

HATAY'A YENİ SANAYİ SİTESİ

100 fabrikanın faaliyet göstereceği Antakya Mobilyacılar İhtisas Sanayi Sitesi'nin yapımında sona gelindi.

DORUKLAR ÖRME'DEN 70 ÜLKEYE İHRACAT HEDEFİ

Kahramanmaraş'ın önde gelen tekstil firmalarından Doruklar Örne yeni yatırımlarla üretim kapasitesini ikiye katladı.

HEDEF PAZAR ROMANYA

17 bini aşkın Türk şirketinin AB'ye kotasız ihracat şansı yakaladığı Romanya'da demir çelik, tekstil, hazır giyim ve mobilya sektörlerinde yüksek ihracat potansiyeli bulunuyor.

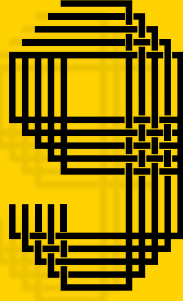
GÜRKAN TEKİN

AHKİB Yönetim Kurulu Başkanı

'TÜRKİYE SEKTÖRÜN YILDIZI OLACAK'

Yeni normalde Türkiye'nin en önemli tedarik merkezlerinden biri olma fırsatını yakaladığını vurgulayan AHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Gürkan Tekin, "Rekabet gücümüzü sürdürülebilir kılmak için tasarıma, markalaşmaya ve üretimde yapay zekâ uygulamalarına yoğunlaşmalıyız." dedi.

ATHİB
DO-KU-MA
KU-MAŞ
TA-SA-RİM
YA-RIŞ-MA-SI



bize katılın!

yaratıcı, özgün fikirlerinizle bize katılın;
tasarımdan üretime bir deneyim yaşarken
birçok ödül kazanın.

SON BAŞVURU

**01 EYLÜL
2020**

Yarışmaya başvurmak için
www.dokumayarismasi.org sitesinde yer alan
yarışma şartnamesini okuduktan sonra
online başvuru formunu doldurunuz.

BİRİNCİYE 25.000 TL
İKİNCİYE 20.000 TL
ÜÇÜNCÜYE 15.000 TL

■ yurt dışı eğitim ödülü

İlk 3 dereceye giren finalist arasından bir kişiye, 2008/2 sayılı "Tasarım Desteği Hakkında Tebliğ" çerçevesinde, Ticaret Bakanlığı tarafından yapılacak olan değerlendirme sonrasında Bakanlık tarafından uygun görülmesi halinde 2 yıl süre ile yurt dışında eğitim imkânı verilecektir.

■ yabancı dil eğitim bursu

1. olan finaliste, 2008/2 sayılı "Tasarım Desteği Hakkında Tebliğ" çerçevesinde Ticaret Bakanlığı tarafından desteklenen yurt dışı eğitim bursu hakkını değerlendirebilmesi amacıyla yönelik olarak süresi ve içeriği ATHİB Yönetim Kurulu Kararı ile belirlenecek olan "Yabancı Dil Eğitim Bursu" verilecektir.

10 FİNALİSTE

■ ATHİB - LC WAIKIKI Kurumsal Akademi Eğitim Programı

ATHİB - LC WAIKIKI Kurumsal Akademi işbirliğiyle;
10 finalist, elyaf ve malzeme bilgisi, sezon eğilimleri, tema oluşturma, dokuma kumaş tasarımı, koleksiyon oluşturma, ürün geliştirme süreçleri ve kişisel gelişim içerikli eğitim programı ile desteklenecektir.

■ endüstriyel üretim sürecinde staj imkanı

10 finaliste, sponsor firmalarındaki endüstriyel üretim sürecinde staj yapma imkanı sağlanacaktır.

■ Premiere Vision Paris

10 finaliste, Premiere Vision Paris'te ATHİB standında tasarımlarını sergileme imkanı verilecektir.

■ masaüstü armürlü dokuma tezgahı ödülü

■ öğretim üyesi yurt dışı fuar ziyareti

10 finalistın, eğitim gördüğü üniversitenin ilgili bölümünden bir öğretim üyesi davet edilerek, öğretim üyesinin Uluslararası Premiere Vision Paris'e katılımı desteklenecektir.



dokumayarismasi.org



[/athibdokumayarismasi](https://www.facebook.com/athibdokumayarismasi)



[/athibdokumakumas](https://www.instagram.com/athibdokumakumas)



[/dokumayarismasi](https://twitter.com/dokumayarismasi)



[/athibdokuma](https://www.pinterest.com/athibdokuma)

Önce Türkiye Önce İhracat



HURİYE YAMANYILMAZ

AKİB Koordinatör Başkanı

Pandeminin etkilerinin en ağır hissedildiği dönem olan nisan ve mayıs aylarında azalan ihracatımızı, Akdeniz İhracatçı Birlikleri olarak yeni normalin başlangıcı sayılan haziran ayında, mayısa göre yüzde 37 artırarak 893,4 milyon dolara çıkardık. Ülke genelinde ihracatımız ise mayıs ayına göre yüzde 35 artarak 13 milyar 469 milyon dolara yükseldi. Böylelikle ülkemizin ihracat performansının 2 puan üzerinde bir artışa imza atmış olduk. TİM Başkanımız İsmail Güllü'nün de belirttiği üzere salgın döneminde de ihracat ailesi olarak "Önce Türkiye, Önce İhracat" diyerek üreten Türkiye'nin dinamosu olmaya devam ettik.

Haziran ayında bir önceki yılın aynı dönemine göre AKİB çatısı altındaki birliklerimizden Hazır Gıyım ve Konfeksiyon yüzde 177, Hububat, Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri yüzde 84, Mobilya Kağıt ve Orman Ürünleri yüzde 37, Tekstil ve Hammaddeleri yüzde 30, Yaş Meyve Sebze yüzde 29, Demir ve Demir Dışı Metaller yüzde 19 oranında ihracat artışı yakaladı. Kimyevi Maddeler ve Mamulleri

dar birçok etkinliğin gerçekleşmesine destek veriyor, üyelerimizin bu etkinliklere katılmasını sağlıyoruz. Bu dönemde dijital ticaret ve ihracattan, dış ticaret ve bilgilendirmeye kadar değişik konularda 10'a yakın webinar düzenledik. Sektörlere yönelik dünya pazarlarının durumunu ve güncel gelişmeleri rapor haline getirip tehdit ve fırsatlar konusunda üyelerimizi sürekli bilgilendiriyoruz. 2020 yılını kayıpsız kapatmak, hatta geçen yıl gerçekleştirdiğimiz ihracat rakamlarının üzerine çıkmak için yoğun bir tempoda çalışıyoruz.

Haziran ayında en çok ihracatı Irak, Rusya, Almanya, Belçika ve Ukrayna'ya gerçekleştirerek 2020'nin ilk yarısında 5 milyar 310 milyon dolarlık ihracat rakamına ulaştık. Bu dönemde AKİB ailesine 284 yeni firma katıldı. Toplam ihracatçı sayımız 17 bini aştı. Başarılarımızı sürdürülebilir kılmanın yolunun, KOBİ'lerimizi daha fazla ihracata yönlendirmeye ve kadın ihracatçı sayımızı artırmaya bağlı olduğuna inanıyorum. İhracatımızın artması için Eximbank, kamu bankaları ve özel bankaların vermiş olduğu desteklerin olumlu yansımalarını görüyoruz. Bu bağlamda Türkiye İş Bankası ile TİM arasında imzalanan protokolün ihracatçılara düşük faizli kredi imkânları sunmasının yanında kadın ihracatçılara yönelik pozitif ayrımcılık uygulamasının büyük önem arz ettiğini özellikle belirtmek isterim.

Temmuz ayı bizim için derin bir kederi ve büyük bir gururu birlikte yaşadığımız bir ay. Ülkemizin geleceğine kast eden hainlere karşı milletimizin direnişi ve zaferinin günü olan 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü'nde haklı bir gurur yaşarken demokrasi ve vatan uğruna canını veren kahraman şehitlerimizi rahmetle, gazilerimizi minnet ve şükranla anıyoruz. Cumhuriyetimizin en temel yapı taşı demokrasidir. Unutulmamalıdır ki demokratik bir hukuk devleti çatısı altında bir arada yaşamak milletimizin geleceğinin en önemli garantisidir.

2020 YILINDA, GEÇEN YILIN İHRACAT RAKAMLARININ ÜZERİNDE BİR İHRACAT GERÇEKLEŞTİRMEK İÇİN YOĞUN TEMPODA ÇALIŞIYORUZ.

ile Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birlikleri'mizin ihracatlarında ise dünya piyasalarındaki emtia fiyatlarından ve ihracat pazarlarındaki negatif etkilerden dolayı bir miktar düşüş oldu.

Tüm Türkiye'de olduğu gibi bizler de pandemi kaynaklı kayıplarımızı hızlıca telafi etmenin çabası içindeyiz. Ticaret Bakanlığı'mız ve TİM'in öncülüğünde sanal ticaret heyetlerinden sanal fuarlara ka-

AKİB aktüel

SAHİBİ

Akdeniz İhracatçı Birlikleri adına
Huriye Yamanyılmaz

YAYIN KURULU

Fatih Doğan, Fuat Tosyalı,
Gürkan Tekin, Hüseyin Arslan,
Nejdat Sin, R. Onur Kılıçer,
Saadetin Çağan

SORUMLU

YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ
Mehmet Ali Erkan

YÖNETİM YERİ

AKİB Limonluk Mah. 36. Cad.
No:4 33120 Yenişehir / MERSİN
Tel: (0324) 325 37 37
Faks: (0324) 325 41 42
Web: www.akib.org.tr
e-posta: akib@akib.org.tr

YAPIM

NAR PR

Medya İletişim Danışmanlık

NAR PR Medya İletişim
Danışmanlık Ltd. Şti.

YAYIN DİREKTÖRÜ

Recep Şenyurt
senyurt@narprmedya.com

EDİTÖR

Nadide Akın
narpr@narprmedya.com

İLETİŞİM

Kurtuluş Mah. Ziyapaşa Blv.
Hürriyet Apt. B Blok Kat:1 D:2
Seyhan/ADANA
Tel : (0322) 606 54 59-79
e-posta: narpr@narprmedya.com

BASKI - CİLT

Plusone Basım
Maltepe Mah. Litros Yolu Cad.
2. Matbaacılar Sitesi No:1 BF1
Zeytinburnu / İSTANBUL

DAĞITIM

Aras Kurye

• AKİB Aktüel Dergisi AKİB adına NAR PR MEDYA İletişim Danışmanlık Ltd. Şti. tarafından yayına hazırlanmaktadır.

• AKİB Aktüel, Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği tarafından ayda bir yayımlanır ve ücretsiz dağıtılır.

• AKİB Aktüel'de yer alan imzalı yazılar, yazarların kişisel görüşleridir. Akdeniz İhracatçı Birlikleri'ni bağlamaz.

• AKİB Aktüel'de yer alan yazılar ve fotoğrafların her türlü telif hakkı Akdeniz İhracatçı Birlikleri'ne aittir. İzin alınmadan, kaynak gösterilerek dahi iktibas edilemez.

HAZİRAN İHRACATI YÜZDE 15,8 ARTIŞ İLE 13,4 MİLYAR DOLAR OLDU

6 > Haber



16 > Haber

AKKUYU NGS'DE İKİNCİ BÜYÜK ADIM ATILDI

17 > Haber

YENİ MOBİLYA SİTESİYLE HATAY'IN İHRACAT HEDEFİ 500 MİLYON DOLAR



20 > Haber

KADIN GİRİŞİMCİ VE İHRACATÇILAR İÇİN 'NETWORK PLATFORMU'

21 > Haber

ŞİŞECAM'DAN VİRÜS VE BAKTERİLERE KARŞI YENİ TEKNOLOJİ

22 > Aktüel

MOZAIKLER ŞEHİRİ HATAY

29 > Haber

TOPRAKSIZ TARIM VE KÜLTÜR BALIKÇILIĞI HAMLESİ

30 > Araştırma

ADANA'DAN EN ÇOK İHRACAT AVRUPA'YA



33 > Haber

TİM VE İŞBANKASI'NDAN İHRACATÇILAR İÇİN İŞ BİRLİĞİ

35 > Haber

TELE, PLASTİĞE VE KAĞIDA DİZİLİ TÜRK ÇİVİSİ İHRACATTA FARK YARATTI



38 > Araştırma

TÜRKLERİN İHRACAT ÜSSÜ ROMANYA



42 > Rapor

AKİB'DEN KÜRESEL SÜT ÜRÜNLERİ TİCARETİNE BÜYÜTEÇ



Akdeniz İhracatçı Birlikleri'nin son 12 aylık ihracatı 12 milyar dolara ulaştı.

Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği'miz yüzde 30 artışla 68,3 milyon dolar, Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'miz yüzde 177 artışla 51,7 milyon dolar, Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği'miz yüzde 8 azalışla 20,4 milyon dolar dış satım gerçekleştirdi." diye konuştu.

En fazla artış Almanya, Belçika ve Ukrayna'da

AKİB'in ihracat ailesine haziran ayında 284 yeni firmanın katıldığını ve toplam üye sayısının 17 bin 15'e ulaştığını kaydeden Yamanyılmaz, yılın 6'ncı ayında Birliğin ihracatını ülkelere göre değerlendirirken şöyle konuştu: "Haziranda en çok ihracat yaptığımız ülkeler Irak, Rusya ve Almanya oldu. En fazla artışı Almanya, Belçika ve Ukrayna pazarlarında elde ettik. Bu dönemde ana pazarlarımızı oluşturan Irak'a yüzde 34 artışla 83,6 milyon dolarlık, Rusya'ya yüzde 61 artışla 60,2 milyon dolarlık ve Almanya'ya yüzde 75 artışla 52,7 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdik. Almanya'nın yanı sıra ihracat performansını yükselttiğimiz diğer ülkeler yüzde 72 artış ve 18,1 milyon dolar ile Belçika ve yüzde 71 artış ve 5,5 milyon dolarlık ihracat ile Ukrayna oldu."

'2020'yi kayıpsız kapatmayı hedefliyoruz'

AKİB Koordinatör Başkanı Huriye Yamanyılmaz, "Yeni dönemin başlangıcı sayılan haziran ayında elde ettiğimiz ihracat rakamları, bölge ihracatçılarımızın Covid-19 pandemisiyle küresel ölçekte değişen iş yapma pratiklerine hızlı bir uyum sağladığını ispatlıyor. 2020 yılını kayıpsız kapatmayı, hatta geçen yıl elde ettiğimiz rakamların üzerine çıkmayı hedefliyoruz. Haziran ayında 8 sektörün 6'sında elde ettiğimiz ciddi artışlar bu hedefe ulaşabileceğimizin güçlü sinyallerini veriyor." diye konuştu.

AKİB, YENİ NORMALE REKORLARLA BAŞLADI

Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB), haziran ayında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 6 artış sağlayıp 893,4 milyon dolar ihracat gerçekleştirdi. Hazır giyim ve konfeksiyon, hububat ve bakliyat, mobilya, tekstil, yaş meyve sebze ile demir çelik sektörleri yeni normale güçlü bir başlangıç yaptı.

AKİB Koordinatör Başkanı Huriye Yamanyılmaz, "Covid-19 salgını sonrası haziran ayında başlayan yeni normal dönemde sekiz ana sektörün altısında yüzde 177'lere varan oranlarda artış sağladık. İki sektörde ise geçen yılın rakamlarının bir miktar altında kaldık. Ekonomideki ve dış ticaretteki öncü göstergeler haziran ayında yakaladığımız bu güçlü çıkışın temmuz ve ağustos aylarında da devam edeceğinin işaretlerini veriyor." dedi.

Hazır giyim ve konfeksiyon ihracatında artış zirveye çıktı

AKİB'in haziran ayında Türkiye'nin 13,4 milyar dolarlık ihracatından yüzde 7,2 pay aldığını vurgulayan Yamanyılmaz, "Haziranda en fazla ihracatı yüzde 19 artış ve 257,7 milyon dolar değer ile Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği'miz gerçekleştirdi. Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği'miz yüzde 38 düşüş olmasına rağmen 201,4 milyon dolar değer ile ikinci, Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği'miz yüzde 84 yükseliş ve 99,5 milyon dolar değer ile üçüncü sırada yer aldı. Yine bu dönemde Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği'miz yüzde 29 artışla 90,5 milyon dolar, Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği'miz yüzde 37 artışla 75,7 milyon dolar,

5,31
MİLYAR
DOLAR

AKİB'İN 2020
YILI İLK
YARISINDAKİ
İHRACATI

HAZİRAN İHRACATI YÜZDE 15,8 ARTIŞ İLE 13,4 MİLYAR DOLAR OLDU

Türkiye'nin ihracatı haziran ayında yüzde 15,8 artışla 13 milyar 469 milyon dolar oldu. Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, Türkiye olarak pandemide sağlık alanında ayrıştığımız gibi ekonomik alanda da ayrışarak güçlü çıkış sinyali verdiğimizizi düşünüyorum." dedi. TİM Başkanı İsmail Gülle ise pandemide Türkiye'nin küresel ticaretin güvenilir limanı olduğunun tescillendiğini vurgulayıp ihracatın normalin de ötesinde seyrine başladığını belirtti.

Türkiye'nin ihracatı Covid-19 salgınının etkilerinin azaldığı haziran ayında geçen yılın aynı ayına göre yüzde 15,8 artışla 13,4 milyar dolar oldu. Haziran ayında 27 sektörün 24'ü ihracatta artış sağlarken en çok ihracat gerçekleştiren ilk 5 sektör; otomotiv, kimyevi maddeler, hazır giyim ve konfeksiyon, çelik ve elektrik-elektronik olarak sıralandı.

Pekcan: Güçlü çıkış sinyali verdi

Haziran ayında ihracatta yaşanan toparlanmayı değerlendiren Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, "İhracatımızın, sanayicimizin ve işçimizin özverili çalışmalarıyla Türkiye olarak pandemide sağlık alanında ayrıştığımız gibi ekonomik alanda da ayrışarak güçlü çıkış sinyali verdiğimizizi düşünüyorum." dedi.

Gümrük Birliği Anlaşması'nın güncellenmesine ilişkin talepler olduğuna değinen Pekcan, "İş dünyası tarafından gümrük birliğinin mutlaka güncellenmesi ihtiyacı dile getiriliyor. Bu süreçte e-ticaret, hizmet sektörü, dijital ekonomi ve tarım ürünleri gibi çok gündemde olan konular oldu. Siyaseti, ticareti ve ekonomiyi ayırarak yolumuza devam etmeliyiz. Kendi içindeki süreçler neyse işlemeli." diye konuştu.

Gülle: İhracat normalin de ötesindeki seyrine başladı

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle ise koronavirüs salgını nedeniyle mart, nisan ve mayıs aylarında Türkiye'nin üretim ve ihracatının olumsuz etkilendiğini belirtip normalleşme sürecinin başladığını, haziran ayında yeni rekorlara imza atıldığını vurguladı. Gülle, "İhracat ailesi, salgın döneminde 'Önce Türkiye, Önce İhracat' diyerek üreten Türkiye'nin dinamosu olmaya devam etti. Türkiye, küresel ticaretin 'güvenilir limanı' olduğunu tescilleyerek ihracatta normalin de ötesindeki seyrine başladı." dedi.

Otomotiv, kimya, hazır giyim ve konfeksiyon lider sektörler

Haziran ayı ihracatına ilişkin detaylara değinen TİM Başkanı Gülle, şu bilgileri verdi: "Haziran

75

MİLYAR DOLAR

TÜRKİYE'NİN ŞÖN 6 AYLIK İHRACATI

ayının lideri, 2 milyar 16 milyon dolarlık ihracat ile otomotiv sektörü olurken, 1 milyar 425 milyon dolarlık ihracat ile kimyevi maddeler sektörü ikinci ve 1 milyar 358 milyon dolarlık ihracata ulaşan hazır giyim ve konfeksiyon sektörü üçüncü sırada yer aldı."

En çok ihracat gerçekleştirilen ülke Almanya

"Haziran ayında ihracatlarımız, ülkemizin bayrağını 202 ülke ve bölgede dalgalandırmayı başardı. En çok ihracat gerçekleştirilen ilk 3 ülke ise 1 milyar 293 milyon dolar ile Almanya, 1 milyar 13 milyon dolar ile Birleşik Krallık ve 792 milyon dolar ile Birleşik Devletler oldu."



86 ÜLKENİN TALEPLERİ BİR TIK UZAKTA

Ticaret Bakanlığı, 86 ülkeden derlenen verilerle talep artışı yaşanması muhtemel ürünleri Covid-19 Ticaret Önlemleri portalında tek tek listeleyp, pandemi sürecinde Türk ihracatçıların küresel pazarlarda daha etkin olabilmesi için fırsat kapılarını araladı.

