

STRATEGY

HAZİRAN - AĞUSTOS 2017 / JUNE - AUGUST 2017 SAYI / ISSUE: 12

2017 YILI SEKTÖRLERDE GERİ DÖNÜŞ YILI OLACAK MI?

TÜM SEKTÖRLER, REFERANDUM SONRASINDA HEM SEKTÖRLERİ
HEM DE TÜRKİYE EKONOMİSİ ADINA UMUTLU... PEKİ BU UMUTLAR
TÜRKİYE'Yİ YENİDEN YÜKSELİŞE TAŞIYACAK MI?



WILL 2017 BE A TURNAROUND YEAR FOR THE INDUSTRIES?

ALL THE INDUSTRIES ARE HIGHLY OPTIMISTIC ABOUT THEMSELVES
AS WELL AS THE OVERALL TURKISH ECONOMY. WILL ALL
THESE HOPES CARRY TURKEY BACK TO ESCALATION?

Cakes&Bakes



Koruncuk

El ver, hayata tutunsun!
TÜRKİYE KORUNMAYA
MUHTAÇ ÇOCUKLAR VAKFI

CAKES&BAKES,
SİZDEN ALDIĞI
DESTEKLE
KORUNCUKLARIN
HAYATA
TUTUNMALARINA
YARDIMCI OLUYOR.

Koruncuk Vakfı etiketli
ürünlerimizin satışından elde
ettiğimiz gelirin bir kısmını
Koruncuk Vakfı'na
bağışlıyoruz.



cakesandbakestr

Merhaba,

Strategy dergimizin yeni sayısını sizlerle buluşturmanın heyecanı içerisindeyiz. Yine Türkiye ekonomisini yakından ilgilendiren pek çok içeriğe sayfalarımızda geniş yer verdik. Bu sayıyı hazırlarken hem dünya ekonomisi hem de Türkiye ekonomisine yönelik çok daha umut veren beklentiler ve öngörülerini paylaşmak bizleri ayrıca mutlu etti.

Türkiye ekonomisinde sektör temsilcilerinin beklentileri bu yıl ve gelecek yıl için oldukça olumlu. Bu yeni dönemde oldukça zorlu ve çalkantılı bir süreci geride bırakan Türkiye’de tekrar ekonomiye odaklanmak tüm sektörler için faydalı olacak. Ancak Türkiye’nin önünde bir de 2019 Kasım seçimleri var. Elbette bu seçimlere kadar olan iki yıl aşkın sürede Türkiye ekonomisinin nasıl bir performans sergileyeceği karşımızdaki en temel soru olarak duruyor.

Aslına bakılacak olursa sadece Türkiye değil tüm dünya ekonomisi görece bir toparlanma sürecine girmiş durumda. Küresel ekonominin de pek çok riske rağmen olumlu bir resim çizdiği görülüyor.

Tüm bu olumlu seyir içerisinde dergide odaklandığımız bazı konular hakkında detay vermek isteriz. Son birkaç yıldır sancılı bir süreç geçiren turizm sektörü bu sayıda yer verdiğimiz sektörlerden biri oldu. 2014 yılından bu yana turizm sektöründe yaşanan gerileme bu sezonda daha olumlu bir seyir çiziyor. Özellikle Rusya ile yaşanan krizin ardından iki ülke arasında düzelen ilişkiler sektöre pozitif yansıdı ve gelen turist sayısında önemli bir artış yaşandı.

Bu sayının önemli konularından biri de madencilik sektörüne yönelik hazırladığımız analiz oldu. Sektörde hem dünyada hem de Türkiye’deki gelişmeleri irdelediğimiz çalışmanın bizlere gösterdiği sektörün kritik öneminin önümüzdeki yıllarda daha da artacağı yönünde... Özellikle Türkiye’de sektöre yönelik hazırlanan yeni politikalar ve yasalarla sektörün önümüzdeki birkaç yılda Türkiye ekonomisine daha büyük bir katma değer yaratacağını öngörüyoruz.

Yeni sayımızın kapak konusu ise referandum süreci sonrasında Türkiye ekonomisine yönelik beklentiler oldu. Bu dönemde, ekonominin referandum sessizliğine girdiği yılın ilk yarısının aksine çok daha olumlu bir bekleme hakim. Türkiye ekonomisine yön veren sektörlerin temsilcileriyle yapılan görüşmelerden çıkan sonuç, tüm ekonomi aktörlerinin çok daha umutlu olduğunun sinyallerini vermesi oldu.

Günümüzde herkese ilham kaynağı olan yeni iş modelleri ufkumuzu açmasının yanı sıra bizlere farklı bir dünyanın da kapılarını açıyor. Bu nedenle bu sayımızda yeni iş modellerine yönelik de analizlerimiz oldu. Yeni bir pazarlama trendi olarak ‘Youtuber’ kavramını ve bir iş modeli olarak ‘Paylaşım Ofisleri’ hakkındaki yazılarımızın ilham vermesini umuyoruz.

Keyifle hazırladığımız ve dolu dolu bir içerik sunmaya çalıştığımız yeni sayımızı sizlerin de aynı merak ve heyecanla okumanız dileğiyle...

Hi,

We are excited to present you the latest volume of our Strategy Journal. Again, we covered lots of content closely related to the Turkish economy in our pages. While preparing this volume, sharing much promising expectations and predictions towards both the global and Turkish economy particularly fulfilled us.

The expectations of the industry delegates from Turkish economy are quite optimistic about this year and the upcoming one. Re-focusing on the economy in Turkey during this new era, following a very challenging and a turbulent period, will be extremely beneficial for all the sectors. Nevertheless, another election in November 2019 awaits Turkey. Surely, the performance of Turkish economy during this pre-election period which is longer than two years, stands as the ultimate question for us.

In fact, not only the Turkish economy, but also the global economy got into a recovery period. Global economy gives a positive image as well despite many on-going risks.

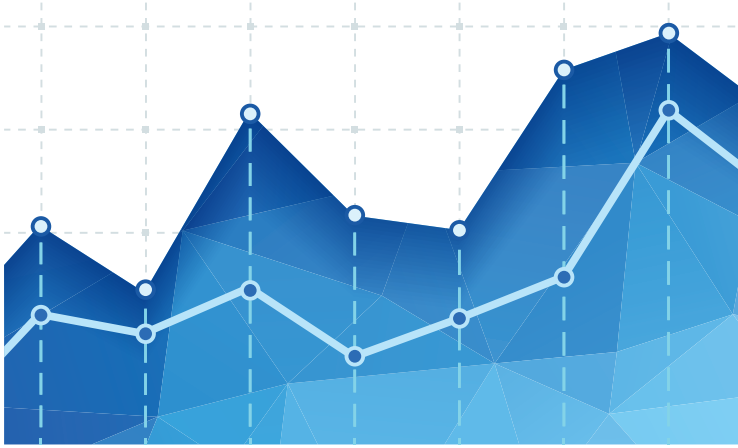
Throughout this positive progress, we’d like to outline some of the issues we focused in the journal. The tourism sector, passing through a struggling period in the recent years, is one of the sectors covered in this volume. The downturn in the tourism sector since 2014 switched to improve in this season. Particularly, the recovering relationships with Russia after the political crisis had a very positive impact on the sector and there has been a significant increase in the number of tourists.

Another important topic of this volume is the analysis that we conducted on the mining industry. The study in which we examined the trends both in Turkey and globally, shows us that the critical importance of the sector will be emphasized in the upcoming years. Particularly with the new policies and the recent legislations concerning the industry, we expect the sector to add significant value to the overall Turkish economy in the upcoming years. The cover subject of this volume is the expectations towards the Turkish economy in the post-referendum period. In this period, a much more positive state is prevalent in contrast to the first half of the year in which the Turkish economy was in stand-by mode due to the referendum. The outcome of the interviews with the leading industry delegates of the Turkish economy indicates that all the actors in economy are much more optimistic now.

Inspiring everybody nowadays, the new business models opens up our minds as well as opening the gates to a brand new world. Therefore, we covered analyses on new business models in this volume. We hope that our articles on the new marketing trend, “YouTubers”, and on “Co-working Offices” as a new business model will be inspiring for the readers.

Hopefully, this volume which we enjoyed preparing and tried to create a rich content, catches your attention and provides the same excitement for you as we had...

50 KAPAK / COVER



2017 YILI SEKTÖRLERDE GERİ DÖNÜŞ YILI OLACAK MI?

WILL 2017 BE A TURNAROUND YEAR FOR THE INDUSTRIES?

Türkiye ekonomisi adına umutlar yeniden yeşeriyor. Peki bu umutlar Türkiye'yi yükselişe taşıyacak mı, daha da önemlisi 2017 yılı Türkiye için yeniden dönüşün yılı olabilecek mi?

On behalf of the Turkish economy, hopes re-emerge. these hopes are more important, year 2017 is the year of re-transformation for Turkey Will it be possible?

GÖRÜNÜM VIEW

- 04** AKFEN İNŞAAT ŞEHİR HASTANELERİNDEKİ DENEYİMİNİ YURT DIŞINA TAŞIYACAK
AKFEN CONSTRUCTION WILL EXPAND ITS EXPERIENCE ON CITY HOSPITALS ABROAD
- 05** GAYRİMENKUL YATIRIMLARI İNŞAAT MALZEMELERİ SEKTÖRÜNÜ DE BÜYÜTÜYOR
REAL ESTATE INVESTMENTS DRIVE THE GROWTH OF CONSTRUCTION MATERIALS SECTOR
- 06** İDO DİJİTAL DÖNÜŞÜMLE YENİLENİYOR
İDO EVOLVING VIA DIGITAL TRANSFORMATION
- 07** TAV GRUBU CEO'SU SANİ ŞENER KÖRFEZ BÖLGESİ'NİN EN GÜÇLÜ 7. LİDERİ
TAV GROUP CEO SANİ ŞENER IS RANKED THE 7TH MOST POWERFUL LEADER IN THE GULF REGION
- 08** İSPARTA ŞEHİR HASTANESİ DÜNYA LİSTELERİNDE
İSPARTA PROVINCE HOSPITAL IN THE WORLD LISTS
- 12** RAKAMLARLA DÜNYA TURU
WORLD TOUR WITH NUMBERS
- 18** DÜNYA MADEN SEKTÖRÜNDE 2017 TRENDLERİ
2017 TRENDS IN GLOBAL MINING INDUSTRY
- 26** DR. NEJAT TAMZOK: "SEKTÖRDE ATILAN ADIMLAR OLDUKÇA YERİNDE!"
DR. NEJAT TAMZOK: "THE STEPS ARE HIGHLY EFFECTIVE!"
- 30** İNSAN KAYNAKLARI TRENDLERİNDE ŞAMPİYON DEĞİŞMEDİ
THE CHAMPION OF HUMAN RESOURCES TRENDS HASN'T CHANGED
- 34** TEKNOLOJİ DÜNYASINDAN GELİŞMELER
UPDATES ON THE TECH WORLD
- 36** GAYRİMENKUL SEKTÖRÜNE TEŞVİK ETKİSİ
REAL ESTATE SECTOR BOOSTED BY THE INCENTIVES

40 2017 YILI TURİZMİN ZOR SINAVINA ÇÖZÜM OLACAK MI? WILL 2017 HELP TOURISM PAST ITS HARD CHALLENGES?

44 TAV GAZİPAŞA İŞLETME KOORDİNATÖRÜ CENGİZ AŞIKLI: 2017 YILINDA HEDEFİMİZ YENİ PAZARLAR... TAV GAZİPAŞA OPERATIONS COORDINATOR, CENGİZ AŞIKLI: IN 2017, WE AIM NEW MARKETS...

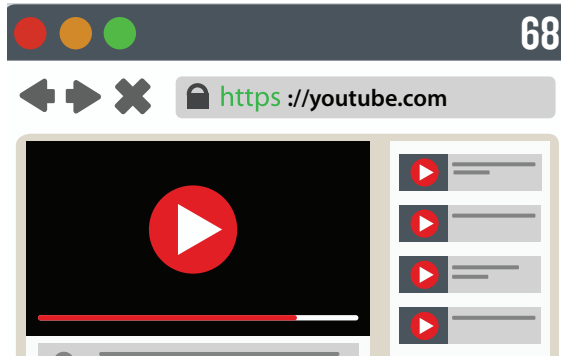
60 TÜRKİYE'YE GEL VE KENDİ HİKAYENİ KEŞFET COME TO TURKEY, DISCOVER YOUR OWN STORY

66 CEZBEDEN ÇALIŞMA ALANLARI: PAYLAŞIMLI OFİSLER INVITING WORKING SPACES: CO-WORKING OFFICES

68 PAZARLAMADA YENİ TREND: YOUTUBER A NEW MARKETING TREND: YOUTUBER

70 TÜRKİYE'DE ETİN USTASI: BEYTİ MASTER OF THE MEAT IN TURKEY: BEYTİ

76 LİMON KOKULU BİR ROTA: AMALFİ KIYILARI A ROUTE FULL OF LEMON SCENTS: AMALFI COASTS



Akfen Holding A.Ş. Adına

İmtiyaz Sahibi / Publisher

Melis Kobal

Genel Yayın Yönetmeni ve Sorumlu

Yazı İşleri Müdürü

Editor in Chief

Melis Kobal

Yayın Kurulu / Publication Board

Nilüfer Taşlıca

Yayın Adı / Name of Publication

Strategy

Yayın Türü / Type of Publication

Yerel Süreli / 3 Ayda Bir

Türkçe-İngilizce

Quarterly, Periodical, Local,

Turkish-English

Yönetim Yeri / Head Office

Akfen Holding

Levent Loft, Büyükdere Cad. No: 201 >K: II

34394 Levent/İstanbul/Türkiye

İnformasyon Reklam ve Özel Dergi Yayıncılığı

Hizmetleri Ticaret A.Ş.

Akatlar Mah. Ebulula Mardin Cad. No:83

34330 Beşiktaş, İstanbul, Türkiye

Yayınlar Koordinatörü

Publications Coordinator

Aynur Şenol Altun

Ekonomi Yayınları Yönetici Editörü

Managing Editor of Economic Publications

Nesrin Koçsalan

Art Direktör / Art Director

Bürkan Çiftçigüzel

Baskı / Printing

APA UNIPRINT

Uniprint Basım San. ve Tic. A.Ş.

Ömerli Mah. Hadımköy-İstanbul Cad. No:159

34555 Arnavutköy/İSTANBUL

Tel: 0212 798 28 40

Fax: 0212 798 20 63

www.apa.com.tr

Strategy dergisi ile ilgili önerileriniz için

strategy@akfen.com.tr adresine mail

gönderebilirsiniz.

Any suggestions about Strategy magazine are

welcomed and should be addressed to

strategy@akfen.com.tr

AKFEN İNŞAAT ŞEHİR HASTANELERİNDEKİ DENEYİMİNİ YURT DIŞINA TAŞIYACAK

Akfen İnşaat'ın Yönetim Kurulu Başkanı Selim Akın, şirketin şehir hastaneleri alanındaki deneyimini yurt dışına taşımaya hazırlandığını dile getirdi.

2016 yılı bazı sektörler açısından kolay bir yıl olmadı. Bunların başında da turizm ve taşımacılık var.

2016 yılında hem Türkiye'de hem dünyada yaşanan terör olayları beraberinde ekonomik durgunluğu da getirdi. Özellikle Türkiye'de yaşanan jeopolitik gelişmeler turizm sektörünü derinden etkiledi ve 2016 yılının ilk dokuz ayında, bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla Türkiye'ye gelen turist sayısı %26,4 azalışla 24,7 milyon kişi oldu.

Turizmde yaşanan bu gelişmeler beraberinde yolcu taşıma sektörünü de etkiledi. DHMİ'nin yayınladığı verilere göre; 2016 yılı dokuz ayında Türkiye genelinde havayolunu kullanan yolcu sayısı 2015 yılının aynı dönemine göre %5 azalışla 133,2 milyon oldu, aynı dönemde ticari uçak sayısı ise %0,3 azalış göstererek 1.1 milyona ulaştı.



AKFEN CONSTRUCTION WILL EXPAND ITS EXPERIENCE ON CITY HOSPITALS ABROAD

Akfen Construction Board Chairman Selim Akın enounced that the company was getting ready to extend its experience on city hospitals abroad.

Expressing the future plans of Akfen Construction in the upcoming period, Selim Akın denoted that they had been closely following the Ministry of Health's expansion projects abroad. Stating that they were planning to participate in the Ministry's projects in Saudi Arabia, Pakistan and Qatar, Akın argues that their leading sector would be the construction.

Emphasizing that the first city hospital launched in Isparta, the very first example of a public and private sector partnership in this field, would not be the last one, Selim Akın added "We will utilize 3 more city hospitals in Eskişehir, Isparta and Tekirdağ for 3.9 TL million. We are also interested in the Samsun and Denizli projects and estimate that, if we can make the deals on these, our total investments in this field will reach 6 TL billion.

Selim Akın also underlined that they were not only willing to undertake build-and-sale projects on their own lands, but also aiming to take part in international contract and tourism projects as investors.



BULVAR LOFT'UN ÖRNEK DAİRESİ KAPILARINI AÇTI

Akfen İnşaat tarafından Ankara İncek'te inşa edilen 'Bulvar Loft' projesinin örnek daireleri ziyaretçilere kapılarını açtı.

Akfen İnşaat'ın 37 bin metrekarelik İller Bankası arazisinde gerçekleştirdiği ve 6 blokta 822 daireden oluşan Bulvar Loft projesinde daireler 1+1'den 5+1'e kadar farklılık gösteriyor. Büyüklükleri 66 metrekareden başlayan daireler 350 metrekareye kadar çıkıyor. 374 bin liradan başlayan fiyatlarla satılan dairelerin Aralık 2018'de teslimatının gerçekleşmesi planlanıyor.

BULVAR LOFT'S SAMPLE FLATS ARE LAUNCHED

Built by the Akfen Construction in İncek, Ankara, "Bulvar Loft" project's sample flats are opened for visitors.

In the Bulvar Loft Project of Akfen Construction, built on a 37,000m2 land of İller Bankası and consisted of 822 flats in 6 blocks, the flats vary between 1+1's and 5+1's. There are flats from 66m2 up to 350m2. The flats, with the opening price of 374,000 TL, are planned to be delivered by December 2018.



GAYRİMENKUL YATIRIMLARI İNŞAAT MALZEMELERİ SEKTÖRÜNÜ DE BÜYÜTÜYOR

Geçen yılın ilk çeyreğinde yüzde 5.4, yılın tamamında ise yüzde 7.2 büyüyen inşaat malzemeleri sektörü, 2017’de de büyümesini sürdürdü.

İnşaat Malzemeleri Sanayicileri Derneği (İMSAD)’nin açıkladığı rakamlara göre toplam inşaat harcamaları, 2016 yılında 431,9 milyar TL olarak gerçekleşti. İnşaat malzemeleri iç pazarı 2016 yılında yüzde 13,7 oranında büyüyerek 280,75 milyar TL’lik bir büyüklüğe ulaşırken sektörün toplam büyüme oranı 7.2 oldu. 2017’nin ilk çeyreğinde ise inşaat pazarında yüzde 3.7’lik büyüme görüldü. Derneğe göre özellikle mayıs ayında inşaat işlerinde önemli bir artış görüldü. Buna göre mevcut inşaat işleri seviyesi mayıs ayında, nisan ayına göre 10 puan arttı. Geçen yılın mayıs ayındaki mevcut işler seviyesinin de 7,2 puan üzerine çıktı. Bu büyümedeki en büyük etken ise müteahhitlerin yeni projelere odaklanmaktan ziyade ellerindeki projeleri tamamlamaları oldu.

REAL ESTATE INVESTMENTS DRIVE THE GROWTH OF CONSTRUCTION MATERIALS SECTOR

Growing 5.4% in the first quarter and 7.2% in the total of last year, the construction materials sector sustained its growth in 2017 as well.

According to the figures reported by The Construction Material Manufacturers Association, the total value of materials sold in 2016 was 432.9 TL billion. Domestic sales of construction materials reached 280.75 TL billion with a 13.7% growth in 2016, whereas the growth of the overall sector was 7.2%. In the first quarter of 2017, the construction industry grew 3.7%. According to the association, particularly in May, there has been a significant increase in the constructions projects. Accordingly, the ongoing projects in May have increased 10 percent from April. In comparison to the May 2016, the increase is 7.2%. The major factor in this growth was the focus of the constructors on their ongoing projects rather than starting new ones.



TAV İŞLETME HİZMETLERİ’NDEN ÖZEL MİSAFİRLERE ÖZEL KARŞILAMA

TAV İşletme Hizmetleri, Suudi Arabistan’ın en yoğun havalimanı olan King Abdulaziz Uluslararası Havalimanı’nda sunulacak olan özel karşılama ve uğurlama hizmetlerinin işletilmesi ihalesini kazandı.

Cidde’de bulunan ve 30 milyon yolcu ağırlayan King Abdulaziz Havalimanı’nı portföyüne katan TAV İşletme Hizmetleri böylece tüm dünyada, 6 ülkedeki 14 havalimanında karşılama ve uğurlama hizmeti sunmaya başladı. Konuyla ilgili açıklama yapan TAV İşletme Hizmetleri Genel Müdürü Ali Bora İşbulan, “Hizmet geliştirilmesi açısından hızla gelişmekte olan bir pazar olan Suudi Arabistan’daki hizmet ağıımızı güçlendirmekten gurur duyuyoruz” derken, Suudi Arabistan Sivil Havacılık Otoritesi (GACA) ile King Abdulaziz Uluslararası Havalimanı’nı en kaliteli hizmet sunan havalimanı yapmak için birlikte çalışmaktan duydukları mutluluğu dile getirdi.

Her yıl özel yolcu salonlarında 3 milyon yolcu ağırlayan TAV İşletme Hizmetleri yaklaşık 40 bin yolcuya da karşılama ve uğurlama hizmeti sunuyor. Şirket 2017 yılında ‘primeclass’ markası ile Frankfurt, Maskat, Kopenhag ve Zürih havalimanlarında yeni yolcu salonları açmayı planlıyor.

EXCLUSIVE RECEPTION FROM TAV BUSINESS SERVICES FOR THE EXCLUSIVE GUESTS

TAV Business Services undertook the exclusive reception services of King Abdulaziz International Airport, the highest volume airport in Saudi Arabia.

Growing its portfolio with the King Abdulaziz Airport in Jeddah receiving 30 million passengers, TAV Business Services now operates reception services within 14 airports in 6 different countries worldwide. Commenting on the topic, TAV Business Services General Manager Ali Bora İşbulan said “We are proud of strengthening our service network in Saudi Arabia which is an emerging market in terms of service providing” and expressed their contentment about collaborating with the Saudi Arabia General Authority of Civil Aviation (GACA) on transforming the King Abdulaziz Airport to reach the top service quality level.

Receiving 3 million passengers each year in its CIP and VIP lounges, TAV Business Services also provide exclusive reception services to 40k passengers. In 2017, the company aims to launch new passenger lounges with the “Primeclass” brand in Frankfurt, Muscat, Copenhagen and Zurich.



İDO DİJİTAL DÖNÜŞÜMLE YENİLENİYOR

İDO'da 2016 yılında devreye alınan e-bilet uygulamasıyla başlayan dijital dönüşüm tüm hızıyla sürüyor. Şirket şimdilerde müşteri sadakat programının yenilenip daha da geliştirilmesi ve web sitesinin buraya entegre edilmesi çalışmalarına devam ediyor.

53 gemi, 16 hat ve 35 iskeleye denizyolu taşımacılığı yapan İDO geçirdiği dijital dönüşüm ile müşteri memnuniyetini daha da artırmayı amaçlıyor. İDO Genel Müdürü Ufuk Tuğcu yaptığı açıklamada biletleme ve rezervasyon sisteminin yenilenmesiyle markanın dijital görünümünün de değişeceğinin altını çizerken, internet sitesi ve uygulamaların müşterilerden alınan geri bildirimler çerçevesinde yenileneceğinin altını çizdi.

İDO EVOLVING VIA DIGITAL TRANSFORMATION

The digital transformation in İDO, started in 2016 with the utilization of the e-ticketing system, continues at full speed. Now the company is working on the projects of updating and improving the customer loyalty programme and integrating the website to it.

Running its maritime operations with 53 ships, 16 lines and 35 docks, İDO aims to increase the customer satisfaction by the means of digital transformation. İDO general manager Ufuk Tuğcu, in his comments, underlined that the digital image of the brand will change after changing the ticketing and booking systems, and the updates on the website and the application will be driven by the customer insights.



MERSİN ULUSLARARASI LİMANI'NA İLK MEGA GEMİ YANAŞTI

Akfen Holding ve PSA tarafından işletilen Mersin Uluslararası Limanı (MIP) 368 metre uzunluğundaki YM World mega konteyner gemisini ağırlayarak bir ilki gerçekleştirdi.

14 bin TEU kapasiteye sahip YM World gemisi Mersin Uluslararası Limanı'na şimdiye kadar yanaşmış en büyük gemi olma özelliğini taşıyor. Liman ve bölge için çok önemli bir adım olan mega geminin gelişi, geçen yıl tamamlanan 650 milyon TL'lik yatırımın da önemli bir sonucu oldu. Yapılan yatırımla Mersin Uluslararası Limanı, East Med Hub Terminali'nde daha yüksek draftta (su derinliği) sahip gemileri kabul etmeye başlarken Akdeniz'den Orta Doğu ve Uzakdoğu ülkelerine servis yapan dev gemilerin de tercihi oldu.

MIP Genel Müdürü Frans Jol, gerçekleştirilen yatırımla limanın denizcilik sektörünün ihtiyaçlarına karşılık verebilir duruma geldiğine dikkat çekti. Jol, 2007 yılından bu yana süren yatırımların bir sonucu olarak Mersin Uluslararası Limanı'nın yıllık 1 milyon 500 bin TEU konteyner, 9 milyon ton konvansiyonel yük elleçleyen, yıllık toplam işlem hacmi 30 milyon tonu aşan, bu bölgede dünya klasmanında rekabet edebilen bir liman haline geldiğini vurguladı.

THE VERY FIRST MEGA SHIP DOCKED MERSİN INTERNATIONAL PORT

Mersin International Port (MIP), operated by Akfen Holding and PSA, had a milestone after hosting 368 meter-long mega container ship, YM World.

With its 14k TEU capacity, YM World is the biggest ship ever docked Mersin International Port. The visit of the ship, which is an outcome of the last year's 650 TL million investment, was really important for the port and the city. After the investment, Mersin International Port started to host ships with deeper drafts in the East Med Hub Terminal and became an option for the ships transporting to Middle East and Far East from the Mediterranean Sea.

MIP General Manager Frans Jol expresses that the port became capable of meeting the requirements of maritime sector. Jan pointed that the Mersin International Port, as the results of the investments directed in since 2007, has become a world class competitor between the ports in this region with an annual 1.5 million TEU capacity, 9 million tonnes of conventional material handling capacity, and with total annual operations more than 30 million tonnes.

TAV GRUBU CEO'SU SANİ ŞENER KÖRFEZ BÖLGESİ'NİN EN GÜÇLÜ 7. LİDERİ

TAV Grubu CEO'su Sani Şener, Construction Week tarafından açıklanan Körfez Bölgesi'nin en etkili 100 insanının sıralandığı listede yedinci sırada yer aldı. Şener aynı araştırmada üç yıl üstü ilk 10'da yer almayı başaran tek Türk iş insanı unvanını da aldı.

Construction Week'in gerçekleştirdiği araştırma Körfez Bölgesi'nde inşaat sektöründe faaliyet gösteren iş insanlarının yaptıkları işler, çalışan sayıları, yarattıkları gelirler, kazandıkları ve kazanmayı bekledikleri projeler, pazardaki genel durum ve faaliyet düzeyleri gibi kriterler incelenerek belirlendi. Ayrıca bu kişi ve şirketlerin ekonomik parametrelere karşı tutumlarına, büyümeye devam etmek için benimsedikleri stratejilere ve engel ve sorunlar karşısında ne kadar esnek olabildiklerine ve nasıl uyum sağladıklarına bakıldı. TAV Grubu CEO'su Sani Şener de bu kriterler göz önüne alındığında inşaat sektöründe Körfez Bölgesi'nin en güçlü yedinci lideri olarak öne çıktı. Dergi yaptığı araştırmada TAV'ın kuruluşundan bu yana üstlendiği inşaat işlerinin toplam sözleşme bedelinin 19 milyar doları aştığını vurgularken, şirketin Körfez Bölgesi'nde 30 binden fazla çalışanı bulunduğunu, bunların 1570'inin de mühendislerden oluştuğu bilgisine de yer verdi.



TAV GROUP CEO SANİ ŞENER IS RANKED THE 7TH MOST POWERFUL LEADER IN THE GULF REGION

Tav Group CEO Sani Şener took the seventh place in the most influential 100 people of the Gulf Region list published by Construction Week. Şener has become the first Turkish business person to be listed among the top 10 for three consecutive years.

The Construction Week's list is prepared on the basis of parameters such as; the projects undertaken by the business people from the construction market in the Gulf Region, the employee numbers, driven revenues, contracted and potentially contracted projects, and the overall position and operations in the market. Additionally, the attitudes of these people and their companies towards the economic parameters, the strategies they implement to sustain growth, the extent of their flexibilities against obstacles and problems, and the way they can adopt were also considered. TAV Group CEO Sani Şener came up front with the 7th position in the construction sector on the basis of these criteria. The journal reported that the company, since its foundation, earned more than 19 USD billion from the contracted projects, having more than 30k employees in the Gulf region including 1,570 engineers.

TÜRKİYE'NİN İHRACAT ŞAMPİYONLARI BELLİ OLDU

TİM'in açıkladığı rakamlara göre Türkiye'nin ihracat şampiyonu 3 milyar 958 milyon dolar ile Ford Otomotiv oldu. İlk 10'da bulunan şirketler ağırlıklı olarak otomotiv sektöründe yer alırken, petrol ürünleri ve dayanıklı tüketim ise diğer sektörler oldu.

Açıklanan rakamlara göre Türkiye'nin 2016'daki toplam ihracatının 142,5 milyar dolar olarak gerçekleşirken, ihracatta 2015'e göre yüzde 0,9 oranında düşüş yaşandı. TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi konuyla ilgili yaptığı açıklamada Türkiye'nin toplam ihracatının yüzde 48,8'ini ilk 500 firmanın yaptığını söylerken, "İkinci 500 firma ihracatın yüzde 8,5'ini, geri kalan 66 bin firma da toplamın yüzde 42,7'sini gerçekleştirdi" dedi.

2016'NIN İHRACAT LİDERLERİ

FORD OTOMOTİV 3 milyar 958 milyon dolar
TOFAŞ TÜRK OTOMOBİL FABRİKALARI 3 milyar 189 milyon dolar
OYAK-RENAULT OTOMOBİL 2 milyar 834 milyon dolar
KİBAR DIŞ TİCARET 2 milyar 457 milyon dolar
TÜRKİYE PETROL RAFİNELERİ 2 milyar 100 milyon dolar
VESTEL TİCARET 2 milyar dolar
TOYOTA OTOMOTİV 1 milyar 800 milyon dolar
ARÇELİK 1 milyar 776 milyon dolar
BOSCH 1 milyar 66 milyon dolar
TGS DIŞ TİCARET 1 milyar 13 milyon dolar

TURKEY'S EXPORT CHAMPIONS IDENTIFIED

According to the figures reported by TİM, Ford Automotive has become the export champion with a total amount of 3.958 USD billion. Whereas, most of the top ten companies are comprised of automotive companies, the other contenders were from the petroleum products and the durable goods industries.

Reported figures indicates that Turkey's total export in 2016 accounted as 142.5 USD million with a 0.9% decrease from 2015. TİM President Mehmet Büyükekşi, in his comments on the issue, reported that the 48.8% of Turkey's total export was realized by the biggest 500 companies, whereas the second 500 group accumulated 8.5% and all the other 66k companies constitutes 42.7%.

