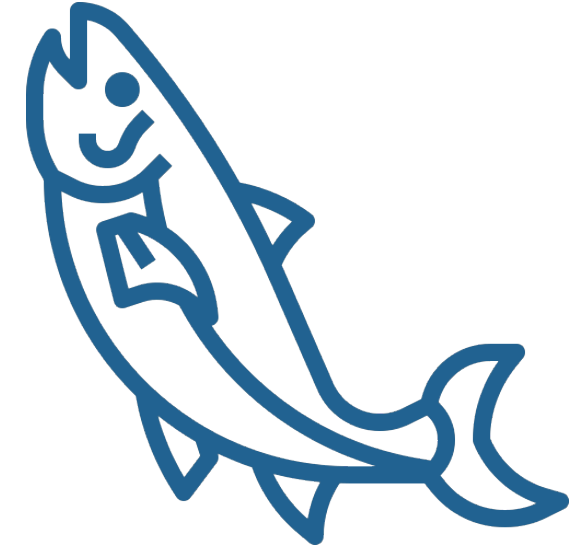
Dijital kampanya çerçevesinde, balıkçılık sektörünün önde gelen yayınlarından Suisan Keizai'de de Türk somonuna geniş bir şekilde yer verildi. Yazılı ve görsel tanıtımlarda, Türk somonunun Karadeniz'in zirvelerindeki nehirlerden soğuk sularına uzanan yetiştirilme serüveni detaylandırılırken; ürünün canlı rengi, ideal yağ

Son iki yıl içinde Japonya'ya gerçekleştirilen Türk somonu ihracatı dört kat artışla 28,5 milyon dolara ulaştı.

oranı ve Japon mutfak kültürünün aradığı doku yapısı gibi özellikleri vurgulandı.

Aylık 240 milyon sayfa görüntülenmesine sahip olan ve Japon karar vericilerin ana takip noktası kabul edilen Nikkei Online ile Suisan Keizai'deki bu tanıtım çalışmaları bir ay boyunca yayında kalacak. DKİB bu dev projeye, Türk somonunu Japonya'da sadece bir gıda ürünü olmaktan çıkararak yüksek nitelikli, premium ve kalıcı bir küresel marka haline getirmeyi hedefliyor.

Türk Somonu Japonca tanıtım filmi link üzerinden izleyebilirsiniz. <https://www.youtube.com/watch?v=39D5e9llnWc>



## DENİB Hometex 2026'ya 106 Stantla Güçlü Bir Katılım Yaptı

19 Mayıs'ta İstanbul Fuar Merkezi'nde kapılarını açan Hometex 2026 Fuarı'na, Denizli İhracatçıları Birliği (DENİB) üyesi firmalar toplam 106 stantla güçlü bir çıkarma yaptı. Denizli ve Uşaklı firmaların yoğun katılım gösterdiği organizasyonda DENİB, "Turkish Towels" markası adına açtığı stant ile ev tekstili sektörünün küresel arenadaki görünürlüğünü artırıyor. Fuarın ilk gününde alanı ziyaret eden Ticaret Bakanı Ömer Bolat, Denizli'nin üretim gücü ve markalaşma vizyonunun Türkiye için taşıdığı kritik önemi vurgularken, DENİB Başkanı Osman Uğurlu da bu dev katılımın sektörün dinamizmini ve rekabet gücünü kanıtlandığını belirtti.

Türkiye'nin ev tekstili ihracatında tartışmasız lideri olan Denizli; ülke genelindeki havlu ihracatının yüzde 76'sını, bornozun yüzde 67'sini ve nevrimsinin yüzde 60'ını tek başına karşılıyor. Türkiye'nin ortalama ihracat birim değeri 1,60 dolar seviyesindeyken, Denizli'nin katma değerli üretimi sayesinde bu rakam havluda 9,85, bornozda ise 15,65 dolarlara kadar ulaşarak kalitesini ortaya koyuyor. Özellikle yıllık 2 milyar dolarlık hacme sahip ABD havlu pazarında Türkiye'nin ulaştığı pazar payının yüzde 94'ünü tek başına sırtlayan Denizli, küresel tedarik zincirindeki stratejik rolünü her geçen gün güçlendiriyor. DENİB