Ticaret Bakanlığının <https://covid19.ticaret.gov.tr> uzantılı web sitesinde yayımlanan taleplerde bütün ülkelerde gıda, işlenmiş gıda ve çeşitli tıbbi malzemeler ortak talep olarak dikkat çekti. Türkiye'nin imalat sanayiinde güçlü olduğu çok sayıda malın da talep edildiği görüldü. Halihazırda Türkiye'nin ihracat yaptığı başta Avrupa ülkeleri olmak üzere MENA bölgesinden önemli miktarda taleplerin olduğu ortaya konuldu.

Avrupa gıda, elektrikli cihaz ve mobilya istiyor

Almanya, Avusturya, Bosna Hersek, Danimarka, Fransa, Hollanda, İngiltere, İspanya, İsviçre, İtalya, Macaristan, Norveç ve Romanya gibi Avrupa ülkelerinde; gıda ve sağlık malzemeleri yanında, mobilya, ayakkabı, etil alkol, plastik, inşaat ve ev malzemeleri, maya, un, hazır giyim ürünleri, paslanmaz çelik ürünleri, konserve ve reçeller, boya, otomotiv ve havacılık yedek parçaları talep listesinde yer aldı.

Ticaret Bakanlığı, koronavirüs salgını döneminde küresel pazarlarda öne çıkan talepleri ihracatçıların değerlendirmesine sundu.

Yakın ülkelere işlenmiş gıda ve ev bakım ürünü talebi

Türkiye'ye yakın coğrafi konumdaki ülkeler olarak nitelenebilecek Bahreyn, Birleşik Arap Emirlikleri, Gürcistan, Irak, Kuveyt, Lübnan, Mısır, Rusya, Tunus, Umman ve Ürdün gibi ülkelere de yoğun talep görüldü. Bu ülke grubunda; şekerlemeler dâhil işlenmiş gıda ve gıda ürünleri, jeneratörler, kadın ve çocuk giyimi, bilgi işlem makineleri, tütün ürünleri, süpürge, ev bakım ürünleri, soğutucular, tuvalet kağıtları, ambalajlı su, mobilya, hazır giyim, kozmetik, sabun vb. kişisel bakım ürünleri, baklagil, forklift, elleçleme-kaldırma araçları, değirmencilik ürünleri, su ısıtıcıları, su çekmeye yönelik pompalar, tarla işleme ve hasat makineleri ile hayvancılık makineleri talep bildirilen ürünler arasında sıralandı.

ABD-Kanada yoğun bakım ürünleri istiyor

İnternet sitesinde yayımlanan listede Amerika'daki ülkelere talep görebilecek çeşitli ürünlere yer verildi. Brezilya, ABD, Kanada, Küba, Meksika ve Şili gibi Amerika kıtasındaki ülkelerin tamamında yoğun olarak dezenfektan, temizlik malzemesi ve bunların üretiminde kullanılan ham maddeler talep ediliyor. Bu ülkelere; alkollü dezenfektanlar, hastane yatakları, hayvan yemi, sabun, elektrikli mutfak aletleri, gübre, ventilatörler, ev tipi dondurucular, termometre, yoğun bakım yatakları, seramik ve metal mutfak malzemeleri, temassız ödeme sistemleri, propan, oksijen gibi gazlar, tekstil ürünleri, hazır giyim, tıbbi olarak kullanılan her türlü dezenfektan ve dezenfektan üretiminde kullanılan ham maddeler, böcek öldürücü kimyasallar, gaz tüpleri, bilgi işlem cihazları, su ısıtıcılar, inşaat malzemeleri ve yoğun bakım monitörleri başta olmak üzere çok sayıda ürün talep listesinde yer aldı.

Büyük pazarlar gıda ve hijyenik ürün talep ediyor

Güney, Doğu ve Orta Asya ülkelerinde de yoğun olarak gıda, dezenfektan ve temizlik ürünleri ile kişisel bakım ürünlerinin; büyük pazarlar olan Hindistan, Çin, Japonya, Filipinler, Endonezya gibi ülkelere ise gıda, ilaç, sabun vb. kişisel temizlik ürünleri, hijyenik ürünler ve inşaat malzemelerinin talep edildiği bildirildi. Afrika ülkelerinin çoğunluğunda ise gıda, kişisel bakım, her türlü hijyenik temizlik malzemeleri ve ilaç talebi olduğu Ticaret Bakanlığı sitesinde yer aldı.





Fuat Tosyalı
ADMİB Yön. Kur. Bşk.

ADMİB 1,26 MİLYAR DOLARLIK İHRACATA ULAŞTI

Akdeniz Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği (ADMİB) Yönetim Kurulu Başkanı Fuat Tosyalı, 2020 yılının Ocak-Haziran döneminde 1,26 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdiklerini açıkladı. Yılın ilk yarısında 9,73 milyar dolarlık sektör ihracatında ADMİB'in payının yüzde 13 olduğunu kaydeden Başkan Fuat Tosyalı, son 12 aylık süreçte 2,84 milyar dolarlık dış satıma ulaştıklarını belirtti.

Başkan Tosyalı, 2020 yılının ilk yarısında tüm dünyada olduğu gibi üretimde ve ihracatta gerileme yaşayan Türk demir çelik sektörünün yeni normalde kayıpları telafi etmek için Libya'nın yaratacağı fırsatlara ve Suriye'de güvenliğin sağlanması halinde Orta Doğu pazarlarındaki gücünü artırmaya odaklanacağını ifade etti. Pandemi döneminde bazı demir çelik ürünlerine uygulanan gümrük vergilerinin üç ay süreyle geçici olarak artırılmasına ilişkin Cumhurbaşkanlığı kararının yerli üretimin sürdürülebilirliğinin korunması açısından önemli olduğunu dile getiren Tosyalı, sektörün AB ve ABD başta olmak üzere uluslararası korumacı politikalara rağmen ihracat pazarlarındaki gücünü muhafaza edecek yollar aradığını söyledi. Gümrük duvarları, kotalar ve anti dampedingler ile mücadele eden sektörün bir yandan da yeni ihracat bağlantılarına ağırlık verdiğini belirten Tosyalı, üretim kalitesi ve lojistik avantajlarıyla öne çıkan firmaların yüksek enerji

maliyetlerinin dış pazarlardaki rekabet gücünü olumsuz etkilediğini dile getirdi.

'Haziran ayında yüzde 19 artış yakaladık'

ADMİB'in haziran ayı ihracatını değerlendiren Başkan Tosyalı, geçen yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 19 artış yakalayıp 257,7 milyon dolarlık ihracata imza attıklarını duyurdu. Tosyalı, "Haziran ayında en fazla ihracat gerçekleştirdiğimiz ülkeler listesinde ilk sırada yüzde 106 artış ve 19,4 milyon dolar ile Irak yer aldı. İkinci sırada yüzde 38 artış ve 17,3 milyon dolar ile İtalya geldi. Üçüncü sıradaki Mısır'a yaptığımız ihracat ise 15,8 milyon dolar oldu. Haziran ayında ihracatımızı en fazla artırdığımız ülkelere değinirsek Belçika dikkat çekiyor. Belçika'ya ihracatımız yüzde 228 artışla 9,88 milyon dolar oldu. Bu ülkeyi yüzde 81 artış ve 8,99 milyon dolar değer ile Fas, yüzde 77 artış ile 7,23 milyon dolar değer ile Lübnan takip etti." dedi.

'Dört ürün grubunun ihracatında atak yaptık'

Haziran döneminde ADMİB'in ihracatını ürün gruplarına göre ele alan Başkan Tosyalı, demir çelik kütük, demir çelik soba ve ocaklar, demir çelik diğer, adi metallerden diğer eşyalar ile mobilyalarda atılım yaptıklarını vurguladı. Tosyalı, "Haziranda en çok ihraç ettiğimiz ürünlerde 55,7 milyon dolar ile demir çelik yası kaplama birinci, 34,3 milyon dolar ile demir çelik boru ikinci, 15,4 milyon dolar ile adi metallerden diğer eşya ve mobilyalar üçüncü sırada yer aldı. Yüzde 100 artış elde ettiğimiz demir çelik kütükte ihracat değerimiz 5,9 milyon dolar oldu. Demir çelik soba ve ocaklarda yüzde 66 artışla 12,7 milyon dolar, demir çelik diğer ürünlerde ise yüzde 61 artış ve 9 milyon dolar ihracat gerçekleştirdik." diye konuştu.

2,84
MİLYAR
DOLAR

ADMİB'İN SON 12
AYLIK İHRACATI



COVID-19 KRİZİNİ FIRSATA ÇEVİRDİ

Akdeniz Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (AHKİB) Yönetim Kurulu Başkanı Gürkan Tekin, 2020 yılının ilk yarısında geçen yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 14'lük artış yakalayıp 160,5 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirme başarısı gösterdiklerini açıkladı. Ocak-Haziran döneminde 6,98 milyar dolarlık Türkiye geneli sektör ihracatından yüzde 3,3 pay aldıklarını vurgulayan Başkan Gürkan Tekin, son 12 aylık dönemde ise yüzde 4 artışla 302,7 milyon dolarlık ihracata ulaştıklarını belirtti.

'Yükseliş ivmesini devam ettireceğiz'

Haziran ayı itibariyle başlayan yeni normalde pandeminin etkilerinin AHKİB bölgesinde minimum düzeye indiğini, bu ayda yüzde 177'lik rekor artış sağlayıp 51,8 milyon dolar ihracata ulaştıklarını kaydeden Başkan Tekin, "Geçen yılı 283,2 milyon dolar ihracatla kapatan Birliğimiz, 2020 yılına iyi bir başlangıç yapmıştı. Ancak, Çin'de ortaya çıkan ve mart ayından itibaren tüm dünyaya yayılarak küresel pazarları ve tedarik zincirini olumsuz etkileyen Covid-19 pandemisi ticareti durma noktasına getirdi. Bu etki nisan ayında da devam etti. Mayıs ayında hızlı bir toparlanma kabiliyeti gösteren ihracatçılarımız haziran ayından itibaren başlayan yeni normalde ciddi bir yükseliş ivmesi yakaladı. Sıkıntılı süreçte zorluklara göğüs geren ve hazıranda yakaladığımız bu başarıda emeği geçen tüm üyelerimize teşekkür ediyorum. Önümüzdeki süreçte omuz omuza çalışmaya devam ederek koronavirüs kaynaklı kayıpları hızlıca telafi edeceğimize, 2020 yılını geçen yıl elde ettiğimiz rakamların üzerinde bir performansla tamamlayacağımıza inanıyorum." dedi.



160,5
MİLYON
DOLAR

AHKİB'İN
İLK YARI
İHRACATI

Ana pazarlar Hollanda ve Almanya

2020'nin altıncı ayında AHKİB'in ihracatını ülkelere göre değerlendiren Başkan Tekin, bölgenin ana ihracat pazarlarını Hollanda ve Almanya'nın oluşturduğunu, bu iki ülkenin Birlik ihracatındaki payının yüzde 61'i bulunduğunu söyledi. Tekin, "Haziran ayında en fazla ihracat yaptığımız ülke olan Hollanda'da yüzde 7 bin 158 artış ile 19,4 milyon dolarlık dış satım gerçekleştirdik. Bu oran bizler için gurur vericidir. İkinci sıradaki Almanya'ya ihracatımızda ise yüzde 584 artış yakalayıp 13,7 milyon dolarlık değere ulaştık. Üçüncü sırada yer alan İspanya'ya ise 3,7 milyon dolarlık ihracat yaptık. Slovakya, Avusturya, Çekya, Katar, Irak, ABD ve Suudi Arabistan'a yönelik ihracatımızda da kayda değer ihracat artışlarımız oldu." diye konuştu.

En çok konfeksiyon ihraç edildi

Haziran ayında AHKİB bölgesinde en fazla ihraç edilen ürünleri ele alan Başkan Tekin, konfeksiyonun başı çekerek Birlik ihracatının yüzde 56'sını oluşturduğunu ifade etti. Tekin, "Haziran ayında yüzde 100 artış sağladığımız konfeksiyon 30,7 milyon dolar ile birinci, kadın dış giyim 8,7 milyon dolar ile ikinci, diğer hazır eşya (çadır çuval) 6,4 milyon dolar ile üçüncü sırada yer aldı. Yünlü yatak kıyafetleri, bebe giyim eşyası ve suni sentetik ev eşyasında da artış yakaladık. Bu ayda yüzde 262 artışla 40,8 milyon dolar ihracata imza atan Adana'nın bölge ihracatımıza desteği yüzde 75 düzeyinde oldu." dedi.



Gürkan Tekin
AHKİB Yön. Kur. Bşk.



Hüseyin Arslan
AHBİB Yön. Kur. Bşk.

PANDEMİDE İHRACAT ŞAMPİYONU KIRMIZI MERCİMEK

Akdeniz Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (AHBİB) Başkanı Hüseyin Arslan, 2020'nin ilk yarısında yüzde 20 artışla 606 milyon dolarlık ihracata ulaştıklarını ve bu ihracattan kırmızı mercimeğin yüzde 19 pay aldığını belirtti.

Akdeniz Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (AHBİB) Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Arslan, 2020 yılı Ocak-Haziran döneminde geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 20 artış yakalayıp 606 milyon dolarlık dış satıma ulaştıklarını açıkladı. AHBİB'in bin 622 üyesiyle Türkiye'nin hububat, bakliyat ve yağlı tohumlar ihracatına yüzde 11,1 oranında destek verdiğini vurgulayan Başkan Arslan, Covid-19 sürecinde en fazla ihracatı komşu ülkelere gerçekleştirdiklerini, yılın ilk yarısında ihracat şampiyonu ürünün kırmızı mercimek olduğunu belirtti.

En fazla ihracat Orta Doğu ve Afrika'ya

Küresel gıda tedarik zincirleri üzerinde olumsuz etki yaratan koronavirüs salgınında hububat ve bakliyat ürünlerinin stratejik öneminin daha iyi anlaşıldığını kaydeden Arslan,

AHBİB üyesi firmaların yurt içi talepleri fazlasıyla karşılarken tüm zorluklara rağmen 182 ülkeye ihracata devam ettiklerini ifade etti. Arslan "Yılın ilk yarısında en fazla ihracat yaptığımız ülkeler arasında yüzde 18 artış ve 95,4 milyon dolar değer ile Irak birinci, yüzde 2 azalış ve 52 milyon dolar değer ile Suriye ikinci, yüzde 116 artış ve 31 milyon dolar değer ile Sudan üçüncü sırada yer aldı. Bu dönemde ihracatımızı en çok artırdığımız ülkelere baktığımızda ilk sırada yüzde 864 artış ve 7,8 milyon dolar değer ile Umman bulunuyor. Bu ülkeyi yüzde 542 artış ve 11,8 milyon dolar değer ile Cibuti, yüzde 530 artış ve 2,7 milyon dolar ile Tayland izledi. Kenya, Güney Afrika Cumhuriyeti, Venezuela, Türkmenistan, Güney Sudan, Şili, Nepal, Norveç, Liberya ve Meksika pazarlarında dikkat çekici artışlara imza attık." dedi.

Pastacılık ürünleri ve bakliyat önde

Covid-19 salgınında makarnanın da bakliyat ürünleri ve bulgur gibi geleneksel kuru gıdalardan biri olduğunu, yeni normalde de bu ürünlerin tüketiminde artış öngördüklerini ifade eden Arslan, Ocak-Haziran döneminde Birlik ihracatını ürün gruplarına göre değerlendirirken şunları söyledi: "Yılın ilk yarısında en fazla pastacılık ürünleri ihraç ettik. Yüzde 26 artışla 155,5 milyon dolara ulaşan pastacılık ürünleri bu dönemde ihracatımızdan yüzde 26 pay aldı. Yüzde 57 artış ve 154,7 milyon dolar değer ile bakliyat ürünleri ikinci sırada yer aldı. Bunu yüzde 58 artış ve 59,3 milyon dolar değer ile bitkisel yağlar takip etti. Tüm ürün grupları içinde yılın ilk yarısında şampiyon ürün yüzde 19 pay ile kırmızı mercimek oldu. Söz konusu dönemde kırmızı mercimek ihracatında yüzde 120 artış kaydedip 110,5 milyon dolarlık ihracat başarısı elde ettik."

1,15
MİLYAR
DOLAR

AHBİB'İN
12 AYLIK
İHRACATI



AKDENİZ İHRACATININ LOKOMOTİFİ

Akdeniz Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (AKMİB) Yönetim Kurulu Başkanı Saadettin Çağan, 2020 yılının ilk 6 ayında 1,63 milyar dolar ihracat gerçekleştirdiklerini, aynı dönemde 8,62 milyar dolarlık Türkiye sektör ihracatından yüzde 27,3 pay aldıklarını belirtti. Ocak-Haziran dönemindeki ihracat performansında yüzde 40 azalışa rağmen AKİB bölgesinde en çok ihracat yapan birlik olduklarını kaydeden Başkan Saadettin Çağan, korona virüs salgını nedeniyle Çin başta olmak üzere AB ülkeleri, ABD ve Asya ülkelerinde üretimin azalması ile enerji ve yakıt kullanımının düşmesi, tedarik zincirinin kırılması ve azalan talep sonucu yaşanan gelişmelerden her sektör gibi kimyanın da etkilendiğini ifade etti.

'Covid -19 kimya sektörünün hayati önemde olduğunu öğretti'

Pandemi sürecinde küresel düzeyde hijyen ve temizlik ürünleri, ilaç ve medikal ürünlerine artan gereksinimin kimya sektörünün ne kadar önemli ve hayati olduğunu bir kez daha ortaya koyduğunu vurgulayan Başkan Çağan, "Hemen hemen tüm sektörlerle ham madde, yarı mamul veya mamul veren kimyevi maddeler ve mamulleri sektörümüzde otomotiv, tekstil, inşaat gibi sektörlerle iş yapan alt sektörlerimiz olumsuz etkilendi. Ancak hijyen ve temizlik ürünleri, ilaç ve medikal gibi alt sektörlerimizde koronavirüsten korunmaya yönelik talebe bağlı olarak ciddi artışlar oldu. Bu gelişmeler kimya sektörümüzün genel anlamda daha az etkilenmesini sağladı." dedi.



1,63
MİLYAR
DOLAR

AKMİB'İN
İLK YARI
İHRACATI

'Sıkıntılara rağmen istihdamı koruduk, özveriyle çalıştık'

6 aylık süreçte yaşanan kayıpların normalleşme süreciyle birlikte gelecek dönemde hem devletin ihracatçılara sağladığı destekler hem de ihracat pazarlarındaki iyileşme ile artan talep sayesinde kapanacağına inandıklarını ifade eden Başkan Çağan, "Sektörümüz, Ekonomik İstikrar Kalkanı destek paketi kapsamında belirtilen mücbir sebeplerden yararlanan sektörler arasında yer almadı. Tüm sıkıntılara rağmen teknoloji ve sermaye yoğun sektörümüzde istihdamı korumak adına firmalarımız, ilave maliyetlere katlanarak büyük bir özveri ile üretimlerine ve ihracatlarına devam ettiler." diye konuştu.

'Haziranda 201,5 milyon dolarlık ihracat yaptık'

AKMİB'in haziran ayında 201,5 milyon dolar ihracat gerçekleştirdiğini açıklayan Başkan Çağan, bu dönemde Malezya, Birleşik Arap Emirlikleri ve Gürcistan'da önemli artışlar sağladıklarını belirtti. Çağan, "2020 yılının altıncı ayında en fazla ihracat yaptığımız ülkelere baktığımızda 16,6 milyon dolar ile Hollanda birinci, 15 milyon dolar ile Malezya ikinci, 13,5 milyon dolar ile Irak üçüncü oldu. En fazla ihracat artışı yakaladığımız ülkeler listesinde yüzde 9 bin 944'lük rekor artışla Malezya ilk sırada yer aldı. Yüzde 3 bin 308 artış ve 10,7 milyon dolar değer ile Birleşik Arap Emirlikleri ikinci, yüzde 665 artış ve 7,77 milyon dolar değer ile Gürcistan üçüncü oldu. Bu ayda Birliğimiz ihracatında yüzde 43 paya sahip mineral yakıtlar ve mineral yağlarda 73,6 milyon dolarlık değere ulaştık. Plastik ve mamullerinde 35,4 milyon, anorganik kimyasallarda ise 25,6 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdik." şeklinde konuştu.



Saadettin Çağan
AKMİB Yön. Kur. Bşk.



R. Onur Kılıçer
AKAMİB Yön. Kur. Bşk.

ASLAN PAYI MOBİLYANIN

Akdeniz Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği (AKAMİB) Yönetim Kurulu Başkanı Onur Kılıçer, dünyayı sarsan koronavirüs salgını nedeniyle gerileyen ihracatta, normalleşme ile birlikte kara bulutların dağılmaya başladığını belirtti. Haziran ayında yüzde 37'lik artış sağlayıp 75,8 milyon dolar ihracata imza atıklarını kaydeden Başkan Onur Kılıçer, 2020'nin ilk yarısında 385,6 milyon dolarlık dış satıma ulaştıklarını, bu performansta mobilyanın yüzde 58'lik pay aldığını açıkladı.