EXPORT LEADERS OF 2016

FORD OTOMOTİV \$3.958 billion
TOFAŞ TÜRK OTOMOBİL FABRİKALARI \$3.189 billion
OYAK-RENAULT OTOMOBİL \$2.834 billion
KİBAR DIŞ TİCARET \$2.457 billion
TÜRKİYE PETROL RAFİNELERİ \$2.1 billion
VESTEL TİCARET \$2 billion
TOYOTA OTOMOTİV \$1.8 billion
ARÇELİK \$1.776 billion
BOSCH \$1.066 billion
TGS DIŞ TİCARET \$1.013 billion



ISPARTA ŞEHİR HASTANESİ DÜNYA LİSTELERİNDE

Akfen Holding tarafından inşa edilen Isparta Şehir Hastanesi, Engineering News-Record (ENR) tarafından hazırlanan en iyi taban izolasyonuna sahip 10 yapı arasında 4. sırada yer aldı.

Depremlerin binalar üzerindeki etkilerini minimuma indirmek için büyük önem taşıyan taban izolasyon yöntemleri tüm inşaat sektörü tarafından yakından takip ediliyor. Dünyada bu alandaki saygın yayınlardan biri olan Engineering News-Record (ENR) da hazırladığı listeye dünyanın en büyük izolatörlü binalarını sıraladı. Toplam taban alanına göre hazırlanan listede Isparta Şehir Hastanesi 4. sırada yer alarak önemli bir başarıya imza attı.

Akfen Holding tarafından 1.1 milyar dolar yatırımla ve Kamu-Özel İşbirliği modeliyle hayata geçirilen Isparta Şehir Hastanesi Türkiye'nin ilk deprem izolatörlü şehir hastanesi olarak öne çıkıyor. Toplam 221 bin 353 metrekare inşaat alanına sahip olan hastanede, bu sistemle olası bir depremde sarsıntının etkisi azaltılarak hastanedeki çalışmaların aksama-dan devam etmesi sağlanıyor.

Sismik bakımdan aktif olan Japonya, Çin, Yeni Zelanda, Şili, Peru, Kolombiya ve Ekvador'un yanı sıra Türkiye'de bu alanda riskli bölgelerin başında geliyor. Bu nedenle Türkiye'de inşa edilen yapıların temel izolasyon metodolojisine sıkıca bağlı kalması kaçınılmaz. Listeyi hazırlayan Engineering News-Record (ENR) da yaptığı araştırmada bu konuya dikkat çekiyor ve Türkiye'de özellikle temel izolasyona tabi tutulan sayısız büyük modern hastane inşa etmek için 13.6 milyar dolarlık bir program başlatıldığını da dikkat çekiyor.

ISPARTA PROVINCE HOSPITAL IN THE WORLD LISTS

Isparta Province Hospital built by Akfen Holding, ranked 4th in the Engineering News-Record's top 10 list of the constructions with ground insulation.

Concerning the minimization of the earthquake risks over the buildings, ground insulation methods have been monitored closely by the construction industry. One of the most reputable publications in this field globally, Engineering News-Record listed the biggest insulated buildings of the world. On the basis of the total insulated ground area, Isparta Province Hospital achieved to rank 4th in the list.

Built by Akfen Holding's investment of 1.1 USD billion within a public-private partnership model, Isparta Province Hospital stands out as the first earthquake insulated building in Turkey. On a total of 221,353 m2 construction field, by the means of this system, the construction operations are safeguarded against the probable damage of an earthquake.

Besides with the seismically active regions such as Japan, China, New Zealand, Chili, Peru, Colombia, and Ecuador, Turkey is also a high risk region. Therefore, in Turkey, it is a must for the construction projects to be strictly bound to the fundamental insulation methodology. Engineering News-Record underlines this topic in the list and highlights the 13.6 USD billion worth programme initiated in Turkey to build numerous big hospitals particularly with insulated grounds.

FİYATIYLA DEĞİL YAŞAMIYLA KIYASLAYIN! HIÇBİRİ İNCEK LOFT DEĞİL!



Spor merkezi, kapalı yüzme havuzu, hamam, sauna, cep sineması, gözlemevi, çocuklar için Pony Club ile İncek Loft, tatildeymiş gibi yaşamak isteyen herkesi bekliyor.



444 83 38
VE EV

www.incekloft.com.tr

akfen
inşaat

LOFT
İNCEK



GÜNTAY ŞİMŞEK
Habertürk Gazetesi Köşe Yazarı

TURİZM SEZONUNU NEDEN UZATAMIYORUZ? WHY CAN'T WE EXTEND THE TOURISM SEASON?

Önce deniz, kum, güneş sonra temiz hava gelir. Biliyorum, böyle değil bu şarkı. Ama her yaz sezonu, her bayram ve de turizmde sıkıntı yaşanan her an, aynı nakaratı tekrar ediyoruz. Bayramların önüne/arkasına, denk gelen iş günlerini tatil edip, “Haydi buyurun eğlenceye, dinlenceye, turizmci sektöründe çarklar biraz dönsün” deniyor. Üretim cephesinden, sanayicilerden, ‘nasıl yani?’ şeklinde cılız tepkiler geliyor. Fakat değişen bir şey olmuyor. Bir tarafın çarkların durdurup, diğer tarafı döndürmeye çalışmakla, aslında ülkenin toplam ekonomik kazanımları berhava ediliyor.

Bayram tatillerinin kamu kurum ve kuruluşlarında çalışanlar için 9-10 güne çıkarılmasını sanayiciler üzüntüyle karşılar, turizmciler ise... Çünkü son anda uzatılmış tatil kararı çıkınca, yurtiçi ve yurtdışındaki turizm tesisleriyle vatandaşın da faydasına olacak şekilde anlaşma yapmaya, araştırmalara zaman kalmaz.

Son yıllarda erken rezervasyon oranlarının yükselmesiyle, tatil fiyatlarının Avrupalılara yaklaştığına turizmciler vurgu yaparken, temel argümanları tahmin etmek çok zor değil. Erken tatil kararının verilmesi, planların önceden yapılmasıyla, erken rekabet/pazarlık başlıyor, tur operatörü, havayolu ve otelcilerin kısaca sektöre yön veren oyuncuların programlı hareket etmeleri sağlanıyor ve fiyatlar aşağıya çekiliyor. Bayramlara bir hafta kala verilen uzatma kararları da doğal olarak tatiller pahalı hale getiriyor. Ancak sadece tatillerle, bayramlarla değil, topyekün turizmle ülke olarak bir alıp veremediğimiz var.

Mesela son dakikada tatili uzatmayı düşünen kamu efradının, turizm ülkesi Türkiye’de turizm sezonunu tüm yıla yayabilmek için bir planı olabilir mi? Cevap aranması, el atılması gereken asıl problem bu. Üstelik tatil yapana da, yaptırana da, turizmi oluşturan yaklaşık 36 ayrı sektöre de, bölgelere de, ülkenin tamamına da katma değer sağlayacak adım, tatilleri değil, turizm sezonunu uzatmaktan geçiyor. İşe de okullardan yani eğitimden başlamak icap ediyor. Önce eğitim sezonunun ve tatillerin bölgelere göre ayarlanması icap ediyor.

Şöyle düşünün; İstanbul’un Avrupa ve Anadolu yakasında okullar birer veya ikişer hafta aralıkla açılrsa, yarıyıl tatilleri de aynı takvime göre devam etse nasıl olur?

Sadece ülkemizde değil, tüm dünya da çocukların okulları ve tatilleri herkesi ve her kesimi yakından ilgilendirir. Hayatın akışı çocukların eğitim ve tatillerine göre şekillenir. Japonya’nın Almanya’nın ve daha birçok ülkenin yaptığını biz neden yapmıyoruz? Tüm ülkeyi aynı gün okulların kapısına dikmenin ne âlemi ve anlamı var?

The sea, the beach, the sun come first, and then the clean air. I know that the song is not like this. But each summer, each bairam or anytime the tourism has a challenging period, we sing the same chorus. By adding a couple of working days to the beginning or to the end of the bairam holidays, we promote “Let’s come in to the entertainment and vacation and help the wheels of tourism spin.” From the manufacturing and industry side, a few weak objections arise saying, “How come!”. But nothing really changes. In fact, in order to spin the wheels of an industry by stopping the wheels of others, wastes the country’s total economic output. Extending the bairam holidays up to 9-10 days upsets industry men while tourism investors... Because when a holiday extension is decided a couple of days in advance, there is no time left to search, make deals or compare the local or foreign vacation alternatives.

As tourism professionals remark the vacation prices, which approach the European counterparts by the increase of early bookings, their point is not hard to understand. Early decision and planning of the vacations enable the tour operators, airline companies, and the hotels, briefly, the leading actors of tourism, to act in plans and hereby the prices go down. Surely, the decisions to extend bairam holidays, just a couple of days before, increases the vacation costs. Nevertheless, we, as a whole country, have issues not only with the bairams, but also with the tourism as a whole.

So to say, couldn’t the governing body that is keen on extending the bairam holidays in the last minute, work on extending the tourism season throughout the whole year? That is the question to be answered and undertaken. Moreover, the key to grow the value for both the tourists and the tourism industry with its 36 sub-sectors, is not extending the holidays but instead extending the whole tourism season. It takes to start from the education system, in other words from the schools. Primarily, the education schedule and the vacations are needed to be customized regionally. Just imagine how starting and ending the semester one or two week earlier for the schools in European side than the Anatolian side would be.

Education season is not only important for our country, but also for other countries. The life course is mostly organized accordingly to the children’s education and holidays everywhere. Why don’t we take the same steps with Japan, Germany and many others. What’s the point of flocking the whole country at school doors on the same day?

Ministry of National Education’s decision of a simultaneous education schedule means a countrywide clutter and stagnancy

Milli Eğitim Bakanlığı'nın okulların tümünü aynı anda tatile çıkarması demek, ülke genelinde aynı anda hareketlilik, aynı anda hareketsizlik demek. Tatil başlayınca ne oluyor? Aynı günlerde Türk Hava Yolları başta olmak üzere diğer tüm havayolu şirketlerinde, otobüslerde, otellerde, karayollarında, eğlence ve tatil mekânlarında doluluk oluyor. Tatil bitince de her yer boşalıyor. Bu tablo aynı zamanda yönetilmesi gereken büyük bir sorun, büyük bir israf, ekonomide de büyük yük ve zarar veren sıkıntı demek!

Bu işin mantığı olmadığı çok sarıh, ama hiçbir makam, yaklaşık 80 milyon nüfusuyla, 7 bölgede hayat süren bu ülke insanı için insanca bir yaşamı arzulamıyor. Aynı anda dört mevsimin yaşandığı kocaman bir ülkede, 80 milyon aynı anda tatile çıkıyor. Sebep?

Örnek; 15 günlük yarıyıl tatillerinde, doluluk ve tabii olarak da pahalılık söz konusu oluyor. Hâlbuki kışın 15 günlük yarıyıl tatil, Türkiye'nin bölge, nüfus ve diğer parametrelerine göre aylara yayılsa, hem tesisler rahat edecek, istihdamı artacak, verimliliği yakalayacak, hem de vatandaş telaşsız ve uygun fiyatlarla tatilini yapacak. Böyle bir düzenlemeyle de sadece işin turizm boyutunda fayda sağlanmıyor. Say say bitmez bir sürü katma değeri söz konusu. Ulaşım, kırtasiye, tekstil, kitap gibi birçok sektörde iyileşmelerin, planlamanın, verimliliğin, kalitenin ve daha bir sürü şeyin önü açılıyor.

Ayrıca dar zamanlara sıkışmış tatillerde zorunlu olarak yurtdışına çıkışlarında önü kesilmiş olacaktır. Çünkü kış tatilinde Uludağ'da 1 gecelik oda fiyatı ulaşım hariç 600 TL civarlarında olurken, tatile bir gün kala veya sonrası aynı oda 200 TL'ye iniyor. Aynı dönemlerde Bulgaristan'da 1 haftalık kayak turu ise ulaşım dâhil yaklaşık 250 Euro. Aynı manzara yaz tatili için de geçerli. Sezonun başlamasıyla 5 yıldızlı otelin gecesi 300 TL. Oysa tatil başlamadan bir gün önce aynı otelin gecelik fiyatı 100-150 TL. Yaz tatili bitince de 70-80 TL.

Dolayısıyla Rize'deki öğrenciyle, Marmaris'tekini aynı tarihlerde tatile çıkarmanın bir mantığı yok.

Zaten dini ve resmi bayramlarda, hep beraber tatile çıkmaya geleneğini yerine getiriyoruz. Pek fazla yapacak bir şey de yok. Ama bu zaman zarflarında da devlet, hesap kitap yapmadan, son dakika programları açıklamaz, sürpriz yapmaz. Senenin başında, hangi bayramın hangi güne denk geleceği belli. Planlama da buna göre önceden yapılırsa, tur organizasyonları, tatil programları kendiliğinden makul noktaya gelecektir.

Ayrıca turizm sektörünün gelişmesinin yolu, iç turizmin kaliteli yapılmasından geçer. Kendi insanınızın, vatandaşınızın gönül rahatlığıyla konaklamadığı, gezemediği, eğlenemediği, yiye-içemediği bir yere yabancı turisti çekmekte zorlanırsınız. Turizmi de sıkışmış olduğu kalıplarının dışına çıkarıp, ülke satışına yamazsınız. Çeşitlendirmeyi de başaramazsınız, sezonu da uzatamazsınız. Deniz, kum, güneş üçlüsüne gelip, her şey dâhil sistemiyle otel dışına adım atmayan bir turist kitlesinden istenen verimlilik sağlanamadığı gibi böyle tesislere gelenlerin seviyesini de yükseltmekte zorluklar yaşarsınız. Tarihi de kültürel değerlerinizi de kıymetsizleştirirsiniz.

Hâsılı kelimam; Bu turizm anlayışının değişmesi için eğitimden başlamak şart. "Turisti 'müşteri' değil, 'misafir' olarak görüyoruz" hamasetiyle de yol kat etmek çok zor. Her turist alışveriş yapan bir müşteridir. Bedavaya gelen, umduğunu değil, bulduğunu yiyen misafir hiç değildir.

periods. Whenever the education is paused all the airline companies, primarily Turkish Airlines, bus lines, hotels, highways, entertainment and leisure facilities get packed up. When the holidays finish, all these remain vacant. This situation is a big issue to be handled simultaneously which creates big losses, waste and burden on the economy.

The irrationality here is obvious, but none of the authorities desire a humane life for the people of the country with 80 million citizens settled in seven different regions. In a huge country that is able to enjoy four different season simultaneously in any time of the year, that 80 million go on vacation all together? Why?

For example, during the 15-days long mid-term holiday periods, the facilities are packed and prices are high. However, if the mid-term holidays would be scheduled on the basis of the population, geography and other regional parameters of Turkey, the facilities could achieve better efficiency, consistency and higher employment as much as the people who could have a chance of stress-free and cheaper vacations. Such a schedule not only provides benefits for the tourism. There are countless other values in it. The industries such as transportation, stationery, textile and publishing could also achieve improvement, planning, efficiency and other advantages as such.

Besides, obligation to go abroad for a vacation due to the fully packed domestic facilities would be diminished. For instance, one night at Uludağ in the mid-term holiday costs 600 TL overnight whereas it is 200 TL just the days before or after the holiday. In the same periods, a one-week long skiing vacation in Bulgaria costs only €250 including the transport. It is just the same for the summer holiday as well. By the beginning of the season a 5-star hotel's overnight prices go up to 300 TL from 100-150TL for the day before. After the summer holiday, these prices go as low as 70-80 TL.

Thus, there is no sense in scheduling the holidays for the students in Rize and Marmaris simultaneously.

We already enjoy the pleasure of having holidays altogether during national and religious bairams. There is nothing much to do, as long as the state officials avoid making surprises in the last moment without elaboration. The bairam dates are already known at the beginning of the year. As long as the schedules are declared accordingly to this, the tour organizations and programmes will evolve concurrently.

Additionally, improving the tourism industry requires a high quality domestic tourism market. In an environment where your fellow citizens can't peacefully stay, travel, have fun, and dine, your chances are quite low to attract foreign tourists. Consequently, you can't go beyond the existing limits of tourism and extend it country-wide. You can't diversify it and extend the season. Thereby, you will have difficulties in maintaining the efficiency with the tourists seeking only the sea, sun and sand in all-exclusive packages, without stepping outside the hotel, and you'll have difficulties in upgrading this tourist profile. This trivializes both of your heritage and your culture.

In brief; In order to transform this tourism approach, education system is the first aspect to be addressed. It is not very likely to progress merely with the "Tourists are not the customers but guests" heroism. The ones who only pursue the cheap and whatever offered, without demanding nothing more, are not the guests, indeed.

RAKAMLARLA DÜNYA TURU

WORLD TOUR WITH NUMBERS

SUYU KOLA'YA ÇEVİRMEK

İçecek üreticileri, Hindistan'ın su konusunda en fazla sıkıntı çeken bazı bölgelerinde fabrikalar inşa etti

TURNING WATER INTO COLA

Soda makers have built factories in some of India's most water-stressed regions

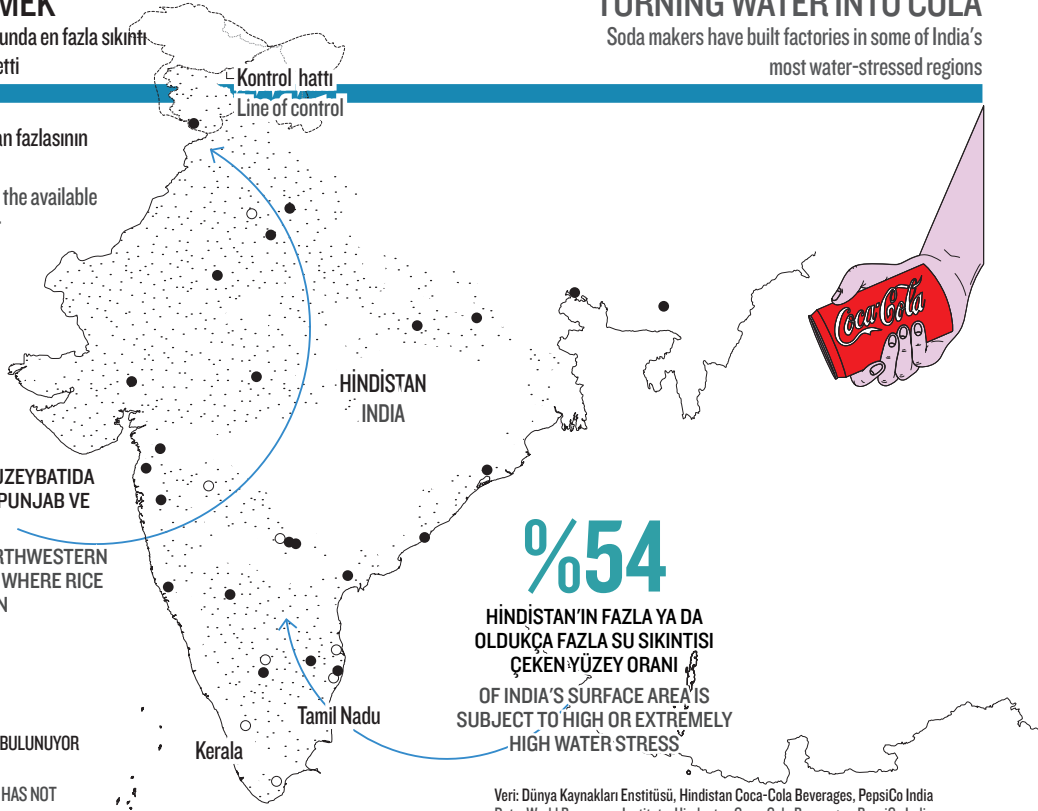
- ☐ Mevcut yeryüzü suyunun yüzde 40'tan fazlasının her yıl tüketildiği bölgeler
Areas where more than 40 percent of the available surface water is consumed each year

- Coca-Cola şişeleme tesisi
Coca-Cola bottling facility
- Pepsi şişeleme tesisi*
Pepsi bottling facility*

SUYUN EN AZ OLDUĞU YERLER, KUZEYBATIDA PİRİNÇ VE BUĞDAY YETİŞTİRİLEN PUNJAB VE HARYANA EYALETLERİ

WATER IS MOST SCARCE IN THE NORTHWESTERN STATES OF PUNJAB AND HARYANA, WHERE RICE AND WHEAT ARE GROWN

*PEPSİ'NİN HİNDİSTAN'DA 38 ŞİŞELEME TESİSİ BULUNUYOR AMA ŞİRKET HEPSİNİN YERİNİ AÇIKLAMİYOR
*PEPSİ HAS 38 BOTTLING PLANTS IN INDIA BUT HAS NOT DISCLOSED ALL OF THEIR LOCATIONS



%54

HİNDİSTAN'IN FAZLA YA DA OLDUKÇA FAZLA SU SIKINTISI ÇEKEN YÜZEY ORANI
OF INDIA'S SURFACE AREA IS SUBJECT TO HIGH OR EXTREMELY HIGH WATER STRESS

Veri: Dünya Kaynakları Enstitüsü, Hindistan Coca-Cola Beverages, PepsiCo India
Data: World Resources Institute, Hindustan Coca-Cola Beverages, PepsiCo India

GENEL GÖRÜNÜM BÜYÜMENİN OLDUĞU YER

Bloomberg'e göre, pek çok ekonomi 2017'de gelişme kaydedecek. Hindistan ve Çin'in büyüme oranları biraz azalsa da sırasıyla yüzde 6,8 ve yüzde 6,5 ile sağlam durmaya devam ediyorlar.

OUTLOOK WHERE THE GROWTH IS

Most economies will see improvement in 2017, according to Bloomberg. While India's and China's growth rates will decline slightly, they remain robust, at 6.8 percent and 6.5 percent, respectively.

2016'DA OLAN VS. 2017 TAHMİNLERİ
2016 FIGURES VS. 2017 ESTIMATIONS

%-0,2 %0,2 %1 %4 %8
VERİ YOK

BREZİLYA VE ARJANTİN, DÜNYANIN EN BÜYÜK EKONOMİLERİ ARASINDA EN FAZLA KAZANCI SAĞLAYACAK
BRAZIL AND ARGENTINE WILL HAVE THE MOST INCOME AMONG THE BIGGEST ECONOMIES IN THE WORLD.

TOPARLANAN PETROL FİYATLARI NİJERYA, ANGOLA VE RUSYA'YA YARAYACAK
RECOVERED OIL PRICES WILL BENEFIT NIGERIA, ANGOLA AND RUSSIA.

GELECEĞİN BANKACILIK TEKNOLOJİSİ: FINTECH

Bankacılık teknolojisi olarak son yıllarda öne çıkan ve Türkiye’de de hızla büyüyen FinTech 2017’de de yoluna devam edecek.

FUTURE BANKING TECHNOLOGY: FINTECH

As an emerging banking technology and growing in Turkey as well, FinTech will go on further.

15

MİLYAR DOLAR
USD BILLION

TÜRKİYE FINTECH PAZARININ
BÜYÜKLÜĞÜ
SIZE OF FINTECH’S MARKET IN
TURKEY

%14

FINTECH PAZARININ
TÜRKİYE’DE YILLIK BÜYÜME
ORTALAMASI
ANNUAL GROWTH RATE OF
FINTECH MARKET IN TURKEY

200

TÜRKİYE’DEKİ FINTECH
FİRMALARININ SAYISI
NUMBER OF FINTECH
CONTRACTORS IN TURKEY

53,2

MİLYON DOLAR
USD MILLION

TÜRKİYE’DE GİRİŞİM SERMAYELERİ VE
MELEK YATIRIM AĞLARININ FINTECH
GİRİŞİMLERİNE, SON 4 YILDA (2012-
2016) YAPTIĞI YATIRIM MİKTARI
THE AMOUNT OF INVESTMENT INTO
FINTECH INITIATIVES IN TURKEY IN
THE LAST 4 YEARS (2012-2016) BY
THE START-UP CAPITALS AND ANGEL
INVESTOR NETWORKS

SON 5 YILDA TÜRKİYE’DEKİ FINTECH YATIRIM MİKTARLARI
FINTECH INVESTMENTS IN TURKEY IN THE LAST 5 YEARS

2012

1,1

MİLYON DOLAR
USD MILLION

2013

2,4

MİLYON DOLAR
USD MILLION

2014

2,7

MİLYON DOLAR
USD MILLION

2015

9,6

MİLYON DOLAR
USD MILLION

2016

29

MİLYON DOLAR
USD MILLION

ROBOT ÇAĞI, ARTIK BUGÜN!

ROBOTICS AGE. IT’S NOW!

287.000

YALNIZCA ÇİN’DE BULUNAN ROBOT
SAYISI. ÜLKE BU RAKAMLA DÜNYA
İKİNCİSİ KONUMUNDA

NUMBER OF ROBOTS ONLY IN
CHINA. THE COUNTRY RANKS 2ND
WORLDWIDE

%6

ROBOTLARIN YOĞUN OLARAK
KULLANIMIYLA BERABER 2025
YILINA KADAR ALMANYA’DA
BEKLENEN İSTİHDAM ARTIŞI
EXPECTED GROWTH OF
EMPLOYMENT IN GERMANY BY THE
INCREASED USAGE OF ROBOTS

17.500

ABD OTOMOTİV ENDÜSTRİSİ 2016
YILINDA YAKLAŞIK 17.500 ENDÜSTRİYEL
ROBOT SATIŞI GERÇEKLEŞTİRDİ. SON 7
YILDA ABD OTOMOTİV SEKTÖRÜNDEKİ
ÇALIŞAN SAYISI 260.600 ARTTI
US AUTOMOTIVE INDUSTRY SOLD
APPROX. 17,500 INDUSTRIAL ROBOTS
IN 2016. NUMBER OF WORKERS IN
AUTOMOTIVE INDUSTRY INCREASED BY
260K IN THE LAST 7 YEARS

2,6^{BİN}_K

2019 YILINDA DÜNYA
ÜZERİNDE BULUNMASI
ÖNGÖRÜLEN ROBOT SAYISI
ESTIMATED NUMBER OF
ROBOTS WORLDWIDE IN 2019

TÜRKİYE
TURKEY

1705

TÜRKİYE’DE 2015 YILINDA
ÜRETİM ALANLARINA ENTEGRE
EDİLEN ROBOT SAYISI
NUMBER OF ROBOTS INTEGRATED TO
MANUFACTURING FACILITIES
IN TURKEY IN 2015

19

10 BİN ÇALIŞAN BAŞINA DÜŞEN
ROBOT SAYISI
NUMBER OF ROBOTS PER 1
OK EMPLOYEES

0,67

TÜRKİYE’NİN DÜNYA ROBOT
PAZARINDAKİ PAYI
SHARE OF TURKEY IN WORLDWIDE
ROBOT MARKET

RAKAMLARLA DÜNYA TURU

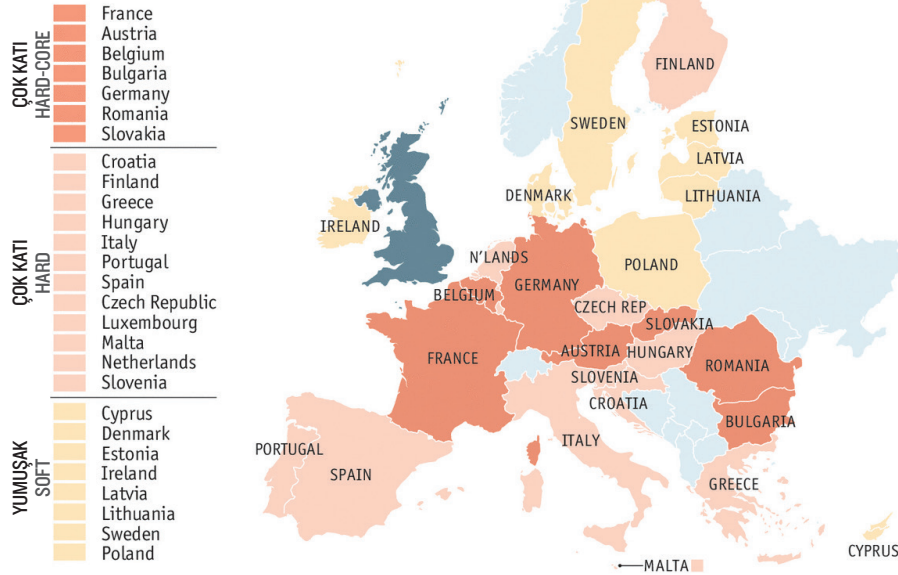
WORLD TOUR WITH NUMBERS

SERT BİR MÜZAKERE

AB'NİN 27 ÜLKESİNİN BREXIT MÜZAKERELERİNDEKİ TUTUMU

A HARD BARGAIN

EU27 STANCE ON BREXIT NEGOTIATIONS



Tutum: Stance on:	İngiltere çıkışı için düşük bir maliyet ödüyör, Britain paying low exit bill	AB'nin sadece dört başlıca nimetinden yararlanıyor* "Cherry-picking" four EU freedoms*	Ticari ilişkilerini koruyor/gümrük tarifeleri avantajlarını koruyor Maintaining trade ties/low tariff barriers	Savunma avantajlarını koruyor Sustaining defence ties
KARŞI AGAINST	Belgium	Austria	Austria	Austria
	Bulgaria	Belgium	Bulgaria	Belgium
	Czech Republic	Cyprus	Croatia	Bulgaria
	Denmark	Finland	France	Croatia
	Finland	France	Romania	Cyprus
	France	Germany	Belgium	Czech Republic
	Germany	Greece	Estonia	Denmark
	Greece	Ireland	Finland	France
	Hungary	Italy	Germany	Germany
	Netherlands	Luxembourg	Hungary	Greece
	Romania	Malta	Italy	Hungary
	Slovakia	Netherlands	Latvia	Ireland
	Spain	Portugal	Lithuania	Italy
	Sweden	Romania	Luxembourg	Luxembourg
	Austria	Slovakia	Malta	Malta
	Croatia	Spain	Portugal	Portugal
	Estonia	Bulgaria	Slovakia	Slovakia
	Italy	Croatia	Slovenia	Slovenia
	Latvia	Czech Republic	Cyprus	Spain
	Lithuania	Estonia	Czech Republic	Estonia
	Poland	Hungary	Denmark	Finland
	Portugal	Latvia	Greece	Latvia
	Slovenia	Lithuania	Ireland	Lithuania
	Cyprus	Poland	Netherlands	Netherlands
	Ireland	Slovenia	Poland	Poland
	Luxembourg	Sweden	Spain	Romania
	Malta	Denmark	Sweden	Sweden
DESTEKÇİ FOR				

Kaynak: The Economist Intelligence Unit
Source: The Economist Intelligence Unit

*"Mamüllerin", "çalışanların", "hizmetlerin" ve "sermayenin" AB içerisinde serbest dolaşımı
*Free movement of goods, workers, services and capital within the EU

DÜNYANIN EN SAKİN ÜLKELERİ

Avustralya Düşünce Kuruluşu Ekonomi ve Barış Enstitüsü (Economics and Peace Institute) tarafından hazırlanan rapor, 2008 yılından bu yana 10 yıllık dönemde barışçı yöntemlerin oranının % 2,14 oranında azaldığını gösterdi. En sükunet ve barışçı ülkeler arasındaki uçurum genişlemeye devam ediyor.

MOST PEACEFUL COUNTRIES WORLDWIDE

The Australian Think Tank The Institute of Economics and Peace's Report indicates a 2.14 percent decrease in peaceful relationships in the last decade since 2008. The gap between the most and the least peaceful countries gets deeper.