Türkiye'nin ortalama ihracat birim değeri 1,60 dolar seviyesindeyken, Denizli'nin katma değerli üretimi sayesinde bu rakam havluda 9,85, bornozda ise 15,65 dolarlara kadar ulaşarak kalitesini ortaya koyuyor.

bu doğrultuda hayata geçirdiği "Turkish Towels" izlenebilirlik projesiyle, pamuktan nihai ürüne kadar tüm süreci standartlaştırarak Türk havlusunun dünyadaki marka bilinirliğini ve kalitesini zirveye taşımayı amaçlıyor.



### Seyahat Sanatı Sergi

**Mekân:**  
Meşher

**Saat:**  
10:00-19:00

## Yarım Asırlık Keşif Yolculuğu

Koç Topluluğu'nun 100. yılı kapsamında hazırlanan "Seyahat Sanatı: Sadberk Hanım Müzesi ve Ömer Koç Koleksiyonlarından" sergisi, 15. yüzyılın sonundan 20. yüzyılın ilk çeyreğine uzanan geniş zaman diliminde Osmanlı topraklarına yapılan yolculukların izini süren 300'ü aşkın nadir eseri bir araya getiriyor. Tablolar, seyahatnameler, haritalar ve objeler eşliğinde tarihsel bir anlatı sunan seçki; merak, inanç, diplomasi, ticaret ve turizm gibi temalar etrafında şekilleniyor. Seyahat Sanatı sergisi, 23 Mayıs 2027 tarihine kadar Meşher'de gezilebilir.



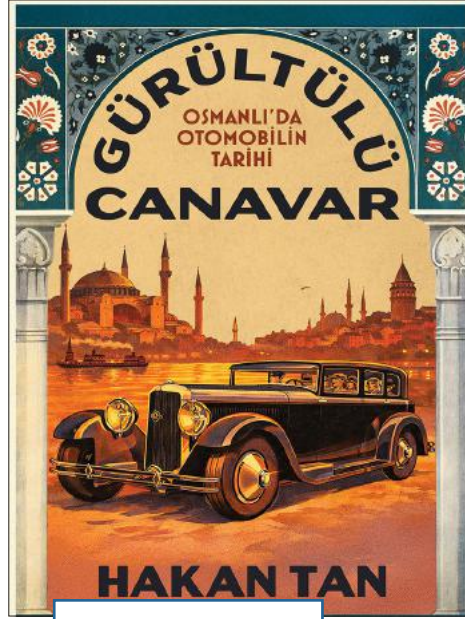
### Büyük Doğa Modeli Türkiye-Flora Sergi

**Mekân:**  
Türkiye İş Bankası Resim Heykel Müzesi

**Saat:**  
10:00-19:00

## Dijital Sanat Doğayla Buluştu

Dijital sanatın öncü isimlerinden Refik Anadol'un imzasını taşıyan "Büyük Doğa Modeli Türkiye-Flora", Türkiye İş Bankası Resim Heykel Müzesi'nde sergileniyor. Sergi, ülkemizin 33 milli parkından toplanan verileri yapay zekâyla harmanlıyor. Türkiye'nin endemik türlerinin kırılgan güzelliğine odaklanan bu 10 dakikalık etkileyici veri heykeli, izleyicilere doğanın görsel temsillerini benzersiz bir dijital ansiklopediyle sunuyor. Müzenin kalıcı koleksiyonuna dâhil edilen bu sergi, müze binasında süresiz olarak ziyaret edilebilir.