Mobilya beklentileri değişti

Pandemi döneminde hükümet destekleri sayesinde ihracatçıların gücünü koruduğunu, kamu bankalarının tüketicilere yönelik düşük faizli kredi paketlerinin de iç piyasayı canlandırdığını dile getiren Başkan Kılıçer, Covid-19 sürecinde özellikle Avrupa Birliği'ne üye ülkelerde mobilya beklentilerinin değiştiğini, önümüzdeki süreçte konforlu ve evdeki alanları kısıtlamayacak ürünlere olan taleplerde artış olacağını söyledi. Kılıçer, "İhracatı ve ihracatçı sayısını artırmak amacıyla hayata geçirdiğimiz Hatay Mobilya ve Aksesuarları Ur-Ge Projesi doğrultusunda yurt dışı pazarlama faaliyetlerine başlayacağız. Kısa süre içinde Adana Mobilya Ur-Ge ve Mersin Kereste Palet Ur-Ge Projeleri faaliyetlerine de start vereceğiz. Ur-Ge projelerimizle salgın döneminde yaşadığımız kayıpları hızla telafi edeceğiz." dedi.

En fazla ihracat Irak, İsrail ve Almanya'ya

Değişen beklentilere yönelik üretim yapan firmaların ihracat pazarlarında rakiplerine göre daha önde olacağını kaydeden Başkan Kılıçer, "2020 yılının ilk yarısını geride bırakırken en fazla ihracat yaptığımız ülkelerde yüzde 23 pay ve 69,4 milyon

dolar değer ile Irak birinci sırada yer aldı. Onu 24,17 milyon dolar ile İsrail ve 24,16 milyon dolar ile Almanya takip etti." dedi.

'En çok mobilya ihraç ettik'

2020 yılı Ocak-Haziran döneminde AKAMİB'in ihracatını ürün gruplarına göre değerlendiren Başkan Kılıçer, şunları söyledi: "Yılın ilk yarısında mobilya ürünleri yüzde 58'lik pay ile Birliğimiz ihracatında ilk sırada yer aldı. Mobilyada 174,8 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirildi. Kâğıt-karton ve matbu yayınlar 49,1 milyon dolarlık değer ile ikinci, keresteler-sandık-kafes-palet 45,1 milyon dolar ile üçüncü sırada yer aldı. Söz konusu dönemde en fazla ihracat artışı kaydettiğimiz ürün grubu yüzde 35,32 artış ve 20,3 milyon dolar değer ile orman tali ürünleri oldu." diye konuştu.

Kılıçer, yılın ilk yarısında 2 milyar 492 milyon dolarlık Türkiye geneli sektör ihracatından AKAMİB bölgesindeki illerin yüzde 10 pay aldığını aktardı. Kılıçer, "Ocak-Haziran döneminde Kayseri 165 milyon 826 bin dolarlık, Adana 44 milyon 731 bin dolarlık ve Mersin 33 milyon 660 bin dolarlık ihracat gerçekleştirdi." dedi.

'En fazla artış orman tali ürünlerinde'

AKAMİB'in haziran ayına ilişkin ihracatına da değinen Kılıçer, şunları söyledi: "Yılın altıncı ayında Birliğimizin en fazla ihraç ettiği ürünler yüzde 36,01 artış ve 35,5 milyon dolar değer ile mobilyalar oldu. Bu ayda mobilyanın payı yüzde 62 olarak yansdı. Yüzde 4,25 artış ve 9,44 milyon değer ile kâğıt-karton ve matbu yayınlar ikinci, keresteler-sandık-kafes-palet yüzde 79,86 artış ve 8 milyon dolar değer ile üçüncü sırada yer aldı. En fazla ihracat yaptığımız ülkeler ise yüzde 37,79 artış ve 13,80 milyon dolar değer ile Irak, yüzde 114,3 artış ve 5,11 milyon dolar değer ile Almanya, yüzde 102,16 artış ve 4,86 milyon dolar değer ile İsrail oldu."

385,6
MİLYON
DOLAR

AKAMİB'İN 2020
YILI İLK YARI
İHRACATI



ASHİB'İN İLK YARI İHRACATI 137,5 MİLYON DOLAR

AKİB Koordinatör Başkanı ve Akdeniz Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği (ASHİB) Başkanı Huriye Yamanyılmaz, 2020 yılının ilk yarısında 137,5 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdiklerini açıkladı. Ocak-Haziran döneminde Türkiye geneli sektör ihracatına yüzde 2,6 oranında destek sağladıklarını vurgulayan Başkan Yamanyılmaz, son 12 aylık ihracatta ise 310 milyon dolarlık performansa ulaştıklarını belirtti.

Ana pazarlar Orta Doğu, Afrika ve Uzak Doğu

Koronavirüs salgınının küresel ticaretteki etkilerinin her geçen gün azaldığını, haziran ayından itibaren başlayan yeni normal dönemde kayıpları telafi etmek için büyük gayret gösterdiklerini dile getiren Yamanyılmaz, yılın altıncı ayında 20,4 milyon dolarlık dış satıma imza attıklarını söyledi. Haziran ayında 184 milyon dolarlık sektör ihracatında ASHİB'in payının yüzde 2,3 olduğunu aktaran Yamanyılmaz, söz konusu ayda Birlik olarak Orta Doğu, Afrika ve Uzak Doğu ülkelere etkin şekilde ihracat yaptıklarını açıkladı.

En fazla ihracat Irak'a

Yamanyılmaz, "Haziran ayında 15 bin 416 ton ürünü dış pazarlara ulaştıran Birliğimiz, en fazla Irak'a ihracat yaptı. İhracatımızda 6,2 milyon dolar değer ile Irak birinci, 2,1 milyon dolar değer ile Almanya ikinci ve 1,9 milyon dolar değer ile Katar üçüncü sırada yer aldı. Bu ayda Almanya pazarında



310
MİLYON
DOLAR

ASHİB'İN
12 AYLIK
İHRACATI

yüzde 142, Katar pazarında yüzde 116 artışlar sağladık. Haziranda ihracat artışında rekor kırdığımız ülkeler Suudi Arabistan, Kuveyt ve Umman oldu. Geçen yılın aynı dönemine göre Suudi Arabistan'a yönelik ihracatımız yüzde 32 bin 488 artışla 324,6 bin dolar olarak raporlara yansdı. Kuveyt'e ihracatımız yüzde 5 bin 933 artışla 886,8 bin dolar ve Umman'a ihracatımız yüzde 3 bin 791 artışla 302,7 bin dolar oldu. Hong Kong, Ürdün, Çin ve Senegal pazarlarında da dikkat çeken artışlar yakaladık." dedi.

Bal, deniz kabukluları ve dondurulmuş balık ihracatı yükselişte

Haziran ayında ASHİB'in ihracatını ürün gruplarına göre değerlendiren Yamanyılmaz, bal, deniz kabuklu hayvanları ve dondurulmuş balıklarda önemli artışlar sağladıklarını vurguladı. Yamanyılmaz, "Haziran ayında en çok ihraç ettiğimiz ürünlerde ilk sırayı 4,9 milyon dolar değer ile kümes hayvanları etleri ve sakatları aldı. Kuş ve kümes hayvanları yumurtaları 3,8 milyon dolar değer ile ikinci ve dondurulmuş balıklar 2,4 milyon dolar değer ile üçüncü sırada geldi. En çok ihracat artışı sağladığımız ürünler yüzde bin 269 artış ve 140,2 bin dolar değer ile bal, yüzde 654 artış ve 97,2 bin dolar değer ile deniz kabuklu hayvanları oldu. Dondurulmuş balıklardaki artış oranımız ise yüzde 404 oldu." diye konuştu.

En fazla ihracat yapan il Adana

Yamanyılmaz, haziran ayında ASHİB'e bağlı illerde en fazla ihracatı 6,3 milyon dolar ile Adana'nın gerçekleştirdiğini, Mersin'in 5 milyon dolarlık, Kayseri'nin 1,8 milyon dolarlık, Hatay'ın 1,4 milyon dolarlık ve Karaman'ın da 381,2 bin dolarlık dış satım gerçekleştirdiğini sözlerine ekledi.



Huriye Yamanyılmaz
ASHİB Yön. Kur. Bşk.



Fatih Doğan
ATHİB Yön. Kur. Bşk.

ATHİB İLK 6 AYDA 353,1 MİLYON DOLAR İHRACAT GERÇEKLEŞTİRDİ

Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (ATHİB) Yönetim Kurulu Başkanı Fatih Doğan, 2020 yılı Ocak-Haziran döneminde 353,1 milyon dolar ihracat gerçekleştirdiklerini bildirdi. Yılın ilk yarısında 3,13 milyar dolarlık sektör ihracatından yüzde 10 pay aldıklarını kaydeden Başkan Fatih Doğan, son 12 ayda 771,2 milyon dolarlık dış satım rakamına ulaştıklarını belirtti.

'Pamukta etki gücü yüksek tedbirlere ihtiyaç var'

Sektörün ham maddesi ve katma değer kaynağı olan pamuk için yeni ve kapsamlı bir üretim politikası gerektiğini vurgulayan Başkan Fatih Doğan, GDO'suz pamuğun yüzde 80'ine yakını üreten Türkiye'nin pamuktaki gerilemenin önüne geçmesi ve dünya markası olması için ivedi ve etki gücü yüksek tedbirlerin hayata geçirilmesine ihtiyaç duyulduğunu söyledi. Arazi bölünmesi, göç, destek politikaları gibi faktörler nedeniyle pamuk ekim alanının son 20 yılda yaklaşık yüzde 30 azalarak 5 milyon dekarın altına indiğini dile getiren Doğan, "Sektörümüz pamuğun stratejik ürün olması, verimle birlikte kaliteyi ve sürdürülebilirliği önceleyen, pamuğu alternatif ürünlere ve fiyat dalgalanmalarına karşı koruyacak bir destekleme sistemi oluşturulması konularında detaylı raporlar hazırladı. Üretim, hasat ve çırçırılamanın modernizasyonu, organik ve iyi pamuk üretiminin yaygınlaştırılması konularına ilişkin politika önerilerinin dikkate alınmasını bekliyoruz." dedi.

'Yeni normale yüzde 30 artışla başladık'

Normalleşmeye geçiş süreciyle birlikte haziran ayında Türkiye'nin tekstil ve hammaddeleri ihracatında 2019 yılına göre yüzde 8,8, bir önceki aya göre ise yüzde 50 artış kaydettiğini açıklayan Doğan, "Haziran ayında Birliğimizin ihracatında geçen yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 30 artış yakalayıp 61,95 milyon dolarlık dış satıma ulaştık. Ana pazarımız Avrupa ve Orta Doğu'da ciddi bir toparlanma sürecine girildiğini görüyoruz. Bu dönemde en fazla ihracat yaptığımız ülkelere baktığımızda ilk sırada yüzde 13 artış ve 11 milyon dolar değer ile İtalya yer aldı. İkinci sıradaki Rusya pazarında yüzde 344 artış sağlayıp 3,39 milyon dolar değer elde ettik. Yüzde 28 artış kaydettiğimiz ABD 3,18 milyon dolar ile üçüncü sırada yer aldı. Hollanda, İsrail, Fransa, Vietnam, Almanya ve Irak pazarlarında dikkat çekici artışlar elde ettik." diye konuştu.

'En çok artışı suni-sentetik elyafta yakaladık'

ATHİB'in haziran ihracatını ürün gruplarına göre değerlendiren Doğan, "En çok ihracat yaptığımız ürünlerde yüzde 26 artış ve 17,77 milyon dolar değer ile örme kumaşlar birinci, yüzde 11 artış ve 16,97 milyon dolar değer ile dokuma kumaşlar ikinci, yüzde 526 artış ve 6,82 milyon dolar değer ile suni-sentetik elyaf üçüncü sırada yer aldı. Haziran ayında en çok ihracat artışını suni-sentetik elyafta sağladık. Diğer iplikler, diğer elyaflar, yün ipliği ve ipek ipliği ihracatımız da iki katına çıktı." dedi. Doğan, haziran ayında ATHİB bölgesindeki illerde Kahramanmaraş'ın 37,6 milyon dolar, Adana'nın 23,3 milyon dolar, Kayseri'nin 21,3 milyon dolar, Hatay'ın 4 milyon dolar ve Mersin'in 1,88 milyon dolarlık ihracata imza attığını belirtti.

771,2
MİLYON
DOLAR

ATHİB'İN 12
AYLIK İHRACATI



YAŞ MEYVE VE SEBZEDE YILIN İLK YARISI REKORLAR GETİRDİ

Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Başkanı Nejdat Sin, AKİB olarak 2020 yılı Ocak - Haziran döneminde 589,6 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirerek Türkiye Yaş Meyve Sebze ihracatının yüzde 43'ünü karşıladıklarını açıkladı.

Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Nejdat Sin, 2020'nin ilk yarısında Covid-19 krizini fırsata çevirip geçen yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 17 artış sağlayarak 589,6 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdiklerini belirtti. Küresel talep daralmalarına ve tedarik zincirinde kırılmalara neden olan koronavirüs pandemisinin etkili olduğu Ocak-Haziran döneminde Türkiye'nin toplam yaş sebze meyve ihracatının yüzde 22 artışla 1,17 milyar dolarlık değere ulaştığını kaydeden Başkan Nejdat Sin, Birlik olarak Türkiye geneli sektör ihracatından yüzde 50,3 pay aldıklarını vurguladı.

En fazla ihracat artışı Polonya, Hollanda ve Birleşik Krallık'ta

Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği'nin 6 aylık ihracatını ülkelere göre değerlendiren Sin, en fazla ihracat artışlarını Polonya, Hollanda ve Birleşik Krallık pazarlarında elde ettiklerini açıkladı. Sin, "2020 yılının ilk yarısında en fazla ihracat yaptığımız ülkelerin başında 202,6 milyon dolarlık değer ile Rusya yer aldı. Rusya'ya yönelik ihracatımızda yüzde 37'lik



1,32
MİLYAR
DOLAR

AKİB'İN
12 AYLIK YAŞ
MEYVE SEBZE
İHRACATI

artış sağlamayı başardık. İkinci sırayı yüzde 34 artış ve 53,6 milyon dolar değer ile Romanya, üçüncü sırayı yüzde 62'lik artış ve 40,7 milyon dolar değer ile Ukrayna aldı. Söz konusu dönemde ihracatımızı en fazla artırdığımız ülkeler yüzde 153 artış ve 20,7 milyon dolar değer ile Polonya, yüzde 120 artış ve 5,28 milyon dolar değer ile Hollanda, yüzde 75 artış ve 5,55 milyon dolar değer ile Birleşik Krallık oldu." dedi.



Nejdat Sin
Akdeniz Yaş
Meyve Sebze İhr.
Bir. Yön. Kur. Bşk.

Narenciye ihracatının yüzde 78'i AKİB'den

Yılın ilk yarısında narenciye ihracatında da rekor düzeyde artışlar sağlandığını dile getiren Başkan Sin, ülke olarak 645 bin 939 ton narenciye ihracatından toplam 331,1 milyon dolar kazanç elde edildiğini belirtti. "Ocak-Haziran döneminde ülkemizin narenciye ihracatının yüzde 78'ini Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği gerçekleştirdi. Yılın ilk yarısında 125,7 milyon dolarlık mandarin, 92 milyon dolarlık limon, 60,5 milyon dolarlık portakal ve 52,9 milyon dolarlık greyfurt ihraç ettik. Bu dönemde en fazla narenciye ürünleri ihraç ettiğimiz ülkeler 119,1 milyon dolar ile Rusya, 33,4 milyon dolar ile Ukrayna ve 25,2 milyon dolar ile Irak oldu. Narenciye ihracatında en fazla artış kaydettiğimiz ülkelerin başında yüzde 536 artış ve 3,63 milyon dolar değer ile İtalya yer aldı. Bu ülkeyi yüzde 213 artış ve 4,12 milyon dolar ile Beyaz Rusya, yüzde 197 artış ve 18 milyon dolar ile Polonya takip etti." diye konuştu.



AKKUYU NGS'DE İKİNCİ BÜYÜK ADIM ATILDI

Mersin'in Gülnar ilçesinde inşa edilen 35 milyar kWh elektrik üretecek Türkiye'nin ilk nükleer enerji santrali Akkuyu NGS şekillenmeye başladı. Her biri 1200 MW kapasiteye sahip dört güç ünitesinden ikincisinin temelini atıldığını açıklayan Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı Fatih Dönmez, "Hedefimiz, ilk üniteyi 2023'te, Cumhuriyetimizin 100. yılında devreye almak." dedi.

2023'te devreye girecek Türkiye'nin ilk nükleer güç santrali Akkuyu'da ikinci ünitenin de temeli atıldı. Türkiye'nin 50 yıllık hayalinin gerçekleştirilmesi için 2018'de Akkuyu NGS'nin inşaatına başlandığını belirten Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı Fatih Dönmez, "Hedefimiz, birinci üniteyi 2023'te, Cumhuriyetimizin 100. yılında devreye almak. Birinci ünite devreye girer girmez inşallah takip eden bir yıl içinde de ikinci üniteyi devreye almayı planlıyoruz." dedi.

Sahada 6 bin 700 kişi çalışıyor

Mersin'in Gülnar ilçesinde konumlandırılan santrale yaptığı ziyarette Akkuyu Nükleer A.Ş., Genel Müdürü ve Yönetim Kurulu Başkanı Anastasia Zoteeva ile inşaat çalışmalarını inceleyen Bakan Dönmez, sahada yaklaşık 6 bin 700 kişinin çalıştığını belirtti. Dönmez "Sahada çalışanların yüzde 90 kadarı Türk vatandaşı, Türk mühendisi. Bazı uzmanlık gerektiren,

kritik işleri yapan Rusya'dan ve dünyanın farklı ülkelerinden uzmanlar burada bulunuyor. Dört ünitenin de inşaatına başladığımızda sahada 15-16 bin civarında insanımız çalışacak. İşletme döneminde ise santrali yaklaşık 3 bin kişiyle işletiyor olacağız." diye konuştu.

Mümkün mertebe yerli malzeme kullanılıyor

İlk defa yerli bir firmanın projeye dahil olduğunu kaydeden Dönmez, kullanılacak malzemelerin mümkün mertebe Türkiye'den temin edilmesine dair proje firmasıyla mutabakat bulunduğunu, standartların belirlenmesi ve üretilen malzemelerin laboratuvarında test edilmesi konusunda da TSE'nin Rusya ile bir anlaşma yaptığını aktardı.

Dünyanın en güvenli santrallerinden

Akkuyu, Rus enerji devi Rosatom'un dünyada uyguladığı 3+ nesil VVER tasarımı reaktörleriyle donatılıyor. Her biri 1200 megawatt kapasitede dört güç ünitesine sahip olacak Akkuyu'da matruşka gibi herhangi bir sızıntıyı önlemek için tasarlanmış güvenilir, çok katmanlı güvenlik sistemi kullanılacak. VVER-1200 tipi reaktörler, "Fukushima kazası" sonrası geliştirilen güvenlik gerekliliklerini göz önünde bulundurarak aktif ve pasif güvenlik sistemleriyle donatılan bir tasarıma sahip.

Enerjinin yüzde 10'unu karşılayacak

Dünyada yap-işlet modeli ile gerçekleştirilen ilk nükleer enerji projesi olan Akkuyu'nun işletme süresi 60 yıl olacak. Yılda 35 milyar kWh elektrik üretecek santral bugünkü verilere göre Türkiye'nin enerji ihtiyacının yüzde 10'unu karşılayacak.



YENİ MOBİLYA SİTESİYLE HATAY'IN İHRACAT HEDEFİ 500 MİLYON DOLAR

Hatay'ın merkez ilçesi Antakya'da 465 dönüm alanda projelendirilen ve 100 fabrikanın faaliyet göstereceği Antakya Mobilyacılar İhtisas Sanayi Sitesi'nin yapımında sona gelindi. Güneş panelleri sayesinde kendi enerjisini çatısında üretecek ve 10 bin kişiye istihdam sağlayacak modern site, eylül ayında düzenlenecek törenle üretime başlayacak.

Antakya Mobilyacılar İhtisas Sanayi Sitesi Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Doğru, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının kredi desteği ile inşaatına 6 yıl önce başladıkları modern sanayi sitesini tamamlama aşamasına geldiklerini belirtti. Doğru, "Sitemizin altyapısı bakanlığımızın desteği, kooperatifimiz ve mahalli imkânlarla tamamlandı. Ülkemizde örnek teşkil edecek bir sanayi sitesini Hatay'a kazandırmanın gururunu yaşıyoruz." dedi.

'Açılışı Cumhurbaşkanımızın yapmasını istiyoruz'

Antakya Mobilyacılar İhtisas Sanayi Sitesi'nin resmi açılışını 2020 Eylül ayında planladıklarını, bu konuda Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank ile başkentte görüştiklerini kaydeden Doğru, "Sayın Bakanımızı ziyaretimizde sitemizin son durumu hakkında bilgiler verdik. Resmi açılışını yapmak üzere Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip Erdoğan'ın teşriflerini talep ettik. Umuyoruz ki Cumhurbaşkanımızın katılımıyla Antakya Mobilyacılar İhtisas Sanayi Sitesi'nin açılışını görkemli bir törenle yapacağız." diye konuştu.