SIRA RANK	ÜLKE COUNTRY	PUAN SCORE	DEĞİŞİM CHANGE
1	Iceland	1.111	↔
2	New Zealand	1.241	↑ 2
3	Portugal	1.258	↑ 2
4	Austria	1.265	↓ 1
5	Denmark	1.337	↓ 3
6	Czech Republic	1.36	↔
7	Slovenia	1.364	↑ 3
8	Canada	1.371	↔
9	Switzerland	1.373	↓ 2
=10	Ireland	1.408	↑ 2

SIRA RANK	ÜLKE COUNTRY	PUAN SCORE	DEĞİŞİM CHANGE
154	Ukraine	3.184	↑ 2
=155	Central African Rep.	3.213	↑ 2
=155	Sudan	3.213	↔
157	Libya	3.328	↓ 3
158	Somalia	3.387	↑ 1
159	Yemen	3.412	↓ 1
160	South Sudan	3.524	↑ 2
161	Iraq	3.556	↔
162	Afghanistan	3.567	↓ 2
163	Syria	3.814	↔

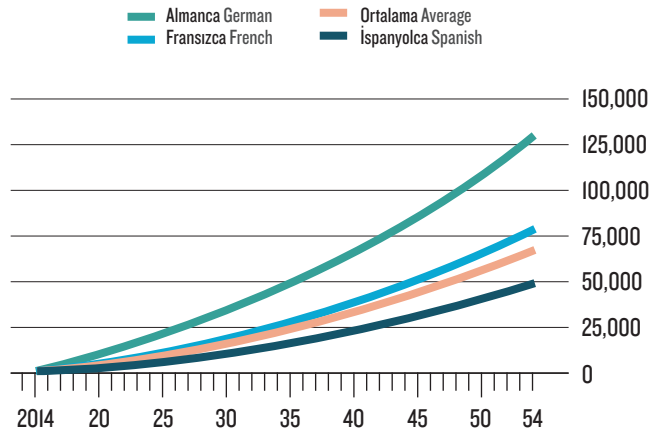
NE KADAR ÇOK DİL O KADAR ÇOK KAZANÇ

Ekonomist'in yaptığı araştırmaya göre farklı dilleri konuşanlar içerisinde en çok kazananlar Almanca bilenler.

THE MORE FOREIGN LANGUAGES, THE BETTER INCOME

According to the Economist's research, German speakers make the most income between the foreign language speakers.

Tahminler Forecasts, €



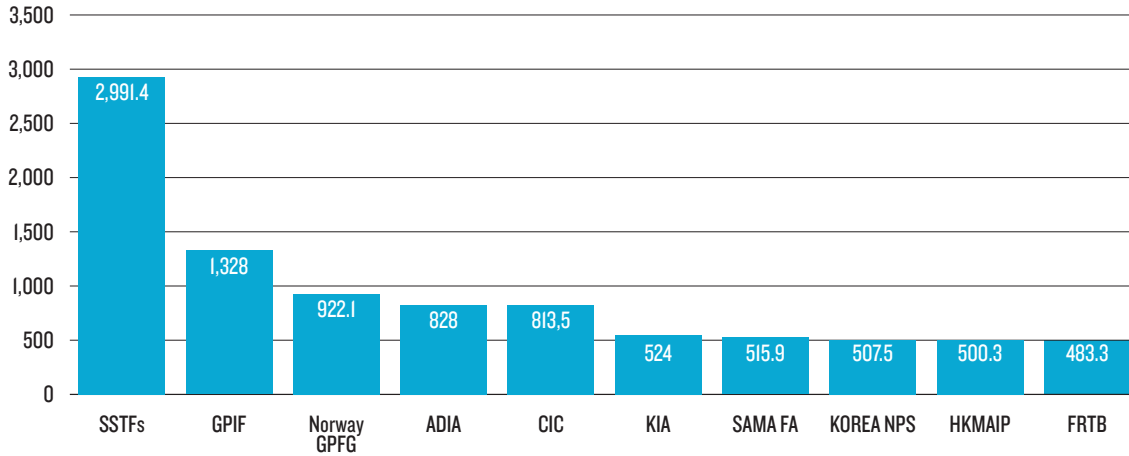
Kaynak: The Economist
Source: The Economist

RAKAMLARLA DÜNYA TURU

WORLD TOUR WITH NUMBERS

BAĞIMSIZ VARLIK FONLARININ, EMEKLİ AYLIKLARININ, VAKIFLARIN VE DİĞER KAMU FONLARININ FAALİYETLERİNİ TAKİP ETMEK

TRACKING THE ACTIVITY OF SOVEREIGN WEALTH FUNDS, PENSIONS, ENDOWMENTS AND OTHER PUBLIC FUNDS



SWFI LİĞİ EN BÜYÜK KAMU FONLARI TABLOSU

SWFI LEAGUE TABLE OF LARGEST PUBLIC FUNDS

Sıra Rank	Fon Fund	Ülke Country	Tür Type	Haziran June 2017	Haziran June 2016	Haziran June 2015
1	Social Security Trust Funds	ABD United States	Ulusal Emeklilik Sistemi National Pension	2,911.4	2,865.3	2,837.6
2	Government Pension Investment Fund	Japonya Japan	Ulusal Emeklilik Sistemi National Pension	1,328.0	1,264.4	1,149.7
3	Government Pension Fund - Global	Norveç Norway	Bağımsız Varlık Fonu Sovereign Wealth Fund	922.1	850.0	873.0
4	Abu Dhabi Investment Authority (ADIA)	Birleşik Arap Emirlikleri United Arab Emirates	Bağımsız Varlık Fonu Sovereign Wealth Fund	828	792	773
5	China Investment Corporation (CIC)	Çin China	Bağımsız Varlık Fonu Sovereign Wealth Fund	813.5	813.8	746.7
6	Kuwait Investment Authority (KIA)	Kuveyt Kuwait	Bağımsız Varlık Fonu Sovereign Wealth Fund	524	511	473
7	SAMA Foreign Holdings	Suudi Arabistan Saudi Arabia	Bağımsız Varlık Fonu Sovereign Wealth Fund	515.9	582.4	685.6
8	National Pension Service of Republic of Korea	Kuzey Kore South Korea	Ulusal Emeklilik Sistemi National Pension	507.5	408.7	439.3
9	Hong Kong Monetary Authority Investment Portfolio	Hong Kong Hong Kong	Bağımsız Varlık Fonu Sovereign Wealth Fund	500.3	456.6	427.7
10	Federal Retirement Thrift	ABD United States	Ulusal Emeklilik Sistemi Public Pension	483.3	456.9	441.2
11	Stichting Pensioenfond ABP	Hollanda Netherlands	Ulusal Emeklilik Sistemi Public Pension	443.8	412.3	440
12	SAFE Investment Company	Çin China	Bağımsız Varlık Fonu Sovereign Wealth Fund	441.4	474	541.9
13	GIC Private Limited	Singapur Singapore	Bağımsız Varlık Fonu Sovereign Wealth Fund	359	350	344
14	CalPERS	ABD United States	Ulusal Emeklilik Sistemi Public Pension	323	302	304.1
15	Qatar Investment Authority	Katar Qatar	Bağımsız Varlık Fonu Sovereign Wealth Fund	320	335	25

Mersin Uluslararası Limanı büyüyor, rotalar yeniden çiziliyor

Dünyanın en büyük 100 konteyner limanı arasında yer alan MIP, mega gemilere hizmet verecek genişleme yatırımıyla, Doğu Akdeniz'in ana limanı olma yolunda emin adımlarla ilerliyor.



MIP

MERSIN INTERNATIONAL PORT



marketing@mersinport.com.tr
www.mersinport.com.tr

DÜNYA MADEN SEKTÖRÜNDE 2017 TRENDLERİ

2017 TRENDS IN GLOBAL MINING INDUSTRY

Madencilik sektörü tüm dünyada büyük değişime hazırlanıyor. Buna hazır olmayan şirketleri de zorlu bir süreç bekliyor. Deloitte tarafından yayınlanan Madencilik Trendleri 2017 raporu, endüstrinin 2017 gündemini oluşturan 10 kritik konuya ve Deloitte çatısı altındaki madencilik sektörü uzmanlarının bu kritik konular karşısındaki önerilerine değiniyor.

Madencilik sektörü tüm dünyada karmaşık süreçlerin kontrolünü gerektiriyor. Günümüzün sürekli değişen piyasa koşullarında başarılı olmayı sağlayacak stratejiler de oldukça önem kazanıyor. Günümüzde madencilik endüstrisini tutarlı bir bütün olarak tartışmak artık mümkün değil... Bu durum, pek çok şirketin neden bu kadar farklı stratejileri benimsediğini de açıklıyor. Ancak, geleceğe yönelik yaklaşımları farklı olsa da, tüm madencilerin gündemindeki ortak soru şu: ileri giderken, nerede oynamalıyız ve nasıl kazanabiliriz?

Aslında bu sorular Deloitte tarafından yayınlanan Madencilik Trendleri 2017 raporunun da omurgasını oluşturuyor. Önümüzdeki iki yıl şirketlerin hatalarından ders çıkaramayacağı boşa zaman mı olacak yoksa madencilerin fırsatı kaçırabilecekleri yıllar mı olacak? Şirketler kendilerini dönüştürmek ve sürdürülebilir bir sanayi oluşturmak için ne yapmalılar?

Tüm bunlardan yola çıkarak hazırlanan Deloitte Madencilik Trendleri 2017 Rapor'u bu alanda faaliyet gösteren şirketler için 10 maddelik bir strateji hazırlıyor. Rapor hem Türkiye'de hem de dünyada faaliyet gösteren maden şirketleri için bir yol haritası niteliği taşıyor.

1 - MADENCİLER MALİ DİSİPLİN VE BÜYÜME ARASINDA BİR DENG KURMALI!

Maden sektöründe sürekli değişen piyasa koşulları şirketleri mali disiplin konusunda daha temkinli olmaya teşvik ediyor. Piyasa bu durumdayken hissedar değerini artırmak ve sürdürülebilir büyüme

Mining industry is preparing for a major transformation globally. For the companies that are not ready for it, a challenging period is on the way. Mining Trends 2017 Report published by Deloitte indicates the 10 top issues of the industry's agenda and the related recommendations of the industry specialists from Deloitte on these critical issues.

Mining industry requires control of the complex processes all over the world. In the ever changing market environment of today, strategies leading to success become vital. Today, discussing the mining industry as a homogenous unity is not possible anymore... That also explains why many companies follow so much different strategies. But, despite having different approaches towards the future, the common question of all miners is the same: where should we play and how can we win, while moving further?

In essence, these questions also constitute the back bone of the Deloitte's Mining Trends 2017 Report. Will the two upcoming years be wasted times for companies without learning from their faults or the years that miners missed opportunities? What should the companies do to transform themselves and build a sustainable industry?

Starting from these, Deloitte's Mining Trends 2017 Report offers a strategy consisted of 10 statements for the companies in this field. The report functions as a road map for companies operating both in Turkey and worldwide.

1 - MINERS SHOULD MAINTAIN A BALANCE BETWEEN MONETARY DISCIPLINE AND GROWTH!

Continuously changing market conditions in the mining industry force the companies to be more cautious on monetary discipline. In the given market conditions, a balance should be kept between increasing the shareholders' interest and growing sustainably. The requirements of sustainable growth are; maintaining high growth,

arasında bir denge yaratmak gerekiyor. Sürdürülebilir büyüme için gerekli olanlar ise; üst düzey büyümeyi sürdürmek, marjları genişletmek, daha çevik olmak ve oyunun kurallarını değiştirerek uzun vadeli yatırımları teşvik etmek.

2 - VERİMLİLİĞİ SAĞLAMAK

Verimliliği iyileştirmek madencilik şirketleri için kritik bir öncelik olmaya devam ediyor, fakat verimlilik kazançlarının artması için dönüşüm gerekiyor. Teknoloji bu dönüşüm için kaçınılmaz olarak şirketlerin hayatına giriyor. Şirketler, diğer sektörlerden öğrendiklerinden yararlanarak tam otomasyon, yapay zeka, 3D baskı gibi operasyonlar için dışardan destek alabilmenin avantajlarını keşfediyor.

3 - ŞİRKETLERİN BİR EKOSİSTEM İÇİNDE ÇALIŞMASI VE SIRA DIŞI ORTAKLIKLARI ENDÜSTRİYİ GELİŞTİRECEK

Madencilik sektörü, büyük atılımlar gerçekleştirmek için bir ekosistemde faaliyet göstermenin zorunluluğunu tanımaktadır. Bir ekosistemde çalışmak demek rakiplerle işbirliği ve genişletilmiş ortaklıklar kurmak anlamına geliyor. Bu nedenle büyük şirketler teknoloji start-up'ları, işletmeler, endüstri liderleri, hükümet ve akademisyenlerle işbirliği içerisinde olmalı.

4 - DİJİTAL DEVRİM

Madencilik şirketleri dijitalleşmenin avantajlarını, operasyonlarını geliştirmek adına araştırmaya başladılar. Dijitalleşmeyi kucaklamak; uygulamak ve çözüm üretmekten çok daha fazlasını içeriyor. Bu nedenle şirketler dijital devrimi yaratmak için destekleyici dijital mimariyi tanımlamalı ve net bir dijital strateji oluşturmaya başlamalı.

5 - TEHDİTLERİ KONTROL ET

Tüm dünya siber güvenlik tehditleriyle boğuşuyor. Bunlardan en çok nasibini alan sektörlerden biri de madencilik sektörü... Son birkaç yılda büyük maden şirketlerinin çoğu saldırıya maruz kaldılar ve önümüzde dönemde çevrimiçi tehditler daha da artacak. Siber tehdit riski arttıkça madencilik şirketlerinin siber güvenlikte daha katı bir yaklaşım benimsemesi gerekiyor. Bu nedenle geleneksel güvenlik kontrollerini güçlendirmeli, daha uyanık olmalı ve esnekliği geliştirmeliler.

6 - SEKTÖR İÇİN ORTAK BİR VİZYON GELİŞTİR!

Tüm dünyada hükümetler ve maden şirketleri arasında uzun yıllar çok gergin bir dönem yaşandı. Devletler yerel ekonomi ve sektörün gelişimini desteklemek ve yatırımcı çekmek için yeni yollar aradı ve fonlar oluşturdu. Bu destekler ile önümüzdeki dönemde madencilik sektörüne

MADENCİLİK SEKTÖRÜ TÜM DÜNYADA ZORLU BİR SÜRECE HAZIRLANIYOR. GÖRÜNEN O KI BU ZORLU SÜREÇTE MADENCİLİK ŞİRKETLERİNİN EN BÜYÜK YOL GÖSTERCİSİ İNOVASYON VE TEKNOLOJİ OLACAK.

MINING INDUSTRY
IS PREPARING FOR A
CHALLENGING PERIOD
GLOBALLY. APPARENTLY,
THE ULTIMATE GUIDE
FOR THE MINING
COMPANIES WILL
BE INNOVATION AND
TECHNOLOGY IN THIS
CHALLENGING TIMES.

extending the margins, being more agile and promoting long-term investments by changing the rules of the game.

2 - MAINTAINING THE EFFICIENCY

Improving the efficiency stays as a crucial priority for the mining companies but, improving efficiency requires transformation. For this transformation, technology gets into the companies' lives inevitably. The companies explore the benefits of the opportunities to acquire 3rd party services on full automation, artificial intelligence, 3D printing, and so on.

3 - WORKING IN AN ECOSYSTEM AND EXTRAORDINARY PARTNERSHIPS BETWEEN COMPANIES WILL IMPROVE THE INDUSTRY

Mining industry must acknowledge the challenges of operating in an ecosystem in order to achieve major leaps. Operating in an ecosystem means collaborations with the competitors and building extended partnerships. In this regard, the major companies, tech start-ups, corporations, industry leaders, governments, and scholars should stay in collaboration.

4 - DIGITAL REVOLUTION

Mining companies started to explore the merits of digitalization in order to improve their operations. Embracing the digitalization is comprised of much more than executing and creating solutions. Thus, the companies should identify the supporting digital architecture and start building a clear digital strategy in order to initiate the digital revolution.

5 - CONTROL THE THREATS

The whole world is trying to deal with the cyber security threats. One of the biggest share of that belongs to the mining industry... In recent years, most of the major mining companies faced attacks and the online threats will grow even more in the future. As the risk of cyber threats grows, the mining companies need to undertake a stricter cyber security approach. Therefore, they must strengthen their security controls, be more alert and improve flexibility.

6 - DEVELOP A SHARED VISION FOR THE INDUSTRY!

There has been a very tense period between the governments and the mining companies worldwide. Governments sought new ways and built funds in order to support the development of the industry and the local economies, and to attract investors. By the means of these supports, the investments in mining industry is expected to

yatırımların artması bekleniyor. Etkili ortaklıklar ve üretken diyaloglar hükümet ile iyi bir iş birliğinin anahtarıdır. Bu konuda en iyi uygulama sektör için tüm paydaşların ortak bir vizyon oluşturulması. Bu nedenle de yapılması gerekenler; uzun vadeli çözümler inşa etmek, bundan çıkan toplumsal sonuçlar ile iş başarısı yakalayıp hükümetlerle birlik olmak...

7- ÇEVRESEL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE ENERJİ YÖNETİMİNE ODAKLAN!

Madencilik sektörü, son zamanlarda meydana gelen kazalardan kaynaklanan çevresel etkiler ve sera gazı emisyonlarının neden olduğu kirlilikten dolayı topluluklarda faaliyet göstermek için sosyal desteği kazanmada büyük zorluklarla karşılaşıyor.

Madencilik şirketleri, işletme için sosyal desteği yeniden kazanmak için, enerji yönetimi, su yönetimi, iklim değişikliğine adaptasyon gibi çevresel sürdürülebilirlik konusundaki odaklarını keskinleştirmeliler.

8 STRATEJİK ÖNCELİKLERİ DESTEKLEMEK

Madencilik şirketleri son yıllarda çalışma modellerini değiştirmeye yöneliyor. Bu nedenle işletim modelleri başta olmak üzere pek çok alanda revize yaklaşımlar benimsiyorlar. Bu değişimler büyümeyi sürdürmek için kaçınılmaz görünüyor. Madencilik operasyonel mükemmellik stratejisinin bir parçası olarak, işletim modellerinin beş önemli yönüne bakmalıdır: Örgütsel yapılar, süreçler, teknoloji, kültür ve beceriler ve insanlar.

9 SAĞLIKLI VE KAPSAYICI İŞGÜCÜ YARATMAK

Sağlıklı işgücü ve kapsayıcı işyerinin teşvik edilmesi sürdürülebilir üretkenlik iyileştirmelerinin esasını oluşturuyor. Madencilik şirketlerinin sektörde gelişime ihtiyacı olan yenilikçi kültürü teşvik edebilecek en ileri ekipler inşa etmek için işgücü sağlığı ve kapsamını iyileştirmede proaktif bir yaklaşım benimsemeleri gerekiyor.

10 DAHA FAZLA AÇIKLIK VE ŞEFFAFLIK

Tüm dünyada ve her alanda olduğu gibi madencilik sektöründe daha fazla şeffaflık talepleri ortaya çıkıyor. Bu nedenle madencilik şirketleri hükümetler ve düzenleyici kurumlara mali açıklamalar da dahil olmak üzere her konuda daha şeffaf olmalı. Aynı zamanda yatırımcı topluluğu, şirketlerin uyumdan öteye geçmesini ve finansal olmayan geniş bir yelpazede rapor vermesini bekliyor. Artan bu şeffaflık beklentilerinin ışığında maden şirketleri raporlama konusunda daha hassas olmalı ve bunu entegre bir yaklaşım olarak benimsemeli.

ÖNÜMÜZDEKİ DÖNEMDE MADENCİLİK ŞİRKETLERİNİN DİKKAT ETMESİ GEREKENLERİN BAŞINDA ÇEVRESEL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE ENERJİ YÖNETİMİ YER ALIYOR.

IN THE
UPCOMING PERIOD,
SUSTAINABILITY AND
ENERGY MANAGEMENT
ARE THE TOP PRIORITY
ISSUES FOR THE MINING
COMPANIES.

grow in the upcoming period. Effective partnerships and productive dialogues are keys to a good collaboration with the governments. In this point, the best practice is building a shared vision for all the stake holders. Henceforward, the things to do are; creating long-term solutions, by the social outcomes from these, achieving commercial success and teaming up with the governments...

7- FOCUS ON THE ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY AND ENERGY MANAGEMENT!

The Mining Industry, due to the recent disastrous accidents which created environmental damages and the pollution caused by the greenhouse gas emission, is having trouble in fostering social support in their public relations.

In order to restore the social support for their companies, the mining companies should sharpen their vision on environmental issues such as energy management, water management, and climate change adaptation.

8 - SUPPORTING STRATEGIC PRIORITIES

The mining companies in recent years tend to transform their operation models. Thus, they maintain alternative approaches in many domains such as operation models and so on. These transformations are viewed as inevitable in order to continue the growth. Miners should focus on five critical aspects of the operation model as a part of the operational excellence strategy: organizational structures, processes, technology, culture, and people.

9 - GATHERING A HEALTHY AND INCLUSIVE WORKFORCE

Promoting a healthy workforce and an inclusive workplace constitute the essence of productivity improvements. Mining companies should develop a proactive approach in improving the workforce health and content in order to build frontier teams that can encourage an innovative culture and create the necessary breakthrough for the industry,

10 - MORE CLARITY AND TRANSPARENCY

Just like in any given sectors worldwide, the transparency demands emerge in the mining industry as well. Therefore, the mining companies, governments and regulating bodies should be much more transparent in each domain including the financial reporting. Meanwhile, investor groups expect the companies go beyond merely fitting the procedures and report on a wide range of activities including the non-financial fields. With these growing transparency expectations, the mining companies should be more rigorous on reporting and undertake this as an integrated task.

RAKAMLARLA MADENCİLİK

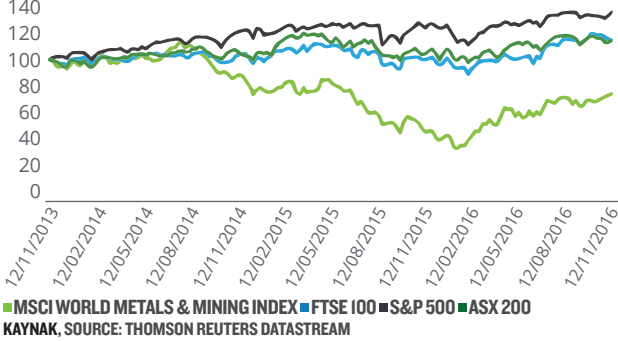
THE MINING FACTS&FIGURES

MADENCİLİK ŞİRKETLERİNİN PERFORMANSI DÜŞÜK

MINING EQUITIES UNDER PERFORM

MADENCİLİK ŞİRKETLERİNİN PERFORMANSI ORTALAMA
HİSSE SENEDİ KARLILIĞININ ALTINDA

MINING EQUITIES UNDERPERFORM TOTAL SHAREHOLDER RETURNS (TRS)



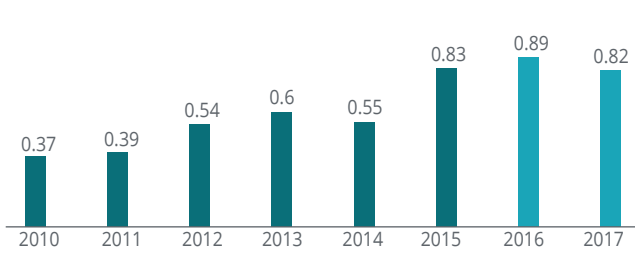
KAYNAK, SOURCE: THOMSON REUTERS DATASTREAM

MADENCİLİK SEKTÖRÜNDE FİNANSAL KALDIRAÇLAR

FINANCIAL LEVERAGE IN THE MINING SECTOR

SEKTÖRÜN TOPLAM BORÇ/ALACAK DENGESİ

FINANCIAL LEVERAGE IN THE MINING SECTOR AGGREGATE ND/E



KAYNAK, SOURCE: MORGAN STANLEY, 'AUSTRALIA RESOURCES LODESTONE', 10 JULY 2016

MADENCİLİKTE İNOVASYONUN YAPI TAŞLARI

MADENCİLİKTE DE İNOVASYON BÜYÜK BİR ÖNEM TAŞIYOR. RAPORA GÖRE BUNUN İÇİN İZLENECEK YOL HARİTASI AŞAĞIDAKİ TABLODA YER ALIYOR.



YAKLAŞIM APPROACH

1 İNOVASYON STRATEJİSİ İnovasyon ve fikirsel fırsatlar için izlenecek hedefler.

1. INNOVATION STRATEGY Goals for innovation and thematic opportunities to pursue.

2 İŞ AKIŞI VE PORTFÖY YÖNETİMİ İnovasyon inisiyatifleri toplamının bir iş akışı içerisinde ve portföy olarak nasıl yönetileceği.

2. PIPELINE AND PORTFOLIO MANAGEMENT How the collection of innovation initiatives are managed in a pipeline and portfolio.

3 SÜREÇ İnovasyonların soyut hipotezler ve fikirlerden nasıl gerçekleşen işlere dönüştüğü.

3. PROCESS How innovations move from abstract hypotheses and ideas to launched businesses.



ORGANİZASYON ORGANIZATION

4 TECRÜBE ÖNDERLİĞİ Tecrübeli liderlerin inovasyonla nasıl bütünleştiği.

4. SENIOR LEADERSHIP How senior leaders engage with innovation.

5 YÖNETİM İnovasyon kararlarının nasıl ve kimlerce verildiği.

5. GOVERNANCE How and by whom innovation decisions are made.

6 DIŞSAL BAĞLANTILAR Dışsal yetkinliklerin, ortaklıkların ve çözümlerin inovasyonu hayata geçirecek biçimde tespit edilmesi ve uygulanmasını sağlayan mekanizmalar.

6. EXTERNAL CONNECTION Mechanisms for identifying and leveraging external capabilities, partnerships and solutions to deliver innovations.



KAYNAK VE YETKİNLİKLER RESOURCES AND COMPETENCIES

7 FONLAMA Gerekli fonların temini için aktarılan finansal kaynakların ve yapıların büyüklüğü.

7. FUNDING The amount of financial resources devoted and the mechanisms for accessing the funding.

8 YETENEK YÖNETİMİ İnovasyon yaratacak işlerin ortaya çıkması için doğru becerilere sahip kişilerin doğru zamanlama ile bulunması ve görevlendirilmesi.

8. TALENT MANAGEMENT Attracting and deploying those with the right skills at the right time to do the work of innovation.

9 İNOVASYON ARAÇLARI İnovasyonun farklı aşamaları için özelleştirilmiş protokoller, yazılımlar, teknikler ve benzerleri.

9. INNOVATION TOOLS Specialized protocols, software, techniques, etc., for different aspects of innovation.



ÖLÇÜMLER VE TEŞVİKLER METRICS AND INCENTIVES

10 FİNANSAL VE FİNANSAL OLMAYAN ÖDÜLENDİRMELER Parasal teşvikler, inovasyona katkılarının formel ve informal biçimlerde takdir edilmesi.

10. FINANCIAL AND NONFINANCIAL REWARDS Monetary incentives, formal and informal recognition of contributions to innovation.

11 İNOVASYON ÖLÇÜMLERİ İnovasyona dönük kararlara ve ölçümlenen süreçlere yol gösterecek hedefler ve göstergeler.

11. INNOVATION METRICS Targets and indicators to guide innovation decisions and measure progress.

12 DIŞARIYA DÖNÜK ÇEKİCİLİK Diğer organizasyon ve grupları sizin platformlarınızda inovasyonel çalışmalarda bulunmak üzere nasıl motive ve teşvik ettiğiniz.

12. EXTERNAL ATTRACTION How you foster and incentivize other organizations or groups to participate in innovating on your platforms.

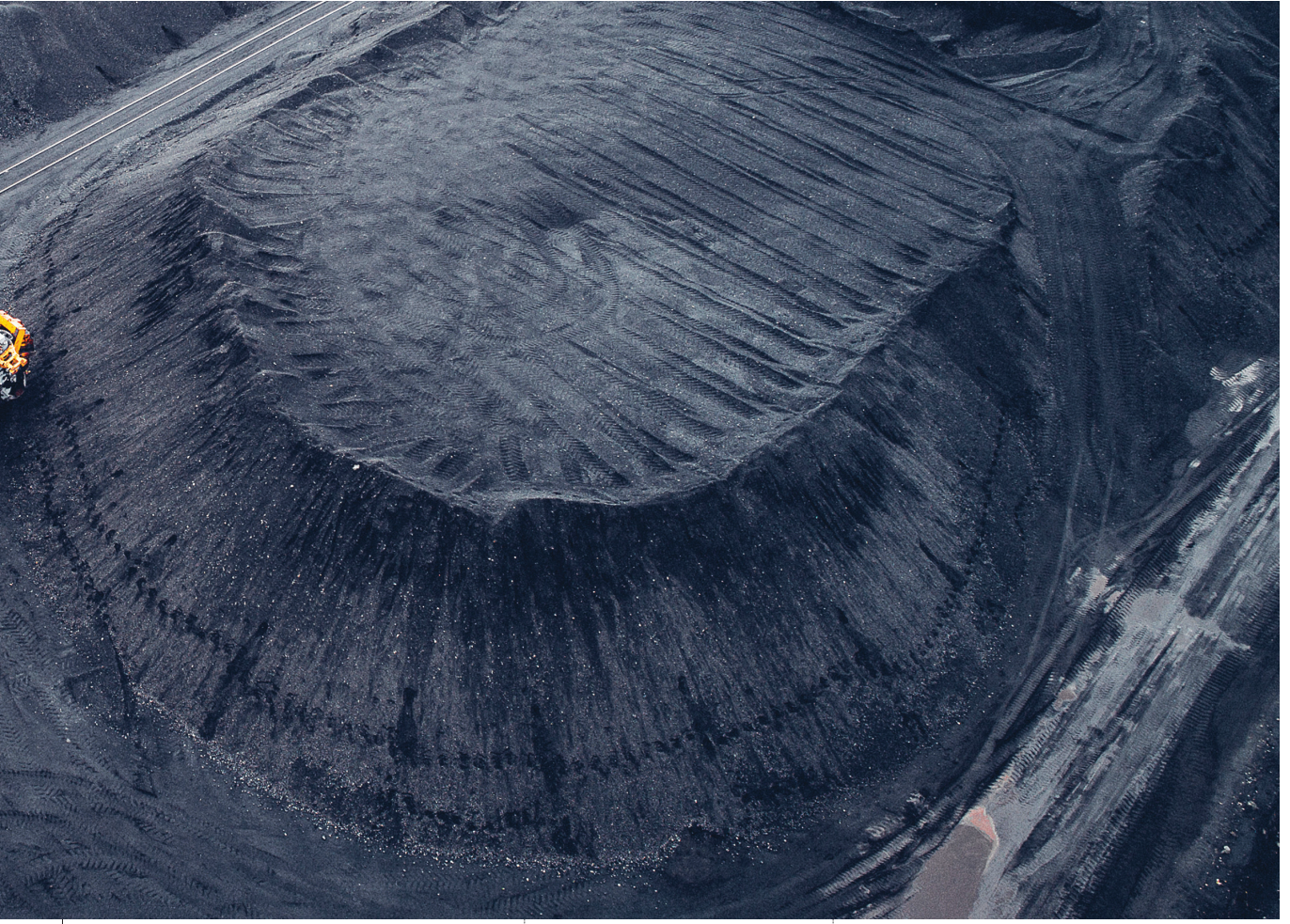


TÜRKİYE'DE MADENCİLİK SEKTÖRÜNDE YENİ ATILIMLAR

Türkiye üzerinde bulunduğu toprakların jeolojik ve tektonik yapısı sayesinde çok çeşitli maden yataklarına sahip... Dünyada yaklaşık 90 çeşit madenin üretimi yapılırken Türkiye'de bu rakamın 70 üzerinde olduğu gözlemleniyor. Sektör hem yerli hem de yabancı yatırımcıyı cezbederken özellikle son dönemde hükümetin planlamalarıyla beraber yeniden bir atılım yapması bekleniyor.

NEW ADVANCEMENTS IN THE MINING SECTOR IN TURKEY

Turkey, by the virtue of the land and the geography it lays on, has many different kinds of mineral deposits. Out of 90 different mineral types extracted all over the world, Turkey has more than 70 types of them. The sector, attracting both the domestic and foreign investors, is expected to advance once more, particularly with the governments new plans.



Mineral çeşitliliği bakımından dünyada zengin ülkeler arasında bulunan Türkiye’de 70’in üzerinde mineralin üretimi yapılıyor. Türkiye’nin maden kaynakları arasında en fazla öne çıkan ise bilindiği üzere bor madeni...