### Gürültülü Canavar Hakan Tan

**Sayfa Sayısı:**  
208

**İlk Baskı Yılı:**  
2026

**Yayınevi:**  
Kronik Kitap

## Osmanlı'da Otomobilin Tarihi

Hakan Tan'ın kaleme aldığı Gürültülü Canavar, 19. yüzyılın sonlarında Osmanlı sokaklarında beliren ilk otomobillerin sarıca hikâyesini anlatıyor. Başlangıçta korku ve büyük bir şaşkınlıkla karşılanan bu duman püskürten tuhaf makineler, sadece dar sokakları değil, toplumsal alışkanlıkları ve şehir düzenini de kökünden değiştirdi. Zengin arşiv belgelerinden beslenen yazar, saraydaki ilk denemelerden İstanbul sokaklarındaki kazalara uzanan detayları ustalıkla sunuyor. Eser, tek bir makinenin izinden giderek Osmanlı İmparatorluğu'nun modern dünyayla kurduğu karmaşık ilişkiye ışık tutan bir zaman yolculuğu vad ediyor.



### Yerel Yönetimlerin Mali Yapısı Ülkü Arıkoğlu

**Sayfa Sayısı:**  
201

**İlk Baskı Yılı:**  
2026

**Yayınevi:**  
Orion Yayınevi

## Mali Sistemin Karmaşık Detayları

Kamusal hizmetler ve gelir kaynakları, yönetim kademeleri arasında nasıl bölüştürülmelidir? Merkezi ve yerel yönetimler arasındaki sınırlar Türkiye'de nasıl çizilmiştir? Bu sorulara cevap arayan kitap, yerel yönetimlerin mali özerkliğini, gelir kaynaklarını ve büyükşehir belediyelerinin finansman sistemini tüm detaylarıyla inceliyor. Teorik yaklaşımları yasal düzenlemeler ve rakamsal verilerle harmanlayan kitap, ülkemizdeki tarihsel değişimi bilimsel bir mercekten okuyucuya sunuyor. Kamu maliyesi alanına ilgi duyanlar için temel bir kaynak olan çalışmada, mali sistemin karmaşık dinamiklerine aydınlatıcı ve net cevaplar arıyor.



### Morricone Sinemanın Sesi Konser

**Mekân:**  
AKM - Türk Telekom Opera Salonu

## Efsane Notalar AKM'de Yankılanıyor

Sinema tarihinin en unutulmaz eserlerine hayat veren efsanevi besteci Ennio Morricone, özel bir konserle anılıyor. "Morricone: Sinemanın Sesi" başlıklı etkinlikte, şef Dirk Brossé yönetimindeki Borusan İstanbul Filarmoni Orkestrası sahne alacak. Koro İstanbul'un eşlik edeceği gecede; İyi, Kötü ve Çirkin'den Misyona kadar ikonik film müzikleri yankılanacak. İzleyicileri notalarla yazılmış bir sinema yolculuğuna çıkaracak bu eşsiz müzik şöleni, 16 Haziran Salı günü Atatürk Kültür Merkezi Türk Telekom Opera Salonu'nda gerçekleşecek.



### Chris Isaak Konser

**Mekân:**  
Harbiye Cemil Topuzlu Açıkhava Tiyatrosu

## Rock'n Roll'un Büyülü Sesi Harbiye'de

Rock'n roll dünyasının efsane ismi, Grammy aday şarkıcı ve aktör Chris Isaak, Epifoni 10. yıl konserleri serisi kapsamında İstanbul'da hayranlarıyla buluşuyor. "Wicked Game" ve "Blue Hotel" gibi kült şarkılarıyla milyonların kalbini fetheden sanatçı, karizmatik sahne duruşuyla unutulmaz bir performansla imza atmaya hazırlanıyor. Amerikalı ikon, kariyerinin en hit parçalarını açık hava atmosferinde seslendirecek. Rock'n roll romantizminin doruğa çıkacağı konser, 20 Haziran'da Harbiye Cemil Topuzlu Açıkhava Tiyatrosu'nda gerçekleşecek.

## İhracat Rakamları (ÖTS)



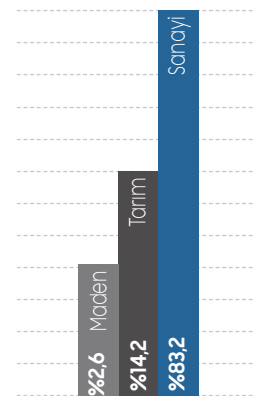
## En Fazla İhracat Yapılan 10 Ülke

2026 yılı Mayıs ayında en fazla ihracat yapılan ülke 1,5 milyar dolarla Almanya oldu. Almanya'yı, 1,2 milyar dolarla ABD ve 1 milyar dolarla İtalya izledi.