Antakya Mobilyacılar İhtisas Sanayi Sitesi'nde 100 fabrikanın faaliyet göstereceğini, altyapısı büyük ölçüde tamamlanan tesiste ilk etapta 30 fabrikanın üretime başladığını kaydeden Doğru, diğer firmaların da temmuz ayı sonuna kadar kurulum çalışmalarını tamamlayacağını söyledi.

70
MİLYON
DOLAR
HATAY'IN 2019
YILI MOBİLYA
İHRACATI

*Site Başkanı
Hüseyin Doğru,
projeyle ilgili
Hatay Valisi
Rahmi Doğan'a
bilgi verdi.*

'İhracatı 7 kat artırmayı hedefliyoruz'

Hatay'ın geçen yılki 2,8 milyar dolarlık ihracatına mobilya sektörü olarak 70 milyon dolarlık katkı sağladıklarını dile getiren Doğru, Antakya Mobilyacılar İhtisas Sanayi Sitesi'nin üretime girmesiyle kent dış pazarlarda büyük bir atılım yapacağını ve 500 milyon dolar ihracat hedeflediklerini açıkladı. Mobilya sektöründe Antakya mobilyasının marka değerinin yüksek olduğunu dile getiren Doğru, şunları söyledi: "Cumhurbaşkanımıza ve bakanımıza verdiğimiz sözle 500 milyon dolar ihracata ulaşmak istiyoruz. Antakya mobilyasını daha ileriye taşımak adına yeni üretim alanlarına geçtikten sonra kapasitemizi ve ürün çeşitliliğimizi artırarak katma değerli üretime odaklanacağız. Sitemizde bulunan fabrikalarımızın yanı sıra sosyal tesis alanlarımız, yeşil alanlarımız, güneş enerjisiyle elektrik üretimi, kreş alanımız ve spor tesisimiz de bulunuyor. 10 bin fidan dikerek sitemizi de ağaçlandıracağız."

'Önemli olan çok ürün değil, katma değerli ürün'

Mobilya üretiminde en önemli unsurun tasarım olduğuna dikkat çeken Doğru, "Çok ürün üretmekten ziyade katma değerli ürün üretmeyi hedeflemekteyiz. Avrupa ve Amerika pazarına ulaşabilmenin, oralara uygun nitelik ve tasarıma sahip üretim yapmanın gayreti içerisindeyiz. Ahşap oymacılığında çok iyi durumda olan firmalarımız var. Zigon sehpa imalatında dünya ölçeğinde iyi bir noktadayız. Çok çeşitli ve çok adetli üretim yapan firmalarımız mevcut. Modern koltuk takımlarında, yemek takımı ve ev mobilyasında, yatak odası takımlarında, kapı ve mutfak ürünlerinde güçlü firmalarımızla hem iç pazarda hem de ihracat pazarlarında daha etkili olmaya gayret göstereceğiz." diye konuştu.



DORUKLAR ÖRME 50 MİLYON AVROLUK YATIRIMLA 70 ÜLKEYE İHRACAT HEDEFLİYOR

Kahramanmaraş'ın kalkınmasında lokomotif rol üstlenen üretim merkezlerinden Doruklar Örme Kumaş Tekstil Tic. San. A.Ş. son iki yılda 20 milyon avroluk yeni yatırımla kapasitesini ikiye katladı. Örme torsiyonlu kumaş üretiminde öne çıkan marka Avrupa, Afrika ve Güney Amerika pazarlarında daha etkin olmayı amaçlıyor.

Elif İplik ve Doruklar
Örme Genel Müdürü
Mahmut Kalkan



Türk tekstil endüstrisinde örme torsiyonlu kumaş üretiminde uzmanlaşan Doruklar Örme Kumaş Tekstil Tic. San. A.Ş., son iki yılda 20 milyon avroluk yatırımla kapasitesini ikiye katlayıp Avrupa, Afrika ve Güney Amerika kıtalarında ihracat yaptığı ülke sayısını 70'e çıkarmayı hedefliyor. 48 yıl önce Kahramanmaraş'ın önde gelen 20 ailesinin güç birliği ile kurduğu Marteks'in bünyesinde, viskon iplik üretiminde lider kuruluşlardan Elif İplik'in iştiraki olarak 8 yıl önce faaliyete başlayan Doruklar Örme, yıllık 320 milyon liralık ciroya ulaşırken, pandemi sonrası oluşan yeni normalde örme torsiyonlu ürünlerde artan talepleri karşılamak için telaşını yaşıyor.

Kahramanmaraş'tan üç kıtaya ihracat

İSO İkinci 500 Büyük Sanayi Kuruluşu listesinde yer alan ve Kahramanmaraş'ın kalkınmasında lokomotif rol üstlenen üretim merkezlerinden olan Doruklar Örme'nin küresel kriz ortamında dahi yatırımlarına ara vermeden devam ettiğini belirten Elif İplik ve Doruklar Örme Genel Müdürü Mahmut Kalkan, polyester, polyester karışımı, tensel, modal, pamuklu, viskon, organik ve melanj iplikler kullanarak örme torsiyonlu kumaş üretimini yaptıklarını açıkladı. Kalkan, İtalya, Yunanistan, Hollanda, Almanya, İspanya ve Portekiz başta olmak üzere Avrupa Birliği'ne, Kuzey Afrika ve Güney Amerika ülkeleri ile Rusya'ya düzenli ihracatlarının olduğunu söyledi.

'Covid-19 sürecinde rahat giyim tercih ediliyor'

Koronavirüs salgını döneminde rahat giyim isteğinin arttığını kaydeden Mahmut Kalkan, "İnsanlar Covid-19'dan korunmak için evlerine kapandığında eşofman, tişört, pijama, gecelik tarzı rahat kıyafetleri tercih etti. Bu ürünlerin satışı pandemi sürecinde dünya genelinde büyük oranlarda artış gösterdi. Yasakların kalkması ve hayatın normalleşmeye başlamasıyla büyük bir talep patlaması yaşanıyor. Şuan ülkemizde özellikle triko torsiyonlu ve örme torsiyonlu çalışan firmalarda aşırı yoğunluk var. Biz de ihracat pazarlarından gelen talepleri karşılamakta zorlanıyoruz." dedi.

'Diğer firmalardan ayrılan özelliğimiz hız, kalite ve fiyat'

Doruklar Örme'yi sektörde diğer firmalardan pozitif yönde ayıran ve öne çıkaran özelliğinin hız,



Doruklar Örme, polyester, polyester karışımı, tensel, modal, pamuklu, viskon, organik ve melanj iplikler kullanarak örme torsiyonlu kumaş üretiyor.

kalite ve fiyat olduğunu dile getiren Mahmut Kalkan, şunları söyledi: "Firma olarak her konuda hızlı olabilmek, müşterinin taleplerine hızlı cevap verebilmek önceliğimizdir. Sipariş aldığımız ürünleri zamanında yerine getirebilmek prensiplerimizde birinci sırada geliyor. Kaliteli üretim ve terminden sonra fiyat bizim için neredeyse üçüncü sırada... Aslında Türkiye'de birçok firma fiyat ile rekabet etmeye çalışıyor. 'Ucuz satarsam, daha rahat satarım, pazara daha rahat girerim' diye düşünüyor. Bizim için bu doğru bir yaklaşım değil. Bizim telefonlarımız 24 saat açıktır. Ürünlerin hazırlanması, zamanında teslim edilmesi Avrupalılar için çok önemli. 'Benim malım zamanında elimde olsun' istiyor. Mağazalar artık haftada bir, 15 günde bir vitrinlerini değiştiriyor. Bu hız demektir. Mayıs ayındaki hava şartları ile hazırandaki hava sıcaklıkları aynı olmuyor. Buna göre hızı sağlamak lazım. Malı bir hafta geç gönderirseniz, müşteri sizden bir daha alışveriş yapmıyor. Diğer önemli il-kemiz kaliteli üretim, üçüncüsü fiyat. Bizim malımız ucuz demiyoruz, daha hızlı ve daha esnek üretim yapan firmayız diyoruz. Hızlı cevap veririz, sözümüzde dururuz. Dedğimiz zamanda malı yükler, göndeririz. Terminlere uyarız. Tonajlı siparişlerde de şimdiki kadar bunu hep sağladık."

DORUKLAR ÖRME, YILLIK 320 MİLYON LİRA CİROYA ULAŞIRKEN; HIZ, KALİTE VE FİYATLA RAKİPLERİNDEN AYRIŞIYOR.

KADIN GİRİŞİMCİ VE İHRACATÇILAR İÇİN 'NETWORK PLATFORMU'

Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, Ulusal Kadın İhracatçı Network Platformu oluşturmayı amaçladıklarını duyurdu.

Bakanlığın Sanal Ticaret Akademisi, Export Akademi gibi eğitim programları hakkında KAGİDER yöneticilerine bilgi veren Bakan Pekcan, "Amacımız sadece eğitim sağlamak değil. Biz eğitimlerde aynı zamanda Bakanlığımızın desteklerini de anlatıyoruz. Ayrıca, Ulusal Kadın İhracatçı Network Platformu'nu oluşturmayı amaçlıyoruz. Online iletişimimizde ve sahada yaptığımız görüşmelerle hem Kadın Girişimci Network Platformu'nu hem de Ulusal Kadın İhracatçı Network Platformu'nu oluşturmak için gayret sarf ediyoruz." dedi.

İstişareye çok önem verdiklerini, salgın döneminde dijital ortamda sivil toplum kuruluşları ile daha sık bir araya geldiklerini söyleyen Pekcan, şunları kaydetti: "İş insanlarının zor günlerden geçtiğinin farkındayız. Pandemi sonrasında neler yapılması gerekiyor? Bunlara odaklan-

malıyız. Bakanlık olarak kadınlara yönelik iki önemli çalışmamız vardı. Kadın Girişimcilik Fuarı ve Uluslararası Kadın ve Ticaret Çalıştayı yapılacaktı. Pandemi nedeniyle ertelendi. Bundan sonra el ele vererek önümüzdeki süreci çok daha iyi yönetebilmemiz lazım. Devletimizin ve Bakanlığımızın destekleri arkanızdadır. Kadın ve genç girişimcilere de özel olarak konsantre olduğumuz ortada. Bu yönde çalışmalarımıza devam edeceğiz."

'Kadın girişimcilere ait KOBİ'ler Ur-Ge projelerini artırmalı'

Kadın girişimcilere ait KOBİ'lerin yurt dışına açılabilmesi ve ihracat yapabilmesi için Ur-Ge projelerinin artırılması gerektiğini de belirten Pekcan, salgın sonrasında küresel tedarik zincirlerinin yeniden yapılandırılmasının gündeme geleceğini, Bakanlığın küresel tedarik zinciri ve pazara giriş desteklerinin olduğunu ve Türk iş insanlarının bu fırsatları iyi değerlendirmeleri gerektiğini aktardı.



Dünya Bankası'ndan ihracatçı KOBİ'lere finans desteği

Dünya Bankası İcra Direktörleri Kurulu, Türkiye'ye Uzun Vadeli İhracat Finansmanı Garantisi Projesi için Türk Eximbank'a sağlayacak 250 milyon avro tutarında kısmi kredi garantisini onayladı.

Dünya Bankası'ndan yapılan açıklamaya göre projenin, 250'den az çalışanı sahip ihracat odaklı küçük ve orta büyüklükteki işletmeler (KOBİ) ile 250-1500 çalışanı olan orta-büyük ölçekli işletmelerin uzun vadeli finansmana erişimini artırmayı amaçladığı bildirildi. Garantili kredi tutarlarının en az yüzde 70'inin ihracat odaklı KOBİ'lere sağlanacak alt krediler için kullanılacağı belirtilen açıklamada, garantili kredi tutarlarının en az yüzde 10'unun kadınları kapsayıcı şirketlere kullanılacak kredilere ayrılacağı kaydedildi.

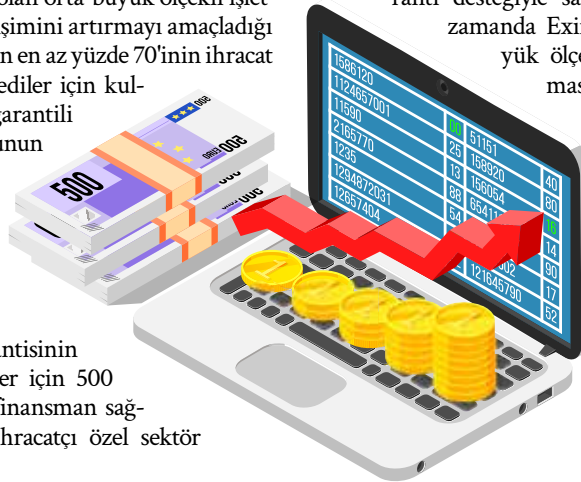
İhracatçı şirketlerin Covid-19 sonrası döneme geçişlerine yardım

Açıklamada, kısmi kredi garantisinin Türk Eximbank'ın ticari kreditorler için 500 milyon avroya kadar uzun vadeli finansman sağlamasına, ticari kreditorlerin de ihracatçı özel sektör

işletmelerine işletme sermayesi ve yatırım alt kredileri sağlamalarına olanak tanıyacağı ifade edildi. Söz konusu kredi garantisinin Eximbank'ın hâlihazırda garantisiz olarak sağlanan kredilere göre daha uzun vade ve daha düşük toplam maliyet elde etmesine yardımcı olacağı aktarılan açıklamada, garanti desteğiyle sağlanan piyasa finansmanının aynı zamanda Eximbank'ın uygun KOBİ ve orta-büyük ölçekli ihracatçılara alt krediler sağlamasına imkân tanıyacağı ifade edildi.

İhracat kapasitesinin korunması amaçlanıyor

Dünya Bankası Türkiye Direktörü Auguste Kouame, kısa vadede şirketleri Covid-19 krizinden etkilenen Türkiye'nin ihracat kapasitesinin korunmasının ve ihracatçı şirketlerin ayakta kalarak gelecekteki toparlanmaya katkıda bulunmalarının amaçlandığını söyledi.



ŞİŞECAM'DAN VİRÜS VE BAKTERİLERE KARŞI YENİ TEKNOLOJİ

Şişecam Topluluğu, cam ev eşyalarının yüzeyindeki virüs ve bakterileri etkisiz hale getiren özel bir kaplama teknolojisi geliştirdi. Formül ve uygulama yöntemine ilişkin laboratuvar testleri tamamlanan Antimikrobiyal V-Block Teknolojisi'nin cam ambalaj, mimari camlar ve beyaz eşya camlarına da uygulanması planlanıyor.

Şişecam Topluluğu cam yüzeylerdeki virüs ve bakterileri etkisiz hale getiren özel bir kaplama teknolojisi geliştirerek, Covid-19 salgınına karşı sürdürülen mücadeleye önemli ölçüde katkı sağlayacak bir buluşu hayata geçirdi. Şişecam Topluluğu Yönetim Kurulu Başkan Vekili ve Genel Müdürü Prof. Dr. Ahmet Kırman, kişiden kişiye temas ile geçebilecek virüs ve bakterilerin cam ev eşyası üzerinde yayılması ve üremesini engellemeyi hedefleyen Antimikrobiyal V-Block Teknolojisi kapsamında formül ve uygulama yöntemine ilişkin laboratuvar testlerinin tamamlandığını ve patent süreçlerinin başlatıldığını belirtti.

Yeni teknoloji ürünler 150 ülkeye ihraç edilecek

Kırman, "Şişecam Bilim Teknoloji ve Tasarım Merkezi tarafından hayata geçirilen bu teknolojiyi cam ev eşyası üzerine dünyada ilk kez uygulayan cam üreticisi olmanın heyecanını yaşıyoruz. Önümüzdeki dönemde bu teknolojiyi cam ambalaj, mimari camlar ve beyaz eşya camlarına da uygulama planlarımız bulunuyor." dedi. Sağlığa zararlı organizmaların camın yüzeyinde barınmalarına engel olan bu özel teknolojiyi ruhsatlandırma ve gerekli resmi izin süreçlerini tamamlamanın ardından öncelikle yurt içinde satışa sunacaklarını ifade eden Kırman, daha sonra 150 ülkeye ihraç edip Türkiye'ye döviz kazandıracaklarını bildirdi.

'Turizm sektörüne katkı sağlayacağız'

Antimikrobiyal V-Block Teknolojisi'nin öncelikle Şişecam'ın cam ev eşyası markası Paşabahçe ürünlerine uygulanmasıyla normalleşme sürecinde HORECA sektörünün hijyen açısından destekleneceğini dile getiren Kırman, şunları söyledi: "Antimikrobiyal V-Block Teknolojisi ile geliştirilen cam ev eşyası ürünlerinin ülkemizde kullanılmaya



Şişecam Topluluğu
Yönetim Kurulu Başkan
Vekili ve Genel Müdürü
Prof. Dr. Ahmet Kırman

başlanması ile birlikte tüketicilerin özellikle otel, kafe, restoran gibi dış mekânlardaki sağlık endişelerinin azalacağına ve bu önemli buluşun turizm sektörüne katkı sağlayacağına ve ihracat gelirlerimizi de artıracığına inancımız tamdır. Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçlarını da benimseyen bir Topluluk olarak, geliştirdiğimiz Antimikrobiyal V-Block Teknolojisi'ni sürdürülebilir bir gelecek için sağlayacağı katkı açısından da önemsiyoruz."

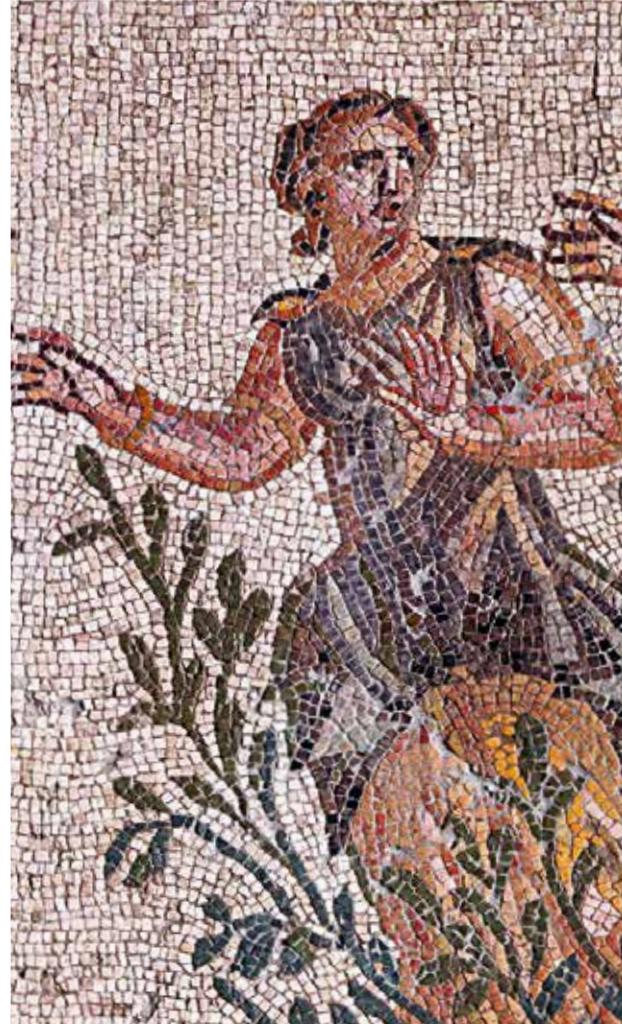
Kırman'ın verdiği bilgilere göre Antimikrobiyal V-Block Teknolojisi ile kaplanmış cam ürünler Staphylococcus aureus, Escherichia coli bakterileri; Bacteriophage, Feline calicivirus (FCV), Adenovirus, Canine parvovirus, Hepatitis A Virus, Herpes Simplex Virus, Influenza A, Murine Norovirus, Poliovirus, Rhinovirus, Rotavirus, Vacciniavirus gibi birçok farklı virüs ve bakteriye de yaşama ve yayılma şansı tanımıyor. Ön bulgular da koronavirüs üzerinde de etkili olduğu belirlenen teknolojinin bu alandaki test ve geliştirme süreçleri ise devam ediyor.



Şişecam, yeni teknolojiyle yapacağı ürünlerini 150 ülkeye ihraç edecek.

MOZAİKLER ŞEHİRİ HATAY

Sergilenen mozaiklerin büyüklüğü, sayısı ve kalitesi açısından dünyanın en büyük mozaik müzesi sayılan Hatay Arkeoloji Müzesi, milattan önce 4 bine tarihlenen eserleriyle ziyaretçilerini büyülüyor. Müzenin esas zenginliğini Cüdeyde, Dehep, Çatalhöyük ve Tainat kazılarında çıkartılan mozaikler oluştururken Antakya, Harbiye, Narlıca, Güzelburç ve Samandağ'daki kazılarda gün yüzüne çıkartılan mozaikler eşsiz koleksiyonu tamamlıyor.