ABD Jeolojik Araştırma Kurumu verilerine göre; dünyada en büyük perlit ve grafit rezervleri Türkiye’de bulunuyor. Barit rezervi dünyada ikinci sırada, trona rezervi üçüncü, manyezit ve krom rezervleri ise dördüncü sırada yer alıyor. Bunların dışında; diatomit, feldspat, mika, molibden, mermer ve doğal taş, pomza, feldspat, bentonit, toryum, vermiculit, zeolit ve sepiyolit rezervleri ise dünyada sayılı rezervler arasında yerini koruyor.

Yine aynı kaynağa göre, Türkiye 2016 yılında; bor, pomza ve feldspat üretiminde birinci, trona ve manyezit üretiminde ikinci, krom, perlit ve bentonit üretiminde üçüncü, grafit, kum-çakıl ve alçıtaşı üretiminde dördüncü, zeolit ve mika üretiminde beşinci, kaolen üretiminde altıncı, antimon ve barit üretiminde ise yedinci sırada yer alır. Kil, molibden, tuz, mermer ve linyit üretimleri de dünya ölçeğinde...

Türkiye madencilik sektörü 1990’lı yılların

ABD JEOLJİK ARAŞTIRMA KURUMU VERİLERİNE GÖRE; DÜNYADA EN BÜYÜK PERLİT VE GRAFİT REZERVLERİ TÜRKİYE’DE BULUNUYOR.

ACCORDING TO THE U.S. GEOLOGICAL SURVEY’S DATA, THE BIGGEST PEARLITE AND GRAPHITE RESERVES OF THE WORLD ARE IN TURKEY.

In Turkey, one of the rich countries in the world in terms of mineral diversity, more than 70 types of minerals are extracted. As already known, boron is the most prominent mineral resource of Turkey...

According to the U.S. Geological Survey’s data, the biggest pearlite and graphite reserves of the world are in Turkey. The barite reserves rank 2nd, trona reserves rank 3rd, magnesite and chromium reserves rank 4th in the world. Besides with that diatomite, feldspar, muscovite, molybdenum, marble and natural stone, pumice, bentonite, thorium, vermiculite, zeolite, and sepiolite reserves are also prominent in the world.

Based on the same information, in 2016, Turkey was 1st in boron, pumice, and feldspar extraction, 2nd in trona and magnesite extraction, 3rd in chromium, pearlite and bentonite extraction, 4th in graphite, gravel and gypsum extraction, 5th in zeolite and sepiolite, 6th in kaoline extraction, and 7th in antimony and barite extraction in the world. Clay, molybdenum, salt, marble and lignite extractions are also on the level of world scale...

sonlarına kadar yüzde 90'lara varan oranda kamunun faaliyet gösterdiği bir alan oldu. Bununla beraber, özellikle yeni yüzyıla birlikte ve oldukça kısa sayılabilecek bir zaman diliminde bu defa yüzde 90'lar düzeyinde özel sektörün faaliyet gösterdiği bir yapıya dönüştü. Günümüzde, kamu, bor madenleri ve bir ölçüde kömür dışında kalan diğer tüm madenlerden çekildi.

Türkiye açısından büyük bir önem taşıyan ancak farklı göstergeler nedeniyle yeterince verim alınamayan sektör, yeni dönemde kamunun gündemine girdi. Sektörün cezbedici taraflarını keşfetmeyi ve yatırımcılara göstermeyi amaçlayan bu yeni çalışmalar bizzat

Turkish mining industry has been a field dominated by the public investments up to 90% until the late 90's. However, with the new millennium, it transformed into a private investment dominated industry at about 90% within a very short period. Now, except the boron deposits and the coal extraction, the public capital is completely out of the mining business.

The sector which is crucial for Turkey, facing inefficiencies due to different parameters, has been taken into the government's agenda recently. These new tasks, in order to explore the attractive parts of the sector and help the investors

MADENCİLİK SEKTÖRÜNDE ÖNEMLİ BİR İŞBİRLİĞİ

Akfen Holding geçtiğimiz yıl önemli bir yatırım imza atarak Acacia Maden İşletmeleri'ne ortak oldu. Acacia Maden İşletmeleri, Kastamonu Hanönü İlçesi sınırlarında Gökırmak Bakır Projesi'ni inşa ediyor. Bu yatırımda birlikte hareket edecek olan



IMPORTANT COLLABORATION IN MINING SECTOR

Akfen Holding initiated an important investment last year and partnered with ACACIA Mining Operations. ACACIA Mining is building the Gökırmak Copper Project in Hanönü, Kastamonu. Both companies acting in coordination in this investment and aim to

şirketler yatırımın hızlandırılması ve bir an önce Türkiye ekonomisine kazandırılmasını hedefliyor. Ayrıca bu ortaklık sonrasında Acacia Maden'e ait başka ruhsatlı sahalarda daha etkili arama faaliyetleri de yapılabilecek, kaynaklar artırılabilecek.

Proje hakkında detaylı bilgi veren Acacia Maden İşletmeleri CEO'su Zeki Sayılır konu hakkında şunları söyledi: "Gökırmak Bakır Projesimiz 11 yıl içinde toplam 22 milyon ton Bakır cevherini açık ocak madencilik yönetimi ile çıkararak, yine Hanönü ilçesinde kurmakta olduğumuz cevher zenginleştirme tesislerinde işleyeceğiz. Ocak başı cevherimizde ortalama %1.5 bakır ihtiva etmekte ve zenginleştirme sonrası bu oran %22'ye çıkarılacaktır. Ürettiğimiz zenginleştirilmiş bakır konsantresinin bir bölümünü Samsun'da Kurulu bakır izabe tesislerinde değerlendirmeyi bir bölümünü de yurtdışına ihraç etmeyi planlıyoruz. İhraç edilecek konsantremizi kamyonlarla 225 km mesafedeki Samsun limanına taşıyacak ve buradan gemilerle yurtdışına sevk etmeyi planlıyoruz. Toplam yatırım bedeli yaklaşık 900 milyon TL olup, 11 yıllık maden ömrü boyunca toplam 600 kişiye doğrudan iş imkânı sağlanacak, dolaylı olarak ta yaklaşık 200 kişiye iş sağlamış olacağız. Maden ve zenginleştirme fabrikası inşaatı aşamasında ise çalışacakların sayısı 1000 kişinin üzerinde olacaktır. Ülke ve Kastamonu ekonomisine yapacağımız doğrudan maaş, vergi ve devlet hakkı katkısı yaklaşık 1 milyar TL seviyesinde olacaktır. Ayrıca 11 yıllık maden ömrü boyunca yapacağımız dış ticaretten yaklaşık 6,7 milyar TL (1.8 Milyar dolar) döviz girdisi sağlanacaktır. Bu vesileyle ülkemizin dış ticaret açığını azaltmakta önemli bir katkı sağlanacaktır."

expedite the project and integrate it into the Turkish economy. Besides, consequently to this investment, the prospecting operations will be more efficiently undertaken in other mineral deposits of ACACIA Mining and the resources will increase.

Detailing on the project ACACIA Mining Operations CEO Zeki Sayılır commented: "Gökırmak Copper Project will unearth 22 million tons of copper in 11 years with the open excavation method and the matter will be processed in the ore enrichment facility also being built in Hanönü. Copper content of the raw matter is 1.5% in the mine and it'll be increased up to 22% after the enrichment process. We're planning on using some part of the concentrated reserve in the melting facility in Samsun and exporting the rest of it. We aim to carry the extract to be imported with the trucks to Samsun Port which is in 225km distance, and dispatch it from here by the ships. The total investment amount is approximately 900 USD million and we will be employing 600 direct and 200 indirect workers for 11 years. Additionally, with the workforce in the construction process, the total number will exceed 1000 employees. The total economic value that we'll create for the overall economy and Kastamonu will be about 1 TL billion with the accumulation of the salaries, taxes, and public payments. Moreover, we expect to provide 6.7 TL billion (approx. 1.8 USD billion) worth of foreign money throughout 11 years via exports. In this way, an important contribution will be achieved in order to decrease our country's foreign trade deficit.

Enerji Bakanı Berat Albayrak tarafından dile getirildi. Albayrak, Milli Enerji ve Maden Politikası olarak tanımladığı bu yeni politika-da Türkiye'nin enerji sektöründe büyük bir atılım yakalamasını hedeflediğini söylüyor. Bu yeni politika madencilik sektörüyle ilgili de çok önemli planlamalar içerisinde... Özellikle Maden Tetkik Arama (MTA) konusunda önemli adımlar atılacağını söyleyen Albayrak bu konuda şunları ifade etti: "2002 yılında, yılda 32 bin metre sondaj yapan bir MTA vardı. Bugün ise bu rakamı 300 bin metreye çıkardık. Ancak bizim vizyonumuzda büyük ve güçlü Türkiye için bu da yetmez. 2017 hedefi için ise 1 milyon metre hedefi koyduk. Bütün süreci başlattık, inşallah bitireceğiz. Dahası takip eden iki yıl içerisinde 2 milyon ve 3 milyona çıkarılması için gerekli çalışmaları yaptık. Kıta Avrupa'sının 30-40 yıl önce topraklarını tamamıyla keşfettiği bir ortamda biz bugün yüzde 30'lardayız. Hedef 2020'lerin Türkiye'sinde bunu tamamıyla bitirmek. Arama faaliyetleri ile ortaya koyduğunuzda bugün sahip olduğunuzu düşündüğünüz kaynaklardan çok daha büyük rezervlere kavuşacaksınız. Çok büyük bir potansiyel var. Kamu ve özel sektörle birlikte madencilikte çok ileri bir noktada olan Kanada ve Avustralya'ya erişmek için 6 milyon metre hedefini kısa sürede hayata geçireceğiz. Madencilik Türkiye'yi katma değer noktasında çok ileri taşıyacak."

Türkiye için stratejik arz güvenliği konusunda somut adımlar attıklarını belirten Albayrak, "Türkiye'de yeni bir süreci başlatıyoruz. Bu ay itibarı ile faaliyete başlayan Oruç Reis adlı sismik arama gemimizle üç tarafı denizlerle çevrili bir ülke olarak denizleri çok aktif kullanarak, bir gemimiz Akdeniz'de, bir gemimiz Karadeniz'de sadece iki boyutlu değil üç boyutlu sismik aramayla hiç durmadan aramalarını yapacak. Tarihimizde ilk defa bu yıl yeni alımını gerçekleştireceğimiz arama sondaj gemisiyle de her yıl Karadeniz'de iki, Akdeniz'de iki olmak üzere denizlerimizde aktif sondaj faaliyetlerinde bulunacağız. Bütçesi, planlaması, her şey hazır. Ne kadar ararsanız o kadar bulursunuz. Artık bölgemizde deniz sondajında da çok daha aktif olacağız."

Madencilik sektörü yeni dönemde pek çok gelişmeyi beraberinde getirecek gibi görünüyor. Tüm bu konularda değerlendirmeleri Türkiye Kömür İşletmeleri Planlama Müdürü ve Stratejik Planlama Koordinatörü ve Enerji Günlüğü yazarı Dr. Nejat Tamzok'a sorduk ve Türkiye maden sektörünün yeni dönemini masaya yatırdık.

MADENCİLİK SEKTÖRÜ YENİ DÖNEMDE PEK ÇOK GELİŞMEYİ BERABERİNDE GETİRECEK GİBİ GÖRÜNÜYOR.

THE MINING SECTOR
SEEMS TO BE
BRINGING IN MANY
DEVELOPMENTS IN
THE NEW PERIOD.

to see them, were mentioned directly by the Minister of Energy Berat Albayrak. Albayrak, in this new initiative which he calls National Energy and Mining Policy, tells that he aimed Turkey to achieve major advancement in the energy sector. This new policy is also included in the plans of the mining sector... Underlining the steps to be taken about Maden Tetkik Arama (MTA) in particular, Albayrak comments on the issue: "In 2002, there was a MTA which was merely drilling up to 32k meters annually. Now, we increased this up to 300k meters. But, even this is not enough in our vision of the great and strong Turkey. We set 2017 target as 1 million meters. We initiated the whole process and hopefully we'll succeed. Moreover, we worked on to gradually increase it up to 2 million and then 3 million respectively in the following years. Whereas the continental Europe had completely explored its lands 30-40 years ago, we are still at about 30%. Our objective is to complete it by 2020's in Turkey. After the prospecting activities, you will discover greater reserves than the ones you are aware of by now. There is a huge potential. Together with the public and private capital we'll achieve the 6 million goal in a short time and catch Canada and Australia, which are at the frontiers of mining industry. Mining will carry Turkey to a higher level in terms of added value."

Expressing the taken measures on the strategic supply security issue, Albayrak comments: "We initiate a new process in Turkey. As of this month, with the Oruç Reis seismic prospecting ship, we start to utilize our seas actively for our country which is surrounded by the sea on three ways. One of our ships will be prospecting in the Mediterranean Sea while another ship discovers the Black Sea with 3 dimensional seismic searching methods. Also, for the first time in our history, we'll start actively drilling twice both in the Mediterranean and the Black Sea this year. The budget, the planning, everything is ready... The more you prospect, the more you discover... From now on we'll be much more active in undersea drilling as well."

The mining sector, seemingly, will lead to new advancements in the new period. We consulted Dr. Nejat Tamzok, the planning manager and strategic planning coordinator of the Turkish Coal Operations, on these issues and we put the Turkish mining industry on the table.



DR. NEJAT TAMZOK: "SEKTÖRDE ATILAN ADIMLAR OLDUKÇA YERİNDE!"

Türkiye, madencilik sektöründe önemli adımlar atmaya hazırlanıyor. Hazırlanan yeni politikalar, çıkarılan yasalar bu yeni dönemde sektörün ekonomiye etkisinin daha da artacağını gösteriyor. Sektörün gündeminde yer alan konuları değerlendiren Enerji Günlüğü yazarı Dr. Nejat Tamzok ise atılan bu adımların madencilik sektörü açısından olumlu yönlerinin bulunduğu işaret ediyor.

DR. NEJAT TAMZOK: "THE STEPS ARE HIGHLY EFFECTIVE!"

Turkey is getting ready to take critical steps in the mining sector. The new policies and legislations prove that the sector will contribute to the economy even more in the upcoming period. The Energy Daily author, Dr. Nejat Tamzok who has evaluated all these current issues, points the accuracy of these steps with regard to mining sector.

Türkiye yeni dönemde enerji ve maden sektöründe önemli adımlar attı. Bu aşamada atılan bir adım olarak Türkiye'nin 'Milli Enerji ve Maden Politikası'nı nasıl değerlendiriyorsunuz?

Enerji boyutunun daha öne çıktığı, buna karşın madencilik alanının daha kavramsal düzeyde tutulduğu anlaşılan "Milli Enerji ve Maden Politikası"; arz güvenliği, kaynakta ve teknolojiye yerleştirme ve öngörülebilir piyasa olmak üzere üç temel sacayağı üzerine inşa ediliyor. Politikada; madencilik sektöründe kullanılan teknolojilerin yerli üretimi, kurumların yeniden yapılandırılması ve maden piyasalarının güçlendirilmesine ilişkin stratejiler öne çıkarılmakta, madenlerin zenginleştirilerek kullanılması ve kamu-özel işbirlikleri vasıtasıyla sektörün geliştirilmesi hedefleri vurgulanmakta.

Genel hatlarıyla değerlendirdiğimizde, bu politikanın, madencilik sektörü açısından olumlu yönlerinin bulunduğu söylenebilir. Ülkemizin ihtiyacı olan hammaddenin öncelikle yerli maden kaynaklarımızdan karşılanması suretiyle arz güvenliğinin tesis edilmesi, şüphesiz öncelikli hedef olmalıdır. Kaynakta yerleştirme hedefi arz güvenliğinin sağlanması bakımından son derece önemlidir. Bu bakımdan madencilik üretimlerinin artırılmasına yönelik her tür tedbirin alınmasını doğru buluyorum.

Bununla beraber, madencilik üretimlerinin hedefi dış satım değil, öncelikle ülkemiz sanayi sektörleri olmalıdır. Esasen, madencilik sektörünün ülke kalkınmasındaki kritik önemi, fazla miktarlarda üretilip yurt dışına satılarak döviz elde edilmesinde değil, yerli sanayiye düşük maliyetle ve kaliteli girdi sağlama-sındadır. Madenlerin zenginleştirilerek katma değeri yüksek ürünlere dönüştürülmesi ve bu çerçevede madencilik sektörünün planlanmasında ülke sanayi sektörleri ile entegrasyon son derece önemlidir.

Aynı şekilde, teknolojiye yerleştirme hedefi de son derece isabetlidir. Madencilikte üretim ve kaynak performansının iyileştirilmesine ve yeni ürünlerin elde edilmesine yönelik olarak yeni gelişen teknolojilerin kullanımı, bu sektörün ülke kalkınmasına katkısını hızla arttıracaktır. Bu nedenle sektörde yüksek teknolojinin üretilmesi ve kullanımına yönelik araştırma-geliştirme çalışmalarına öncelik verilmelidir. Madencilik makine ekipman ve teknolojilerinin üretilebileceği bir sanayinin geliştirilmesi yanında, geliştirilen yeni teknolojilere uyum sağlayacak ve bunları kullanabilecek işgücünün eğitimi de madencilik sektöründeki genel verimlilik artışına doğrudan katkı yapacaktır.

Ülkemiz madencilik sektörünün en önemli darboğazlarından biri de kamu ve özel kuruluşlardaki yönetsel yapıların verimsizliğidir. Bu yapıların verimliliğine yönelik çalışmalar, madencilik sektörünün gelişimi bakımından önemlidir. Bu çerçevede, özellikle Maden İşleri Genel Müdürlüğü (MİGEM) ve MTA öncelikle ele alınmalı, bulunduğumuz yüzyıla uygun çağdaş kurumsal yapılar ortaya çıkarılmalıdır.

Türkiye'de maden sektöründe son dönemde gerçekleştirilen iki büyük adım söz konusu. Bunlardan ilki Maden Tetkik ve Arama Genel Müdürlüğü'ne (MTA) bağlı Türkiye Yerbilimleri Veri ve Karot Bilgi Bankası ve aynı yasayla kurulan Ulusal Maden Kaynak ve Rezerv Raporlama Komisyonu. Bu adımların sektöre etkilerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Yasa "yeni kurulacak" demiş; ama MTA içerisinde bir Karot

Turkey took critical actions in mining and energy sectors in the recent period. How do you view Turkey's "National Energy and Mining Policy" as a new act in this period?

Emphasized in the energy aspect, but relatively framed on the theoretical grounds for the mining sector, "National Energy and Mining Policy" stands on the three cornerstones: supply security, domestication of the resources and technology, and becoming a predictable market. Within the policy, domestic production of the mining technologies, restructuring the organizations and empowering the metal markets are highlighted and the objectives of utilizing the enriched mineral and improving the sector via public-private joint ventures are underlined.

In general terms, this policy can be regarded beneficial for the mining sector. Sustaining the supply of the raw material needs of the country through national mineral resources and maintaining the supply security should undoubtedly be a high priority. The objective to domesticate the resources is crucial in order to maintain supply security. In this manner, I regard every measure taken to increase the mining production constructive.

Besides, the mining productions should be primarily driven by the demand of the national industry rather than the exports. Mainly, the importance of the mining sector in terms of the national development lays in supplying the high quality materials with low costs for the domestic industries in the long-term, instead of producing more than the local demand and then export the surplus to other countries. Integrating the national industry sectors is highly crucial in order to create high value products by enriching the minerals and organizing the national industry concurrently.

In the same token, domesticating the technology is also very accurate. Utilization of the new technologies in the mining industry to improve the resource integration and production as well as producing new materials will increase the sector's contribution to the development of the national economy. Therefore, R&D initiatives on developing and utilizing higher technologies should be prioritized in the industry. As much as building an industry which can produce new mining machinery, tools and technology will contribute to the overall efficiency in the mining sector, recruiting the workforce that is able to adapt and use these technologies will also have a direct impact.

One of the major bottlenecks of the mining industry in our country is the inefficient organizational structures in both the public and private sector corporations. Improvements of these structures are important for the development of the mining sector. Accordingly to this, Mining Operations General Management (MİGEM) and MTA should be primarily treated and modern corporations should be established that are concurrent to the new era.

In Turkey, there are two major acts taken place recently in the mining sector. First one is the establishment of Turkey Geological and Drilling Data Bank and the National Mineral Resource and Reserve

Bilgi Bankası zaten uzun süredir faaliyette bulunuyor. Bu birim, MTA tarafından yürütülen arama çalışmalarında elde edilen verileri arşivlemekte ve gerektiğinde bu verilerden rafine bilgiler üretmekteydi. Yasal düzenleme sonrasında, artık sadece MTA'nın değil, Türkiye'de maden arama ya da üretimi yapan tüm kamu ya da özel sektörün arama verileri söz konusu bilgi bankasında toplanabilecek. Herhangi bir yerde maden araması yapacak olanlar da bu bilgilerden yararlanabilecek. Böylelikle, bir taraftan ülke çapında maden aramalarının çok daha etkin bir şekilde yürütülebilmesi sağlanacak, diğer taraftan arama maliyetleri de daha makul seviyelere gelebilecek.

Dolayısıyla söz konusu yapı, sadece Türkiye için değil, madencilik alanında iddia sahibi her ülke için sahip olunması gereken bir yapıdır. Madencilik alanında gelişmiş ülkelerin hemen hepsinde, benzeri yapılar uzun yıllardan beri faaliyet göstermektedir. Bu nedenle, - her ne kadar oldukça geç adım atılmış olsa da - son derece yerinde bir düzenleme olmuştur.

Yeni yapının, kendisinden beklenen hedefleri yerine getirebilmesi amacıyla ilk yapması gereken ise sektördeki kurumsal güvenilirliğini en yüksek oranda ve hızla tesis edebilmesi ve bunu yıllar içerisinde sürdürebilmesidir. Çünkü burada söz konusu olan, kamu ya da özel kuruluşlar tarafından son derece yüksek bedeller karşılığında elde edilen arama bilgilerinin kullanımıdır. Dolayısıyla güvenliliğin yeterince oluşturulmaması durumunda, söz konusu yapı, bırakın aramalara katkı sağlamayı, maden aramalarına girmesi muhtemel sermaye önünde engel dahi oluşturabilecektir.

Aynı yasayla kurulan diğer yapı ise kısa adı UMREK olan Ulusal Maden Kaynak ve Rezerv Raporlama Komisyonu. Ülkemiz madencilik sektöründeki bir başka önemli sorunun kurulacak bu yeni yapı vasıtasıyla çözümü hedefleniyor. Söz konusu sorun, ülkemiz maden kaynak ya da rezervlerinin belirlenmesine ilişkindir.

Ülkemizde maden arama ve araştırmaları yapılmakta, ancak bu çalışmaların sonuçları genellikle yetkin ya da yeterli kişiler tarafından ve uluslararası kabul gören standartlar çerçevesinde raporlanamamaktadır. Böyle olunca da, hazırlanan raporlarda ortaya konulan kaynak ya da rezerv rakamlarının güvenilirliği sıklıkla tartışma konusu oluyordu. Verilen raporlardaki rezerv bilgilerine güvenip yatırım yapan pek çok yatırımcı, işletmeye başladıktan sonra kendisine sunulandan çok farklı tablolara karşılaşıyor ve önemli parasal kayıplara uğrayabiliyor.

Komisyonun, en azından, ülkemiz madenlerinin ne kadarlık kısmının kaynak ya da rezerv kategorisinde olduğunun belirlenebileceği dinamik bir sistemi oluşturabilmesi beklenmelidir. Bununla beraber, söz konusu sistemler, mevcut yapı içerisinde yer alacak yetkin ve donanımlı personel ile mümkün olabilecektir. Komisyon türü yapılarda, bunu sağlayabilmek genellikle son derece güç olmaktadır.

Reporting Commission within a legislation under the General Directorate of the Mineral Research and Exploration (MTA). How do you view these acts for the sector?

Although the legislations refer to the drilling data bank "new", there has already been a data bank in MTA for a long time. This unit has been storing the data gathered by the MTA's exploration projects and also has been creating new on-demand information out of these data. Consequently to the legislation, now in Turkey, the data of the mineral explorations and/or productions by either the private sector or the public sector other than MTA will also be stored in this data bank. Anyone to explore minerals anywhere will also be able to use these data. By this way, not only the mineral explorations will be coordinated more efficiently countrywide, but also the exploration costs will be lower.

Therefore, the mentioned structure is not only essential for Turkey, but also for any other country that desire to be competent in the mining industry. Almost in all of the advanced mining countries, structures alike have been operating for so long. Thus, though it is too late, the legislation has been a very accurate act.

In order to meet the expectations, the first and the foremost objective to be accomplished by the new structure is to establish a corporate reputation and sustain it in the sector in the long-term. Because, the issue is the utilization of the exploration gathered with huge costs, by the public and private sector corporations. Hence, unless the security of the data is not strong enough, let alone contributing to the explorations, this structure could even become a barrier for the potential investors in the mining sector.

The other organization established by the same legislation is the National Mineral Resource and Reserve Reporting Commission (UMREK). Another major problem of the mining sector in our country is intended to be solved via this organization. This problem is the identification of the mineral resources and reserves in our country.

Mineral explorations are conducted in our country but these operations aren't usually reported by competent experts and under internationally accepted standards. Thus, the reported figures on the resources and reserves has been frequently a matter of debate. Many companies allocating their investments accordingly to this information in the reports may have been facing quite different results from what is reported and suffering significant losses.

At least, the commission is expected to establish a dynamic system to identify the mines with the properties of a reserve in our country. Besides with that, the mentioned

"YENİ YAPININ YAPMASI GEREKEN, SEKTÖRDEKİ KURUMSAL GÜVENİLİRLİĞİNİ EN YÜKSEK ORANDA TESIS EDEBİLMESİ VE BUNU YILLAR İÇERİSİNDE SÜRDÜREBİLMESİDİR."

Dünyanın her yerinde olduğu gibi Türkiye’de de özel sektör ve kamunun işbirliği içerisinde çalışması en elzem sektörlerinden biri madencilik sektörü. Siz Türkiye’deki bu işbirliğini nasıl görüyorsunuz?

Türkiye madencilik sektörü, artık, neredeyse tamamen özel sektörün üretim yaptığı bir yapıya dönüşmüştür. Kamu, bor ve kömürün dışında kalan maden üretimlerinde yoktur. Bor ve kömürde ise kamu ve özel sektör işbirliklerinin çeşitli örneklerini görebilmek mümkündür. Ancak söz konusu işbirlikleri, daha çok rodövars ya da benzeri modeller çerçevesinde özel sektör firmalarından hizmet alımı şeklinde olmaktadır. Bu yöntemlerde, kamu, altyüklenicinin teknik, finansal ve işgücü imkanlarından yararlanmakta, ancak başta iş güvenliği alanı olmak üzere zaman zaman olumsuz sonuçlarla karşılaşmaktadır.

Kamu-özel ortak girişim modellerinin ise Türkiye madencilğinde pek fazla örneği bulunmamaktadır. Ancak ülkemiz madencilik sektörünün yapısal sorunlarını çözmede kamu-özel işbirliği modelleri bir araç olarak kullanılabilir. Bu noktada, söz konusu aracın yönlendirileceği stratejik hedeflerin doğru saptanması gerekir: Üretilcek cevherin katma değeri yüksek ürünlere dönüştürülmesi, gelişmiş bir maden makine-ekipman sanayiinin yaratılması, madencilikte araştırma geliştirme faaliyetlerinin kurumsallaştırılması, madencilik sektöründe güçlü sermayeye sahip uluslararası rekabet gücü yüksek kurumsal yapıların oluşturulması, sektörde mühendislik ve proje yeteneklerinin geliştirilmesi gibi hedeflerin öncelik olarak belirlendiği kamu-özel işbirliği modellerinin endüstriye büyük yararları olacağı son derece açıktır.

Sektör yabancı yatırım açısından nasıl bir fırsat yaratıyor. Bu alanda faaliyette olan yabancı yatırımcılar var mı? Önümüzdeki döneme ilişkin bu neler söyleyebilirsiniz?

Merkez Bankası verilerine baktığımızda, Türkiye’ye yapılan doğrudan madencilik yatırımlarının son derece düşük seyrettiği ve son dört yılda iyice gerileyerek 40 milyon dolar seviyesinin de altına düştüğü görülmekte. Buna karşın, son yıllarda Türkiye’den yurt dışına yapılan doğrudan madencilik yatırımlarında belirli bir artış göze çarpmakta.

Geçtiğimiz yıllarda, madencilik sektörüne giren doğrudan yabancı yatırımlar arasında özellikle teknoloji kullanımı, çevre ve iş güvenliği alanlarında ülkemiz madencilğine önemli katkılar sağlayan örnekler söz konusu olmuştur. Dolayısıyla yabancı yatırımların, istihdam yaratma kapasitelerinin yanında, ülkemiz madencilğinin gelişmesine yönelik bilgi ve teknoloji transferini sağlama nitelikleri de mutlaka dikkate alınmalıdır.

systems can only be established with the allocation of a competent and professional personnel. In commissions like organizations, this is quite a challenge to accomplish.

Just like anywhere else in the world, the mining sector is one of the most typical industries that essentially require the collaboration with the private and public investments. How do you evaluate Turkey in these terms?

The mining sector has now become almost entirely run by the private sector. Public investment is completely out of the mining operations except the coal and boron extraction. In boron and coal extraction, it is possible to see public-private partnerships. But, most of these collaborations are mainly consisted of royalty tenders or similar models in which the private sector companies act as a service provider. In these models, the government utilize the subcontractor’s technical, financial and know-how capital, but there can be negative outcomes such as the work safety issues.

Public-private joint-ventures are not common in Turkish mining sector. However, the public-private joint ventures could be a solution for the structural problems mentioned earlier about the mining sector in our country. At this point, the public-private collaboration model in which the strategic objectives are accurately identified such as processing the extracted minerals into high-value products; establishing a developed mining machinery and equipment industry; institutionalizing the R&D activities; establishing organizations with strong capitals that are internationally competent in the mining sector; developing the engineering and project capabilities would be highly beneficial for the industry.

What does the sector promise for the foreign investors? Are there foreign investors in this field? How do you anticipate this issue for the upcoming period?

Looking at the Central Bank data, we see that the level of foreign direct investment in mining sector in Turkey is very low and fell below the 40 USD million level in the last 4 years. In contrast, the Turkish mining investments in the foreign countries is consistently increasing in the recent years.

In the past years, some of the foreign direct investments in the mining industry had significant contributions to our country, particularly, in terms of technology, environmental consciousness and work safety. Therefore, the foreign investments, along with its employment potential, should also be emphasized in terms of technology and know-how transfer to our country.

"IN ORDER TO MEET THE EXPECTATIONS, THE FIRST AND THE FOREMOST OBJECTIVE TO BE ACCOMPLISHED BY THE NEW STRUCTURE IS TO ESTABLISH A CORPORATE REPUTATION AND SUSTAIN IT IN THE SECTOR IN THE LONG-TERM."

Deloitte.

CEM SEZGİN Deloitte Danışmanlık Ortağı / Partner of Deloitte Consulting

İNSAN KAYNAKLARI TRENDLERİNDE ŞAMPİYON DEĞİŞMEDİ THE CHAMPION OF HUMAN RESOURCES TRENDS HASN'T CHANGED

İnsan kaynakları dünyasının nabzını tutmak, son trendleri takip edebilmek ve şirketlerin İK alanındaki önceliklerini takip edebilmek adına, “Deloitte Küresel İnsan Kaynakları Trendleri Raporu” artık bir klasik... Raporumuzun 2017 sayısında da, olağan şüpheliler ön plana çıkıyor. Yetenekleri bulmak ve elde tutmak; çalışanların sürekli gelişimini sağlamak; doğru liderlik; performansı gerektiği şekilde yönetebilmek; dijitalleşerek evrilen bir İK fonksiyonu; büyük veri ile çağ atlayan İK analitiği... Listenin tepesinde ise “geleceğin organizasyonu” yer alıyor. Bu makalede 140 ülkede, 10 binin üzerinde İK ve iş dünyası profesyonelinin görüşleri alınarak yapılan bu kapsamlı çalışmaya ilişkin göze çarpan bazı noktaları inceleyeceğiz. Bunu yaparken de odağımız listenin en tepesinde yer alan ilk beş öncelik olacak.