## Alt Üretim Gruplarının 2026 Yılı Mayıs Ayında İhracattan Aldığı Pay



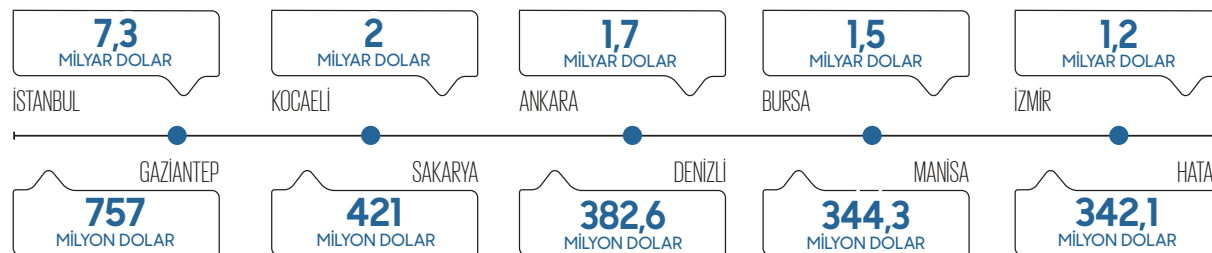
## Ana Üretim Gruplarının 2026 Yılı Mayıs Ayında İhracattan Aldığı Pay