Suppiluliuma
Heykeli



Çift Aslanlı
Sütun Kaidesi



Antakya
Lahdi



Apollon Daphne Mozaïği

Kültürlerin kaynaştığı ve onlarca medeniyete ev sahipliği yapan Hatay, dünyanın en büyük mozaik müzesine sahip kent unvanını elinde bulunduruyor. Toplam 32 bin 754 metrekare kapalı alanda kurulan Hatay Arkeoloji Müzesi, 10 bin 700 metrekare sergi alanı ve 3 bin 500 metrekare sergilenen birbirinden güzel mozaiklerle dünyanın gözde müzeleri arasında ilk sıralarda yer alıyor. Paleolitik dönemden başlamak üzere kesintisiz bütün dönemlere ait çok zengin eserlerin sergilediği Hatay Arkeoloji Müzesi, teknolojiden faydalanılarak oluşturulan tarihi benzetme ve canlandırmalarla ziyaretçilerine zaman tüneline büyümlü bir yolculuk yaşıyor.

6 bin yıllık tarih gün yüzüne çıkarıldı

Milattan önce 4 binli yıllardan başlayan tarihi geçmişe sahip Hatay'da 1932 yılından itibaren başlatılan kazılarda gün yüzüne çıkartılan eserlerin bir araya getirildiği Hatay Arkeoloji Müzesi'nin esas zenginliğini Amik Ovası'ndaki Cüdeyde, Dehep, Çatalhöyük ve Tainat'tan çıkartılan mozaikler oluşturuyor. Antakya, Harbiye, Narlıca, Güzelburç ve Samandağ'daki kazılarda çıkartılan mozaikler ise eşsiz koleksiyonu tamamlıyor.

Müzenin nadide mozaikleri

Milattan sonra 3'üncü yüzyıla tarihlenen ve mitolojide, güzel peri kızı Dafne'nin Apollon'dan kurtulmak için Defne ağacına dönüşmesinin tasvir edildiği Apollon Daphne Mozaïği, nadide eserler arasında ilk sırada yer alıyor. Günümüzden bin 500 yıl önce yapılmış Yakto Mozaïği ise koleksiyonun bir başka önemli parçasını oluşturuyor. İç içe geçmiş üç kısımdan oluşan bu mozaikte avlanan mitolojik kahramanlar ve kent yaşantısını gösteren tasvirler bulunuyor. Milattan sonra 5'inci yüzyıla tarihlenen Talassa Deniz Mozaïği'nde ise sağ elinde bir kürek ve sol elinde bir yunus balığı taşıyan çıplak Talassa, dalgalar arasından çıkıyor. Tatil günleri dahil açık olan Hatay Arkeoloji Müzesi, yaz döneminde 08:30-18:30 saatleri arasında ziyaret edilebiliyor.

GÜRKAN TEKİN
Akdeniz Hazır Giyim
ve Konfeksiyon
İhracatçıları Birliği
Yönetim Kurulu
Başkanı



TÜRKİYE HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜNÜN YILDIZI OLACAK

Akdeniz Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (AHKİB) Başkanı Gürkan Tekin, yeni normalde Çin'den uzaklaşan dünyanın, Türkiye'ye en önemli tedarik merkezlerinden biri olma fırsatı sunduğunu açıkladı. Tekin, "Küresel pazarlarda sürdürülebilir rekabet gücümüzü artırmak için tasarıma, markalaşmaya ve üretimde yapay zekâ uygulamalarına yoğunlaşmalıyız." dedi.

Akdeniz Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (AHKİB) Başkanı Gürkan Tekin, tekstil ve konfeksiyon sektörlerinin; gayri safi yurt içi hasıla, imalat sanayi ve toplam sanayi üretimindeki payı, ihracat, ekonomiye sağladığı net döviz girdisi, istihdam, yatırımlar, dışa açıklık ve makro ekonomik büyüklükler açısından Türkiye'nin lokomotif sektörlerinin başında geldiğini söyledi. Sadece konfeksiyon sektörünün 2019'da 17,7 milyar dolarlık ihracatıyla genel ihracattan yüzde 9,8 pay aldığını, aynı dönemde AHKİB'in 316 milyon dolarlık dış satımla sektör ihracatına yüzde 2,4 oranında destek verdiğini ifade eden Başkan Tekin, "Koronavirüs salgınının etkili olduğu 2020 yılının ilk yarısında Türkiye geneli sektör ihracatımız geçen yıla göre bir miktar azalarak 6 milyar 987 milyon dolar oldu. AHKİB olarak ihracatımız ise yüzde 12 artışla 177 milyon dolara ulaştı. Önümüzde büyük bir potansiyel var. Yeni normalde Türk tekstil, hazır giyim ve konfeksiyon sektörü dünya moda devlerinin en büyük tedarikçilerinden biri olacak." diye konuştu.



Covid-19'a karşı koruyucu ürünlerde imdada yetiştik!

Hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün emek yoğun yapısı ile istihdama çok büyük katkı sağladığını, markalaşmaya en müsait sektör olmasıyla da katma değerli ürün ihracatında fark yaratacak sektörlerin başında geldiğini ifade eden Başkan Tekin, "Türk hazır giyim ve konfeksiyon sanayisinde katma değeri yüksek markalı ürünlerin üretimi için kalite, verimlilik, özgün tasarım, pazarlama ve sevkiyat kanalları oluşturma yolunda önemli mesafeler kat etti. Pandemi döneminde sektörümüzün önemi daha iyi anlaşıldı. Türkiye dünyada koruyucu sağlık malzemelerin üretiminde kullanılan nonwoven kumaş üretebilen 17 ülkeden biri. Firmalarımız özellikle cerrahi maske, tek kullanımlık önlük, tulum ve benzeri koruyucu ürünlerde insanımızın ihtiyaç duyduğu tüm malzemelerin üretimini gerçekleştirerek ülkemizin bu alanlarda yurt dışına bağımlı olmasının önüne geçti. Avrupa ve ABD başta olmak üzere tüm dünya pazarlarındaki ihracat



fırsatlarını da iyi değerlendirdi. Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin öncülüğünde sağlık personelinin ihtiyaç duyduğu maske, dezenfektan ve koruyucu malzemelerin üretimi için Akdeniz İhracatçı Birlikleri olarak bizler de seferber olduk. 3 milyondan fazla maske üretilip Adana, Mersin, Kayseri, Hatay, Karaman ve Osmaniye başta olmak üzere valiliklerimizin koordinasyonunda yurt genelindeki hastanelerimize hibe ettik.” dedi.

'Sektörümüz hibe stok finansman desteği bekliyor'

Hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün küresel talep daralmalarına ve tedarik zincirinde kırılmalara neden olan koronavirüs salgınından en fazla etkilenen sektörler arasında yer aldığını kaydeden Başkan Tekin, hükümetin devreye aldığı ekonomik tedbirlerin ve desteklerin firmaların ayakta kalmasında büyük fayda sağladığını belirtti. Başkan Tekin, “Kısa çalışma ödeneği istihdamın korunması açısından firmalarımıza büyük fayda sağladı. Kredi Garanti Fonu kanalıyla kamu bankalarının sağladığı destekler sayesinde çok sıkıntılı dönemde rahat bir nefes aldık. Fakat firmalarımızın stok miktarları çok yüksek. Mamul ve yarı mamul kesilmiş birçok ürün var. Beklentimiz elimizde kalan ürünlerin değerlendirilmesi için hibe başta olmak üzere değişik finansman modelleriyle firmalarımızın desteklenmesidir.” diye konuştu.

'Sektöre pozitif ayrımcılık yapılmalı'

Hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün daha fazla istihdam sağlaması ve ekonomiye kazandırdığı net döviz girdisinin artması için devlet desteklemelerinde pozitif ayrımcılık yapılması gerektiğini söyleyen başkan Tekin, yatırım teşviklerinde öncelikli sektör olarak belirlenerek en azından 5'inci bölge kriterlerinin bu sektör için tüm yurt genelinde geçerli olmasının yatırımları ve ihracatı şahlandıracağını belirtti. Serbest bölgelerin de bu kapsam içine alınmasının elzem olduğunu ifade eden Başkan Tekin, şunları kaydetti: “Mevcut modelde serbest bölgelerdeki dış satımları ihracat rakamları içerisinde gösteremiyoruz. Serbest bölgeler teşvik kapsamına alındığında bu mümkün olacak ve firmalarımız rahatlayacaktır. Ayrıca 1988 yılından itibaren bir süre uygulanan ancak daha sonra iyi kontrol edilemediği için kaldırılan ihracat karşılığında devlet desteklerinin yeniden verilmeye başlanması sektörümüzün en önemli beklentileri arasındadır. Sesimizi icraatımızla, ihracatımızla duyuracağız. Bu

sıkıntılı dönemde elde ettiğimiz rakamlar mutlaka devletimizin ilgisini çekecektir. Bu konuda taleplerimizi de ayrıca ortaya koyacağız. 'Bize daha fazla destek olursanız, ihracatımızı çok daha yukarılara çıkaracağımızın garantisini veriyoruz.' diyeceğiz. Bu taleplerimiz karşılandığı takdirde ihracat rakamlarımızı 3'e, 5'e katlarız diye düşünüyorum.” dedi.

'Yeni normalde ciddi bir yükseliş ivmesi yakaladık'

Haziran ayı itibarıyla başlayan yeni normalde pandeminin etkilerinin AHKİB bölgesinde minimum düzeye indiğini, bu ayda yüzde 177 artış yakaladıklarını vurgulayan Başkan Tekin, koronavirüs salgınının sektöre yansımalarını şöyle değerlendirdi: “2020 yılına güzel başlamıştık. Ocak ve şubat ayları gayet güzel geçmişti. Fakat mart ayında koronavirüs salgını küresel ticareti durma noktasına getirdi. Mağazalar kapandı, siparişler iptal oldu. Fabrikalar üretimlerine ara verdi. Nisan ayı bizim için kayıp dönem olarak geçti. Mayıs ayından itibaren toparlanmaya başladık. Mayısta yüzde 13 artış ile 32,2 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdik. Haziran ayında ise 51,8 milyon dolarlık ihracat rakamına ve yüzde 177'lik rekor artışa ulaştık. Ortaya çıkan performans bizim için geleceğe umutla bakmamızı sağlıyor. İhracatımız son hızla devam ediyor. Temmuz ve ağustos ayları başta olmak üzere bu artışın tüm yıla yayılacağını ve 2020'yi geçen yılın üzerinde rakamlarla kapatacağımıza inanıyorum.”

'Ortak Talep Havuzu ile tüm siparişleri değerlendireceğiz'

Covid-19 krizinin yaşattığı kayıpları daha hızlı telafi etmek için AHKİB olarak Ortak Talep Havuzu'nu hayata geçirmeye hazırladıklarını açıklayan Başkan Tekin, bu model ile alıcılar ile satıcıları aynı platformda buluşturup Avrupa başta olmak üzere tüm pazarlardan gelen siparişleri rakip ülkelere kaptırmamayı amaçladıklarını vurguladı. Tekin, “Pandemi sürecinde Türkiye hazır giyim ve konfeksiyon sektörü ham madde, aksesuar ve nitelikli insan gücünün bir arada olmasının verdiği avantajla esnek üretim ve hızlı termin ile rakiplerinden ayrılarak öne çıkıyor. Sektör üretiminin yüzde 71'i Avrupa'ya ihraç ediliyor. Türkiye, 4 saat uçuş mesafesiyle 60'a yakın ülkeye ulaşabilme avantajı sayesinde bölgenin en önemli üretim merkezi konumunda bulunuyor. Sektörümüzde markalaşma sürecini tamamlamış, üretim kapasitesi yüksek, güçlü firmaların yanında KO-Bİ ölçeğinde binlerce atölye faaliyet gösteriyor. AHKİB olarak

hayata geçireceğimiz Ortak Talep Havuzu modeliyle ihracat pazarlarından gelen talepleri bir havuzda toplayarak alıcıları ve satıcıları tek platformda buluşturacağız. Amacımız pazarlama ve satış kabiliyetleri yüksek firmalarımızın gücünden küçük ve orta boy işletmelerimizin de istifade etmesidir. Havuz sayesinde yoğunluk yaşayan firmaların karşılayamadığı yeni siparişleri üretim programı uygun olan diğer üyelerimizin almasına fırsat tanıyacağız. Üyelerimizin desteğiyle oluşturduğumuz Ortak Talep Havuzu ile büyük alım gruplarının siparişlerini başka ülkelere kaptırmamış olacağız. Firmalarımızın gelişip büyümesi için markalaşma, katma değerli üretim ve inovasyon süreçlerine yönelmelerini de bu zeminde yürüteceğiz. Bu modeli bölgemizde geliştirebilirsek, ilerleyen zamanlarda Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) çatısı altında ülke geneline yaymamız da mümkün olabilecek.” diye konuştu.

'Pazar çeşitliliğinde hedefimiz ABD, Afrika ülkeleri, Ukrayna ve Rusya'

Pazar çeşitliliğini artırmaya yönelik yürüttükleri çalışmaları Ticaret Bakanlığı ve Türkiye İhracatçılar Meclisi'ne aktardıklarını, bu yönde atılacak adımların hızlandırılmasına ihtiyaç duyduğunu belirten Başkan Gürkan Tekin, sektör olarak hedef ülkelerin başında ABD'nin geldiğini,

burada etkin olmak için ABD, Mısır ve İsrail arasındaki Nitelikli Sanayi Bölgesi Anlaşması (QIZ) gibi bir sistemin Türkiye'de de uygulanabileceğini ifade etti. Başkan Tekin, şunları söyledi: “Bilindiği üzere Türkiye ile ABD arasındaki ticaret hacminin 100 milyar dolara çıkartılması hedefi bulunmakta. ABD, medikal giysiler, maske, tulum ve önlük gibi ürünlerde ithalat vergisini yüzde sıfır uyguluyor. Diğer giysilerde ithalat vergi oranı yüzde 29'lar düzeyinde alınıyor. ABD'ye toplamda sektör ihracatımız 800 milyon dolar civarında. Mısır'da kullanılan QIZ sistemi gibi bir sistemi hayata geçirebilirsek bu rakamı çok daha yukarılara çıkarabiliriz. QIZ bölgelerinde bilindiği üzere ham madde, kumaş veya aksesuarın yüzde 10'u Mısır, Ürdün ve İsrail menşeli olduğunda ABD'ye sıfır vergi ile ihracat yapabiliyorlar. Bunu Türkiye olarak bizler neden gerçekleştirmeyelim? Ticaret diplomasisini daha etkin kullanarak ABD tarafında ciddi bir ihracat kapısı açabiliriz. Yakın coğrafyamızda Ukrayna, Rusya, hatta Afrika pazarı bizim için yıldız gibi parlıyor. Afrika kıtasında tüm ülkelerde hamleler yapmamız gerektiği inancındayım. Bu pazarlarda özellikle konfeksiyon ürünlerine yönelik ciddi talepler var. Bugün ülkemizde 50 TL'ye satılan bir ürün Kenya ve Somali'de 50 dolara alıcı bulabiliyor. AHKİB olarak Afrika pazarına açılmamızı çok önemsiyoruz.”

'Üretimde verimliliğin yolu eğitim, ödüllendirme ve otomasyondan geçiyor'

Sektörde nitelikli işgücü ihtiyacına ve otomasyona yönelik gelişmelere de değinen Başkan Tekin, üretim kanadında verimliliği artırmak için eğitime ve ödüllendirmeye ağırlık verildiğini, yapay zeka yatırımlarının da ön plana çıkmaya başladığını ifade etti. Başkan Tekin, “Bölgemizdeki firmalar nitelikli işgücü ihtiyacını kendi içinde eğitimlerle karşılıyor. Üniversitelerimizden de yardım alıyoruz. Dış ticaret ve finansman yönüyle de firmalarımız personelin gelişimi için eğitimler alıyor. Ama en önemli üretimdeki verimliliğin artırılması. Bunun için firma olarak biz üretim bantlarında ödül sistemini getirerek çalışanlarımız arasında rekabet ortamı oluşturduk. Bu sistem hem kalite hem de üretimde artış getiriyor. Yüzde 15'lere varan oranlarda verimlilik artışı sağladık. Ayrıca personelimizin talepleri doğrultusunda İngilizce eğitimleri dahi vermekteyiz. Şirket olarak hayata geçirdiğimiz bu eğitim sistemini AHKİB olarak tüm üyelerimize yaygınlaştırmak istiyoruz. En büyük hedeflerimizden biri de bölgemize

'AVRUPALI MARKALAR İÇİN TÜRKİYE FIRSAT ÜLKESİ'

Hazır giyim ve konfeksiyoncuların ihracatta ana rotasının AB ülkeleri olduğunu, en fazla dış satımın İspanya ve Almanya'ya gerçekleştirildiğini kaydeden Başkan Tekin, “Giysi üretimi açısından üç avantaj var; kumaş, aksesuar ve iş gücü. Avrupa pazarı için bu üç faktörün de bir arada olduğu tek ülke Türkiye. Kaliteli kumaş ve aksesuarlar imal ediyoruz. Kabiliyetli insan kaynağına sahibiz. Bunların hepsi bir araya geldiğinde ciddi bir potansiyel oluşuyor. Bu coğrafyada bize rakip olabileceği düşünülebilecek Fas, Bulgaristan, Tunus, Portekiz, Romanya gibi ülkeler var. Belki iş gücü temin edebilirler ama kumaşları yok. Avrupa için bu şartları sağladığımız için Türkiye bir fırsat ülkesi.” şeklinde konuştu.





Koronavirüs salgınının etkili olduğu aylarda mağazalar kapalı olduğu için dijital pazarlama yöntemleri öne çıktı.

sektörün ihtiyacını karşılayacak bir çıraklık okulu kazandırmaktır. Bu projemizi bölge illerindeki valiliklerle iş birliği halinde yürütmeyi hedefliyoruz. Bu okullarda her alana yönelik makineci yetiştirmek istiyoruz. Çünkü üst grup diken bir personel, alt grupta çalışırken zorlanıyor. Bu sıkıntıları aşmanın yolu çalışanlarımıza yeni kabiliyetler kazandırmaktan geçiyor. Kuracağımız çıraklık okullarında eğitim giderlerini ve kullanacağımız makineleri üye firmalarımızın destekleri ile karşılayacağız.” diye konuştu.

'Tasarım ve markalaşma için daha fazla destek lazım '

İhracatçı firmaların tasarıma, markalaşmaya ve üretimde yapay zeka uygulamalarına yoğunlaşması gerektiğini de vurgulayan Başkan Tekin, bu alanda devlet teşviklerinin ciddi düzeyde artırılmasına ihtiyaç olduğunu dile getirdi. Tekin, “Devletimiz yurt dışında markanız olduğu takdirde, mağaza açtığımızda birtakım teşvikler veriyor. Ancak bu teşvikler çok yüzeysel kalıyor. Sektör olarak 'Ben bir marka yaratmak ve bu markayı dünya çapında tanınır, tercih edilir hale getirmek istiyorum' diyen ihracatçılarımıza tasarımdan başlanarak her aşamada destek sağlanmasını istiyoruz. 3D teknolojiyle tasarım yapmak isteyen firmalarımız her geçen gün artıyor. Bunlara yazılım geliştirme desteği verilmelidir. Tüm dünyada artık yapay zekâ uygulamaları ve üç boyutlu tasarım teknolojileri ön plana çıkıyor. Yapay zekâ, sektörümüzde köklü değişimler getiriyor. Bu ileri teknoloji üretim, kalite, maliyet, bilgi, istatistiksel süreç yönetimi, online-offline mağaza, ürün yönetimi, müşteri tanıma ve tanımlama, online-offline müşteri deneyimi, zamanında üretim ve bilgisayarla tümleşik üretim alanlarında entegre süreçleri kapsıyor. Yapay zeka uygulamaları pahalı teknolojiler olduğu için firmalarımızın devlet desteklerine gereksinimi var. Teknolojik yatırımlarını zamanında yapan firmaların ihracat pazarlarında öne çıkma şansının yüksek olduğunun bilincindeyiz. Özellikle 3D teknolojisine dönük yatırımlar konusunda ODTÜ'deki akademisyenlerle görüşüyoruz. Modaya yön veren İtalyan ve İngiliz

tasarımcılarla ortak eğitim faaliyetleri yürütmeliyiz. Tasarımcılarımızın bu ülkelerde eğitim almalarını sağlamalıyız. Bütün bunlar devletimizin destekleri sayesinde olabilir. İşte o zaman bizler dünya genelinde markalar yaratabiliriz.” şeklinde konuştu. Markalaşma serüveninin tasarım üstünlüğü ile bitmediğini, tanıtım ayağının da güçlü tutulması gerektiğini kaydeden Başkan Tekin, ülkeler ölçeğinde reklam ve sosyal medya tanıtımlarına ihtiyaç olduğunu, hedef ülkelerdeki popüler insanların tanıtım kampanyalarında reklam yüzü olarak değerlendirilmesinin de ciddi bütçeler gerektirdiğini, bu alanda da devlet desteklerinin engelleri aşmada kolaylaştırıcı olacağını sözlerine ekledi.