İnsan Kaynakları Trendleri araştırmasına göre kurumların mevcut ve gelecekteki en önemli önceliği ‘geleceğin organizasyonunu inşa etmek’ olarak öne çıkıyor. Çalışmaya göre Türkiye’deki gündemin diğer iki maddesini doğru yetenekleri kazanmak ve performans yönetimi oluşturuyor. Dijital İK ise kurumlar için en önemli yatırım alanı ancak yetkinlikler yetersiz düzeyde. Globalde şirketlerin diğer öncelikleri sırasıyla geleceğin organizasyonunu inşa etme, çalışan deneyimi ve performans yönetimi yer alıyor. Türkiye özelinde ise, bu sıralamada üçüncü sırayı yetenek kazanımı konusu alırken, kariyer ve öğrenme dördüncü, çalışan deneyimi ise beşinci sırada kendine yer buluyor.

I-GELECEĞİN ORGANİZASYONU

Araştırmamıza göre, organizasyonel dönüşüm denildiğinde günü kurtaran, kısa vadeli inisiyatifler yerine “geleceğin organizasyonu”nu inşa etmenin ön plana çıktığını görmekteyiz. Bütün iş yaşamını yeniden şekillendiren dijital ve dönüştürücü teknolojiler ekseninde ‘geleceğin organizasyonunu inşa etme’, dünya genelindeki ve ülkemizdeki profesyonellerin, mevcut durumda ve gelecekte bir numaralı önceliğini

Deloitte Global Human Resources Trends Report” has been a standard to take the pulse of human resources field, to track the latest trends and to follow the HR priorities of companies... In our 2017 report, the usual suspects re-emerge: Finding and retaining the talent; maintaining the continuous progress for the employees; right leadership; fine tuning the performance; digitally evolving the HR function; and the revolutionized HR analytics with the big data... In the list, “Organization of the Future” stays on top. In this article, we’ll examine the significant outcomes of an extensive study conducted over 140 countries with the opinions of more than 10k HR and business professionals. In doing this, our focus will be on the first five topics in the list.

According to the HR Trends Study, “Building the organization of the future” stands out as the first priority for the corporations. The two of the other most important priorities for Turkey are; the talent recruitment; and the performance management, according to the report. Digital HR is viewed as the most important investment area, but the competencies are yet to be sufficient. Globally, building the organization of the future, employee experience and performance management are the top priorities of companies, respectively. In Turkey, talent recruitment takes the thirds rank, whereas, career and learning comes fourth and the employee experience ranks fifth.

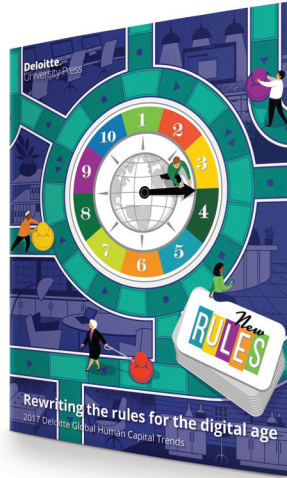
I-ORGANISATION OF THE FUTURE

Based on the study, we acknowledge the importance of building the “organisation of the future” instead of the short-termed, save-the-day initiatives in terms of the organisational transformation. “Building the organization of the future” constitutes the main priority of the professionals both in Turkey and on the globe, within the axis of digital and transformational technologies that re-shape the whole professional life. Here, we are faced with almost a matter of

oluşturuyor. Burada adeta bir “ölüm kalım” meselesi ile karşı karşıyayız. Çünkü bu şekilde hareket etmeyen şirketler için sürdürülebilirlik tehdit altına giriyor. Artık kurumların organizasyonel yapılarını, yetenek ve insan kaynakları stratejilerini ve politikalarını dijital dönüşüm doğrultusunda adapte etmeleri gerektiğini görmekteyiz. Çalışan deneyimi, dijital deneyim ile doğrudan bağlantılı hale geldi. Teknoloji yayılım hızını ve gelişimini arttırdıkça; dijital dönüşümü deneyimleyen dünyada yaşam, çalışma ve iletişim biçimlerimiz yeniden yapılıyor. İş dünyasının, dijitalin hâkimiyetine girmesiyle kurallar yeniden yazılıyor. Bu doğrultuda kurumların; dönüşen iş gücünü kendilerine çekebilmeleri, elde tutabilmeleri, motive edebilmeleri ve yönetebilmeleri için baştan aşağı yaklaşımlarını değiştirmeleri gerekiyor. Tercih edilen meslekler ve iş yerleri söz konusu dönüşüme liderlik eden veya en azından bunu hızlı bir şekilde hayata geçirenler olacak.

2-KARİYER VE ÖĞRENME

Kariyer ve öğrenme konusu, global ölçekte olsun; Türkiye’de olsun iş dünyası ve İK profesyonellerinin mevcutta ve gelecekte önem verdiği konular arasında üst sıralarda yer alıyor. Bu konu, Türkiye’de üst yönetimin gündeminde %90’lık bir payla oldukça önemli bir porsiyona sahip. Bu nedenle kariyer ve eğitim fırsatlarını geliştirmek adına atılan adımları şirket yönetimleri dikkatle izliyor ve konuya bizzat müdahil oluyorlar; bu alanda yönlendirici ve teşvik edici davranıyorlar. Aslında bu sayede hem çalışanlarınızı geliştiriyor, hem de motivasyonlarını daha yukarı seviyelere taşımayı sağlıyorsunuz. Böylelikle mutlu, odaklı ve donanımlı çalışanlar ile daha etkin iş sonuçları alıyorsunuz. Kurumlarda hiyerarşik sistemler kırıldıkça ve iş dünyasında dijitalleşme yaygınlaştıkça, başarılı olabilecek ve değişen iş gücü ihtiyaçlarını yönetebilecek liderler yetiştirmede mesleki gelişim ve eğitim fırsatları kritik önem taşıyor. Yani ilk girişten en tepeye kadar olan yolculuğun her adımında gelişim kritik bir bileşen. Neredeyse her gün, firmaların “nasıl daha az ama daha yetkin çalışanlara sahip olabiliriz?” sorusu ile karşılaşmaktayız. Öte yandan Y-Kuşağı ile ilgili yapılan tüm araştırmalarda, çalışanların kendilerini geliştirebilmek adına şirketlerin tanıdığı fırsatları ne kadar fazla önemstediklerine şahit olmaktayız. Bu nedenle kariyer ve öğrenme yeteneği çekmek ve elde tutmak adına olmazsa olmaz bir unsur haline gelmiş durumda. Şirketlerin İK fonksiyonları sıkça bu konuya ilişkin projeler yapıyorlar.



ÖNE ÇIKAN ALANLAR (DELOITTE GLOBAL İK TRENDLERİ RAPORU 2017) OUTSTANDING PRIORITIES (DELOITTE GLOBAL HR TRENDS REPORT 2017)

1. Geleceğin Organizasyonu
Organisation of the Future
2. Kariyer ve Öğrenme
Career and Learning
3. Yetenek
Talent
4. Çalışan Deneyimi
Employee Experience
5. Performans Yönetimi
Performance Management
6. Liderlik
Leadership
7. Dijital İK
Digital HR
8. İK Analitiği
HR Analytics
9. Çeşitlilik ve Kapsayıcılık
Diversity and Scope
10. Güçlendirilmiş İş Gücü
Empowered Work Force

“life or death”. Because, sustainability for the companies acting otherwise is under threat. Recently we have been witnessing the obligations of companies to adapt their organisational structures, talents, and their HR strategies and policies in line with the digital transformation. Employee experience became directly related with the digital experience. As the pace and scope of technology diffusion grows, the lifestyles, the working and communication patterns change significantly in the world that experience this transformation. With the digital occupation of the business world the rules of the game are rearranged. Consequently, for corporations in order to attract, retain, motivate and manage this transformed workforce, they need to change their entire approach. Popular positions and employers will be the ones that lead this transformation or at least the ones that can rapidly adapt.

2-CAREER AND LEARNING

Career and learning for business and HR professionals in both global and Turkey scope stands high in the current priority list. In Turkey, this issue is fairly prominent with a 90 percent share from the high level executives. Therefore, executive boards of the companies follow the steps taken to improve the careers and education and they take action through consulting and encouraging. In essence, hereby, you are improving your employees while also boosting their motivation. This way, you get more better business outcomes with happier, more focused and proficient employees. While the hierarchical structures in companies getting ever loose and the digital diffusion is growing, occupational education and development opportunities play key roles in order to nurture competent and capable managers who are able to handle the changing needs of the work forces. So to say, education is an essential component in each step of the journey from bottom to the top. Almost every day, we are encountering the companies that ask how they could employ less, but more proficient employees. Besides, in every study conducted on Generation-Y, we see how much emphasis the employees place on the self-development opportunities provided by the companies. Thus, career and education have become essential components in order to attract and retain the talent. Companies’ HR departments frequently run projects addressing this issue.

3-YETENEK

Doğru kişiyi işe almak ve gelişimini sağlamak, her zaman-kindenden daha önemli bir hal alıyor. Çünkü bu konuda yapılan hatalar, yaşanan gecikmeler aslında şirketlere büyük zararlar verebiliyor. Üst pozisyonlarda, kritik noktalarda bunun etkisi kuşkusuz daha fazla hissediliyor. Tabii ki tüm firmalar en üst yetenekleri, en uygun şartlarda bünyelerine katmak; onları geliştirmek ve elde tutmak istiyorlar. Bununla birlikte yeteneklerin kazanımı çok da kolay değil. Hatta en çok serzenişte bulunulan konuların başında geliyor. İş gücü piyasası rekabetçi, her şey çok hızlı değişiyor, çalışanların beklentileri yüksek ve maliyetler cesaret kırıcı seviyede... Sadece yetenekleri bulmak değil; onları bir arada tutmak da önemli. İş gücünün yapısı geliştikçe, doğru takımlar oluşturarak bu takımlar arasında uyumlu çalışmayı sağlamak öncelik haline geliyor. “Yetenek kazanımı” konusu Türkiye’de şirketlerin karşılaştıkları en önemli zorlukların arasında yer alıyor. Globalde katılımcıların %81’i yetenek istihdamı konusunu önemli bulurken, Türkiye’de de bu oran %84 ile globalle paralel seyrediyor. Ancak yeteneklerin kazanılmasına çok önem verilmesine rağmen, hem Türkiye’de hem de globalde katılımcılar bu konuda yetkinlik seviyelerinin zayıf olduğunu düşünüyor.

4-ÇALIŞAN DENEYİMİ

Bir zamanlar şirketler insan kaynakları süreçlerini ve altyapılarını nasıl iyileştirebileceklerine odaklanmaktaydılar. Eğer bu sağlansa, o zaman daha çok çalışılmak istenen, daha başarılı kişilerin çalıştığı ve daha başarılı iş sonuçları alınan şirketler haline geleceklerini düşündüler. Tabii ki bu tarz iyileştirmelerin faydasız olduğu söylenemez. Aksine şirketlere önemli katkıları oldu. Gene de bu süreç odaklı bakış açısı, ne yönetimlerin, ne de çalışanların elde edilen sonuçlardan memnun kalmalarına tek başına çare olamadı. Nitekim çalışan bağlılığı ve motivasyon anketlerine bu durumun nasıl yansıtıldığını; ya da çıkış anketlerindeki sonuçları gördüğümüzde bunu çok iyi hissetmekteyiz. Araştırmamızın sonuçları Türkiye’deki şirketlerin, yeni yeteneklerin istihdamına verdikleri önem ile bu konudaki hazırlık seviyeleri arasında büyük bir fark olduğunu ortaya koyuyor. Bu şirketler, işe alım sonrasında çalışanlarına farklılaşan bir çalışan deneyimi sunma konusunda da geride kalıyor. Oysaki geçtiğimiz senenin sonuçlarında çalışan deneyimi konusu hem globalde, hem de Türkiye’de en öncelikli konular arasında yer alıyordu.

5-PERFORMANS YÖNETİMİ

Performans yönetiminde geleneksel yaklaşımların yerlerini daha yalın ve farklı yaklaşımlara bıraktığı bir dönemden geçmekteyiz. Başarı ve başarısızlığın tarifi, nasıl ölçülüp nasıl yönetilecekleri ve sonuçlarının nasıl ele alınacağı masaya yatırılıyor. Hantal, yapmış olmak adına yapılan, çalışanı ve kurumu daha ileriye taşımaktan uzak uygulamalardan herkes şikâyetçi. Mevcut durumda hem globalde ve hem Türkiye’de öncelik olarak üst sıralarda yer alsa da; Türkiye’deki profesyonellerin çoğu globalle karşılaştırıldığında bu konudaki yetkinliklerini daha zayıf görüyor. “Ödüllendirme ile çalışanlarını motive etme” bu durumun en çarpıcı örneklerinden birini oluşturuyor. Zira Türkiye’deki katılımcıların %69’u bu alanda yetersiz olduğunu düşünürken, globalde bu oran yal-

3-TALENT

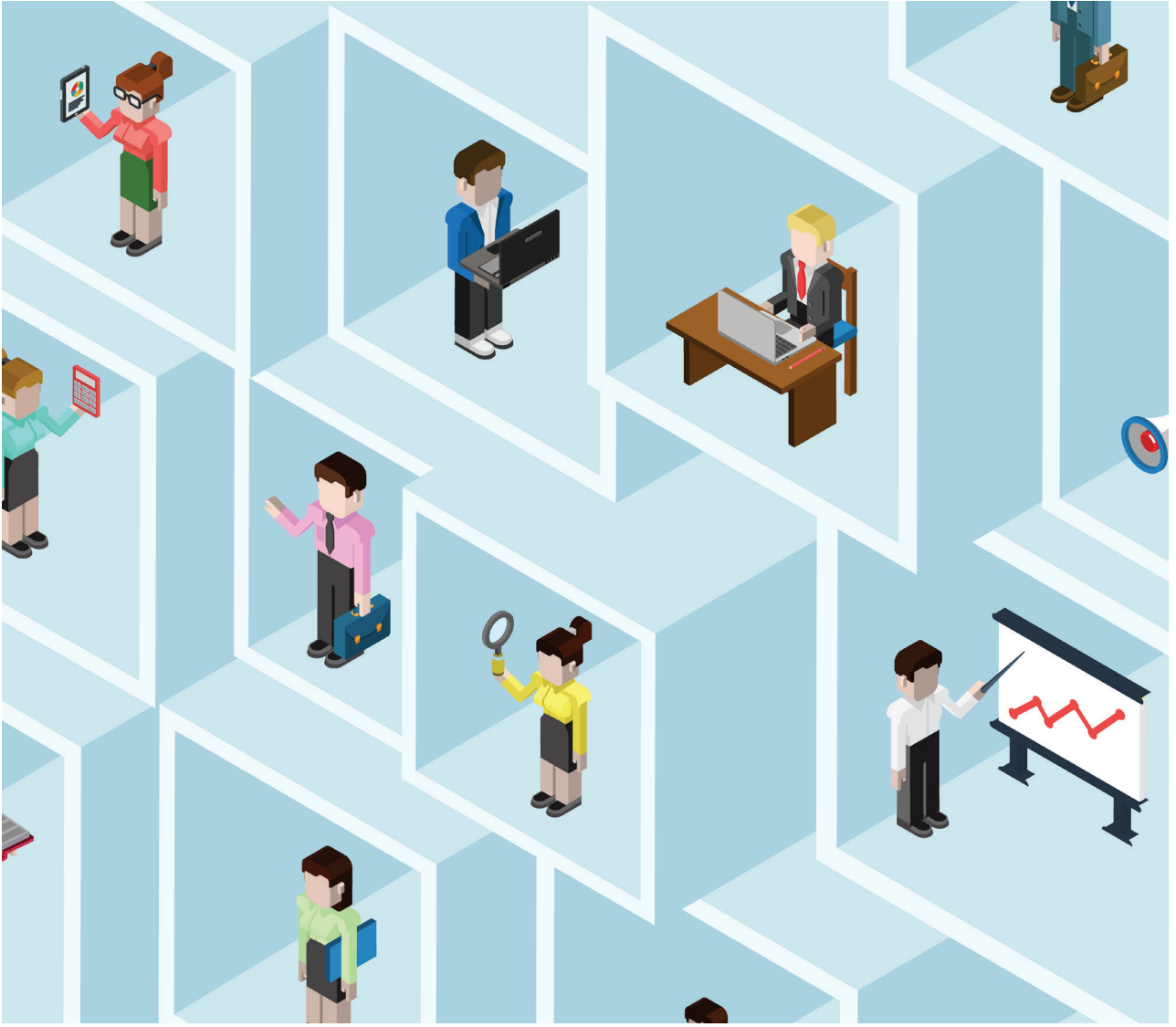
Accurate recruiting and providing the improvement opportunities becomes more important than ever. Because, mistakes and wasting time on this issue severely damage the companies. On higher levels and critical positions, undoubtedly, this is more intensively perceived. Surely, all the companies aim to recruit the best talents in optimum costs while improving and retaining them. However, acquisition of the prospects is not so straight forward. Moreover, it is one of the most complaint issues. Labour market is fierce, very fluctuant, employees’ expectations have gone through the roof, and the cost are intimidating... Not only finding the talents, but also keeping them together is also challenging. Along with the sophistication of the work force, gathering the right teams and maintaining their work in harmony become crucial. “Talent acquisition” is one of the major challenges that the companies face in Turkey. Whereas, emphasis put on recruitment in global is 82 percent, this rate is correspondingly 84 percent in Turkey. However, despite the great emphasis put on the talent recruitment, the respondents from both Turkey and from the globe admit their lack of competency in this manner.

4-EMPLOYEE EXPERIENCE

In former times the companies used to focus on how to improve their process and infrastructure. They believed that if it’s accomplished, they would be companies desired to work for, have more successful employees and better business outcomes. These developments can’t be regarded as futile for sure. Rather, they had many positive impact for the companies. Nevertheless, this process based approach was not enough on its own to satisfy neither the management nor the employees. Consequently, we witness how this fact come out from the loyalty and motivation surveys or from the exit polls on employees. Our findings in Turkey indicate a big gap between the emphasis that companies place on new talent recruitment and the level of their preparation on this issue. These companies also fall behind on providing a distinguished working experience for their employees. However, the employee experience topic was already one of the most prominent issues both in Turkey and globally in the last year’s study.

5-PERFORMANCE MANAGEMENT

We are going through a period where the conventional approaches in performance management are replaced by much simpler and genuine approaches. The definition of success and failure, how to asses and manage them, and how to deal with the outcomes are the issues that are recently on the table. Everybody is discontent about the unwieldy and perfunctory applications which are unable to contribute on employees’ progress. While this issue ranks high both globally and in Turkey, the professionals in Turkey assess their competency weaker than their global counterparts. “Employee motivation through rewarding” is one of the most explicit examples of this. In that, 69 percent of the respondents from Turkey perceives them-



nızca %32 seviyesinde. Bu çalışanlarda değersiz hissetmeye ve dolayısıyla da motivasyon kaybına neden oluyor. Aynı şekilde, Türkiye'deki profesyoneller, çalışanlarına zamanında ve doğru geri bildirim yapma ve her seviyeye yönelik teşvik ödemeleri sunma konularında da kendilerini yetersiz görüyor. Adil, proaktif, basit ve anlaşılır, makul, üzerinde karşılıklı mutabık kalınan, sık geri bildirimlerle desteklenen, müşterek faydaya odaklı performans yönetimi hem şirket, hem de çalışan için kazan-kazan yaratacaktır.

TÜRKİYE GELECEĞİN İŞ DÜNYASI LİDERLERİ İÇİN UMUTLU

Ekonomik ve siyasi açıdan zorlu geçen bir yıl olmasına rağmen, gelecek 12-18 ay içerisinde İK alanında yatırımlarını aynı ölçüde sürdüreceğini ya da artıracığını belirtenlerin oranı Türkiye'de %94, globalde ise %84. Türkiye'deki katılımcıların yalnızca %2'si, globalde de %9'u İK yatırımlarında bir azalma yönüne gideceklerini ifade ediyor. Görünen o ki, herkes İnsan Kaynağının önem ve değerinin farkında ve bu konuda adımlar atmakta kararlı...

selves incompetent, whereas this is 32 percent in global. In the same token, professionals in Turkey regard themselves weak in providing timely and accurate feedback and paying incentives on every level for their workers. Fair, proactive, simple, clear, reasonable, agreed upon, regularly feedback prompted, and common interest driven performance management will create a win-win context for both the companies and the employees.

TURKEY, HOPEFUL ABOUT THE FUTURE BUSINESS LEADERS

Regardless of an economically and politically rough year, the ratio of respondents expecting the same or higher levels of investment in HR field for the next 12 to 18 months is 94 percent in Turkey and 84 percent in global. The respondents who expect downsizing in HR investments are 2 percent in Turkey and 9 percent globally. Obviously, almost everyone acknowledges the importance and value of Human Resources, and is determent on taking action in this area...

TEKNOLOJİ DÜNYASINDAN GELİŞMELER

UPDATES ON THE TECH WORLD

Teknoloji dünyası hız kesmeden büyüyor ve yenilikleri kullanıcılarla paylaşıyor.
Tech world grows without slowing down and shares innovations with users.

BİOMETRİK GÜVENLİK MİLYARLARA ULAŞACAK BIOMETRICAL SECURITY WILL REACH BILLIONS

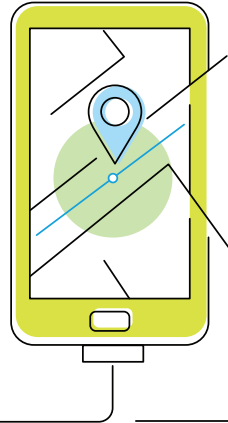
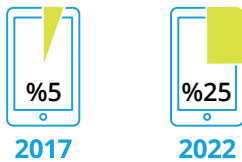
Parmak izi okuyucu özelliğe sahip cihazların sayısının 2017'de ilk defa 1 milyar olması bekleniyor.
Number of fingerprint scanning devices is expected to exceed 1 billion in 2017.

Parmak izi okuyuculu cihazların %90'ı akıllı telefon ve tabletler olacak.
90 percent of all the fingerprint scanner devices will be the smartphones and tablets.



DİJİTAL NAVİGASYONDA KAPALI MEKAN DÖNEMİ INDOOR ERA IN DIGITAL NAVIGATION

Deloitte'a göre 2022'den itibaren insan ve makinelerin dijital navigasyon kullanımının en az 4'te 1'inin kapalı alan yönlendirmesi içermesi bekleniyor.
According to Deloitte, by 2022, it is expected that one quarter of all digital navigation usage by humans and machines will consist of indoor routings.



Kapalı mekan navigasyonunun dış mekan navigasyonuyla aynı dönüştürücü etkiye sahip olması bekleniyor.
Indoor navigation is predicted to have a similar evolving effect just like the outdoor navigation does.

Yeni iş modelleri oluşacak.
New business models will emerge.

Mevcut iş modelleri gelişecek.
Existing business models will evolve.

Gelecek 10 yıl içerisinde
In the next 10 years



BIOMETRİK GÜVENLİK MİLYARLARA ULAŞACAK

SECURITY FIRST: AUTOMATED BREAKING SYSTEMS WILL SAVE LIVES

Deloitte'a göre 2022'de otomatik acil durum fren sistemine sahip olacak ABD'de her 6 otomobil ve kamyonetin 1'i otomatik acil durum fren sistemine sahip olacak.

According to Deloitte, 1 out of every 6 cars and SUVs in the US will have an automatic emergency braking system by 2022.



Amerika'da motorlu taşıt kazalarından kaynaklanan ölümcül olayların sayısı 6,000 less mortality cases are expected in motor vehicle accidents in the US.

6.000

azalacak.
decrease.



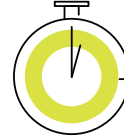
2017'ye
oranla

%16

düşecek.
less from 2017

Otomatik acil durum fren sistemi araçların bir engel karşısında 1-2 milisaniyede tepki vermesini sağlıyor.

Automatic emergency braking systems enable the car to start braking in just 1-2 milliseconds when faced with an object.



BİR HİZMET OLARAK IT TOPLAM

IT HARCAMASININ %35'İNİ OLUŞTURUYOR

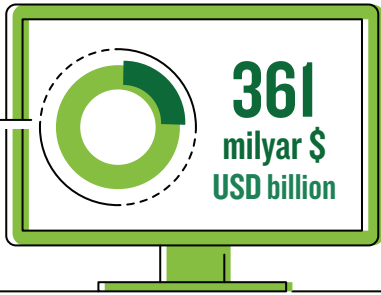
IT SERVICES CONSTITUTE 35 PERCENT OF THE TOTAL IT SPENDING

2018'in sonunda satın alınan IT hizmetinin dünya çapında 547 milyar dolara ulaşması bekleniyor.

By the end of 2018, purchased IT services are expected to reach 547 USD billion.



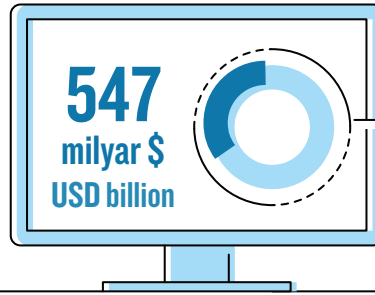
2016



1.406
milyar \$
USD billion

%50'NİN
ÜZERİNDE ARTIŞ
MORE THAN
50 PERCENT
INCREASE

2018



1.552
milyar \$
USD billion

Globalde veri merkezleri, yazılımlar ve IT hizmetleri için IT harcamaları pazarı toplamı
Global IT market spending total on the data bases, software and IT services



GAYRİMENKUL SEKTÖRÜNE TEŞVİK ETKİSİ

Tüm dünyanın zorluklarla geride bıraktığı 2016 yılı, yeni yıla ekonomik anlamda pek çok sorunu devretmişti. Pek çok sektör devraldığı bu sorunlarla boğuşurken gayrimenkul sektöründe işler biraz olsun yoluna girmiş görünüyor.

2017 yılı bir önceki yıldan kalan bazı belirsizliklerle başladı. Tüm dünyada etkisini gösteren ve Türkiye'ye de etki eden bu belirsizlikler hem Türkiye ekonomisini hem de Türkiye'de pek çok sektörü etkisi altına aldı. Gayrimenkul sektörü de bunlardan biri oldu. Ancak gerek hükümetin gerekse sektör temsilcilerinin hayata geçirdiği teşvikler ve kampanyalarla bu süreç en az zararla atlatılmaya çalışıldı. Geçtiğimiz dönemde nihai tüketiciye verilen teşviklere yenileri eklendi. Bu yeniliklerden bazıları; yabancıların konut edinmesi ve vatandaşlık hakkı verilmesine ilişkin düzenlemeler, 150 m²'den büyük konutların KDV oranlarının %8'e indirilmesi ile ilgili düzenlemenin 30.09.2017 tarihine kadar uzatılması, tapu harcının 30.09.2017'ye kadar geçerli olmak üzere binde 20'den binde

REAL ESTATE SECTOR BOOSTED BY THE INCENTIVES

Having harbored many challenges globally, 2016 passed most of these problems on to the new year. While many sectors are still struggling with these issues, functioning of the real estate sector seems a little more stable.

GYODER'İN HAZIRLADIĞI TÜRKİYE GAYRİMENKUL SEKTÖRÜ 2017 İ.ÇEYREK RAPORU'NA GÖRE KONUT PİYASASINA GAYET OLUMLU YANSIYAN BU TEŞVİKLER SAYESİNDE SEKTÖR İLK ÇEYREĞİ GEÇEN YILIN AYNI DÖNEMİNE GÖRE YAKLAŞIK %7'LİK BİR BÜYÜME İLE KAPATTI.

2017 has started with the uncertainties passed on from the previous year. These obscurities, shaking Turkey as much as the whole world, affected overall Turkish economy and many sectors in Turkey. Real estate sector has become one of them. However, by the incentive and promotion campaigns led by the government and the sector delegates, this period is intended to be got through with the minimum damage. In the recent period, the incentives for the consumers are extended by new ones. These can be summarized as: the regulations for foreigners to acquire estate and citizenship, the allowance for the houses bigger than 150m² to be sold with 8% the value added tax rate until September 30, 2017, and the cutback of the title deed fees down to 15% from 20% until September 30, 2017.

15'e düşürülmesi şeklinde sıralanabilir. Ortaya çıkan rakamlara bakıldığında gerçekleştirilen teşvikler ve kampanyaların başarıya ulaştığı da söylenebilir. TÜİK'in açıkladığı rakamlara göre gayrimenkul sektörü hız kesmeden büyümeye devam ediyor. Açıklanan son verilere göre, 2017 yılı mayıs ayı satış rakamlarının bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 1,5 artış gösterdi. Mayıs ayında toplamda 116 bin 558 konut satıldı.

GYODER'in hazırladığı Türkiye Gayrimenkul Sektörü 2017 1.Çeyrek Raporu'na göre konut piyasasına gayet olumlu yansıyan bu teşvikler sayesinde sektör ilk çeyreği geçen yılın aynı dönemine göre yaklaşık %7'lik bir büyüme ile kapattı. Aynı dönemde, konut kredisi faiz oranlarındaki düşüşün de olumlu etkisi ile ipotekli konut satışlarında yaklaşık %30'luk bir büyüme gerçekleşti.

Sektör temsilcileri de gerçekleştirilen bu teşviklerden oldukça memnun... Özyurtlar Holding Yönetim Kurulu Başkanı Tamer Özyurt: "Devlet teşviki ile gelen faiz indirimleri ve hayata geçirilen yeni kampanyalar ile ivme kazanan gayrimenkul sektörünün, büyümesini artırarak devam ettireceğini öngörüyoruz. Tapu harçları ve damga vergisindeki indirimlerle birlikte alım için harekete geçen gayrimenkul alıcısı, Türk ekonomisinin bir anlamda bel kemiğini oluşturuyor" diyor.

ACCORDING TO THE GYODER'S 2017 1ST QUARTER REPORT, BY THE MEANS OF THESE INCENTIVES, REAL ESTATE SECTOR PASSES THE FIRST QUARTER WITH A 7% GROWTH FROM THE PREVIOUS YEAR.



Based on the figures, it can be concluded that these incentives and campaigns worked. According to the figures reported by TÜİK, real estate sector continues to grow without any slowdown. In the latest figures, sales in May 2017 have grown 1.5% from the same month of previous year. In May 116,558 houses were sold in total.

According to the GYODER's 2017 1st Quarter Report, by the means of these incentives, real estate sector passes the first quarter with a 7% growth from the previous year. In the same period, by the favor of the decrease on real estate loan interest rates, servient house sales grew 30%.

Sector delegates are very contented with these incentives... Özyurtlar Holding Board Chairman Tamer Özyurt states: "We anticipate that the sector which has already gained pace with the government incentives via the interest rate discounts and the campaigns, will continue to grow even more". Customers who, in a sense, constitute the backbone of the Turkish economy, are motivated by the discounts on the title deed fees and the stamp taxes.

Another comment on this issue belongs to the 216 Construction Board Chairman

GYODER'İN RAPORUNA GÖRE GAYRİMENKUL SEKTÖRÜNDE YABANCI YATIRIMCIYI ÇEKMEK İÇİN DİKKAT EDİLMESİ GEREKEN NOKTALAR

- Yabancı yatırımcının sadece konut niteliği ve niceliğine değil aynı zamanda mülk edindikleri şehri 'bir yaşam alanı' olarak görmelerinin etkilerinin de dikkat çekmesi ve bunun en tipik örneğinin İstanbul'da görülen yabancı talebi olması,
- Yabancı konut alıcıları ve yatırımcıları açısından diğer bir noktanın ise vize, vatandaşlık, oturma izni ve bürokratik işlemlerinin azaltılması ile ilgili yapılan düzenlemelerin oluşu, Türkiye'nin yakın ve içinde bulunduğu coğrafyada jeopolitik önemin devam etmesi, göreceli olarak bölgede güvenli liman pozisyonunu koruması,
- İstanbul'un marka şehir olarak dünyanın dört bir yanından yatırımcının ilgisini çekmesi; bu noktada İstanbul'un gerek ticari gerek coğrafi bir dağıtım merkezi (Hub) olması,
- İstanbul'un finansal bir merkez olması için yapılan çalışmaların daha da somutlaşması, inşaatların ilerlemesi,
- Konut fiyat gelişmelerini takip eden yatırımcıların, fiyat artışı düşük olan bölgelerden de konut almaya başlaması ve tüm Türkiye genelinde talep göstermeleri.