## 2026 Yılı Mayıs Ayında İl Bazında En Dikkat Çeken İhracat Artışı



## İllere Göre 2026 Yılı Mayıs Ayı İhracat Dağılımı



## Sektörel Bazda İhracat Rakamları -1,000 \$

SEKTÖRLER	1 - 31 MAYIS				1 OCAK - 31 MAYIS			
	2025	2026	Değişim ('26/'25)	Pay(26) (%)	2025	2026	Değişim ('26/'25)	Pay(26) (%)
<b>I. TARIM</b>	3.099.840	2.757.911	-11,0	14,2	14.939.274	14.865.091	-0,5	15,3
<b>A. BİTKİSEL ÜRÜNLER</b>	<b>2.042.724</b>	<b>1.872.610</b>	<b>-8,3</b>	<b>9,6</b>	<b>10.223.108</b>	<b>10.238.942</b>	<b>0,2</b>	<b>10,5</b>
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	1.055.855	911.386	-13,7	4,7	5.207.050	4.842.560	-7,0	5,0
Yaş Meyve ve Sebze	282.675	322.594	14,1	1,7	1.488.277	1.956.337	31,4	2,0
Meyve Sebze Mamulleri	219.783	191.052	-13,1	1,0	1.050.039	980.753	-6,6	1,0
Kuru Meyve ve Mamulleri	140.798	99.086	-29,6	0,5	742.539	637.804	-14,1	0,7
Fındık ve Mamulleri	183.702	212.659	15,8	1,1	1.030.639	1.199.057	16,3	1,2
Zeytin ve Zeytinyağı	46.382	30.681	-33,9	0,2	228.114	156.899	-31,2	0,2
Tütün	99.877	92.340	-7,5	0,5	391.642	381.564	-2,6	0,4
Süs Bitkileri ve Mamulleri	13.651	12.811	-6,2	0,1	84.808	83.967	-1,0	0,1
<b>B. HAYVANSAL ÜRÜNLER</b>	<b>335.126</b>	<b>292.725</b>	<b>-12,7</b>	<b>1,5</b>	<b>1.487.615</b>	<b>1.572.761</b>	<b>5,7</b>	<b>1,6</b>
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	335.126	292.725	-12,7	1,5	1.487.615	1.572.761	5,7	1,6
<b>C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ</b>	<b>721.991</b>	<b>592.576</b>	<b>-17,9</b>	<b>3,0</b>	<b>3.228.552</b>	<b>3.053.387</b>	<b>-5,4</b>	<b>3,1</b>
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	721.991	592.576	-17,9	3,0	3.228.552	3.053.387	-5,4	3,1
<b>II. SANAYİ</b>	<b>17.895.367</b>	<b>16.183.554</b>	<b>-9,6</b>	<b>83,2</b>	<b>78.818.908</b>	<b>79.724.503</b>	<b>1,1</b>	<b>81,9</b>
<b>A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER</b>	<b>1.210.147</b>	<b>1.027.055</b>	<b>-15,1</b>	<b>5,3</b>	<b>5.790.884</b>	<b>5.495.769</b>	<b>-5,1</b>	<b>5,6</b>
Tekstil ve Hammaddeleri	852.173	741.192	-13,0	3,8	4.040.992	3.868.822	-4,3	4,0
Deri ve Deri Mamulleri	124.003	104.159	-16,0	0,5	625.767	573.709	-8,3	0,6
Halı	233.971	181.704	-22,3	0,9	1.124.125	1.053.238	-6,3	1,1
<b>B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.</b>	<b>2.786.899</b>	<b>2.978.793</b>	<b>6,9</b>	<b>15,3</b>	<b>13.159.274</b>	<b>13.850.291</b>	<b>5,3</b>	<b>14,2</b>
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	2.786.899	2.978.793	6,9	15,3	13.159.274	13.850.291	5,3	14,2
<b>C. SANAYİ MAMULLERİ</b>	<b>13.898.321</b>	<b>12.177.707</b>	<b>-12,4</b>	<b>62,6</b>	<b>59.868.750</b>	<b>60.378.442</b>	<b>0,9</b>	<b>62,0</b>
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1.514.398	1.288.586	-14,9	6,6	6.916.966	6.609.174	-4,4	6,8
Otomotiv Endüstrisi	3.942.322	3.263.982	-17,2	16,8	16.571.249	17.009.007	2,6	17,5
Gemi, Yat ve Hizmetleri	367.052	349.626	-4,7	1,8	824.389	1.281.885	55,5	1,3
Elektrik ve Elektronik	1.672.887	1.483.082	-11,3	7,6	7.045.523	7.472.325	6,1	7,7
Makine ve Aksamları	1.006.630	838.411	-16,7	4,3	4.373.145	4.441.619	1,6	4,6
Demir ve Demir Dışı Metaller	1.234.409	1.177.464	-4,6	6,1	5.480.247	5.844.750	6,7	6,0
Çelik	1.496.071	1.425.971	-4,7	7,3	6.815.335	6.647.624	-2,5	6,8
Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	413.257	362.667	-12,2	1,9	1.813.087	1.811.657	-0,1	1,9
Mücevher	853.335	444.141	-48,0	2,3	3.962.418	2.441.989	-38,4	2,5
Savunma ve Havaçılık Sanayii	740.976	992.230	33,9	5,1	2.983.388	3.863.291	29,5	4,0
İklimlendirme Sanayii	656.984	551.548	-16,0	2,8	3.083.003	2.955.120	-4,1	3,0
<b>III. MADENCİLİK</b>	<b>531.051</b>	<b>501.873</b>	<b>-5,5</b>	<b>2,6</b>	<b>2.372.746</b>	<b>2.742.265</b>	<b>15,6</b>	<b>2,8</b>
<b>Madencilik Ürünleri</b>	<b>531.051</b>	<b>501.873</b>	<b>-5,5</b>	<b>2,6</b>	<b>2.372.746</b>	<b>2.742.265</b>	<b>15,6</b>	<b>2,8</b>
TOPLAM (TİM*)	21.526.258	19.443.338	-9,7	100,0	96.130.929	97.331.859	1,2	100,0
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat ile Antrepo ve Serbest Bölgeler Farkı	3.289.452	3.060.693	-7,0	13,6	14.757.732	13.837.348	-6,2	12,4
<b>GENEL İHRACAT TOPLAMI</b>	<b>24.815.710</b>	<b>22.504.031</b>	<b>-9,3</b>	<b>100,0</b>	<b>110.888.661</b>	<b>111.169.207</b>	<b>0,3</b>	<b>100,0</b>