'Yükselen trend dijital pazarlama'

Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün odaklandığı bir başka önemli konu başlığının da dijital pazarlama olduğunu vurgulayan Başkan Tekin, koronavirüs salgınının etkili olduğu dönemde mağazaların kapalı olmasından dolayı dijital pazarlama yöntemlerinin öne çıktığını, e-ticaret ve e-ihracat rakamlarında bunu çok açık görebildiklerini belirtti. Ticaret Bakanlığının e-ihracat, sanal ticaret heyetleri ve sanal fuarlara yönelik desteklerinin memnuniyet verici olduğunu ifade eden Başkan Tekin, bunların yanı sıra yurt dışında depo veya lojistik üs kurma ile mağazalaşma konusunda da destek beklediklerini söyledi. Tekin, “Türk kumaş ve Türk tasarımı dünya çapında rağbet görüyor. Başarılı tasarımcılarımız, dünyaca ünlü markalara hizmetlerini ihraç edebiliyor. Sektörümüzün katma değeri yükseliyor. Türkiye, hem kaliteli ürün üretilip uygun fiyat verebiliyor, hem de hızlı teslimat yapıyor. Ancak içinde bulunduğumuz teknoloji çağının gereklerine de ayak uydurmalıyız. Yeni normal dönemde mağazalaşma ikinci planda kalmaya başladı ve dijital pazarlama yöntemleri öne çıktı. Belli yerleşimlerde mağazalar veya kıyafet deneme yerleri olabilir. Bununla birlikte asıl hedefimizin dijital pazarlama olması lazım. Bu alanda da devletimizin, hükümetimizin alacağı kararlar çok çok önemli. AHKİB olarak bu alanda da üyelerimizin güçlenmesi için olgunlaştıracağımız çalışmalarımızı TİM Başkanımız Sayın İsmail Gülle'ye iletacağız. Birlikte yapacağımız değerlendirmeye son şeklini verip bakanlığımızla ve hükümetimize taşımaya hedefliyoruz. İnaniyorum ki, gerekli destek ve teşvikler sağlanır ise yeni normalde küresel tedarik ve değer zincirinde hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün yıldızı Türkiye olacaktır.” dedi.

EXİMBANK'TAN YABANCI İHRACAT DESTEK KURULUŞUNA İLK GARANTİ

Türk Eximbank yurt dışında iş üstlenen müteahhitlik firmaları ile ihracatçılara sunulan gayrinakdi desteklerin çeşitlendirilerek artırılması amacıyla dünyanın önde gelen ihracat kredi kuruluşları arasında garanti işbirliği anlaşmaları imzaladı.

Ticaret Bakanlığı'ndan yapılan yazılı açıklamada Türk Eximbank ile İngiltere İhracat Kredi Kuruluşu UK Export Finance (UKEF) arasında 2017 yılında bir işbirliği anlaşması imzalandığı, bu kapsamda İngiliz kuruluşun Irak'ta gerçekleştirilecek enerji santrali projelerinin birinci fazında yer alan Türk malı ve hizmeti oranında garanti desteği talep ettiği kaydedildi. Bu talebe yönelik Türk Eximbank'ın UK Export Finance'a 79,2 milyon dolarlık reasürans/garanti desteği sağladığı bildirildi. Açıklamada Türk Eximbank'ın kuruluşundan bu yana, ülke ihracatının teşviki amacıyla ilk kez yabancı bir ihracat destek kuruluşuna garanti sağladığı vurgulandı. Bu anlaşmayla gerek firmaların düşük maliyetli finansmana erişiminin kolaylaştırıldığı gerekse ihracat destek kuruluşları tarafından Türk firmalarına yurt dışında üstlenilen işlere kaynak sağlanabilmesi için ilave kapasite oluşturulduğu belirtildi. Irak'ta söz konusu enerji santrali projeleri dâhilinde inşa edilecek olan her bir santralin ülkenin enterkonnekte şebeke sistemine 750 MW'lık bir katkı sağlamanın planlandığı ifade edildi.



TOPRAKSIZ TARIM VE KÜLTÜR BALIKÇILIĞI HAMLESİ

Tarım ve Orman Bakanı Bekir Pakdemirli, Adana'da bitkisel ve hayvansal gıda üretiminde atılım yapmak amacıyla topraksız tarım ve kültür balıkçılığı alanlarında iki ayrı organize sanayi bölgesi planladıklarını açıkladı. Bakan Pakdemirli, Karataş ilçesinde projelendirdikleri Tarıma Dayalı İhtisas Organize Sanayi Bölgesi'nde topraksız tarım tekniği ile üretim yapılacağını, Karataş ile Yumurtalık açıklarında kurulacak Su Ürünleri Yetiştiricilik Bölgesi'nde yılda 30 bin ton balık yetiştirileceğini belirtti.

Online düzenlenen 'Adana Söz Sizde' buluşmalarında değerlendirmelerde bulunan Pakdemirli, Adana'ya son 18 yılda 15,2 milyar lira tarımsal destek verildiğini, kentnin yıllık 9,8 milyar liralık tarımsal üretim değeriyle Türkiye genelinde 6ncı sırada yer aldığını işaret etti.

Sahil ilçelerinde önemli yatırımlar geliyor

Adana'nın tarımsal üretimine büyük ölçekli projelerle katkıda bulunacaklarını müjdeleyen Pakdemirli "Karataş ilçemiz Bebeli Mahallesi'nde 3 bin 184 dekar alanda Tarıma Dayalı İhtisas Organize Sanayi Bölgesi kuruyoruz. Bu bölgede topraksız tarım tekniğiyle çok çeşitli ürün yetiştirilebilecek. Yaklaşık 5 bin kişilik istihdamın oluşmasını hedeflemekteyiz." dedi. Karataş ile Yumurtalık ilçeleri arasında denizde yıllık 30 bin ton



Tarım ve Orman Bakanı Bekir Pakdemirli

su ürünleri yetiştiriciliği yapılması amacıyla Su Ürünleri Yetiştiricilik Bölgesi'ni kurduklarını dile getiren Pakdemirli, biner tonluk parsellerin yatırımcılara tahsis edildiğini ve yatırım süreçlerinin başladığını söyledi.

Adanalı çiftçilerin daha fazla gelir sağlmasına yönelik tarımsal sulama yatırımlarına da değinen Pakdemirli, toplam maliyeti 201 milyon lira olan yaklaşık 24 bin dekar alanı sulayacak Aladağ Kökez, Feke Gedikli ve İncirli, Pozantı Ömerli, Saimbeyli Pınardere barajı ve sulamalarının sözleşmelerini de imzaladıklarını ifade etti.

ADANA'DAN EN ÇOK İHRACAT AVRUPA'YA

Çukurova'nın başkenti Adana, ihracat pazarlarında kimya, tekstil ve tarım ürünleriyle söz sahibi olurken, en çok komşu ülkeler ve Avrupa Birliği'ne dış satım gerçekleştiriyor. 2015 yılında 1,68 milyar dolar olan ihracatını 2019'da yüzde 17,73 artışla 1,91 milyar dolara yükselten Adanalı ihracatçılar, bir yandan katma değeri yüksek, tasarım üstünlüğüne sahip teknoloji yoğun sanayi ürünlerine odaklanırken diğer yandan koronavirüs salgınının yol açtığı kayıpların telafisi için gayret gösteriyor.

Adana, verimli toprakları, köklü sanayi geçmişi, güçlü altyapısı, eşsiz coğrafi konumu ve yüksek yaşam kalitesiyle yatırımcılara büyük avantajlar sunarken ihracat maratonunda kimya, tekstil ve tarım ürünleriyle öne çıkıyor. Bölgesel Gelişme Ulusal Stratejisi'nde etkisi Orta Doğu'da hissedilecek tek potansiyel metropol bölge olarak belirlenen Adana, büyük ölçekli petrokimya, enerji, gıda, tekstil, ayakkabı ve mobilya üretim merkezlerinin hayata geçirilmesi için gün sayıyor. Katma değeri yüksek tarımsal

üretimle birlikte tasarım üstünlüğüne sahip teknoloji yoğun sanayi ürünlerinde küresel aktör haline gelmeyi hedefliyor. Tarım ve tarıma dayalı sanayinin yanında otomotivden tekstile, makineden gıda ürünlerine, kimya ve plastikten hazır giyime kadar çok geniş bir yelpazede önemli miktarda üretimi ile Türkiye'nin ikinci büyük bölgesel yatırım ve üretim merkezine dönüşme potansiyelini barındıran Adana, 15 yeni organize sanayi bölgesinin faaliyete geçmesiyle ihracat liginde de zirvede yer almaya hazırlanıyor.

Kümelene modeliyle rekabet üstünlüğü artıyor

Dış ticarete özellikle yeni pazar araştırmalarının yanı sıra kümelene mantığı çerçevesinde uluslararası rekabetçiliğin geliştirilmesine ve desteklenmesine ağırlık veren Adana, 2015 yılında 1,68 milyar, 2016'da 1,59 milyar, 2017'de 1,80 milyar, 2018'de 2 milyar ve 2019'da 1,91 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Son 5 yıllık verilere göre Adana'nın ihracatta yakaladığı artış oranı yüzde 17,7 oldu. 2019'da elde ettiği performansla en fazla ihracat yapan iller sıralamasında 13'üncü sırada yer alan Adana, ülke ihracatına yüzde 1,12'lik destek sağladı.

2019'da Adana'nın ihracatını 8 sektör sırtladı

2019'da Adana'nın ihracatını kimya, tekstil, hububat ve bakliyat, hazır giyim ve konfeksiyon, otomotiv, su ürünleri ve hayvansal mamuller, yaş meyve sebze ile mobilya sektörleri sırtladı. Adana'nın geçen yılki ihracatında kimyevi maddeler ve mamulleri 314,8 milyon dolar ile birinci, tekstil ve ham maddeleri 314,1 milyon dolar ile ikinci, hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri 250,9 milyon dolar ile üçüncü sırada yer aldı. Kentin ihracatında diğer lokomotif sektörler arasında bulunan hazır giyim ve konfeksiyon 151 milyon dolarlık, otomotiv endüstrisi 132,1 milyon dolarlık, su ürünleri ve hayvansal mamuller 118,4 milyon dolarlık, yaş meyve ve sebze 113,4 milyon dolarlık, mobilya, kâğıt ve orman ürünleri ise 108,1 milyon dolarlık dış satım gerçekleştirdi.





Tarım ürünleri ve tarıma dayalı sanayinin önemli merkezlerinden Adana'da petrokimya, enerji gıda, ayakkabı ve mobilya sektörlerinde yeni kurulacak organize sanayi bölgeleri ihracatta da kenti öne çıkaracak.



Romanya, İran ve Çin pazarlarında etkinliğini artırdı

Çukurova Bölgesi'nin metropol kenti Adana'nın 2019 yılında lider ihracat pazarı 288 milyon dolar ile komşu ülke Irak oldu. Avrupa Birliği'nin en güçlü ekonomisine sahip Almanya 152,9 milyon dolar ile ikinci, moda yön veren ülkelere İspanya 146,1 milyon dolar ile üçüncü sırada yer aldı. Bu dönemde Adana'nın ihracatını en fazla artırdığı ülkeler yüzde 32,31 artış ve 36,4 milyon dolar ile Romanya, yüzde 23,58 artış ve 35,8 milyon dolar ile İran ve yüzde 22,79 artış ve 34,1 milyon dolar ile Çin oldu.

İlk yarıda 862,8 milyon dolarlık ihracat

Adana, Covid-19 salgının küresel ticarete yarattığı daralmalara ve insanların ve malların hareketini sınırlayan tedarik zincirindeki kırılmalara rağmen 2020 yılının ilk yarısında 862 milyon 814 bin dolarlık ihracat performansına imza attı. Ocak-Haziran döneminde Türkiye'nin ihracatına yüzde 1,25'lik katkı sağlayan Adana, kimya, tekstil ve tarımsal üretimin yanı sıra savunma ve havacılık sanayi, hazır giyim ve konfeksiyon, elektrik-elektronik, yaş meyve ve sebze ile demir çelik sektörlerinde de atılım yaptı. 2020'nin ilk yarısında Adana'nın ihracatı sektörler göre değerlendirildiğinde en fazla dış satımı 148,1 milyon dolar ile kimyevi maddeler ve mamulleri gerçekleştirdi. Bu sektörü 133,2 milyon dolar ile tekstil ve ham maddeleri, 112 milyon dolar ile hububat bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektörleri takip etti.



En fazla artışlar savunma-havacılık, konfeksiyon ve elektrik-elektronikte

Söz konusu dönemde Adana'nın ihracat performansını en fazla artırdığı sektörler bakımından savunma ve havacılık sanayi yüzde 47,93 artış ve 1,97 milyon dolar değer ile birinci sırada yer aldı. Yüzde 28,93 artış ve 100,5 milyon dolar ile hazır giyim ve konfeksiyon sektörü ikinci, yüzde 26,41 artış ve 19,4 milyon dolar değer ile elektrik-elektronik sektörü üçüncü oldu. İhracat ivmesini yukarı yönde ilerleten diğer sektörler ise yüzde 14,43 artış ve 52,4 milyon dolar ile yaş meyve ve sebze, yüzde 12,60 artış ve 10,1 milyon dolar ile meyve sebze mamulleri, yüzde 11,38 artış ve 28,2 milyon dolar ile demir ve demir dışı metaller, yüzde 6,93 artış ve 25,2 milyon dolar ile iklimlendirme, yüzde 11,04 artış ve 37,8 milyon dolar ile çelik sektörü şeklinde sıralandı.

Ocak-Haziran döneminde ihracatta lider pazar Irak

2020 yılı Ocak-Haziran döneminde Adana'nın ihracatı ülkelere göre ele alındığında en fazla dış satım yapılan ülke 111,4 milyon dolar ile Irak oldu. Kentin 6 aylık ihracatında Irak'ın payı yüzde 12,91 olarak raporlara yansdı. Adana'nın ana ihracat pazarlarını oluşturan diğer ülkeler ise 86 milyon dolar ile Almanya ve 47,6 milyon dolar ile Hollanda oldu. Çukurova'nın başkenti, bu dönemde 9 ülkenin pazarlarındaki etkinliğini artırdı. Slovakya'ya yüzde 44,6 artışla 5,4 milyon dolar, Libya'ya yüzde 37,9 artışla 6,6 milyon dolar, Norveç'e yüzde 20,7 artışla 2,9 milyon dolar, Almanya'ya yüzde 11,2 artışla 86 milyon dolar, Birleşik Krallık'a yüzde 11,8 artışla 24,4 milyon dolar ve Polonya'ya yüzde 0,7 artışla 12 milyon dolar ihracat gerçekleştirdi.

RAFİNERİ VE PETROKİMYA TESİSLERİNE JURONG MODELİ

Türkiye Varlık Fonu (TVF), Adana'nın Ceyhan ilçesinde 10 milyar dolar yatırımla kurulması planlanan rafineri ve petrokimya tesisleri için Singapur'daki Jurong Adası modelini uygulamaya odaklandı. Türkiye'nin enerji ve petrokimya sektörlerindeki dış ticaret açığının azaltılması amacıyla planlanan dev yatırımın yol haritasını anlatan TVF Genel Müdürü Zafer Sönmez, fon bünyesinde TVF Rafineri ve Petrokimya Sanayi Ticaret A.Ş.'nin kurulumunun tamamlandığını belirtti.



Öncelik Jurong, alternatifi Rotterdam

Azerbaycan ve Kuzey Irak petrolünün Akdeniz'le buluştuğu Adana'nın Ceyhan ilçesinde 13 bin 410 dekar alanda projelendirdikleri rafineri ve petrokimya tesislerinde en yüksek fayda sağlayacak doğru modeli hayata geçirmek için dünya genelinde kapsamlı araştırmalar yaptıklarını ifade eden Sönmez, "Orta Doğu ve Doğu Akdeniz hidrokar-

bon yataklarına yakınlığı nedeniyle ülkemiz için stratejik önem taşıyan bölgede kurulacak TVF Rafineri ve Petrokimya Projesi'nde Singapur'daki Jurong Adası modelini uygulamayı düşünüyoruz. Hollanda'daki Port Of Rotterdam benzeri bir yapı üzerinde de çalışıyoruz. Uluslararası danışmanlarla bu anlamda en doğru sonucu sağlayacak çalışmalarımız devam ediyor." diye konuştu.

Dış ticaret dengesine 1,5 milyar dolarlık katkı sağlayacak

TVF Rafineri ve Petrokimya kompleksi'nin inşasına, tasarım ve mühendislik çalışmalarının tamamlanmasının ardından 2021'de başlanması öngörülüyor. İnşaat ve işletme döneminde binlerce kişiye istihdam sağlayacak yatırımla dış ticaret dengesine yıllık 1,5 milyar dolarlık katkı sağlanması hedefleniyor.

Hatay'dan Lübnan, Beyrut ve KKTC'ye deniz ulaşımı

Hatay'ın Arsuz ilçesinden Lübnan, Beyrut ve Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'ne deniz yolundan ulaşım imkanı sağlayacak Madenli Yat Limanı, Su Sporları Merkezi ve Hatay Deniz Otobüsü (HADO) İşletmesi'nin temeli atıldı.

Madenli Mahallesi'nde düzenlenen törende konuşan Hatay Valisi Rahmi Doğan, yaklaşık 3 aylık çalışmayla tamamlanması planlanan projeye hem turizmde hem de ticari faaliyetlerde canlılık sağlanacağını belirtti. Vali Doğan, 108 yatın demir alabileceği yat limanı iskelesinin bitme aşamasına geldiğini, tesisin arka kısmını ise su sporları merkezi olarak değerlendireceklerini ifade etti.

Uluslararası etkinlikler yapılacak

Vali Doğan, "İnşallah 2021 Eylül ayında burada uluslararası yelken yarışları yapılacak. Temelini attığımız tesisi-



mizde sosyal donatılar da planlandı. Bu alan içerisinde 3 lokanta, restoran, 2 kafeterya ve diğer sosyal donatı alanları olacak. Otoparkların ve diğer donatıların yer alacağı alanın altyapı planlaması da kısa zaman önce yapmış olduğumuz ihalenin içerisinde. Bu tesislerin dışında kalan yerleri Hatay Büyükşehir Belediyesi'nin talebi doğrultusunda 10

yılığına 2 milyon lira bedelle belediyeye kiralandık. Hatay'ın özlemle beklediği HADO ile Lübnan, Beyrut ve KKTC'ye gitme hayallerini inşallah kısa süre içerisinde gerçekleştirmiş olacağız." dedi.

Lübnan, Beyrut, KKTC ve Mersin'e seyahat edecek insanları HADO taşıyacak

Hatay Büyükşehir Belediye Başkanı Lütfü Savaş ise yazın sonundan itibaren öncelikle Lübnan, Beyrut, KKTC ve Mersin'e seyahat edecek vatandaşları HADO ile taşıyacaklarını belirtti. Başkan Savaş, 1670 metrekare alana 4 milyon 600 bin lira bedelle gümrük sahası inşa edildiğini, buranın da yaklaşık 3 ay içerisinde bitirileceğini dile getirdi.

Konuşmaların ardından törene katılanlar butona basarak Madenli Yat Limanı, Su Sporları Merkezi ve HADO İşletmesi'nin temelini attı.



İNOVA TİM'E ULUSAL ŞAMPİYON ÖDÜLÜ

Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) İnovaTİM Liselerde Yapay Zeka, İnovasyon ve Girişimcilik Projesi, Avrupa Komisyonu tarafından KOSGEB koordinatörlüğünde yürütülen Avrupa Girişimciliği Teşvik Ödülleri (EEPA) kapsamında "Ulusal Şampiyon" seçildi. TİM, bu başarısıyla Türkiye'yi Avrupa Komisyonu'nda temsil etme hakkı kazandı.

Lise öğrencilerine inovasyon bilincini aşılayarak inovasyon, bilim ve teknolojinin gücüyle yoğunlaşarak yenilikçi, katma değerli projeler geliştirmesini amaçlayan İnovaTİM Liselerde Yapay Zeka, İnovasyon ve Girişimcilik Projesi kapsamında mart ayından bu yana 32 ildeki 207 lisede 9 bin 824 öğrenciye Endüstri 4.0, IoT, inovasyon, bilgi çağı ekonomisi, girişimcilik, ihracat ve yapay zeka konu başlıklarında 10 hafta süren eğitimler verildi. Öğrenciler aldıkları eğitimler sonucunda takım oluşturup proje geliştirerek ulusal ve uluslararası yarışmalarda hem okullarını hem de Türkiye'yi temsil etti. İnovaTİM lise proje takımı Sneaky Snakes, Türkiye Bosphorus Regional yarışmasını birinci bitirerek Türkiye şampiyonu oldu. Dünya şampiyonasına katılarak en iyi otonom görev yapan robot ve en iyi mentor ödülleri kazandı. Sneaky Snakes takımı ayrıca bölgesel yarışmada 26 ödülün en değerli 3 ödülü temsil eden 'Blue Banner' bayraklarından da ikisini kazandı.