POINTS TO CONSIDER WHILE LURING FOREIGN INVESTORS IN REAL ESTATE SECTOR, ACCORDING TO GYODER'S REPORT

- The interest of foreign investors is not only on the quality and the quantity of the houses but also on the city that they will reside in, whereas it was clearly observed in the demand of foreigners to İstanbul.
- Other important points for foreign investors are the regulations that ease acquiring visa, citizenship, residence permit and of all bureaucratic processes, the ongoing geopolitical advantage of Turkey, and being relatively the most peaceful region in the territory.

- The attraction of İstanbul from all over the world as a destination brand by being a hub both in terms of transportation and commerce.
- The realization and progress of the initiatives on making İstanbul a financial hub.
- The demand on all over Turkey by the investors who follow the price changes closely and starting to buy from the regions where the housing prices are relatively lower.

Bu konudaki bir başka görüş ise 216 Yapı Yönetim Kurulu Başkanı Bilent Dünder'a ait. Dünder: "Hükümetin gayrimenkul sektörüne vermiş olduğu destek ve teşvikler gayrimenkul sektörünün bugünlere gelmesinde büyük katkısı oldu. TÜİK tarafından açıklanan son rakamlar, gayrimenkul sektörünün güvenli bir liman olduğunu bizlere bir kez daha gösterdi. Son bir yıl içinde gayrimenkul sektörüne yönelik alınan tedbirler, sektörün gelişiminde büyük rol oynadı. KDV'de yapılan indirim, tapu harç oranında ki düşüş, yabancı yatırımcının önünün açılması için alınan tedbirler ve daha birçok önlem sektörün bugünlere gelmesini sağladı."

İnsay Yapı Yönetim Kurulu Başkanı İhsan Çulhalık ise Türk halkı için gayrimenkulün her zaman iyi bir yatırım aracı olduğunu söylüyor ve zaman zaman dalgalanmalar olsa da konut satışı her zaman devam edeceğini vurguluyor. Çulhalık: "Konut sahibi olmayı kolaylaştıran kampanyalar ile canlanan gayrimenkul sektörü, hem yatırımcıların hem de konut alıcılarının kazançlı çıkmasını sağlıyor" diyerek sektöre yönelik güvenin altını çiziyor.

YABANCILARA SATIŞ DAHA DA KOLAYLAŞTIRILMALI!

Bu yıl gayrimenkul sektöründe yabancı yatırımcılara yönelik fırsatları da beraberinde getirdi. En az 1 milyon dolarlık taşınmaz satın alan ve 3 yıl satılmaması şartı ile yabancıya vatandaşlık veren düzenleme ile bu alanda önemli bir adım atıldı. Özyurtlar Holding Yönetim Kurulu Başkanı Tamer Özyurt bu konuda görüşlerini şu şekilde dile getiriyor: "Yabancı yatırımcılara tanınan vatandaşlık hakkı satışların artmasında etkili oldu. Referandum sonrası yabancı yatırımcının Türkiye'ye akın ettiğini söyleyebiliriz. Çünkü yabancı yatırımcı, Türkiye'yi bizden çok daha iyi takip ediyor. Ekonomideki iyiyi gördüğün hem yabancı yatırımcıyı hem de yerli yatırımcıyı harekete geçirdiğini söyleyebiliriz."

Ancak GYODER'in hazırladığı rapora göre yabancı satışlar anlamında ilk 3 ayda gözle görülür bir iyileşme görülmedi. Geçtiğimiz yılın aynı dönemi ile karşılaştırıldığında ilk çeyrek için yaklaşık %42'lik bir düşüş olduğu gözlemleniyor. Ancak raporun önemle altını çizdiği konu bu durumun genel konut piyasası içinde rakamsal olarak önemli bir hacim oluşturmadığı, bu anlamda etki seviyesinin de oldukça kısıtlı olduğu...

Rakamlara bakılacak olursa 2017'nin ilk 3 ayında, yabancıların gayrimenkul yatırımlarında en çok tercih ettiği il Adana... 2016 yılının ilk çeyreğinde 898 m2'lik yatırım alan Adana, 2017'nin aynı döneminde 303,778 m2 yatırım ile Muğla'nın yerini almış görünüyor.

BU YIL GAYRİMENKUL SEKTÖRÜNDE YABANCI YATIRIMCILARA YÖNELİK FIRSATLARI DA BERABERİNDE GETİRDİ. EN AZ 1 MİLYON DOLARLIK TAŞINMAZ SATIN ALAN VE 3 YIL SATILMAMASI ŞARTI İLE YABANCIYA VATANDAŞLIK VEREN DÜZENLEME İLE BU ALANDA ÖNEMLİ BİR ADIM ATILDI.

THIS YEAR ALSO BROUGHT OPPORTUNITIES FOR FOREIGN INVESTORS. WITH THE REGULATION ALLOWING FOREIGN INVESTORS TO ACQUIRE CITIZENSHIP AFTER PURCHASING A HOUSE WORTH \$1 MILLION OR MORE AND KEEPING IT AS LONG AS 3 YEARS WAS AN IMPORTANT STEP IN THIS MANNER.

Bilent Dünder: "The support and incentives provided by the government contributed a lot to the real estate sector to reach its position today. Figures declared by TÜİK once again showed us that the real estate sector is a safe harbor. The measures taken in the last year for real estate sector played a key role in the sector's growth. Discounts on the added-value taxes and on the title deed fees, the regulations made to clear the way for the foreign investors and many other actions carried away the sector until today".

İnsay Yapı Board Chairman İhsan Çulhalık also comments that the real estate is a prominent investment option for Turkish people and emphasizes that the sales will continue despite occasional fluctuations. Çulhalık also underlines: "The sector, boosted by the campaigns promoting the purchases, helps both the investors' and the customers' to derive profits.

SALES TO FOREIGNERS SHOULD BE EASED FURTHER!

This year also brought opportunities for foreign investors. With the regulation allowing foreign investors to acquire citizenship after purchasing a house worth \$1 million or more and keeping it as long as 3 years was an important step in this manner. Özyurtlar Holding Board Chairman Tamer Özyurt reflects his opinions on this: "Citizenship allowance for foreign customers influenced the increase of the sales. We can say that the foreign investors swarmed to Turkey after the referendum. Because, the foreign investors are tracking Turkey better than us. Recovery in the economy mobilized both the domestic and the foreign investors."

However, according to the GYODER's report, there has been no increase in the first quarter in terms of foreign purchases. In comparison to the last year's same period, a 42% decrease is evident. Nevertheless, the report underlines the relatively limited share of this portion in the total volume of the real estate market and its marginal detrimental effect...

Based on the figures the most preferred region by the foreigners was Adana in the first quarter... After a total of 898m2 investment in 2016's first quarter, Adana received investment for 303,778m2 in the first quarter of 2017 and took the first place from Muğla.

THE EFFECT OF HOUSING LOANS IN REAL ESTATE

An indicator of the upturn of the real estate market is the increasing number of housing loans, for sure... At beginning of 2016,

GAYRİMENKULDE KONUT KREDİLERİNİN ETKİSİ

Gayrimenkulde işlerin yolunda gittiğinin bir göstergesi de kullanılan konut kredilerindeki artış elbette... 2016 yılının başında yüksek piyasa faizlerinin etkisi ile konut kredileri de yüksek sayılabilecek bir seviyede yıla başladı. Devam eden aylarda giderek gerileyen faiz oranları, yılı aylık %0,91 seviyesinde kapattı. Faiz oranlarıyla ilgili önemli olan bir başka konu ise konut piyasasının desteklenmesi amacıyla yönelik olarak, başta kamu bankaları olmak üzere bankalarca verilen faiz desteği oldu. Konut üreticileri tarafından düzenlenen kampanyalara verilen bu faiz desteği, konut satışlarında gözlenen artışa büyük bir katkı sağladı. 2017 yılı ilk çeyreği sonunda ise konut kredisi faiz oranları aylık %0,87 seviyelerine kadar indi.

REFERANDUM SONRASI SEKTÖR

Türkiye’de hemen hemen her sektörde olduğu gibi gayrimenkul sektöründe de halk oylaması öncesinde ciddi bir durgunluk gözlemlenmişti. Bu durumun sektöre etkilerini değerlendiren Akfen Danışmanlık ve Proje Geliştirme Genel Müdürü Barış Barçak “Sonuca ulaşan her belirsiz durum tüketicinin karar almasını kolaylaştırıyor. Referandum sonrasında netleşen tablonun sektöre bir miktar hareket getirdiğini hep birlikte gözlemledik. Ancak, tüketicinin bilimum olumsuz öngörü ile politik gelişmelere duyarlılığının bu kadar yüksek seviyede olması işimizi gerçekten zorlaştırıyor. Her hangi bir nedenle yapılan ulusal oylama sonuçlarının ekonomik açıdan bu kadar önemli addedilmesini doğru bulmuyorum. İyi bir ekonomik altyapıya sahibiz ve seçim vb. oylama sonuçlarının ekonomimize etkisi limitli olacaktır” şeklinde konuştu.

KONUT ÜRETİCİLERİ TARAFINDAN DÜZENLENEN KAMPANYALARA VERİLEN BU FAİZ DESTEĞİ, KONUT SATIŞLARINDA GÖZLENEN ARTIŞA BÜYÜK BİR KATKI SAĞLADI.

THESE INTEREST RATE DISCOUNTS PROVIDED FOR THE HOUSING PROJECTS CONTRIBUTED SIGNIFICANTLY TO THE INCREASE OF THE HOUSE PURCHASES.

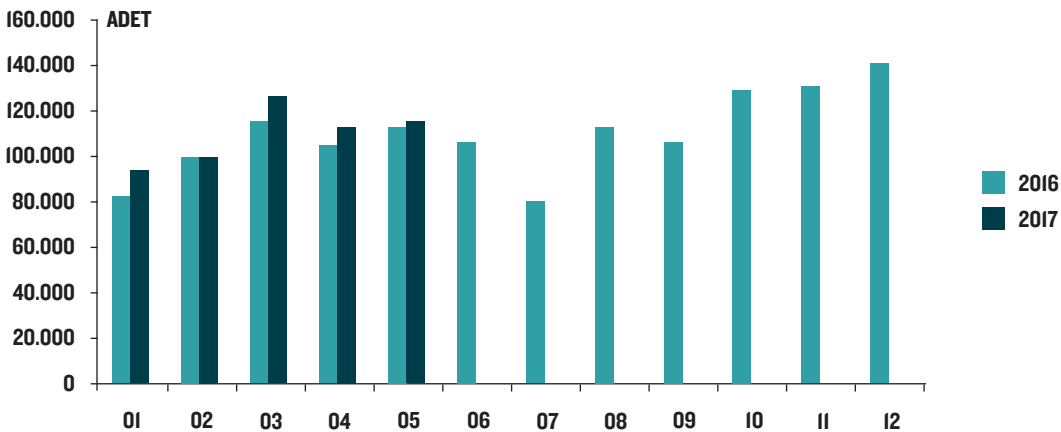
depending on the higher interest rates, the housing loan interest rates were also high. Decreasing gradually in the following months, the interest rates closed the year on 0.91% monthly level. Concerning the interest rates the promotions offered by the banks, primarily by the public banks, was an important influence factor in supporting the real estate market. These interest rate discounts provided for the housing projects contributed significantly to the increase of the house purchases. By the end of 2017’s first quarter, the housing loan interest rates fell down to as low as 0.87%.

THE SECTOR AFTER THE REFERENDUM

There has been a serious stagnancy in the real estate sector as much as in any other industry in Turkey during the pre-referendum period. Commenting on the effects of this situation, Akfen Consultancy and Project Development General Manager spoke: “Each clarified uncertainty helps customers’ decision making. We observed altogether how the stability after the referendum enabled mobilization in the sector. Nevertheless, this high sensitivity of the consumers on political state of affairs with so many negative anticipation makes our job extremely challenging. In terms of economic decisions, I regard it incorrect to attribute so much attention on any national elections, whatever the concept of it. We have a strong economic infrastructure and the effect of the referendum or election results would be limited.”

DAHA UMUTLU BİR YIL KONUT SATIŞ SAYILARI, 2016-2017

A BRIGHTER YEAR NUMBER OF HOUSE SALES, 2016-2017



KAYNAK: TÜİK SOURCE: TÜİK





2017 YILI TURİZMİN ZOR SINAVINA ÇÖZÜM OLACAK MI?

Turizm sektörü zor geçen iki yılın ardından yeniden ayağa kalkmak için hedefleri büyütüyor ve umutla çalışıyor.

Turizm sektörü 2014 yılında hem dünyada hem de Türkiye’de tarihi bir rekora imza attı. Sektör açısından oldukça başarılı geçen bu yılda Türkiye’ye 40 milyona yakın turist geldi ve 32 milyar dolar gelir elde edildi. Dünyada ise 1.2 milyar insan seyahatte 1.4 trilyon dolar harcadı. Herkes bu etkileyici grafiğin devam edeceğini düşünürken işler yolunda gitmedi ve 2015 özellikle 2016 yılı sektör açısından kayıp yıllar oldu. Gerek dünya ekonomisinin kötü seyri gerekse tüm dünyada yaşanan güvenlik kaygısı bu kötü gidişi körükledi.

Türk turizm sektörü için ise özellikle 2016 yılı zorlu bir sınavın verildiği yıl oldu. Rusya ile yaşanan uçak krizi, mülteci sorunu, Türkiye’nin çevresindeki jeopolitik gelişmeler, dünya genelinde artan terör olayları ve 15 Temmuz’da gerçekleşen hain darbe girişimi gibi birçok olay turizm sektörünü olumsuz etkiledi. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre; 2016 yılında Türkiye’ye gelen yabancı ziyaretçi sayısı 2015 yılına göre %30,05 oranında azalarak 25 milyon 352 bin 213 seviyesine geriledi. Yine 2016 yılında elde edilen turizm geliri ise %29,74 oranında azalarak 22 milyar 107 milyon 440 bin dolara düştü. Özetle; 2016 yılı yaşanabilecek tüm olumsuzlukların bir yıla toplandığı ve Türkiye’ye turist gönderen kaynak pazarların tamamına yakın kısmında önemli oranda düşüşler yaşandığı bir yıl oldu.

Tüm sektör umutla 2017 yılını bekliyordu ki 2017 yılının ilk saatlerinde yaşanan Reina saldırısı, ardından referandum sonuçlarının

WILL 2017 HELP TOURISM PAST ITS HARD CHALLENGES?

Tourism Industry Extending Goals and Enthusiastically Working After the Last Two Difficult Years.

2014 was a record setting year for tourism both in Turkey and in the world. In that year, Turkey was visited by 40 million tourists with 32 USD billion spending which was a success story for the whole industry. Globally, 1.2 billion tourists spent 1.4 USD trillion for travelling. While everybody was expecting this amazing trend would go on, 2015 and 2016 turned out to be off years. Just as much as the downturn of the global economy, global security concerns in this period fuelled this negative situation.

2016 has been a particularly challenging year for Turkish tourism. Many incidents such as aircraft conflict with Russia, refugee crisis, geopolitical turmoil around, increasing number of terror attacks and the coup attempt on July 15th, all together adversely affected tourism industry. According to the data from Turkish Republic Ministry of Culture and Tourism, the number of foreign tourists in 2016 fell down to 25,352,213 with a 30.05 percent decrease from 2015. In the same period, total income decreased down to 22,107,440 USD with a 29.75 percent fall. Briefly, 2016 has been a year full of all possible adversities where all of the markets sourcing tourists for Turkey also had declines.

Whereas the whole sector hopefully anticipating the 2017, the Reina attack on the New Years’ celebrations and the referendum process created new anxieties. Albeit all these

bekleyişi yeniden bir kaygıya neden oldu. Yine de sektör yaşanan tüm bu olumsuz seyre inat 2017 yılından umutlu...

TURSAB Başkanı Başaran Ulusoy yaşanan tüm bu olumsuzlukların ardından 2017 yılını Türk turizmde yükseliş için güç depolandığı bir dönem olarak gördüğünü belirtiyor. Zaten ilk aylardan gelen rakamlar da bu olumlu havayı doğrular nitelikte... İlk dört aylık dönemi itibarıyla T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan elde edilen verilere göre, 2017 yılının Ocak-Nisan döneminde Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi sayısı bir önceki yılın aynı dönemine göre %0.96 oranında artarak 5 milyon 872 bin 636 seviyesine yükselmiş durumda. Nisan ayı özelinde bakıldığında ise Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi sayısının 2016 yılının aynı dönemine göre %18.10 oranında artış gösterdiği görülüyor.

Başaran Ulusoy bu dönemdeki olumlu gelişmenin en büyük ikinci pazar olarak görünen Rusya başta olmak üzere Irak, İsrail, Azerbaycan, Suudi Arabistan, Ukrayna, İran ve Gürcistan gibi ülkelerden gelen turist sayısında ciddi orandaki artışlar olduğunu söylüyor.

TÜROFED Başkanı Osman Ayık ise 2017'de ilk çeyrekte sonra yavaş yavaş hareketliliğin başladığını belirtiyor. Türkiye'nin en önemli kaynaklarından Rusya Federasyonu ile ilişkilerin iyileşmeye başlamasıyla bu pazardan yoğun talepler gelmeye başladığını söyleyen Osman Ayık, buna bağlı olarak Ukrayna, Türkiye Cumhuriyetleri ve eski demir perde ülkelerinden rakamların yavaş yavaş istenilen düzeye ulaştığının altını çiziyor. Ancak yine de Ayık iyiye giden bu rakamların turist sayısı anlamında olduğunu henüz gelirler anlamında istenilen düzeye çıkılamadığının altını çiziyor.

HEDEF İÇ PAZARDA 10 MİLYON

En büyük pazarları Almanya ve Rusya olan Türk turizmi, geçtiğimiz yıldan bu yana iç pazara yönelik de ciddi çalışmalar gerçekleştiriyor. Bunun meyvesi alan sektör iç pazarda ciddi bir sıçrama yakaladı. Geçen yıl iç pazarda 6 milyon üzerinde bir hareketlilik oldu. TÜROFED Başkanı Osman Ayık bu yıl da geçen yıla benzer uygulamalarla iç pazarı ayağa kaldırmak istediklerini iç pazarda 10 milyon rakamını hedeflediklerini söylüyor. Bunu hemen gerçekleştirmenin de zor olduğunu belirten Ayık, Türkiye'nin rekabet ettiği Avrupa ülkelerinde iç pazar oranının yüzde 25 olduğunu bu rakamın Türkiye'de yüzde 15 civarında olduğunu sözlerine ekliyor.

EN BÜYÜK PAZARLARI ALMANYA VE RUSYA OLAN TÜRK TURİZMİ, GEÇTİĞİMİZ YILDAN BU YANA İÇ PAZARA YÖNELİK DE CİDDİ ÇALIŞMALAR GERÇEKLEŞTİRİYOR. BUNUN MEYVESİNİ ALAN SEKTÖR İÇ PAZARDA CİDDİ BİR SİÇRAMA YAKALADI.

TURKISH TOURISM WHOSE BIGGEST MARKETS HAVE BEEN GERMANY AND RUSSIA, PUTS SIGNIFICANT EFFORTS INTO DOMESTIC TOURISM MARKET AS WELL SINCE LAST YEAR. AS A REWARD, THE INDUSTRY ACHIEVED A GREAT BOOST IN DOMESTIC MARKET.

adversities, the sector is hopeful about the 2017...

TURSAB President Başaran Ulusoy comments that, despite all these problems, he sees 2017 as a period to gather strength back in order to build up Turkish tourism. Besides, the first indicators from the first months of the year are in congruence with this positive spirit... Based on the figures of Ministry of Culture and Tourism, number of foreign visitors in Turkey increased to 5,872,636 in the first four months of 2017 with a 0.96 percent rise from the last year's same period. Considering April in particular, the number of visitors has increased 18.10 percent in comparison to the previous year.

Başaran Ulusoy states that the most positive factor in this period is the increasing numbers of visitors, particularly from Russia, the second biggest source in Turkish tourism, along with Iraq, Israel, Azerbaijan, Saudi Arabia, Ukraine, Iran, and Georgia.

TÜROFED President Osman Ayık delineates the gradual improvement following the first quarter of 2017. Pointing the increasing demand from the Russian Federation, one of the most important tourism sources of Turkey, following the recovery period in diplomatic relations, Osman Ayık also underlines the increasing numbers from Ukraine, the Turkic Republics, and from the ex-Iron Curtain Countries. Nevertheless, Mr. Ayık regards this positive trend only in terms of tourist numbers but not in terms of total revenues.

TARGET FOR DOMESTIC MARKET IS 10 MILLION

Besides with its biggest sources of Germany and Russia, Turkish tourism puts significant efforts into domestic tourism market as well since last year. As a reward, the industry achieved a great boost in the domestic market. Last year the number of domestic tourists topped 6 million. TÜROFED President Osman Ayık declares that they pursue to grow domestic market with similar executions just like the previous year and to reach 10 million. Regarding the difficulties to realize it in short term, Mr. Ayık adds that the ratio of domestic market in the total tourism is approx. 25 percent for competitor European countries whereas this is only about 15 percent in Turkey.



AVRUPA PAZARINDA DURGUNLUK DEVAM EDİYOR

Türk turizm sektörünün en büyük pazarı Avrupa ancak özellikle güvenlik kaygısı nedeniyle bu pazarda 2014 yılı itibariyle büyük bir düşüş yaşanmıştı. Maalesef bu yıl da bu düşüş devam ediyor. Antalya'nın en önemli iki pazarından Almanya'dan 1 Ocak-30 Haziran 2017 tarihleri arasında 645 bin turist geldi. Alman pazarı 2016'ya göre yüzde 24, 2015'e göre ise yüzde 46 düşüş gösterdi. Hollanda'dan yüzde 40 düşüşle 58 bin turist geldi. İsveç'ten yüzde 56 düşüşle 22 bin 600, Norveç'ten yüzde 53 düşüşle 17 bin turist geldi. İran'dan ise geçen yıla göre yüzde 12 düşüş gözlemlendi. Başaran Ulusoy ilk 6 aylık verilere göre Avrupa pazarlarında düşüşün devam ettiği gözlemlense de bu pazarlardaki son durumu görmek için yaz sezonunun bitmesini beklemek gerektiğini söylüyor. Ulusoy: "Son dakika karar veren Avrupalı tüketicilerin yönlerini Türkiye'ye çevirmeyi başararsak Avrupa pazarında da ibre yukarıya dönebilir."

Sonuç olarak turizm sektörü herhangi bir olumsuz hadise yaşanmaması durumunda toplam ziyaretçi sayısı bakımından 2017 yılını 2016'nın üzerinde kapatacak gibi görünüyor. Sektörün 2017 hedefinde ise 2017'nin ardından 2018 ve sonrasındaki yıllarda Türk turizminin yeniden ciddi bir ivme ile büyümesini sağlamak var.

EUROPEAN MARKET REMAINS STAGNANT

Although Europe is the biggest market for Turkish tourism there had been a drastic fall by 2014, especially because of the security concerns. Unfortunately, this downfall goes on this year as well. Between January 1st and June 30th, 645k tourists came to Antalya from Germany which is one of the two biggest markets. German market has narrowed 24 percent against 2016 and 46 percent against 2015. With a 40 percent fall, 58k tourists came from Netherlands. 22.6k Swedish tourists and 17k Norwegian tourists visited Antalya this year with 56 percent and 53 percent decreases from last year, respectively. There has also been a 12 percent fall in tourists from Iran. In spite of the fact that the downfall continues in European markets for the first six months, Başaran Ulusoy stresses to wait until the end of summer to see the real final outcome in these markets. Ulusoy states, "If we can manage to attract the last minute deciders to head to Turkey, we might also reverse the downfall in European market."

The tourism industry, seemingly, will outperform 2016 in 2017 in terms of tourist numbers unless there is any other adversity. Following 2017, the industry aims at sustaining the growth of Turkish tourism with a serious pace in 2018 and further.



TAV GAZİPAŞA İŞLETME
KOORDİNATÖRÜ CENGİZ AŞIKLI

TAV GAZİPAŞA İŞLETME KOORDİNATÖRÜ CENGİZ AŞIKLI: 2017 YILINDA HEDEFİMİZ YENİ PAZARLAR...



TAV GAZİPAŞA OPERATIONS COORDINATOR, CENGİZ AŞIKLI: IN 2017, WE AIM NEW MARKETS...

Turizm sektöründe çok önemli bir destinasyon olan Alanya turizm sezonun açılmasıyla hareketlendi. TAV Gazipaşa İşletme Koordinatörü Cengiz Aşıklı da hem bölgenin turizm sektörüne katkılarını hem de Gazipaşa Havalimanı'nın bölge için önemini değerlendirdi.

Turizm sektörü 2015 yılı itibarıyla zorlu bir süreçten geçiyor. Tüm dünyanın ekonomik göstergelerinde yaşanan gerilemeye bir de güvenlik kaygısı eklenince bu gelişmelerden nasibini en çok da turizm sektörü aldı. Turizm sektörü tüm bu gelişmelere rağmen yara alsa da yoluna devam ediyor. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın açıkladığı verilere göre, yılın ilk beş ayında ise yabancı ziyaretçi sayısı yüzde 5.55 artışla 8.76 milyon olarak gerçekleşti.

Sektörde son dönemde yaşanan gelişmeleri ve TAV Gazipaşa Havalimanı'nın hedeflerini sektörün nabzını tutan TAV Gazipaşa İşletme Koordinatörü Cengiz Aşıklı'dan dinledik.

Gazipaşa Havalimanı'nın hizmete girdiği yıldan itibaren hem Türkiye'nin hem de bölgenin turizmine katkılarını nasıl değerlendirirsiniz?

TAV Havalimanları olarak, 2008 yılında işletmesini üstlendiğimiz Gazipaşa-Alanya Havalimanı ile bölgenin kalkınmasına önemli katkılar sağladık. Turizm potansiyeli yüksek olan

As a very popular tourism destination, Alanya is energized by the opening of the season. TAV Gazipaşa Operations Coordinator Cengiz Aşıklı comments on the region's contribution to the tourism industry besides with the importance of Gazipaşa Airport for the region.

Tourism industry went through a turbulent period in 2015. Besides with the downturn of the global economic indicators, the security concerns added up to create the worst scenario for tourism. Despite the damage of all these obstacles, the tourism industry moves on with its progress. According to the reports by The Turkish Ministry of Culture and Tourism, number of total foreign visitors increased 5.55 percent and reached 8.76 million for the first five months of the year.

We hear the recent developments in the industry as well as the projections about the TAV Gazipaşa Airport from Cengiz Aşıklı.

Since the time Gazipaşa Airport started to operate, how would you assess its contribution for the tourism of the region and of the whole country?

We, TAV Airports, created a significant impact on the region's development by taking over the operations of



bölgenin hak ettiği yere gelebilmesi adına yerel yönetim başta olmak üzere tüm paydaşlarımızla işbirliği içinde çalışmalar gerçekleştirdik. Katıldığımız fuarlar ve gerçekleştirdiğimiz etkinliklerle Gazipaşa ve Alanya'nın en yoğun şekilde tanıtılmasını sağladık. Bu çalışmalar neticesinde Akdeniz bölgesinin yeni uçuş merkezi olma yolunda da hızla ilerliyoruz. Bölgenin kalkınması aynı zamanda bir bütün olarak Türkiye turizmine sağlanan doğrudan bir katkıdır. Bugün baktığımızda Gazipaşa-Alanya Havalimanı'na yurt içi ve yurt dışından çok sayıda farklı destinasyondan ulaşan havayolu şirketi bulunuyor. Bölgenin tanıtımına ve destinasyonlarımızın artırılmasına yönelik çalışmalarımızla turizmi desteklemeye devam edeceğiz.

Gazipaşa Havalimanı nasıl bir hacmi yönetiyor? Tüm operasyonu değerlendirebilir misiniz?

Gazipaşa-Alanya Havalimanı, TAV'ın yaptığı yatırımlarla üç kat büyütülerek 6 bin 400 metrekaarelik yeni terminal binası ve iki kat artırılan park kapasitesiyle hizmet sunuyor. Gerçekleştirilen büyütmeye çalışmalarıyla kapasitemiz yılda 1,5 milyon yolcuya ulaştı. Gazipaşa-Alanya Havalimanı'nda yer alan duty free mağazalarından yeme-içme alanlarına kadar havalimanı işletmeciliğinin farklı dallarını oluşturan tüm hizmetler ise TAV Havalimanları iştiraki olan ATÜ, BTA, TAV IT gibi şirketler tarafından yürütülüyor. Hâlihazırda ise Gazipaşa-Alanya Havalimanı'ndan yerli ve yabancı çok sayıda havayolu şirketinin; İstanbul, Ankara, Moskova, Kopenhag, Oslo, Billund, Amsterdam, Eindhoven, Helsinki, Vilnius, Kaunas, Kopenhag, Hamburg, Bremen, Düsseldorf, Beyrut gibi destinasyonlara seferleri bulunuyor.

Gazipaşa-Alanya Airport. In order to help the region to reach the standards it deserves with all its tourism potential, we executed collaborations with all the stakeholders, primarily with the local authority. By means of these collaborations we take firm steps forward to become the leading airport of the Mediterranean region. This region's development is a direct contribution to the overall tourism in Turkey. Currently, Gazipaşa-Alanya Airport receives many flights from many different destinations, of numerous airline companies, domestically and internationally. We'll carry on our efforts to support the tourism by promoting the region and increasing the number of flight destinations.

What is the volume of the operations at Gazipaşa Airport? Could you comment on the whole operation?

Gazipaşa-Alanya Airport currently operates on an area expanded three folds by the TAV's investments of a 6,400 m2 new terminal building along with the addition of two stories in the parking area. As the result of these expansions, our current annual capacity reached 1.5 million passengers. Other airport services at Gazipaşa-Alanya Airport such as duty-free shops, food and beverage areas and so on are also operated by the TAV's subsidiaries such as ATÜ, BTA, TAV IT, etc. Currently, many domestic and foreign airline companies have flights to destinations such as İstanbul, Ankara, Moscow, Copenhagen, Oslo, Billund, Amsterdam, Eindhoven, Helsinki, Vilnius, Hamburg, Bremen, Düsseldorf and Beirut from the Gazipaşa-Alanya Airport.

ZAMAN VE SEYAHAT KONFORU AÇISINDAN UÇAKLA SEYAHAT ETMENİN YAŞADIĞIMIZ SÜREÇTE ÇOK AVANTAJLI OLDUĞUNUN ÖNE ÇIKMASI, HAVAYOLU TRAFİĞİNİN KATLANARAK BÜYÜYECEĞİNİN SİNYALLERİNİ VERMEKTEDİR.

THE EMPHASIZED ADVANTAGES OF AIRLINE TRAVELLING IN TERMS OF TIME AND CONVENIENCE SIGNAL AN INCREMENTAL GROWTH OF AIRLINE TRAFFIC IN THE NEAR FUTURE.

Gazipaşa Havalimanı, bölgenin ikinci havalimanı olma özelliğini taşıyor? Neden ikinci bir havalimanına ihtiyaç duyuldu? Havalimanı bölgede nasıl bir ihtiyaca cevap veriyor?

Akdeniz çanağındaki toplam konaklama kapasitesinin yüzde 25'i gibi kayda değer bir bölümünün Alanya bölgesinde. Bu nedenle Gazipaşa-Alanya Havalimanı, bölge için önemli bir merkez konumunda. Bölgeye rahat ulaşım açısından da yerli uçuşların yanında yurt dışından gelen turistler ile pazarda önemli etkiye sahip tur operatörleri ve havayolu şirketlerinin de tercih ettiği bir nokta. Gazipaşa-Alanya Havalimanı, Alanya ve çevresinde hizmet veren uluslararası bir merkez haline gelmek üzere yeni destinasyonları hizmet ağına katmaya devam ediyor.