<p><b>Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği</b> 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</p>	<p><b>Hizmet İhracatçı Birliği Genel Sekreterliği</b> Dış Ticaret Kompleksi Yenibosna Merkez Mah. Sanayi Cad. No: 3 A Blok Bahçelievler / İSTANBUL Tel: 0 212 454 01 00 Faks: 0 212 454 01 01 E-Posta: info@hib.org.tr Web Adresi: www.hib.org.tr Genel Sekreter: Fatih Özer Genel Sekreter Yrd.: Abdullah Keskin Genel Sekreter Yrd.: Üzeyir Işık</p>
<p><b>Batı Akdeniz İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği</b> Aspendos Bulvarı No: 221 07200/Antalya Tel: 0 242 311 80 00 Faks: 0 242 311 79 00 E-Posta: baib@baib.gov.tr Web Adresi: www.baib.gov.tr Genel Sekreter: Ümit Sezer</p>	<p><b>İstanbul İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği</b> Dış Ticaret Kompleksi Yenibosna Merkez Mah. Sanayi Cad. No: 3 C Blok, Bahçelievler / İSTANBUL Tel: 0 212 454 05 00 Faks: 0 212 454 05 01-02 E-Posta: iib@iib.org.tr Web Adresi: www.iib.org.tr Genel Sekreter: Doğuş Tozanlı Genel Sekreter Yrd.: İsmail Bozdemir Genel Sekreter Yrd.: Kutay Oktay Genel Sekreter Yrd.: Volkan Kekevi</p>
<p><b>Denizli İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği</b> Akhan Mah. 246 Sok. No: 8 Pamukkale/Denizli Tel: 0 258 274 66 88 Faks: 0 258 274 72 22 - 62 E-Posta: denib@denib.org.tr Web Adresi: www.denib.org.tr Genel Sekreter: Uğur Dayıoğlu Genel Sekreter Yrd.: Yusuf Fidangenç</p>	<p><b>İstanbul Maden ve Metal İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği</b> Dış Ticaret Kompleksi Yenibosna Merkez Mah. Sanayi Cad. No: 3 A Blok Bahçelievler / İSTANBUL Tel: 0 212 454 00 00 Faks: 0 212 454 00 01 E-Posta: immib@immib.org.tr Web Adresi: www.immib.org.tr Genel Sekreter: Armağan Vurdu Genel Sekreter Yrd.: Coşkun Kıriloğlu Genel Sekreter Yrd.: Muharrem Kayılı Genel Sekreter Yrd.: Aydın Yılmaz</p>
<p><b>Doğu Anadolu İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği</b> Cumhuriyet Cad. Eren İş Mrk. No: 86 K: 4-5 Erzurum Tel: 0 442 214 11 85 Faks: 0 442 214 11 89-91 E-Posta: daibarge@daib.org.tr Web Adresi: www.daib.org.tr Genel Sekreter: Murat Karapınar</p>	<p><b>İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği</b> Dış Ticaret Kompleksi Yenibosna Merkez Mah. Sanayi Cad. No: 3 B Blok Bahçelievler / İSTANBUL Tel: 0 212 454 02 00 Faks: 0 212 454 02 01 E-Posta: info@itkib.org.tr Web Adresi: www.itkib.org.tr Genel Sekreter: Mustafa Bektaş Genel Sekreter Yrd.: Özlem Güneş Genel Sekreter Yrd.: Fatih Zengin Genel Sekreter Yrd.: Çağrı Öztürk</p>
<p><b>Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği</b> Pazarca Mah. Sahil Cad. No: 95 Trabzon Tel: 0 462 326 16 01 Faks: 0 462 326 94 01-02 E-Posta: dkib@dkib.org.tr Web Adresi: www.dkib.org.tr Genel Sekreter: İdris Çevik</p>	<p><b>Karadeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği</b> Atatürk Bulvarı No:19/E 28200 Giresun Tel: 0 454 216 24 26 Faks: 0 454 216 48 42 E-Posta: kib@kib.org.tr Web Adresi: www.kib.org.tr Genel Sekreter: Sertaç Şevket Toramanoğlu</p>
<p><b>Ege İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği</b> Atatürk Cad. No:382 Alsancak/İzmir Tel: 0 232 488 60 00 Faks: 0 232 488 61 00 E-Posta: eib@egebirlik.org.tr Web Adresi: www.egebirlik.org.tr Genel Sekreter: İ. Cumhur İşbirakmaz Genel Sekreter Yrd.: Kemal Coşkun Genel Sekreter Yrd.: Çiğdem Önsal Genel Sekreter Yrd.: Serap Ünal</p>	<p><b>Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği</b> Ceyhan Atuf Kansu Cad. No: 120 Balgat/Ankara Tel: 0 312 447 27 40 (5 Hat) Faks: 0 312 446 96 05 E-Posta: oaibwebmaster@oaib.org.tr Web Adresi: www.oaib.org.tr Genel Sekreter: Musa Demir Genel Sekreter Yrd.: Esra Arpınar Genel Sekreter Yrd.: Fatih Yumuş</p>
<p><b>Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği</b> Gazimuhtarpaşa Bulvarı Mücahitler Mah. 52012 No'lu Sk. No: 6 27090 Şehitkamil/Gaziantep Tel: 0 342 211 05 00 Faks: 0 342 221 05 09-10 E-Posta: gaibevrak@gaib.org.tr Web Adresi: www.gaib.org.tr Genel Sekreter: Bülent Kayalı Genel Sekreter Yrd.: Ahmet Şahbudak Genel Sekreter Yrd.: Aydın Kutlu Genel Sekreter Yrd.: Serdar Hasan Aydoğan</p>	<p><b>Uludağ İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği</b> Organize Sanayi Bölgesi 2. Gelişim Sahası Kahverengi Cad. No: 11 16140 Nilüfer/Bursa Tel: 0 224 219 10 00 Faks: 0 224 219 10 10 E-Posta: uludag@uib.org.tr Web Adresi: www.uib.org.tr Genel Sekreter: Mümin Karacakayalılar Genel Sekreter Yrd.: Ayşe Mehtap Ekinci Genel Sekreter Yrd.: Birgül Polat</p>