TİM VE İŞ BANKASI'NDAN İHRACATÇILAR İÇİN İŞ BİRLİĞİ

TİM ile İş Bankası, Covid-19 sürecinde ihracatçılara avantajlı faiz oranları da dahil olmak üzere pek çok fayda getirecek şekilde uygun finansmana erişebilmeleri için 500 milyon dolar hacimli kredi protokolü imzaladı.



Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ile Türkiye İş Bankası'nın yeni iş birliği anlaşmasında ihracatçılara TL ve yabancı para olmak üzere toplam 500 milyon dolarlık kredi paketi sunuldu. Protokol imza töreni TİM Başkanı İsmail Gülle ve İş Bankası Genel Müdürü Adnan Bali'nin katılımıyla gerçekleştirildi. Protokol çerçevesinde daha fazla ihracatçıya ulaşabilmek amacıyla her firma özelinde azami 150 bin dolar-euro veya 1 milyon TL tutarında kredi kullanılacağı, 1 yıl vadeli dolar kredilerinde yıllık yüzde 2,40, euro kredilerinde yıllık 1,15 faiz oranı uygulanacağı açıklandı.

'İş Bankası tarihi bir misyon üstlendi'

TİM Başkanı İsmail Gülle, ihracat finansmanına destek paketinde fuarlara katılım kredisi, Maximiles TİM İhracatçı Kart, kadın girişimcilere özel faiz oranlı kredilerin yanı sıra sigorta ve eğitim gibi ihracatçının ihtiyacına uygun hizmetlerde de indirimler yer aldığını belirtti. Gülle "İhracatçılara yönelik kredi hacminin artırılması ve ihracatçıların finansmana erişiminin kolaylaşmasıyla firmalar, salgın sürecini en az hasarla atlatacaktır. Bilhassa son 2 yılda bankacılık sektörünün ihracatçılara yönelik kredilerinde hem hacimsel hem

de oransal artışlar görüyoruz. Sektörün ihracata ilgi ve alakası bizleri memnun ediyor. 2018 yılı nisan ayında bankaların ihracat kredileri 116 milyar TL seviyesindeyken geride bıraktığımız nisan ayında bu kredilerin değeri yüzde 69'luk artışla 196 milyar TL seviyesine ulaştı. Bu artışta, bankaların kullandığı toplam kredi hacmindeki artış etkili olduğu kadar, ihracat kredilerinin toplam kredi hacmine oranının yüzde 5,2'den yüzde 6,3'e çıkması da etkili oldu." dedi.

'İhracatçılara güçlü bir destek veriyoruz'

Türkiye İş Bankası Genel Müdürü Adnan Bali de uluslararası pazarlarda güçlü Türkiye yaratmak hedefiyle TİM ile iş birliği yaparak ihracatçılara güçlü bir destek verdiklerini ifade etti. Ülke ekonomisinin büyümesinde kritik bir rolü bulunan ihracatın, özellikle pandemi sürecinde içinden geçilen zor dönemden çıkışta da büyük önem taşıdığını vurgulayan Bali, "Banka olarak bu alana özel bir konsantrasyon ile eğiliyoruz. Salgının istihdama, üretime, ticarete, ödeme sistemlerine etkilerini azaltmak ve ekonomik aktivitenin devamlılığını sağlamak amacıyla çok sayıda aksiyonu hayata geçiriyoruz." diye konuştu.

TEMSA'NIN SATIŞINA REKABET KURUMU ONAY VERDİ

Otomotiv üreticisi Temsa, satış sürecinin tamamlanmasıyla Sabancı Holding'e bağlı ExSA Export ve Skoda Transportation'ın iştiraki PPF Beer Topholdco'nun yüzde 50-50 ortaklığı ile üretimine devam edecek.

Sabancı Holding'in yabancı ortağı Skoda Transportation ile birlikte merkezi Adana'da bulunan otomotiv üreticisi Temsa Ulaşım Araçları San. ve Tic. A.Ş.'yi yeniden satın almak için yaptığı başvuruya Rekabet Kurumu onay verdi.

Temsa'yı 2019 yılı Mayıs ayında İsviçre merkezli True Value Capital Partners şirketine satan Sabancı Holding, dört ay önce ortağı Çekya merkezli Skoda Transportation ile birlikte iyi niyet mektubu imzalamış, geçen haziranda da satış süreci ve hisse devirleriyle ilgili Rekabet Kurumu'na başvurmuştu. Rekabet Kurumu konuyu değerlendirmesinin ardından Temsa Ulaşım Araçları'nın ortak kontrolünün Sabancı Holding iştiraki ExSA Export ile PPF Beer Topholdco tarafından devralınması işlemine izin verdi. Rekabet Kurumu'nun onayı ile birlikte ExSA Export ve PPF Beer Topholdco'nun yüzde 50-50 ortaklığı ile Temsa'nın 210 milyon lira tutarındaki sermayesi-



ni temsil eden paylar, True Value Capital Partners'tan alınacak.

Otobüs, midibüs ve hafif kamyon üretimi yapan Temsa, 182 milyon 693 bin liraya İsviçre merkezli True Value Capital Partners'a satılmıştı. Satış anlaşmasına göre 825 milyon lira şirket değeri üzerinden borç ve nakit düzenlemeleri yapıldıktan sonra 375 milyon lira hisse değeri karşılığında devir gerçekleştirilmişti. Ekonomik nedenler gerekçe gösterilerek 2019'un son aylarında üretime ara verilen Temsa'da bankaların başlattığı haciz işlemleri üzerine konkordato ilan edilmişti.

EXPO 2021 hazırlıkları hızlandı

Medeniyetler Bahçesi temasıyla EXPO 2021'e ev sahipliği yapacak Hatay'da dev organizasyon için hazırlıklar hızlandı. Hatay Büyükşehir Belediye Başkanı Lütfü Savaş, kentte ağırlayacakları yerli ve yabancı turistler için Antakya, Defne ve İskenderun ilçelerinde yaklaşık 425 dönüm alanda düzenlemeler yaptıklarını belirtip 1 Nisan 2021'de her şeyin hazır olacağını söyledi.

Uluslararası etkinlik kapsamında botanik bahçeleri oluşturduklarını kaydeden Savaş, Hatay'a gelecek insanların hem gastronomi kentinin lezzetlerini tadabileceğini hem de kentin tarihi ve kültürel değerlerini tanıyacaklarını vurguladı. Savaş, "İskenderun Karaağaçtaki 175 dönüm alanda oluşturduğumuz gastronomi bölümünün yüzde 50'sini tamamladık. Normal inşaatın da yüzde 70'indeyiz.

Antakya bölgesinde ise inşaatın yüzde 60'ını bitirmiş durumdayız. Burayı aralık ayında bitirmeyi planlıyoruz. Yeşil alan konusunda da çalışmalarımız başlamış durumda. İnşaat devam ederken çalışmaların zarar vermeyeceği bölgelerde fidanlarımızı da dikmeye başladık." dedi.

'EXPO bahçesinde 2 bin bitki olacak'

EXPO bahçesinde doğal bitkilerin yanı sıra endemik, tıbbi aromatik ve laboratuvar bitkilerinin de yer alacağını kaydeden Savaş, şunları söyledi: "Bu bahçede 2 bin civarında bitkimiz olacak. Bunların 300 civarı Hatay'a ait endemik bitkilerden oluşuyor. Antakya'daki alanda bir gastronomi köyümüz var. Yanında 2 doğal sebze üretme yerimiz olacak. Buradaki ürünler organik olacak ve gastronomi mutfağında pişirilecek. Aynı zamanda 3 bin 500 kişilik amfi tiyatromuz, 5. yüzyıla ait bir kilise ve kalıntılarının olduğu arkeoparkımız olacak."



TELE, PLASTİĞE VEYA KAĞIDA DİZİLİ TÜRK ÇİVİSİ İHRACATTA FARK YARATTI

Demir çelik sektöründe daha güvenli, çevre dostu, ekonomik ve inovatif ürünlerle öne çıkan Güney Çelik A.Ş., geçen yıl ürün gamına dahil ettiği 'Civida' markalı, kaplamalı ve özellikli çivi üretimini tele, plastiğe ve kağıda dizili hale getirip kullanımda pratiklik sağlayarak dünya pazarlarında yer edindi. Çelik hasır, galvaniz kaplı tel, Arzincal (Galfan) kaplı tel, ön germeli beton demeti ve ön germeli beton teli üretimini 70'ten fazla ülkeye ihraç eden Güney Çelik, Civida çivi çeşitleriyle özellikle ABD ve İsrail pazarında öne çıkmayı başardı.



*Güney Çelik A.Ş. Civida
Ürün Direktörü
Ümit Küçükkavruk*

yelpaze sunarak müşteri isteklerine verdiğimiz önemi üretime dönüştürüyor ve özel boyalı çiviler de üretiyoruz."

'Arzincal'ın daha iyisini yapmaya çalışıyoruz'

Güney Çelik'in inovasyon odaklı çalışmalarına da değinen Küçükkavruk, "TSE, ISO ve Avrupa standartlarında hizmet sunmayı birinci hedef olarak belirleyen şirketimizin oluşturduğu AR-GE merkezinde ve TÜRKAK onaylı akreditasyon laboratuvarında inovasyon odaklı çalışıyoruz. Bu merkezlerimizde küresel bazda kazanımlarımızı inovasyona dönüştürüp, yeni üretim teknolojileri geliştirerek, sektörün yönünü nitelikli ürünlere kaydırıyoruz. İnovasyonun marka tesciline dönüşmüş ürünü Arzincal'ın daha iyisini yapmaya çalışıyoruz. Bizim için sürekliliğin esası beş temel olgu ile temelleniyor. Bunlar; işini bilmek, geliştirmek, planlamak uygulamak ve devam ettirmektir. Bu yüzden geliştirdiğimiz bir ürünün bile tekrar tekrar geliştirilerek daha iyiye ulaşacağını düşünüyor ve inovatif çalışmalarımızı bu yönde yapmaya devam ediyoruz." diye konuştu.

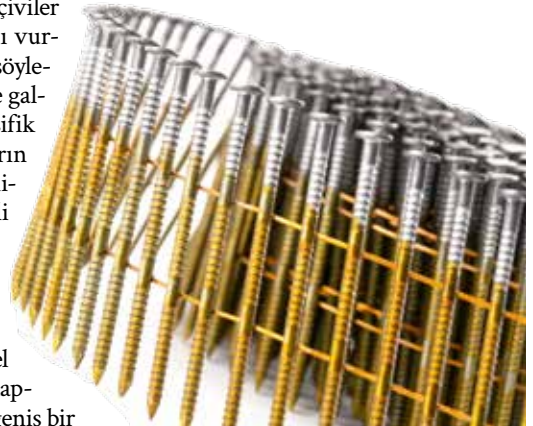
Adana ve Kocaeli'deki fabrikalarında çelik hasır, galvaniz kaplamalı tel, Arzincal kaplamalı (Galfan) tel, ön germeli beton demeti ve ön germeli beton teli üretimini 70'den fazla ülkeye ihraç eden Güney Çelik A.Ş. 2019'un son yarısında imalatına başladığı Civida markalı çivi çeşitleriyle de demir çelik sektöründe fark yarattı.

Güney Çelik A.Ş. Civida Ürün Direktörü Ümit Küçükkavruk, ihracata yönelik çivi yatırımında ilk etapta aylık 1000 tonluk kapasiteli tesiste yüzde 70-80 kapasite ile üretime devam ettiklerini belirterek, "Koronavirüs salgınının etkilerinin azalmaya başladığı dönemde Civida markalı çivilerimiz için yoğun sipariş geliyor. Önümüzdeki günlerde kapasitenin yüzde 100'ünü kullanmak üzerine üretim-satış politikaları ile yeni yatırımlar ve projeler geliştirmekteyiz." dedi. Güney Çelik'in en fazla çivi ihraç ettiği ülkelerin başında ABD ve İsrail'in geldiğini kaydeden Ümit Küçükkavruk "Hedefimiz yine bu

iki ülkenin çevresinde geniş bir çember oluşturarak Civida markasını tüm dünyaya tanıtmaktır." diye konuştu.

'Müşteri isteklerini üretime dönüştürüyoruz'

Güney Çelik AR-GE ekibi tarafından geliştirilen ve marka tescil belgesi Arzincal adı ile tescil ettirilen kaplama çivisi ile üretilen Arzincal kaplı çiviler ile sektörde pozitif ayrıştıklarını vurgulayan Küçükkavruk, şunları söyledi: "Arzincal kaplamalı çiviler ve galvaniz kaplı çiviler sektörün spesifik ürünleri sayılmaktadır. Bunların yanı sıra özellikli çivi üretimimizi tele, plastiğe ve kâğıda dizili hale getirip kullanımda pratiklik sağladık. Bu sayede dünya pazarlarında daha fazla tercih edilir olduk. Hem ürün hem de üretim niteliği anlamında özel çalışmalarımız devam ediyor. Kaplama kalınlığı anlamında daha geniş bir



3 ÜLKEYE E-TİCARET LOJİSTİK MERKEZİ



Ulaştırma ve Altyapı Bakanı Adil Karaismailoğlu

Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı, Türkiye'nin dijital ticarete öne çıkması için İngiltere, Almanya ve Rusya'da lojistik merkezler kurmak için harekete geçti. Ulaştırma ve Altyapı Bakanı Adil Karaismailoğlu, pandemi sürecinde büyük hız kazanan e-ticarete atılım yapmak amacıyla üç ülkeye lojistik merkezler kurmak için çalışma yaptıklarını açıkladı. Karaismailoğlu, "İngiltere, Almanya ve Rusya'da e-ticaret depoları kuracağız. Hedefimiz e-ticaret platformumuzu bölgedeki en büyük 5 oyuncudan biri yapmak." dedi.

Almanya hedef pazar

En önemli hedeflerin başında teknoloji, hizmet ve operasyon ihracatının geldiğini belirten Bakan Karaismailoğlu, "Operasyon ihracatı kapsamında yurtdışına stratejik ve taktik avantajı olan ve bize operasyonel verimlilik kazandıracak ülkelerde depo ve fulfillment merkezleri kurma stratejisi belirlendi. Bu çerçevede

İngiltere, Almanya ve Rusya'da depo ve fulfillment merkezi kurulmasını veya ortak yatırımlarla işletmeyi hedefliyoruz. Almanya'da çok ciddi bir Türk nüfus bulunuyor. Buradaki vatandaşlarımızın Türkiye ile ilişkileri oldukça sıcak ve anavatanlarına bağlılıkları yüksek. Bu ülkeler üzerinden PTT'nin e-ticaret altyapısını kullanarak Türk ürünlerini dünya pazarlarına ulaştırmada başarılı olacağımızı öngörüyoruz." diye konuştu.

'İlk beş platformdan biri olacağız'

"Amacımız e-ticaret ve e-ihracat hacmi ile bölgenin en önemli platformlarından birisi haline gelmek" diyen Karaismailoğlu, "Kısa sürede bölgemizdeki ilk 5 platformdan birisi haline geleceğimizi öngörüyoruz. Lojistik altyapımız, insan kaynağımız ve teknolojimiz ile sürdürülebilir bir e-ticaret ve e-ihracat modeline öncülük edebileceğimize inanıyoruz." değerlendirmesini yaptı.

Yerli ve milli yazılım katkılı ilk sanal fuar; AGRİVİRTUAL

Yerli ve milli yazılım katkısıyla gerçekleştirilen ve ilk sanal fuar olma özelliği taşıyan AgriVirtual-Tarım ve Hayvancılık Makineleri Sanal Fuarı, 100'e yakın firmayı dünyanın dört bir yanından alıcılarla buluşturdu.

Ticaret Bakanlığının desteği, Makine İhracatçı Birlikleri ve Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri işbirliğinde düzenlenen AgriVirtual-Tarım ve Hayvancılık Makineleri Sanal Fuarı, Selçuk Üniversitesi'nce yerli ve milli kaynaklarla geliştirilen yazılımın katkılarıyla tasarlandı. Küresel ölçekte 125 milyar dolarlık hacme ulaşan tarım ve hayvancılık makineleri sektöründeki tüm gelişmeleri, "www.agrivirtual.com.tr" adresi üzerinden görme fırsatı sunan AgriVirtual'da fuar alanını üç boyutlu gezme imkanının yanı



sıra firmalara ziyaretçileriyle anlık mesajlaşma ve görüntülü görüşme olanağı da sağlandı. Sanal fuar etkinliğinde web sitesi, 4 dilde kullanıcılara hizmet verdi.

Üçü bir arada özelliğe sahip sanal fuar

Fuarın açılışını yapan Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, tüm dünyanın pandemiye karşı sağlık alanında olduğu kadar ekonomik sahada da önemli bir mücadele verdiğini belirterek şunları söyledi: "Girişimcilerimizle, ihracatçılarımızla ve

üniversitemizle birlikte tüm dünyaya örnek olacak önemli bir etkinliği başlatmanın memnuniyetini yaşıyoruz. AgriVirtual Tarım ve Hayvancılık Makineleri Sanal Fuarı, içinde bulunduğumuz kısıtlayıcı koşullarda dahi bizim Türk insanı olarak üretme ve gelişme azmimizi gösteren çok önemli bir adımdır. Bu sanal fuar aynı zamanda Türkiye'nin ve Türk üreticisinin yenilikçiliğini, vizyonunu, inovatif kapasitesini ve dijital çağda yer alma becerisini gösteren en güzel örneklerden birisidir."



KOCABEY MAKİNA

Zanaatımız Kalite, Sanatımız Makine.



KOCABEY MAKİNA,

Cumali KOCABEY ve Taner ÇAM tarafından 1994 yılında Adana Merkez Sarıçam İlçesi Suluca beldesinde kurulmuştur. Kuruluşundan bugüne kadar "EN KALİTELİ ÜRÜN" Prensibiyle çalışmaktadır.

The company was founded in 1994 by Cumali KOCABEY and Taner CAM in the centre of Sarıçam country of Adana city. From its establishment until today, it works with the principle of "BEST QUALITY PRODUCT".

FAALİYET ALANLARIMIZ;

- TEL MAKİNALARI
- ENERJİ SEKTÖRÜ
- PETROL RAFİNELERİ
- DEMİR ÇELİK ENDÜSTRİSİ
- MADENCİLİK ENDÜSTRİSİ
- DEMİRYOLU VE ULAŞIM SEKTÖRÜ

AREAS OF ACTIVITY;

- WIRE MESH MACHINE
- ENERGY SECTOR
- PETROLEUM REFINERIES
- IRON STEEL INDUSTRY
- MINING INDUSTRY
- RAILROADS AND TRANSPORTATION

www.kocabeymakina.com.tr



Adres/Address: D400 Ceyhan Yolu Üzeri, Suluca Beldesi Girişi, SARIÇAM / ADANA / TURKEY

Tel/Phone: +90 322 394 30 10- 394 30 70

Faks/Fax: +90 322 394 32 79

E-posta/E-mail: info@kocabeymakina.com.tr

TÜRKLERİN İHRACAT ÜSSÜ ROMANYA

Türkiye ile Romanya arasında son yıllarda 5-7 milyar dolar bandında seyreden ticaret hacminin, güçlenen ilişkilerle 10 milyar dolarlık hedefe kısa sürede ulaşması bekleniyor. 17 bini aşkın Türk şirketinin AB'ye kotasız ihracat şansı yakaladığı Romanya'da potansiyel sektörlerin başında demir çelik, inşaat malzemeleri, makine, tekstil yan sanayi, hazır giyim ve mobilya geliyor. Romanya pazarında son 5 yılda 1,48 milyar dolar ihracat gerçekleştiren AKİB'in dış satımında, demir çelik, kimya, otomotiv, yaş sebze meyve ve tekstil sektörleri başı çekiyor.

Türkiye ile Romanya arasında kökleri tarihe dayanan güçlü siyasi, ekonomik, kültürel ve insani bağlar bulunuyor. İki ülke arasında son yıllarda ticaret hacminde önemli artış yaşanıyor. TÜİK verilerine göre, Türkiye ile Romanya arasındaki dış ticaret hacmi 2016'da 4,9 milyar dolar seviyesinde bulunurken, 2019'da bu rakam 6,3 milyar dolara yükseldi. Son 4 yılda Romanya'ya 13,5 milyar dolarlık ihracat, bu ülkeden 9,6

milyar dolarlık da ithalat yapıldı. Dış ticaret hacmi dikkate alındığında, Romanya, Türkiye'nin en önemli 14'üncü ticaret ortağı konumunda bulunuyor. Romanya'nın hem gelişmiş Avrupa Birliği pazarlarına hem de Rusya'dan Orta Asya ülkelerine kadar geniş bir coğrafyaya hitap etmesi, nitelikli ve ucuz işgücü ve yatırımcı dostu mevzuatı yeni dönemde de Türk girişimcilerin Romanya'ya olan ilgisinin artarak süreceğini gösteriyor.