Havalimanı işletmeciliği aynı zamanda turizm sektörünün kalbinde yer alıyor. Bu bağlamda son dönemde yolcu taşımacılığı açısından bir değerlendirme yapabilir misiniz?

Zaman ve seyahat konforu açısından uçakla seyahat etmenin yaşadığımız süreçte çok avantajlı olması, havayolu trafiğinin katlanarak büyüyeceğinin sinyallerini veriyor. Bu gelişmeler yaşanırken havalı-



Gazipaşa is the second airport in the region. Why was it necessary to build it? What kind of a need does the airport address?

25 percent of the total lodging capacity in the Mediterranean basin is located in Alanya. Therefore, Gazipaşa-Alanya Airport is an important hub for the region. With regards to the convenient transportation availability, it is a preferred spot by both the domestic and foreign visitors as well as by the tour companies and the airline companies which are key actors for the market. So as to become an international hotspot, Gazipaşa-Alanya Airport is ever increasing the flight destinations.

Airport operations reside in the heart of the tourism industry. In this manner, could you please make a comment on the current outlook of the airline passenger transportation?

Current advantages of airline transports in terms of time and convenience signals a steady growth of the airline industry for the future. In parallel to these, airport operations will also play



1,5 MİLYON:

Gazipaşa-Alanya Havalimanı'nın yolcu kapasitesi

1.5 MILLION:

Annual passenger capacity of Gazipaşa-Alanya Airport



19:

Gazipaşa-Alanya Havalimanı'nın hâlihazırda direkt seferlere sahip destinasyon noktası

19:

Number of direct flight destinations from and to Gazipaşa-Alanya Airport.

manı işletmeciliği de önemli bir rol alacaktır. Bu sayede de müşteri memnuniyeti daha fazla artacaktır.

Son dönemin en çok konuşulan konularından biri de turizm sektörü. Siz sektörü nasıl değerlendiriyorsunuz? Öngörüleriniz ve beklentileriniz neler?

Tüm dünyada yaşanan güvenlik kaygıları turizm sektörünü etkiliyor. Ancak sektör oldukça dayanıklı ve geçmişteki örnekler de gösteriyor ki toparlanma hızlı bir şekilde gerçekleşiyor. Tatil ve seyahat etme ihtiyacının devamlılığı açısından değerlendirildiğinde talebin hızlı bir şekilde eski seviyelerini yakalayacağına, hata aşacağına inanıyorum. Bu yılın başından itibaren toparlanma ve büyümeyi görebiliyoruz. Turizmin kalkınmasına katkı sunmak adına, sektörün tüm alanlarındaki oyuncuların, kaliteli hizmet ve müşteri memnuniyeti için geliştirmelere odaklanmaları ve bu esnada da turizm noktalarının tanıtılmasına için de adımlar atması önemli.

Yolcu profilini nasıl tanımlarsınız? Uluslararası yolcu trafiğinde bir değişim söz konusu oldu mu?

Yolcu trafiği giderek artan Gazipaşa-Alanya Havalimanı'nda; Almanya, Hollanda, İskandinav ülkeleri ve Rusya'dan gelen yolcular ağırlıklı. Geçtiğimiz dönemde ülkemizde yaşanan olumsuz gelişmeler paralelinde, Almanya ve Hollanda'dan gelen uçuşlarda düşüş gözlemlememizin yanında farklı ülkelere Alanya'ya gelen turistlerin sayısı bu oranı dengeleyecek seviyede gerçekleşti.

Alanya Havalimanı yıllara göre yolcu istatistiklerine bakıldığında özellikle dış hatlar yolcu sayısında 2016 yılında bir düşüş gözleniyor. 2017 beklentileriniz neler?

Turizm sektörünün her dalında yaşanan düşüş, haklı olarak havalimanlarımız için de geçerli. 2017 yılında Gazipaşa-Alanya Havalimanı olarak hedefimiz, havalimanımızda yapılan düzenleme ve pazarlama çalışmalarının sonucunda yeni pazarlara ulaşmak oldu. Bunun da sonuçlarını almaya başladık.

Direkt uçuşlar açısından değerlendirdiğinizde Gazipaşa-Alanya Havalimanı nasıl bir büyüklüğe sahip? Kaç noktaya direkt uçuşlar söz konusu?

Gazipaşa-Alanya Havalimanı, bölgenin turizm potansiyelinin değerlendirilmesi açısından önemli bir rol üstleniyor. Bu açıdan işletmesini üstlendiğimizden tarihten bu yana giderek artan bir ihtiyaca yanıt verdiğini ifade edebilirim. Gazipaşa-Alanya Havalimanı 1.5 milyon yolcu kapasitesine sahip ve yatırımlarla gelişmeye devam ediyor. Hâlihazırda 19 noktaya direkt seferlerle ulaşım imkanı sağlıyoruz.

Oldukça turistik bir bölgenin havalimanı işletmesini gerçekleştiriyorsunuz. Bu denli önemli bir bölgede oldukça karmaşık bir organizasyonu yönetmenin zorlukları ve incelikleri neler?

Gazipaşa-Alanya Havalimanı'ndaki faaliyetlerimizi dünyanın önde gelen havalimanı işletmecilerinden biri olan TAV Havalimanları bünyesinde sürdürüyoruz. Havalimanı işletmeciliğinin her alanında farklı şirketleriyle faaliyet gösteren TAV, sektördeki bilgi birikimi ve deneyimini Gazipaşa-Alanya Havalimanı'na da taşıyor. Bu anlamda, en iyi bildiğimiz işi, birbirimizle yakaladığımız sinerjiyle sürekli daha da ileriye taşımak üzere çalışıyoruz. Butik bir havalimanı yaratılması ve geliştirilmesi hedefiyle işletmesine başlanan Gazipaşa-Alanya Havalimanı'nın Alanya ve çevresine hizmet eden uluslararası bir merkez haline gelmesini amaçlıyoruz.

a crucial role. Hereby, the passengers' satisfaction will increase as well.

The tourism industry is one of the hot topics lately. How do you interpret the industry? What are your expectations and projections?

Security concerns over the globe damage the tourism industry. Nevertheless, the industry is quite strong and the past experiences show that it can rapidly recuperate. In consideration with the travelling and leisure needs of people, I predict the demand will catch up and even exceed the prior levels. Since the beginning of this year, we can see the recovery and the growth. For the progress of the tourism, each actor in the industry should pursue on improving the high-quality services and the customer satisfaction while promoting the tourism destinations.

How do you describe the passenger profile? Has there been a change on the international passenger traffic?

In its ever growing traffic, majority of the passengers in Gazipaşa-Alanya Airport are coming from Germany, Netherlands, Scandinavian countries and Russia. Despite the decrease of passengers from Germany and Netherlands due to the recent unpleasant incidents with these countries, the total number of visitors was balanced by the passengers from other countries.

When we look at the annual passenger records of Alanya Airport, there is a downturn in 2016 particularly of the foreign passengers. What are your predictions for 2017?

The overall downturn of the tourism industry is also relevant for our airport. By 2017, we aimed at reaching out to new markets with the improvements and marketing efforts in Gazipaşa-Alanya Airport. We already started to get the returns.

In terms of direct flights, what is the volume of Gazipaşa-Alanya Airport? How many direct destinations are available?

Gazipaşa-Alanya Airport plays a key role in order to realize the tourism potential of the region. Hereby, I can claim that we are meeting the demands that are growing since we took the operations over. Gazipaşa-Alanya Airport has 1.5 million passenger capacity and it continues to grow with the new investments. Now, we provide direct flights to 19 different destinations.

You are operating the airport of a highly touristic region. In such an important region, what are the challenges and tips of operating such a complex organization?

We execute the Gazipaşa-Alanya Airport operations under the body of TAV Airports which is one of the industry's leading companies worldwide. TAV, operating in every facets of airport operations with its subsidiary companies, brings its know-how and experience also for the Gazipaşa-Alanya Airport. In this sense, we work on together to push our limits further with this synergy. We aim to make Gazipaşa-Alanya Airport, primarily operated as a boutique airport, an international hub serving to Alanya and its periphery.



2017 YILI SEKTÖRLERDE GERİ DÖNÜŞ YILI OLACAK MI?

WILL 2017 BE A TURNAROUND YEAR FOR THE INDUSTRIES?

Türkiye 2014 yılında yaşadığı büyük yükselişi maalesef sürdüremedi. Hem dünya ekonomisinde yaşanan kayıplar hem de Türkiye’de yaşanan terör olaylarının yanı sıra 15 Temmuz 2016 yaşanan hain darbe girişimi ekonomide ciddi kayıplara neden oldu. Ancak yaşanan bu kara günler yerini daha ferah günlere bırakacak gibi görünüyor. Tüm Türkiye’nin beklediği 16 Nisan 2017’de gerçekleştirilen anayasa değişikliği için yapılan halk oylaması sonrasında olumsuz seyir yerini umuda bırakıyor. Strategy Dergisi olarak sektör temsilcilerinden görüşler aldık. Tüm sektörler referandum sonrasında hem sektörleri hem de Türkiye ekonomisi adına büyük bir umut taşıyor. Peki bu umutlar Türkiye’yi yeniden yükselişe taşıyacak mı, daha da önemlisi 2017 yılı Türkiye için yeniden dönüşün yılı olabilecek mi?

Turkey couldn’t sustain its high growth in 2014, unfortunately. The detriments in global economy as much as the terror attacks and the coup attempt on 15th July, 2016 created major damage on Turkish economy. However, that dark period seems to fade away and brighter days are coming. Following the anticipated constitutional law referendum in Turkey on 16th April, 2017, the negative period gives the way to the hope. We asked for the comments of industry delegates for the Strategy Journal. All the industries are highly optimistic about themselves as well as the overall Turkish economy. Well, will all these hopes carry Turkey back to escalation and, more importantly, will 2017 be a turnaround year?

ATILIM YILI OLARAK İLAN EDİLEN 2017 YILINDA ÜLKE OLARAK BÜYÜK ATILIMLARA İMZA ATILACAK



İTHİB* BAŞKANI İTHİB*
PRESIDENT İSMAIL GÜLLE

IN 2017 WHICH WAS
IDENTIFIED AS THE
BREAKTHROUGH YEAR,
THERE WILL BE MAJOR
LEAPS COUNTRYWIDE

Tekstil ve hammaddeleri ihracatımızda Türkiye, 2015 yılında dünyada 8. sıradayken 2016 yılında yaşanan tüm olumsuz gelişmelere rağmen Tayvan'ı geçerek 7. sıraya yükselmiştir. Atılım yılı ilan ettiğimiz 2017 yılı ise hemen hemen bütün sektörlerimiz açısından ihracatta olumlu sonuçlar vermektedir. Türkiye geneli ihracatımız ilk 6 ayda 76 milyar dolar değerinde gerçekleşerek bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla %8,2 oranında artmıştır. Tekstil ve hammaddeleri ihracatımız ise 2017 yılının ilk 6 ayında yaklaşık 5 milyar dolar değerinde gerçekleşmiştir. Yıl sonuna kadar ihracatımızın 10 milyar doları aşacağımızı öngörmekteyiz.

2017 yılı sektörümüz ihracatı aylar bazında değerlendirildiğinde ise; ilk üç ay ihracat verilerimizde istikrarlı bir artış yakaladığımız gözlemlenmektedir. Ocak ayında Tekstil ve hammaddeleri ihracatımız % 2,3 artarak 763 milyon dolar değerinde gerçekleşmiştir. Şubat ayında % 3,4 artarak 786 milyon dolar değerinde gerçekleşen ihracatımız; Mart ayında 930 milyon dolar değerinde gerçekleşerek son 17 ayın en yüksek ihracat rakamına ulaşmıştır. Nisan ayında ihracatımız 813 milyon dolar, Mayıs ayında 835 milyon dolar, Haziran ayında ise 820 milyon dolar değerinde gerçekleşmiştir.

2016 yılından bu yana aylar bazında tekstil ve hammaddeleri ihracatımıza bakıldığında son 12 ayın 9 ayında ihracat artışı gerçekleştirildiği anlaşılmaktadır. Hükümetimizin ihracatımızın finansmana erişimine yönelik olarak Eximbank ve Kredi Garanti Fonu özelinde sağladığı kolaylıklar, ihracatçıya yeşil pasaport uygulaması gibi ihracatımızın önünü açan uygulamaların yakalanan bu başarıda rolü çok büyüktür.

Ayrıca Hükümetimizin getirmiş olduğu Cazibe Merkezleri Programı ile Türkiye'de yatırımların kaldığı yerden artmaya devam edeceğini öngörmekteyiz. Doğu ve Güneydoğu'daki 23 ilimizin Cazibe Merkezleri Programı ile kalkınması; gerek ülkemizdeki yatırımların artmasında çarpan etkisi yaratacak gerekse istihdam artışında büyük rol oynayacaktır.

Atılım yılı olarak ilan edilen 2017 yılında ülke olarak büyük atılımlara imza atılacağına, ihracatta yepyeni başarılar yakalanacağına yürekten inanıyorum. Tekstil ve hammaddeleri sektörü olarak 2017 yılından ve ülke ekonomimizin geleceğinden memnun ve sektörlerimizden eminiz.

In textile and textile raw material exports, despite all the turmoil, Turkey took the 7th place worldwide in 2016 by surpassing Taiwan and moving up from its 8th in 2015. 2017, which we nominated as a breakthrough year, is promising positive outcomes for all the industries in terms of exports. Overall amount of Turkey's exports reached 76 USD billion in the first 6 months with an 8.2% increase from the previous year's same period. Textile and textile raw material exports accounted for about 5 USD billion in the first 6 months of 2017. We estimate that the total exports will exceed 10 USD billion by the end of the year.

Looking at our sector in 2017 on a monthly basis, a consistent growth can be observed in the first three months. In January, textile and raw material exports were about 763 USD million with a 2.3% increase. Our exports in February were 786 USD million with a 3.4% increase whereas it reached 930 USD million in March that it was the highest amount in the last 17 months. Our export amounts were 813 USD million in April, 835 USD million in May and 820 USD million in June.

Looking back at the last one year on a monthly basis, an increase of the export amounts can be observed in the 9 of the last 12 months since 2016. The supporting actions by the government such as regulations helping the exporters in order to find finance from Eximbank and Credit Insurance Fund, and the green passport allowances to the exporters had critical roles in this success.

Besides, with the Attraction Centres Programme launched by the government, we anticipate that the investments in Turkey will continue to grow from the level it paused. Development of 23 cities in east and south-east Turkey by the Attraction Centres Programme would be a leverage for the total investments in Turkey as well as contributing to the employment rates.

I deeply believe in my heart that we will achieve major leaps and maintain new great successes in export as a country in 2017 which is identified as the breakthrough year. In the textile and textile raw materials industry, we are satisfied and confident about 2017 and about the future of our national economy.

2017'Yİ 17 MİLYAR DOLARIN ÜZERİNDE BİR İHRACATLA KAPATAÇAĞIMIZI ÜMİT EDİYORUM



I HOPE THAT WE WILL CLOSE 2017 WITH MORE THAN 17 USD BILLION IN EXPORTS

15 Temmuz'daki darbe girişimi ve terör olayları nedeniyle 2016'nın ikinci yarısından itibaren hazır giyim ihracatında başlayan gerileme eğilimi ne yazık ki 2017'nin ilk yarısında devam etti. Ocak-Haziran dönemini sektörel ihracatta yüzde 5,8 kayıpla kapattık. 16 Nisan'daki referandumla birlikte belirsizlik ortamının sona ermesi bizleri umutlandırdı. Yılın ikinci yarısında yapacağımız atakla eksi yönlü gidişi durduracağımızı ve 2017'yi 17 milyar doların üzerinde bir ihracatla tamamlayacağımızı ümit ediyorum.

Türkiye'mizin, insanımızın refah düzeyini yükseltmenin yolu daha çok üretimden, daha çok istihdamdan, daha fazla ve yüksek katma değerli ihracattan geçiyor. Yatırım için her şeyden önce istikrarlı bir ortam gerekiyor. 16 Nisan referandumunun ardından ülkemizdeki siyasal istikrarın güçlenmesi yatırımcı açısından cazip bir ortam yarattı. Bu atmosferin ülke ekonomisine olumlu yansımalarını görüyoruz ve önümüzdeki dönemde çok daha iyi noktalara geleceğimize inanıyoruz.

2023 İhracat Stratejisi çerçevesinde 60 milyar dolarlık ihracat hedefi bulunan hazır giyim sektörü olarak biz olaya uzun vadeli bakıyoruz. Bu çerçevede hedefi gerçekleştirmek için moda ve marka alanında sektörümüzü güçlendirmeyi ve uluslararası mağazacılık ile sektörümüzü rakiplerine karşı farklılaştırmayı amaçlıyoruz.

Ekonomi Bakanlığımızın fuar desteklerini basitleştirmesi ve sadece fuara katılım teyit edilerek minimum belgeyle ödenebilir hale getirmesi bizim için çok önemliydi. Bu adımın diğer sektörlerle örnek olacağını düşünüyorum. İhracatçılara yeşil pasaport verilmesi de bizleri teşvik anlamında çok olumlu bir adım oldu. Gümrük ve Ticaret Bakanlığımızın destek ve iş birliği ile sorunların neredeyse tamamını çözüme kavuşturduk. Son dönemde ihracatta kırmızı hatta düşme oranındaki azalmadan sektör olarak memnunuz.

Yine istihdam, yatırım, vergi affı ve T.C. Maliye Bakanı Naci Ağbal'ın müjdesini verdiği KDV reformu gibi konulardaki iyileştirmelerin sektörümüze büyük fayda sağlayacağını belirtmem gerekiyor. Eximbank ve Kredi Garanti Fonu'nun ihracatı desteklemek için bizlere sağladıkları finansman kolaylıkları da sektörümüzün elini rahatlatıyor.

Burada Türkiye Ticaret Merkezleri'ni de (TTM) anmadan geçemeyeceğim. New York ve Tahran'da açılışa hazır hale getirilen TTM'ler sayesinde firmalarımız adeta birer lejyoner gibi hedef pazarlarda ürünlerini yerinde tanıtım fırsatına kavuşacaklar. Moskova'daki TTM'nin de yılbaşına kadar açılabilmesi için çalışmalarımız tüm hızıyla devam ediyor.

The slowdown of the exports in ready-made clothing sector started as of the second half of 2016 with the coup attempt and the terror attacks and unfortunately, continued in the first half of 2017. We closed January-June period with a 5.8% decrease in the exports in the sector. Leaving the uncertainty period behind after the referendum on April 16th gave us hope. I expect that with an effort in the second half of the year we will reverse the downward trend and finish 2017 with an export amount higher than 17 USD billion.

Growing the welfare of Turkey and of our people hinge upon more production, more employment, and more exports with higher value added. Before anything else, stability is required for investments. Strengthened political stability after the April 16th referendum created an attractive setting for the investors. We see the positive influence of this climate on the national economy and believe that we will be in much better condition in the upcoming period.

Within the framework of 2023 Exports Strategy, we, the ready-made clothing sector with the aim of 60 USD billion export amount, have a long-term approach. In this framework we aim to leverage our sector in terms of fashion and branding, and differentiate it in international retailing against the competitors in order to achieve this goal.

Simplification of the exhibition supports by the Ministry of Economy and the ease of payments just with the exhibition attendance confirmations are really important for us. I believe this step will serve as a model for other sectors as well. Allowance of green passports for the exporters also was a very encouraging step. With the support and collaboration of the Ministry of Customs and Commerce we resolved almost all of the problems. We are happy about the decrease of the percentage of exports falling in the red lane in recent times.

I should also comment that the improvements on employment, investment, tax reduction and the VAT reform heralded by the Minister of Finance, Naci Ağbal, will all contribute to our sector. Finance convenience offered by Eximbank and the Credit Insurance Fund for supporting the exports also set our sector at ease.

Hereby, I can't go on without mentioning the Turkey Commerce Centers (TCC). By the virtue of TCC's, ready to be launched in New York and Tehrani, our companies will have the opportunity to promote their products in the target market just like a legionary. The construction of our Moscow TCC is ongoing with the maximum pace in order to be launched before the new year.

"REFERANDUM SONRASINDA OLUŞAN İSTIKRAR ALGISI EKONOMİNİN GENELİNE OLUMLU BİR HAVA KATTI"



TÜRSAB* BAŞKANI TÜRSAB*
PRESIDENT BAŞARAN ULUSOY

"STABILITY PERCEPTION AFTER THE REFERENDUM CONTRIBUTED TO POSITIVE ATMOSPHERE OF THE OVERALL ECONOMY"

Referandum ve seçim öncesi süreçler, oluşturduğu belirsizlikler nedeniyle yalnız Türkiye’de değil tüm dünyada genel olarak belirli oranda bir durağanlığa neden olabilmektedir. Bu durum, turizm de dahil olmak üzere ekonominin her alanında etkisini hissettirebilmektedir. Nitekim 16 Nisan Referandumu öncesinde de genel ekonomide yaşanan “bekle-gör” şeklindeki yaklaşımın turizm sektöründe de yansımaları oldu. Ancak referandum sonrasında belirsizliklerin ortadan kalkması ve oluşan istikrar algısı ekonominin geneline olumlu bir hava kattı. Döviz kurlarındaki volatilitenin azalması ve Borsa İstanbul’da rekor seviyelere ulaşılması bu anlamda önemli bir gösterge niteliğinde.

Turizm sektörü olarak bundan sonraki süreçte bizim en önemli beklentimiz özellikle Avrupa pazarlarından Türkiye’ye yönelik ilginin canlandırılmasını sağlayacak adımların artırılmasıdır. Zira son dönemlerde özellikle uluslararası medyada Türkiye ile ilgili yayınlanan olumsuz haberlerin sayısında yaşanan ciddi artış, turizm imajımıza önemli ölçüde zarar verdi. Türkiye, hakketmediği biçimde olumsuz bir algı süreci ile karşı karşıya kaldı. Dolayısıyla Türkiye’nin tanıtım ve imaj çalışmalarını yoğun bir şekilde yürütülmesi ve ülkemiz aleyhine özellikle de batı kamuoyunda oluşan negatif algının düzeltilmesi yönünde çalışmaların artırılması gerekiyor. Böylelikle hem kaynak pazarlarımızı çeşitlendirmiş olacağız hem de diğer birçok pazara göre harcama potansiyeli daha yüksek seviyede olan Avrupalı turistleri ülkemize çekerek turizmden elde ettiğimiz geliri arttırmış olacağız.

In general, pre-referendum or –election periods, because of the uncertainties within, could create stagnancy to a certain point not only in Turkey, but also in the world. This could take effect in each sector of the economy including the tourism. Thus, the wait-and-see approach in the economy before the April, 16th referendum influenced the tourism sector as well. However, the disappearance of the uncertainties after the referendum and the perceived stability contributed to the economy. The decreasing volatility in the foreign currencies and the record-high indexes in Borsa İstanbul are both important indicators in this regard.

For the tourism sector, our primary expectation for the future is the measures to be taken in order to restore the European markets’ interest towards Turkey. Because, the recent increase of the negative publicity about Turkey in the international media severely damaged our tourism image. Turkey has faced a negative perception to an extent that it doesn’t deserve. Therefore, it is necessary to intensely implement the promotional and image building campaigns for Turkey, and to increase the efforts on fixing the negative perceptions towards our country, particularly in the western countries. In this way, we will diversify our target markets as much as increasing our tourism income by attracting European tourists, whose discretionary income are higher than many other markets.



"REFERANDUM SONRASI YENİDEN GÜVEN ORTAMI OLUŞTU"



TÜRKİYE İMSAD* YÖNETİM KURULU
TURKEY İMSAD* BOARD CHAIRMAN
BAŞKANI FERDİ ERDOĞAN

"TRUST HAS BEEN RESTORED AFTER THE REFERENDUM"

Türkiye inşaat sektörü son yıllarda müteahhitleri, inşaat malzemeleri, mühendisleri, teknik elemanları ve ustaları ile içinde bulunduğu coğrafyanın imarında ve modern yapılarla ulaşmasında çok önemli roller üstlenmektedir. Ancak yakın çevremizdeki savaş atmosferi, potansiyel ülkelerdeki son yıllarda yaşanan ekonomik durgunluklar gibi nedenlerden dolayı dış pazarda istediğimiz noktada değiliz. Çevremizde devam eden savaşların ve terörün sona ermesi, bölge insanlarının yaşamlarının normalleşmesiyle Türkiye'nin daha hızlı büyüyeceğine inanıyoruz. Biz sektör olarak, ülkemizin kalkınmasına, modernleşmesine katkıda bulunmayı sürdüreceğiz. Ar-Ge ve inovasyon odaklı bir üretim stratejisi belirlenerek, orta ve uzun vadeli planlarla bu alanda çalışan sanayicilerin desteklenmesiyle, Türkiye, bulunduğu bölgenin ana üretim üssü konumuna gelebilir.

2016 yılında yüzde 2,9 büyüyen Türkiye ekonomisinde, inşaat sektörü daha iyi bir büyüme performansı gösterdi. Türkiye İstatistik Kurumu'nun milli gelir hesaplamalarında yaptığı değişiklik sonrası gelen rakamlara göre 2016 yılında inşaat sektörü yüzde 7,2 oranında, gayrimenkul sektörü de yüzde 3,6 oranında büyüdü. Toplam inşaat harcamaları da, 2016 yılında 431,9 milyar TL olarak gerçekleşti. İnşaat malzemeleri iç pazarı ise 2016 yılında yüzde 13,7 oranında büyüyerek 280,75 milyar TL'lik bir büyüklüğe ulaştı.

Türkiye İMSAD olarak, her ay düzenli olarak yayınladığımız 'Sektör Raporu Mayıs 2017' sonuçlarına göre, yılın ilk çeyrek döneminde alınan yapı ruhsatlarında gerileme ve yeni iş iştahında zayıflama yaşandığını sektör ve kamuoyuyla paylaştık. Alınan yapı ruhsatları 2017 yılının ilk üç ayında, bir önceki yıla göre, bina sayısı olarak yüzde 15, yüzölçümü olarak yüzde 17,2, değer olarak yüzde 3,6 ve daire sayısı olarak yüzde 11,6 oranında azaldı. Yapı ruhsatı verilen binaların 2017 yılı Ocak-Mart ayları toplamında; yapıların toplam yüzölçümü 45 milyon metrekare iken; bunun 25,4 milyon metrekaresi konut, 10 milyon metrekaresi konut dışı ve 9,6 milyon metrekaresi ise ortak kullanım alanı olarak gerçekleşti.

Yapı ruhsatları grafiği, bize gelecek dönemde hayata geçirilecek projelerin hızına göre öngöründe bulunma imkanı veriyor. Bu tabloya bakarak, gelecek dönemde projelerde bir yavaşlama olacağı şeklinde yorum yapılabilir, ancak Cumhurbaşkanlığı Referandumu sonrası piyasalarda oluşan güven ortamının etkisiyle yılın ikinci döneminde yapı ruhsatlarında bir artış gözlemlenebilir.

With the contractors, material suppliers, engineers, technical personnel and the laborers, the Turkish construction industry played key roles in the reconstruction and modernizing of the structure of its territory. However, due the warfare in our peripheries and the economic stagnancy in our potential markets, we aren't on the level that we desire. By the ending of the wars and terror around us, and with the normalization of the lives of people in the region, we believe that Turkey will achieve higher growth rates. Within our industry, we'll continue to contribute in the development and modernization of our country. Turkey could become the production base for its territory by maintaining a strategy focused on R&D and innovation and supporting the investors in this sector within the mid-term and long-term plans. The construction industry grew in higher rates than the overall economy in Turkey, which was 2.9% in 2016. Based on the Turkish Statistical Institute's figures after the revision of the national income estimations, the construction industry grew 7.2%, and the real estate sector grew 3.6% in 2016. Total construction spending reached 431.9 TL billion in 2016. The domestic construction materials market also grew 13.7% and reached 280.75 TL billion volume in 2016.

With the "Sector Report May 2017" which we publish monthly in İMSAD Turkey, we shared with the sector and the public that there is a decrease in the number of construction licenses and the motivation for new projects. In the first three months of 2017, the decreases from the previous year were 15% in number of buildings, 17.2% in construction area, 3.6% in value and 11.6% in number of houses sold. Between January and May 2017, the total construction area of the licensed projects was 45 million m2, 25.4 million m2 of it was housing projects, whereas the 10 million m2 was non-housing construction and 9.6 million m2 of it was common usage areas.

Constructin licences' graphs help us envision the projects' progress in the future. Looking at this graph a future slowdown in the projects could be predicted but, hopefully, the trust redeemed in the market after the presidential referendum would increase the number of new construction licenses in the second half of the year.

"EKONOMİDE ATILAN OLUMLU ADIMLAR UMUTLARI BESLİYOR"



**ELEKTRİK ÜRETİCİLERİ DERNEĞİ
BAŞKANI POWER GENERATORS
INSTITUTION PRESIDENT
ÖNDER KARADUMAN**

"POSITIVE STEPS TAKEN IN ECONOMY ARE PROMISING"

İş dünyası olarak, referandum sonrası için en büyük beklentimiz, artık ekonominin temel gündem maddesi haline gelmesiydi. Cumhurbaşkanı seçiminin yapılacağı 2019 yılına kadar, ülkemize zaman kaybettiren siyasi tartışma ve gerilimlerin yoğunluğunun düşeceğini umut ediyorduk. Ancak üzülerek görüyoruz ki, iç ve dış siyasi gerilimler ekonomik gündemimizi perdelemeye devam ediyor.

Ekonomide dönem dönem atılan bazı olumlu adımlar umutları besliyor. Örneğin Kredi Garanti Fonu uygulaması son derece olumlu etkiler yarattı. Bazı kamu alacaklarının ertelenmesi, turizm sektörüne yönelik tedbirler, sanayi için elektrikten alınan TRT payının kaldırılması gibi adımlar tabii ki son derece faydalı oluyor. Ancak, tüm bu adımların uzun vadeli ve sürdürülebilir bir ekonomik perspektifle taçlanması elzem görünüyor.

Tüm bu belirsizliklerden etkilenen sektörlerden birisi de hiç kuşkusuz enerji sektörü. 2000'li yılların başında enerji sektörünün liberalizasyonu için atılmaya başlanan adımlarla son 15 yıldır müthiş bir performans sergileyen sektörde endişeler artmaya başlamış durumda. 15 yıllık dönemde yaklaşık 60 milyar dolarlık elektrik üretim santrali yatırımına imza atarak kurulu gücümüzün yüzde 168 oranında artmasını sağlayan özel sektörün yatırım iştahının azaldığını gözlemliyoruz.

Bu problemlerin yanında tabii ki geleceğe dair umut veren gelişmeler de söz konusu. Yerli ve yenilenebilir enerji kaynaklarımızdan maksimum ölçüde faydalanmayı sağlayacak ilave adımların atılıyor olması tabii ki olumlu. Yenilenebilir Kaynak Alanları'nın (YEKA) belirlenerek buralarda büyük ölçekli yenilenebilir enerji yatırımlarının hayata geçirilmesiyle birlikte yerli makine ve teçhizat üretiminin gelişeceği olması sevindirici. Uzun yıllardır yılan hikayesine dönmüş olan nükleer santral projelerinin hızlandırılması yönünde güçlü bir iradenin var olduğunu da görmekteyiz. Nükleer santral inşaat süreçleri yerli altyapı şirketlerimiz için büyük fırsatlar sunuyor. Diğer taraftan, uzun süredir yetersiz olan doğalgaz depolama ve iletim altyapısının geliştirilmesine yönelik adımların hızlandırılması son derece önemli. LNG ithalatının kolaylaştırılması ile birlikte LNG terminallerinin sayısının artırılması ve doğalgaz sektörünün serbestleştirilmesi için gerekli düzenlemelerin yapılması da umarız hızla gerçekleştirilir.