Genel Sekreter Yiğit Tufan Eser  
Genel Sekreter Yrd. Mustafa Seçilmiş Genel Sekreter Yrd. Funda Özgüleç Yüceer

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



# MOTORA KASKONOMİQ 2.900 TL

BAŞLANGIÇ FİYATIYLA



HER YAŞA  
HER ARACA

ARAÇ BEDELİNİN  
%75'E KADARI BİZDE  
GENİŞ TEMİNAT

Düşük primli, büyük avantajlı kasko çözümü

Çarpma, çarpışma, yangın, sel, su baskını, hırsızlık, deprem,  
terör ve asistans teminatlarıyla.



İSTEYENE İMM

SERVİS SEÇİMİ  
ARAÇ YAŞI SINIRSIZ

KAZA  
HALİNDE ÇEKİCİ  
KURTARICI

HEMEN İNCELE, ANINDA AL >>>



KAREKODU TELEFONUNUZUN KAMERASI İLE OKUTARAK  
UYGULAMAYI İNDİREBİLİRSİNİZ.

Q BLOG Q MAG Q SÖZLÜK

f @ X v in

QUICK  
SİGORTA

# MARKAYI BAŞARIYA GÖTÜREN YOL...

adres patent  
"Katma Değerli Hizmet Merkezi"



adres patent  
"Katma Değerli Hizmet Merkezi"

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

25 YIL  
Sige çok yakınız?

MERKEZ  
Levent Cd. Krizantem Sk. No: 33 Levent / Beşiktaş / İSTANBUL

İSTANBUL LEVENT

0(212) 347 89 89

info@adrespatent.com

İKTİLLİ TEKNOLOJİ

0(212) 549 43 70

ikitelili@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



filiz  
zakari

@adrespatent