Nicolae Ceausescu tarafından yaptırılmış Parlamento Sarayı



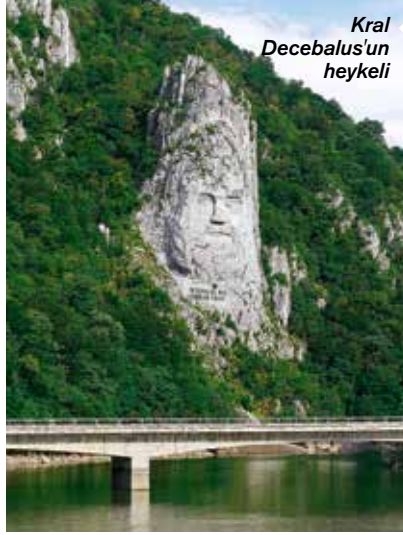
İthalat pastası 97,9 milyar dolar

Gayri safi yurt içi hasılası 240 milyar dolar olan, 20 milyon nüfuslu Romanya'nın dış ticaret hacmi 177,6 milyar dolar düzeyinde bulunuyor. 97,9 milyar dolarlık ithalat pazarına sahip olan Romanya, en çok kara taşıtları aksam ve parçaları, ham petrol ve ilaç ithal ediyor. Türkiye, bu ülkeye en çok demir-çelik, kara ulaşım araçları, tekstil elyafı ve mamulleri, enerji makineleri, tarımsal ürünler, ve konfeksiyon ihracat ediyor. 17 binden fazla Türk şirketinin faaliyet gösterdiği Romanya'da tekstil firmaları AVM ölçeğinde yayılmış olarak ticari faaliyetlerini sürdürüyor.

90 bin firmanın bilgileri veri tabanında

Avrupa Birliği üyesi olmasından dolayı mevzuatları şeffaf olan Romanya'da her geçen yıl etkinliğini artıran Türk firmaları bu ülkeyi sıçrama tahtası olarak görüyor. Romanya'daki potansiyel sektörlerin başında demir-çelik ve mamulleri, inşaat malzemeleri, makine, oto yan sanayi, tekstil yan sanayi, ambalaj sanayi, hazır giyim, kozmetik ve temizlik ürünleri ile mobilya geliyor. Çok sayıda Türk firması, Romanya'nın öncelikleri arasında

Bükreş

Romanyanın simgesi
olarak bilinen
Bran KalesiKral
Decebalus'un
heykeli

bulunan karayolu ve demiryolu projelerine de yöneliyor. Ticaret Bakanlığının veri tabanında Romanya'daki 90 bin firmanın bilgileri bulunuyor. Türk ihracatçılar, pazar arayışlarında bu verilerden yararlanıyor. Romanya'da şirket kurup ticaret yapan Türk firmaları Avrupa'nın diğer ülkelere de kolay erişim sağlayabiliyor.

Türk şirketlerinin 7,5 milyar dolarlık yatırımı var

Türk şirketlerinin yaklaşık 7,5 milyar dolarlık yatırım yaptığı Romanya'da daha sağlıklı, kalıcı ticari ilişkileri tesis etmek için karşılıklı yatırımları üst seviyelere çıkarmak için diplomasi trafiği gündene kadar müteahhitlik ve teknik müşavirlik alanlarında yaklaşık 4,1 milyar dolar tutarında 172 adet proje üstlenen Türk firmaları, kamu-özel sektör ortaklığı projelerinde yasal altyapının oluşturulmasıyla bu ülkede daha fazla projenin gerçekleştirilmesinde çözüm ortağı olmayı amaçlıyor.

Türk ihracatçılar, koronavirüs salgını sürecinde Romanya'ya yönelik dış satımda özellikle endüstri ve tıp alanındaki bütün ürünlere ağırlık veriyor. Covid-19'a

hazırlıksız yakalanan Romanya'ya Türkiye'den ihrac edilen ürünlerde doktor elbiseleri, hijyen elbiseler, hijyenik maddeler, maskeler, son zamanlarda Türkiye'nin üretimine başladığı solunum cihazları ve araç yedek parçaları ön sıralarda yer alıyor. Türk firmaları, Romanya pazarında salgın sürecinde mağazalar kapalı olduğu için online satışlara ağırlık vererek yüzde 150'ye varan oranlarda artış kaydedip krizi fırsata çevirmeyi başarmış durumda. Bu ülkede Türk iplik ve kumaş üreticilerinin satışlarında da Çin, Hindistan ve Pakistan'dan arızın kesilmesiyle kayda değer artışlar gözleniyor.

AKİB 5 sektörde etkin

Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) Romanya pazarında ihracat performansını istikrarlı şekilde yukarılara taşıyor. 2015'te

bu ülkeye 213 milyon dolar dış satım yapan AKİB üyesi ihracatçılar, 2019'da bu rakamı 344,5 milyon dolara tırmandırdı. AKİB'in son 5 yıllık süreçte Romanya'ya yaptığı toplam ihracat 1,48 milyar dolar oldu. 2020'nin ilk yarısında ise AKİB'in Romanya'ya ihracatı 146,5 milyon dolar olarak raporlara yansdı. AKİB'in ihracatı sektörler göre değerlendirildiğinde başı çeken sektörler demir çelik, kimya, otomotiv, yaş sebze meyve ve tekstil oldu. Son beş yılda AKİB bölgesinden en fazla ihrac edilen ürünler arasında 303,7 milyon dolar değer ile demir çelik boru ilk sırada yer aldı. Demir çelik boruyu 113 milyon dolar ile limon, 85 milyon dolar ile mineral yağlar ve mineral yağlar takip etti. Akdeniz'in Romanya pazarında değer bulan diğer ürünleri 64,4 milyon dolar ile domates, 61 milyon dolar ile otomotiv yan sanayi, 46 milyon dolar ile dokuma kumaşlar, 42,1 milyon dolar ile ayçiçeği tohumu, 37,7 milyon dolar ile çelik yassı kaplama, 36,7 milyon dolar ile greyfurf, 34,5 milyon dolar ile mandarin ve 31,1 milyon dolar ile örme kumaşlar şeklinde sıralandı.

TARSUS'A 40 BİN TON KAPASİTELİ LİSANSLI DEPOCULUK TESİSİ

Tarsus'ta tarım ürünleri ticaretinin kolaylaştırılması, geliştirilmesi ve bölge tarımına katma değer sağlanması amacıyla başlatılan Tarsus Ticaret Borsası Tarım Ürünleri Lisanslı Depoculuk Projesi tamamlandı.

40 bin ton kapasiteli silonun hazır hale getirilmesinin ardından Ticaret Bakanlığı'ndan lisansını alan Tarsus Ticaret Borsası Tarım Ürünleri Lisanslı Depoculuk A.Ş. haziran ayının ilk haftasından itibaren buğday alımlarına başladı.

Üretici ve tüccarın devletin sağladığı desteklerden yararlanması için ürünlerini lisanslı depolarda değerlendirmesinin menfaatlerine olacağını kaydeden Tarsus Ticaret Borsası Başkanı Murat Kaya, "Lisanslı depo tesisimizi Tarsus'a ve bölge üreticilerine kazandırmanın onurunu yaşıyoruz. Bu eserimiz yıllarca ülkeye ve bölgeye hizmet edecek büyük bir yatırım olacak. 'Tarsus İçin Çalışıyor, Türkiye İçin Üretiyoruz' sloganı ile çıkılan yolda Tarsus Ticaret Borsası'nın amacı borsa olarak üyelerinin, üreticilerin, paydaşların işlerini kolaylaştırmak ve bölge üretimine katkı değer yaratmaktır." dedi.

Ürünlerini yeni tesiste depolayan bölge çiftçileri, ton başına aylık 6 TL depo kira desteği, araç başına 25 TL analiz ücreti desteği, ton başına 25-750 TL ile sınırlı olan nakliye desteği, stopaj vergisi muafiyeti, KDV muafiyeti ve elektronik ürün senedi tutarının yüzde 75'ine kadar azami 9 ay vadeli sıfır faizli kredi imkânı gibi devlet desteklerinden faydalanabilecek.



Tarsus'taki lisanslı depoculuk tesisinde silolar buğday ile dolmaya başladı.



KAYSERİ'DE ÜRETİLEN HER 3 YUMURTADAN BİRİ İHRAÇ EDİLİYOR

Kayseri Tarım ve Orman Müdürü Mustafa Şahin, kentte üretilen her üç yumurtadan birinin yurt dışına ihraç edildiğini belirtti.

Türkiye'de son 9 yıllık süreçte yumurta ihracatının 195 milyon adetten 4,5 trilyon adete yükseldiğini kaydeden Mustafa Şahin, Kayseri'nin de yumurta ihracatında önemli bir yere sahip olduğunu ve daha çok komşu ülkelere ihracat yaptığını aktardı.

Şahin, "Irak'ta geçen yıl yaşanan olumsuz sonuçlardan dolayı bu ülkeye ihracatımız sekteye uğramıştı. Bunun üzerine sektör başka ülkelere yönelmeye çalıştı. Katar, Birleşik Arap Emirlikleri, Umman, Suudi Arabistan ve Türki Cumhuriyetler gibi çeşitli ülkelere ihracatlar başlamış, daha öncesinde ürün gönderilen ülkelere ise ihracat miktarlarında artışlar görülmüştür. İlimizden halen bu ülkelere haftalık bazda yaklaşık 10 tır ile 3,5-4 milyon adet yumurta gönderilmektedir. Diğer bir deyişle ilimizde üretilen her üç yumurtadan birini yurt dışına göndermekteyiz." dedi.

Yumurtada KDV'nin yılbaşından itibaren yüzde 8'den yüzde 1'e düşürülmesi ile sektörde önemli bir rahatlama olduğunu ifade eden Şahin, ihracat miktarının artırılması için tek elden pazarlama modellerinin hayata geçirilmesine ihtiyaç duyulduğunu sözlerine ekledi.

Yenilenebilir enerjinin payı artıyor

Dünya genelinde yenilenebilir kaynaklardan elektrik üretimindeki artış tüm kaynakları geride bıraktı. Yenilenebilir kaynaklardan elektrik üretimi geçen yıl bir önceki yıla göre 340 teravatsaat artışla 2 bin 805 teravatsaata ulaşarak ilk sırada yer aldı. BP 2020 Dünya Enerji İstatistik Görünümü Raporu'na göre, yenilenebilir enerji üretiminde 732,3 teravatsaatle Çin lider konumda bulunurken, ABD 489,8 teravatsaatle ikinci sırada yer aldı. Almanya 224,1 teravatsaatle üçüncü oldu.

Geçen yıl yenilenebilir enerji üretiminde en fazla büyüme yüzde 24,3 ile güneş enerjisinde gerçekleşti. Güneş enerjisinden 724,1 teravatsaat elektrik üretimi gerçekleştirildi. İkinci sırayı yüzde 12,6 artışla rüzgar enerjisi aldı. Rüzgar enerjisinin elektrik üretimine katkısı 1429,6 teravatsaat oldu. Jeotermal, biyokütle gibi diğer enerji kaynaklarından üretim ise 651,8 teravatsaat olarak kayıtlara geçti. Türkiye'nin geçen yıl toplam 45,3 teravatsaat elektrik üretimi yenilenebilir enerji kaynaklarından karşılandı. Türkiye'de yenilenebilir enerji kaynaklarının elektrik üretimindeki büyüme oranı yüzde 20 olarak gerçekleşti.



ADANA'DA 250 BİN TON AYÇİÇEĞİ REKOLTESİ BEKLENİYOR

Adana'da bu yıl 800 bin dekaradan 250 bin ton civarında rekolte bekleniyor. Adana Çiftçiler Birliği Başkanı Mutlu Doğru, ekonomik değerinin yüksekliğinden dolayı dünyanın birçok ülkesinde olduğu gibi Türkiye'de de tarımsal üretimde önemli yer tutan ayçiçeği ekim alanlarının her yıl artış gösterdiğini belirtti. Mutlu Doğru, "Türkiye'de yaklaşık 6,5 milyon dekar civarında ayçiçeği ekiliyor ve 1,8-2 milyon ton ürün alınıyor. Geçen yıl 2 milyon tonun üzerine çıkılarak rekor kırıldı. Adana'da da ekim alanlarımız gündün güne artıyor. 2018'de yaklaşık 520 bin dekar civarında ayçiçeği ekimi varken geçen sene bu rakam 844 bine çıktı. Çünkü bu buğday ve arpa ekilen, özellikle de kıraç ilçelerimizde ayçiçeği, bir münavebe bitkisi olarak çiftçilerimiz arasında tercih edilmeye başlandı." dedi.

Ayçiçeği gelirinin buğday ve arpaya kıyasla daha yüksek olduğunu vurgulayan Başkan Doğru, Adana'da 2018 rekoltesinin



176 bin ton olduğunu, 2019'da da 250 bin tonla kent rekorunun kırıldığını ifade etti.

Üretimin yüzde 12,5'i Adana'dan

Adana'nın geçen sene Türkiye'deki toplam üretimin yüzde 12,5'ini gerçekleştirdiğini kaydeden Doğru, şunları söyledi: "Ayçiçeğinde fiyat ve piyasa Adana'da

oluşuyor. Tarım ve Orman Bakanlığı son 4 yıldır ayçiçeğine 40 kuruş fiyat farkı desteği veriyor. Geçen yılki rakamlarla da toplam 30 lira mazot ve gübre desteği var. Çiftçimizin bu yıl da yağ ve yem ham maddesi olarak önemli katma değere sahip ayçiçeği ekimlerinden memnun olacağını ümit ediyorum."

Adana şalgamı coğrafi işaret tescil belgesi aldı

Koronavirüs salgını sürecinde bağışıklık sistemini kuvvetlendirici özelliğiyle ihracat pazarlarında rağbet gören Adana'nın milli içeceği şalgam suyu tescillendi. Adana Ticaret Odası'nın girişimleriyle Adana Şalgamı'na Türk Patent ve Marka Kurumu'na coğrafi işaret belgesi verildi. Adana Ticaret Odası Başkanı Atilla Menevşe, düzenlenen törende

Adana Kebabı'ndan sonra Adana Şalgamı'na da tescil alınmanın mutluluğunu yaşadıklarını söyledi. Adana'nın değerli birçok ürünü olduğunu ifade eden Menevşe, "Sahip olduğumuz değerleri güvenilir bir ürün olarak lanse etmek ancak böyle tescil ettirerek mümkün olabiliyor. Bu sayede ürünlerimiz markalaşacak. Adana, bu ürünleri markalaştırmasıyla birlikte marka şehir olacak. Bunları değerlendirebilirsek ekonomik anlamda da büyük bir fayda elde etmiş olacağız." dedi.

Tescilli lezzetler zincirine yeni halkalar eklenecek

Başkan Menevşe, yöreye özgü lezzetlerden şırdan, analı kızıl, halka tatlı, içli köfte, aşılama, bici bici, taş kadayıfı ve karakuş tatlısı için de tescil çalışmalarının devam ettiğini kaydetti.

Şalgam Üreticileri Derneği Başkanı Selahaddin Nas ise Türkiye dışında başka yerde üretilmeyen şalgam suyunun alınan tescille değerinin daha da arttığını söyledi. Şalgam suyunun 46 ülkeye ihraç edildiğini vurgulayan Nas, alınan belgeyle ürünün yurt dışında tanıtımının daha rahat yapılabileceğini ve ihracatının artacağını belirtti. Nas, probiyotik açıdan zengin olan şalgam suyunun sınırların ötesinde en çok Almanya, Fransa, İngiltere, Belçika, Hollanda, ABD ve Kanada'da tercih edildiğini söyledi.





AKİB'DEN KÜRESEL SÜT ÜRÜNLERİ TİCARETİNE BÜYÜTEÇ

Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) süt ürünleri ihracatında 6 milyar dolarlık Çin pazarının açılmasıyla hareketlenen Türkiye süt ve süt ürünleri sektörünün uluslararası piyasalardaki rekabetçiliğini güçlendirmek için Süt Ürünleri Sektör Raporu yayımladı. AKİB'in 13 sayfalık raporunda 2019'da yüzde 54 artışla 85,5 milyar dolarlık ihracat yapan sektör firmalarının yararlanabileceği orta ve uzun vadeli öngörüler yer aldı.

AKİB Süt Ürünleri Sektör Raporu'nda yer alan genel değerlendirmede dünya süt üretiminin önümüzdeki 10 yılda yüzde 1,7 oranında büyümesinin beklendiği belirtilirken, 2019 yılındaki 859 milyon ton olan küresel süt üretiminin 2028 yılında 981 milyon tona çıkmasının öngörüldüğü ifade edildi. Üretimdeki bu büyümenin yarısından fazlasının Hindistan ve Pakistan sayesinde olacağı değerlendirildi. İkinci büyük süt üreticisi Avrupa Birliği'nin dünya ortalamasına kıyasla daha yavaş büyüyeceği kaydedildi. Söz konusu raporda, Çin'in özellikle süt tozunda en büyük ithalatçı olduğu, bu ülkeyi Japonya, Rusya, Meksika, Orta Doğu ve Kuzey Afrika ülkelerinin takip ettiği ifade edildi. Ayrıca peynir tüketiminin yüksek olduğu Avrupa Birliği ve Birleşik Krallık'ta bu ürünlerin ticaretinin Brexit'ten kaynaklı etkilenebileceği

aktarıldı. En çok süt ürünleri tüketen ülkelerden Hindistan ve Pakistan'ın uluslararası pazarlara dâhil olmadığı, bu ülkelerin önümüzdeki süreçte küresel ticarete daha etkin şekilde var olması halinde dünya piyasalarındaki dengeleri değiştirebileceği kaydedildi.

En çok ithalatçı Çin, Hong Kong ve Cezayir yapıyor

Süt Ürünleri Sektör Raporu'nda 2019 yılına dair dünya ithalat verileri de paylaşıldı. Buna göre 2019'da dünya süt ürünleri ithalatı 20,07 milyar dolar olarak gerçekleşti ve 2018'e kıyasla 35 milyon dolarlık artış yaşandı. Dünya süt ürünleri ithalatında 3,1 milyar dolar ile Çin birinci sırada yer alırken, 1,5 milyar dolar ile Hong Kong ikinci ve 979 milyon dolar ile Cezayir üçüncü sırada yer aldı. En fazla süt ürünleri ithal eden diğer ülkeler ise Meksika, Suudi Arabistan, Hollanda, Endonezya, Birleşik Arap Emirlikleri, Filipinler, Malezya, Belçika, Rusya, Vietnam, Almanya, İtalya, Bangladeş, Singapur, Nijerya, Fransa, Sri Lanka ve Mısır olarak sıralandı. 2019 yılında süt ürünleri ihracat pazarında 19,6 milyar dolarlık hacim olduğu açıklanan raporda ortaya çıkan rakamın 2018'e göre 480 milyon dolar daha fazla olduğu kaydedildi. En fazla süt ürünleri ihraç eden ülkeler listesinde ilk sırada 5,6 milyar dolar ile Yeni Zelanda, ikinci sırada 1,8 milyar dolar ile ABD üçüncü sırada ve 1,5 milyar dolar ile Hollanda'nın yer aldığı bildirildi.

En fazla ihracat yapan il Mersin

AKİB Süt Ürünleri Sektör Raporu'nda Türkiye'nin son iki yıllık ihracat ve ithalat verileri de yer aldı. Ülkenin 2019 yılındaki ihracatı bir önceki yıla kıyasla yüzde 54,11 oranında artış gösterip 87,5 milyon dolar oldu. Bu ürünlerde Türkiye'nin ana ihracat pazarlarını Irak, Bangladeş, Suriye, Mısır, Pakistan, Cezayir, Suudi Arabistan ve Rusya oluşturdu. 44 bin 898 tonluk süt ve krema ihracatında 18,7 milyon dolar ile Irak birinci, 17,6 milyon dolar ile Bangladeş ikinci ve 7,7 milyon dolar ile Suriye üçüncü sırada yer aldı. En fazla süt ve krema ürünleri ihraç eden illerde ise Mersin 32,7 milyon dolar değer ile birinciliği elde etti. Mersin'i 20,4 milyon dolar ile Konya ve 9,3 milyon dolar ile Bursa takip etti. Söz konusu dönemde Kayseri'nin ihracatı 566 bin dolar, Karaman'ın 165 bin dolar ve Adana'nın ise 38 bin dolar oldu.

981
MİLYON
TON

2028 YILINDA
ÖNGÖRÜLEN
KÜRESEL SÜT
ÜRETİMİ

NAR PR

Medya **İletişim** Danışmanlık

en iyisi için...



Dünyanın her köşesinde dört mevsimde

Uzmanların Tercihini

civida[®]

Produced by Güney Çelik