Önümüzdeki süreçte, gerek enerji sektöründe gerekse de ekonominin genelinde var olan sorunları aşmak ve doğru stratejilerle kalkınma hızımızı artırmak için her şeyden önce kamu ile özel sektör arasındaki diyalog kanallarını daha da güçlendirmek ve yönetim anlayışını hayata geçirmek gerekiyor. Biz özel sektör olarak üzerimize düşeni yapmaya her zaman olduğu gibi hazırız.

In business world, our biggest expectation after the referendum was the economy to be at the top of the agenda. We were hoping that the political conflicts and tension dragging down our country to ease off until the presidential elections in 2019. However, it is upsetting to see that the internal and external tensions continue to shade our economic priorities.

Some positive steps frequently taken in economy gives hope. For instance, the execution by the Credit Insurance Fund had a very positive impact. Suspension of some of the public debts, the measures taken for tourism sector, and canceling the TRT stoppage fee included in the industrial power bills are highly fruitful. But, it appears inevitable that all these measures are required to be integrated within a sustainable economic perspective.

One of the sectors most affected by these uncertainties is the power sector, for sure. In the sector, performing great in the last fifteen years since the measures taken to liberalize the power industry by the early 2000s, the concerns are increasing. We observe the decreasing investment motivation of the private sector which had grown our total power plant capacity 168% in the last fifteen years with approximately 60 USD billion worth power plant investment.

Besides with these problems, of course, there are also promising developments for the future. Actions taken in order to maximize the operations of domestic and renewable energy resources are surely positive.

The progress in machinery and equipment manufacturing by the virtue of identifying Renewable Energy Areas (REA) and the launch of big scale renewable energy investments in these areas are pleasing. We also see a strong will on the nuclear plant projects which were like an endless story for too many years. Nuclear plant construction projects offer great opportunities for our domestic infrastructure constructors. Additionally, accelerating the improving projects on the natural-gas storage and distribution infrastructure is extremely important. Along with the simplified LNG imports, hopefully, the necessary measures are rapidly taken in order to extend the number of LNG terminals and to liberalize the natural-gas sector.

First and the foremost action in the upcoming period is to empower the dialogue and governance between the public administration and the private sector, so as to leave the obstacles behind and to increase our development pace with punctual strategies. We are ready to do our part as always in the private sector.

"2017 YIL SONUNDA TÜRKİYE EKONOMİSİNİN BÜYÜME ORANININ %4'ÜN ÜZERİNDE OLACAK"



"GROWTH OF TURKISH ECONOMY WILL SURPASS 4% BY THE END OF 2017"

2016 yılının tamamına baktığımızda yüzde 2,9'luk büyümeyi başaran bir Türkiye ekonomisi karşımıza çıkmıştır. Bu başarıda hiç kuşkusuz inşaatın çok büyük bir katkısı bulunmaktadır. Hazır beton sektörünün çok büyük bir payla girdi sağladığı inşaat sektörü, 2016 yılını reel olarak yüzde 7,2 gibi önemli bir büyüme ile tamamlamıştır. 2016 yılındaki bu rakam Türkiye geneli olan yüzde 2,9 ile karşılaştırıldığında oldukça yüksek görünmektedir.

Bu performansına bağlı olarak inşaat sektörü, 2015 yılında gayri safi yurtiçi hâsıladan yüzde 8,2'lik payı 2016 yılında yüzde 8,8'e çıkarmıştır. 2016 yılında cari fiyatlarla Türkiye'nin milli geliri yüzde 10,8'lik bir artış gösterirken inşaat sektöründeki artış oranı yüzde 19,3 olmuştur. Yani cari fiyatlarla inşaat sektörünün büyüme hızı, Türkiye'nin büyüme hızının iki katına yakındır. Bunun sonucunda da 2016 yılında inşaat sektörünün gayri safi yurtiçi hâsıla içindeki payında önemli bir artış meydana gelmiştir.

Bu başarının arkasında 2016 yılının son çeyreğinden başlayarak yeni konut satışlarında KDV düzenlemesi, gayrimenkul sertifika uygulaması, tapu harçlarında yapılan iyileştirme, alternatif finansman yöntemleri, kentsel dönüşümdeki yeni uygulamalar, yabancılara konut satışında yeni düzenlemeler, kamu yatırımlarının artması ve gayrimenkul sektöründeki kampanyalar itici güç konumundadır.

THBB her ay açıkladığı Hazır Beton Endeksi'nin en son Mayıs endeksinde beton endeksi Nisan ve Mayıs aylarında eşik değer üzerinde tutunmuştur. Mayıs ayında en yüksek değer faaliyet endeksinde ortaya çıkmıştır. Son 3 aydır faaliyet endeksinin 100 değerinin üzerinde tutunması, hazır beton sektöründe hareketliliğin devam ettiğine işaret etmektedir. Ancak endeks değerleri halen sektör olarak istediğimiz noktada değildir. Buradan hareketle hazır betondaki hareketliliğin halen istenilen seviyeye ulaşmadığı söylenebilecektir.

Ancak kesin olan şu ki; 2017 yılı ikinci çeyrek rakamları, ilk çeyrekte daha iyi olacaktır. Bunda ihracatın etkisi ön plana çıkacaktır. Aynı zamanda ikinci çeyrekte inşaat sektörünün canlanması ile birlikte ekonomi genelindeki yükseliş devam edecektir. Tüm bu beklentiler ışığında, 2017 yıl sonunda Türkiye ekonomisinin büyüme oranının %4'ün üzerinde olacağı rahatlıkla söylenebilecektir.

Looking back at 2016 in general, we see that Turkey had maintained a 2.9% growth. The construction, undoubtedly, played a key role in this success. The construction industry, whereas a big part of the inputs supplied by the ready mixed concrete sector, closed 2016 with a significant 7.2% growth. This growth, in comparison to the growth of the overall Turkish economy which was 2.9% in 2009, is significant.

With this performance, the construction sector grew its share in the gross domestic income (GDP) from 8.2% to 8.8% in 2016. In 2016, the growth of GDP on current price index in Turkey was 10.8% whereas this growth was 19.3% for the construction industry. In other words, the growth of construction industry based on the current prices index was two fold of the growth of the overall Turkish economy. Thus, there has been a significant increase in the share of the construction industry in the total gross domestic product in 2016.

Driving forces behind this achievement were: the VAT reductions for house sales in the end of 2016; real estate certifications; updates on the title deed fees; financing alternatives; new executions in urban renewal projects; new regulations for house sales to foreigners; increasing public investments; and the promotion campaigns in real estate sector.

In the monthly Ready Mixed Concrete Index Report of THBB, the ready mixed concrete index in April and May was above the threshold. The highest value in May was in the operations index. The level of the operation index above 100 threshold in the last 3 months indicates the ongoing mobility in the ready mixed concrete sector. Nevertheless, indexes in the sector are yet to meet our expectations. In this manner, we can claim that the mobility in ready mixed concrete sector is still below the desired level.

However, it is certain that the figures of the 2nd quarter will be better than the 1st quarter of 2017. The exports will have a prominent role in this. Meanwhile, with the mobility in the construction sector as of the 2nd quarter, the upward trend in the overall economy will also continue. Having said all that, it can be comfortably concluded that the growth of Turkish economy will exceed 4% by the end of 2017.

"TÜRKİYE EKONOMİSİ ŞOKLARA KARŞI KIRILGAN OLMADIĞINI DEFALARCA GÖSTERMİŞTİR"



TMB* BAŞKANI TMB* PRESIDENT
MİTHAT YENİGÜN

"TURKISH ECONOMY PROVED THAT IT'S NOT FRAGILE AGAINST THE SHOCKS"

16 Nisan'da gerçekleştirilen referandum ile milletimiz önemli bir karar vermiş ve Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemini benimsemiştir. İçinde bulunduğumuz süreçte, tüm iş dünyasında egemen olan beklenti, gerilimi azaltacak, normalleşmeyi sağlayacak bir iklimin oluşturulması; sıranın artık ekonomiye gelmesidir.

Türkiye ekonomisinin temel dinamikleri şoklara karşı kırılkan olmadığını defalarca göstermiştir. İş dünyası yatırımlarını sürdürmek, devlet ise teşvik mekanizmalarıyla bu süreci desteklemek için çalışmaktadır. Ancak kısa vadeli teşvik tedbirleri ile uzun mesafe almak mümkün değildir. Yapısal reformlar da ivedilikle gündeme alınmalıdır. Türkiye ekonomisine ilişkin öngörülebilirliği yeniden güçlendirecek, yatırım ortamını iyileştirecek, yabancı yatırım potansiyeline ivme kazandıracak bütüncül yeni bir hikayenin oluşturulması önem taşımaktadır. Umudumuz ve beklentimiz, Türkiye'mizin bu zorlu süreçten güçlenerek çıkması ve geleceğe umutla bakmaya devam etmesidir.

Türkiye Müteahhitler Birliği (TMB) üyeleri bu süreçte taahhüt projeleri, kamu-özel iş birliği, yap-işlet-devret ve gayrimenkul yatırımları olmak üzere üç ana kolda daha fazla üretim ve daha fazla istihdam yaratmak üzere azami gayret göstermektedir.

Uluslararası pazara 1972 yılında adım atmış olan Türk müteahhitler son 45 yıllık sürede dünyanın 117 ülkesinde toplam tutarı 350 milyar ABD Dolarına ulaşan, yaklaşık 9000 proje gerçekleştirmiştir. Küresel pazardaki büyümeye ve toparlanması beklenen emtia fiyatlarına paralel olarak, uluslararası müteahhitlik hizmetleri büyüklüğünün, bugünlerdeki 500 milyar ABD Dolarından, 2030'lar da 750 milyar ABD Dolarına çıkacağı öngörülmektedir. Bu süreçte uluslararası müteahhitlik pastasında bugün %4,6 olan payımızı %7'lere, yıllık yeni proje tutarımızı 50 milyar ABD Dolarına çıkarmak öncelikli hedefimizdir.

Türkiye'de gerçekleştirilmekte olan dev altyapı yatırımları, 2016 yılında açılışı yapılan Osmangazi Köprüsü, Yavuz Sultan Selim Köprüsü ve bağlantı yolları, Avrasya Tüneli, önümüzdeki dönemde açılması planlanan İstanbul 3. Havalimanı, Çanakkale Köprüsü gibi çok önemli projelerin tümü; ayrıca bazı illerde açılışı yapılmaya başlanan entegre sağlık yerleşkeleri ve hastane projeleri, kamu-özel iş birliği modeli ile TMB üyeleri tarafından hayata geçirilmektedir.

With the referendum on April 16th, our nation has decided and adopted the Presidential Governance System. Now, the general expectancy of the business world is a mild climate decreasing the tension and supporting the normalization, and the economy to take on the stage.

Fundamental dynamics of Turkish economy proved many times that it's not fragile against the shocks. Business world is working in order to continue the investments, and the government is working in order to support this process via incentives. However, with the short-term incentive measures, it's not possible to cover a long-distance. Structural reforms should also be taken into consideration urgently. It's crucial to create a new, holistic narrative for the Turkish economy which can increase the predictability, improve the investment environment and boost the foreign investment potential. Our hopes and expectations for Turkey is to come through this period by getting stronger, and continue to take a hopeful view for the future.

Turkey Constructors Assembly (TCA) members are putting high efforts in this period in three domains; the contracted projects, the build-operate-transfer projects, and the real estate investments, in order to increase production and employment.

The Turkish constructors, operating in the international markets since 1972, realized approximately 9,000 projects, worth 350 USD million, in 117 different countries in this 45 years. In parallel to the growing global market and to the increasing commodity prices, the international construction services are expected to reach 750 USD billion in 2030, from today's 500 USD billion level. In this period, our primary objectives are growing our global market share to 7% from today's 4.6%, and increasing our annual project volume to 50 USD billion.

Giant infrastructure investments launched in Turkey such as the Osmangazi Bridge, Yavus Sultan Selim Bridge and the transfer routes, Eurasia Tunnel, the ongoing 3rd Istanbul Airport Project, Çanakkale Bridge along with the integrated health facilities and hospitals, and so on are undertaken by the TCA members within public-private sector partnerships.



uyurun!

Sizin için her gün özenle hazırladığımız,
dünya mutfaklarının en özel lezzetlerinden oluşan
açık büfemize buyurun.

- Rahat ve konforlu atmosfer
- 7/24 açık büfemizde dünya lezzetleri
- Ücretsiz wi-fi
- Business-corner
- Aylık ve haftalık dergiler/gazeteler ve çok daha fazlası "primeclass" Lounge'da sizi bekliyor.

İSTANBUL Atatürk Havalimanı İç ve Dış Hatlar "primeclass" Lounge
ANKARA Esenboğa Havalimanı İç Hatlar "primeclass" Lounge
İZMİR Adnan Menderes Havalimanı İç ve Dış Hatlar "primeclass" Lounge
Milas BODRUM Havalimanı İç Hatlar "primeclass" Lounge
İSTANBUL İDO Yenikapı TEB "primeclass" Lounge


primeclass
lounge

www.primeclass.com.tr



444 25 75



TÜRKİYE'YE GEL VE COME TO TURKEY,

Zorlu günleri geride bırakmak için çalışmalar yürüten Türkiye, Ekonomi Bakanlığı, TİM ve TOBB'un öncülüğünde hazırladığı imaj kampanyasını sürdürüyor. Türkiye İmaj Kampanyası 1 yılda 7 ülkede 500 milyon kişiye ulaşma hedefine yaklaşıyor.





KENDİ HİKAYENİ KEŞFET DISCOVER YOUR OWN STORY

Turkey continues its image campaign prepared under the supervision of the Ministry of Economics, Turkish Exporters Assembly (TİM) and the Union of Chambers and Commodity Exchanges of Turkey (TOBB). Turkey's image campaign approaches the objective of reaching 500 million people within 7 countries in one year.



Geçtiğimiz yıl yaşanan başarısız darbe girişimi ve terör saldırılarının akabinde, Türkiye'nin yurtdışında itibarsızlaştırılmaya çalışılmasını engellemek amacıyla Türkiye'de yıllardır çalışan, yatırımları olan küresel şirketlerin yöneticileri ülkenin yurt dışındaki imajını ve algısını düzeltmek için harekete geçti. Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekçi, TİM ve TOBB öncülüğünde hayata geçen Türkiye İmaj Kampanyası, 7 ülkede 500 milyon kişiye ulaşma hedefi ile yola çıktı.

Lansmanı 2017 yılı Mart ayında Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekçi, TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, TOBB Başkan Vekili Halim Mete, sivil toplum ve iş dünyasının temsilcileri ile küresel çapta faaliyet gösteren firmaların en üst düzey yöneticilerinin desteğiyle gerçekleşen kampanya ile son dönemde yurtdışında Türkiye aleyhine yürütülen negatif algı oluşturma çabalarına kuvvetli bir yanıt verilmesi hedefleniyor.

Türkiye'nin uluslararası konumunu güçlendirme ve itibarının zedelenmesine mâni olma amacını güden kampanya Amerika, İngiltere, Almanya, Fransa, İtalya, Rusya ve Birleşik Arap Emirlikleri olmak üzere, Türkiye'nin ihracatında yüzde 40'a yakın paya sahip yedi ülkeyi kapsıyor. Çalışmaların tamamının Türkiye'den yönetildiği kampanya kapsamında ilk etapta Türkiye'de varlık gösteren yabancı kurum ve kuruluşların üst düzey yöneticileri ile hazırlanan reklam filmleri, yedi ülkede gösterime girdi.

KAMPANYA TÜRKİYE'NİN GERÇEKLERİNİ ANLATIYOR

17 uluslararası markanın üst yöneticilerinin Türkiye'ye duydukları güveni ve inancı kendi ağızlarından aktardıkları videolar, 'Yabancı dostların gözünden, kalbinden ve dilinden Türkiye' temasını işliyor. Yurtdışında, özellikle Türkiye'nin ihracatından yüksek pay alan ülkelerde yürütülen kampanyanın diğer ülke kampanyalarından en büyük farkı; Türkiye'nin gerçeklerinin Türkiye'li iş adamlarının ağızından değil, Türkiye'de faaliyet gösteren ve Türkiye'nin taşıdığı potansiyele güvenen işlerine yatırım yapmaya devam eden yabancı kurumların üst düzey yöneticileri ağızından anlatılması...

Kampanya ile ilgili bilgi veren TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, "Biz bu kampanyayı, Türkiye ekonomisine ve güçlü bir potansiyel taşıyan yatırım iklimine dikkat çekmek üzere başlattık. Mesajlarımız tamamen Türkiye ekonomisi ve yatırım ortamının somut gerçekleri üzerine kurulu. Kampanyamız konusunda en ikna edici argümanın da bu gerçekler olduğuna inanıyoruz. İkna için ise gerçekler dışında başkaca araçlara ihtiyacımız olduğunu düşünmüyoruz. Ana mesajımız, 'Come to Turkey, Discover your own story'. Bizi tanımak isteyen herkesi, kendi Türkiye hikayelerini keşfetmek için ülkemize davet ediyoruz" dedi.

TİM BAŞKANI MEHMET BÜYÜKEKŞİ, "BİZ BU KAMPANYAYI, TÜRKİYE EKONOMİSİNE VE GÜÇLÜ BİR POTANSİYEL TAŞIYAN YATIRIM İKLİMİNE DİKKAT ÇEKMEK ÜZERE BAŞLATTIK."

TİM PRESIDENT MEHMET BÜYÜKEKŞİ TOLD: WE INITIATED THIS CAMPAIGN IN ORDER TO HIGHLIGHT THE TURKISH ECONOMY AND THE HIGH INVESTMENT POTENTIAL.

Following the unsuccessful coup attempt and the terror attacks last year, in order to prevent the international defamatory campaign over Turkey, the executives of the global companies operating in Turkey for many years took action to restore the international image and perception towards the country. Turkey image campaign which was launched by the initiatives of the Minister of the Economy Nihat Zeybekçi, TİM and TOBB started with the objective of reaching 500 million people within seven countries.

With the campaign, launched in March 2017 with the supports of the Minister of Economy Nihat Zeybekçi, TİM President Mehmet Büyükekşi, TOBB Vice President Halim Mete, the delegates of the NGO's and the business world along with the top executives of the global companies, it is aimed to give a strong response to the international negative publicity campaigns against Turkey.

The campaign, which aims to strengthen the international position of Turkey and avoid the damages on the reputation of the country, is consisted of the seven countries, USA, UK, Germany, France, Italy, Russia, and UAE, which accounts nearly for the 40% of Turkey's total exports. Completely coordinated from Turkey, the advertisements covering the top executives of the companies and institutions operating in Turkey aired in these seven countries.

CAMPAIGN DESCRIBES THE REALITY OF TURKEY

The videos, in which the seventeen top executives of international brands personally state their trust and belief towards Turkey, highlight the theme of "Turkey in the hearts and views of foreign friends". The biggest contrast of the campaign launched in the countries which have the major portion of Turkey's export, is that the message being brought by the top executives of foreign companies operating and believing in Turkey instead of the domestic executives.

Commenting on the campaign, TİM President Mehmet Büyükekşi told: "We initiated this campaign in order to highlight the Turkish economy and the high investment potential it has. Our messages are completely based on the tangible facts of the Turkish economy and investment field. We regard these facts as the most convincing arguments of the campaign. We believe that we need nothing but the facts to be convincing. Our headline is 'Come to Turkey, discover your own story'. We invite everyone who is willing to meet us, to discover their own story in Turkey.

Detailing on the campaign that it will be

Kampanyanın söz konusu ülkelerde reklam, dijital medya ve halka ilişkiler faaliyetleri olarak icra edileceğini belirten Büyükeşki, "Bu kapsamda iletişim danışmanlığı ve PR, kreatif, medya satın alma ve içerik üretimi ile sosyal medya ajansları ile çalışmalar yapıyoruz. İlk etapta hedeflenen 7 ülkede, 3 ay süreyle bir reklam kampanyası başlatıldı. Bu esnada hem sosyal medyada hedeflediğimiz tüm kesimlere ulaşmak için çalışmalarımız, hem de medya yayın organları vasıtasıyla hedef kitlemize ulaşmak için faaliyetlerimiz oldu. Ayrıca Ekonomi Bakanımız Nihat Zeybekçi'nin de lansman toplantısında ifade ettiği üzere Türkiye'nin tanıtım atağı, iş dünyası ve medya alanında dünyadaki önemli aktörlerin Türkiye'ye davet edileceği, diğer alanlarda yapılacak tanıtım kampanyaları ile devam edecek" diye konuştu.

Unilever Türkiye, Orta Asya ve İran Yönetim Kurulu Başkanı Harm Goossens, Samsung Türkiye Başkanı DaeHyun Kim, Vodafone Türkiye CEO'su Colman Deegan, Toyota Türkiye Genel Müdür ve CEO'su Hiroshi Kato, Hyundai Assan Başkan & CEO'su Mong Hyun Yoon, Danone Türkiye Genel Müdürü Laurent Boissier, Sanofi Türkiye Genel Müdürü Fabrizio Guidi, Novartis Türkiye Ülke Başkanı Peter Catalino, Sberbank CEO Herman Gref, BNP Paribas Uluslararası Bireysel Bankacılık Başkan Vekili Jean Paul Sabet, General Electric Başkan Yardımcısı John Rice, Ford Motor Company Başkan & CEO'su Mark Fields, Fiat Chrysler CEO'su Sergio Marchionne, Nestle Türkiye Yönetim Kurulu Başkanı ve Genel Müdürü Felix Allemann, GSK Türkiye, Ortadoğu ve Kuzey Afrika Bölgesi Başkan Yardımcısı ve Direktörü Dr. Fabio Landazabal, Yandex Global CEO'su Arkady Volozh, Nasdaq Başkanı ve CEO'su Adena Friedman gibi isimlerin yanı sıra spor dünyasından da Lukas Podolski, Wesley Sneijder ve Samuel Eto'o gibi isimlerin yer aldığı kampanya tüm hızıyla devam ediyor. Kampanyanın getirdiği ses sayesinde, yeni isimler de bu listeye eklenmeyi sürdürüyor.

Bundan sonra izlenecek süreç hakkında da bilgi veren TİM Başkanı Büyükeşki "Kampanyanın bundan sonraki adımları konvansiyonel ve dijital PR ayakları ile iş dünyası nezdinde birebir ilişki yönetimi çalışmaları ağırlıklı olarak tasarlandı. Söz konusu 7 ülkedeki öncelikli paydaşları kapsayacak şekilde detaylı bir iletişim planlamasını tamamlamak üzereyiz. Elbette öncelikli paydaşlardan biri de uluslararası basın kuruluşları. Medya ilişkileri çalışmaları çerçevesinde, yurt dışındaki prestijli yayınlarda özel haber, dosya haber ve röportaj çalışmaları gerçekleştirilecek. Ayrıca, networking faaliyetlerinden iş adamlarımızın birebir içinde olacakları karşılıklı heyet ziyaretlerine ve iş dünyası etkinliklerine kadar atacağımız daha pek çok adım var" dedi.

BÜYÜKEŞİ: "TÜRKİYE'NİN TANITIM ATAĞI, İŞ DÜNYASI VE MEDYA ALANINDA DÜNYADAKİ ÖNEMLİ AKTÖRLERİN TÜRKİYE'YE DAVET EDİLECEĞİ, DİĞER ALANLARDA YAPILACAK TANITIM KAMPANYALARI İLE DEVAM EDECEK"

**BÜYÜKEŞİ:
"TURKEY'S
PROMOTIONAL
INITIATIVE WILL
CONTINUE WITH THE
INVITATIONS TO
THE GLOBALLY
FAMOUS FIGURES
FROM BUSINESS AND
MEDIA TO TURKEY, AND
WITH PROMOTIONAL
CAMPAIGNS
IN OTHER DOMAINS."**

executed as advertising, digital media, and PR activities in the given countries, Büyükeşki added: "We collaborate with agencies on communication, PR, creative media planning, content design and social media activities. In the first phase an advertising campaign aired in seven countries for three months. Meanwhile, we conducted campaigns to reach our target audience through social media as well as through traditional media. Besides, as mentioned by the Minister of the Economy Nihat Zeybekçi in the launching ceremony, Turkey's promotional initiative will continue with the invitations to the globally famous figures from business and media to Turkey, and with promotional campaigns in other domains.

The campaign goes on full speed with the participation of the professionals such as Unilever Turkey, Middle East and Iran Board Chairman Harm Goossens, Samsung Turkey President DaeHyun Kim, Vodafone Turkey CEO Colman Deegan, Toyota Turkey General Manager and CEO Hiroshi Kato, Hyundai Assan President and CEO Mong Hyun Yoon, Danone Turkey General Manager Laurent Boissier, Sanofi Turkey General Manager Fabrizio Guidi, Novartis Turkey Country President Peter Catalino, Sberbank CEO Herman Gref, BNP Paribas International Personal Banking Vice President Jean Paul Sabet, General Electric Vice President John Rice, Ford Motor Company President and CEO Mark Fields, Fiat Chrysler CEO Sergio Marchionne, Nestle Turkey Board Chairman and General Manager Felix Alleman, GSK Turkey, Middle East and North Africa Region Vice President and Director Dr. Fabio Landazabal, Yandex Global CEO Arkady Volozh and Nasdaq President and CEO Adena Friedman besides with the star athletes such as Lukas Podolski, Wesley Sneijder and Samuel Eto'o. Following the campaign's impact new names are still joining the list.

Informing on the upcoming schedule, TİM President Büyükeşki told: "The consequent steps of the campaign designed as the conventional and digital PR domains and one-on-one business relations and networking activities. We almost completed a detailed communication plan including the prominent stakeholders in the given seven countries. Surely, the international press is one of the most prominent stakeholders. Within the media relations framework exclusive news, reports and interviews will be published in prestigious publications. Besides, there will be many other steps with the participation of our businessmen such as networking activities, bilateral business delegations and commercial events."

YATIRIMCILAR TÜRKİYE HAKKINDA NELER SÖYLÜYOR? WHAT DO INVESTORS SAY ABOUT TURKEY?



BNP PARİBAS BAŞKAN YARDIMCISI JEAN PAUL SABET

BNP Paribas Türkiye'yi ana ve dinamik pazar olduğu için seçti. Türkiye'deki yatırımlarımızdan çok mutluyuz. Türkiye büyüyen bir ekonomi olarak değerlendiriliyor. Türkiye stratejik, güçlü, verimli bir girişimci ve inovatif bir ülke.

BNP PARİBAS BAŞKAN YARDIMCISI JEAN PAUL SABET

Bnp Paribas has chosen Turkey because its major dynamic market. We are very happy with our many investment in Turkey. Turkey is considered as a growth engine. It is strategic, powerful and efficient entrepreneurial and innovative.



DANONE TÜRKİYE GENEL MÜDÜRÜ LAURENT BOISSIER, Danone içerisinde Türkiye'nin önemli bir konumu var. Hızlı büyüyen bir ülke. Türkiye'de 20 yıldır işlerimizi yürütüyoruz. Bu süre içerisinde sağlam bir işbirliği kurduk. Danone Türkiye'de şu anda 2.000 den fazla insan çalışıyor. Türkiye; eşsiz, güvenilir ve diğer medeniyetler için köprü niteliğinde.

DANONE TÜRKİYE GENEL MÜDÜRÜ LAURENT BOISSIER, Turkey has specific position within Danone. It's a fast developing country. We are now operating in Turkey for 20 years. We have built solid partnerships. We are now about a little bit more than 2.000 employees in Turkey working for Danone. Turkey is unique, trustworthy, and bridge between different civilization.



FIAT CHRYSLER CEO'SU SERGIO MARCHIONNE

50 yıldır Türkiye'deyiz. Uluslararası ilişkiler konusunda Türkiye bizim sahip olduğumuz en iyisi. İtalya'nın dışında muhtemelen Fiat-Chrysler için en önemli yerel kalkınma ve ihracat merkezi. Son birkaç yılda sayısız ve önemli ekonomik hedefler başardık. Birçok Türk otomobil dünya çapında yollarda. Bundan ötürü çok mutluyuz.

FIAT CHRYSLER CEO'SU SERGIO MARCHIONNE

We been in Turkey for 50 years. In terms of international relationships it is the best that we have. Outside of Italy it is probably the most important local development and export hub for Fiat-Chrysler. We've achieved numerous and significant economic milestones over the last few years. A lot of Turkish cars are finding their way around the world. So quite happy with what's going on.



FORD MOTOR COMPANY BAŞKAN & CEO'SU MARK FIELDS Türkiye, Ford için son derece önemli bir ülke. Bir misafir olmaktan fazlasını hissediyoruz. Avrupa'da bir numaralı ticari araç markasıyız ve ticari araçlarımızın çoğunu Türkiye'de yapıyoruz. Türkiye çok özel bir yer. Türkiye'nin ve yükselen ekonomisinin bir parçası olmaktan ötürü çok mutlu ve çok gururluyuz.

FORD MOTOR COMPANY BAŞKAN & CEO'SU MARK FIELDS Turkey is an extremely important part of Ford Motor Company. We feel more than just being a guest. We are the number one commercial vehicle brand in Europe and we make majority of our commercial vehicles in Turkey. Turkey is a very special place. We're extremely happy and extremely proud to be part of Turkey and its economical development.



GSK TÜRKİYE, ORTADOĞU VE KUZAY AFRIKA BÖLGESİ BAŞKAN YARDIMCISI VE DİREKTÖRÜ DR. FABIO LANDAZABAL

Türkiye’de yaşamaktan ötürü çok mutluyum. Türkiye Glaxosmithkline (GSK) için stratejik bir ülke. Çeşitlilik, misafirperverlik ve fırsatlarla dolu bir ülke. Farklı olacağım, kalbimin bir kısmı Türk olacak ve dünya-daki Türkiye temsilcisi olacağım.

GSK TÜRKİYE, ORTADOĞU VE KUZAY AFRIKA BÖLGESİ BAŞKAN YARDIMCISI VE DİREKTÖRÜ DR. FABIO LANDAZABAL

I’m delighted to be able to live in Turkey. Turkey it is a strategic country for Glaxosmithkline. As the land of diversity, hospitality and full of opportunities. I would be different, part of my heart would be Turkish and I will become an representative of Turkey in the world.



GENERAL ELECTRIC BAŞKAN YARDIMCISI JOHN RICE

65 yılı aşkın süredir Türkiye’deyiz. Bu süre GE tarihinin yarısı kadar. Biz uzun süreli yatırımcıyız. Türk şirketleri ile yapabileceğimiz başka yerlerdeki işler, küresel başarılarımız için önemlidir. Türkiye benim için genç, dinamik ve inovatif. Biz Türkiye’de bulunmak istiyoruz, biz Türkiye’de bulunmalıyız.

GENERAL ELECTRIC BAŞKAN YARDIMCISI JOHN RICE

We’ve been in Turkey for over 65 years, that’s half of GE’s history. We’re a long term investor. The work that we can do with Turkish companies in other places are essential to our global success. Turkey for me, young, dynamic, innovative. We wanna be in Turkey we have to be in Turkey.



UNILEVER TÜRKİYE, ORTA ASYA VE İRAN YÖNETİM KURULU BAŞKANI HARM GOOSSENS

Burada bulunmaktan gerçekten keyif alıyoruz. Türkler son derece dost canlısı. Türkiye yıllardır gerçekten önemli ve büyüyen bir Pazar. Artık tüm Dünya’da çalışan bir çok yetenekli insana sahip. Türkiye’de markamıza, fabrikalarımıza ve en önemlisi insanlara yatırım yapıyoruz. Türkiye Unilever için çok önemli bir ülke. Başladık, 100 yıldır buradayız ve eminim ki bir 100 yıl daha burada olacağız.

UNILEVER TÜRKİYE, ORTA ASYA VE İRAN YÖNETİM KURULU BAŞKANI HARM GOOSSENS

We are really enjoying it here. Turkish people are extremely friendly. Turkey for years now have been really important market, it’s a growing market, it’s got way talented people which work now all across the world. In Turkey we invest in our brands, we invest in factories and most of all we invest in people. Turkey is very important to Unilever to start with we’ve been here longer than 100 years and for sure we will be here for another 100 years.



SAMSUNG TÜRKİYE BAŞKANI DAE-HYUN KIM

Burada yaşamaktan dolayı çok rahatım diyebilirim çünkü Türkiye çok güvenli bir ülke. Kore ve Türkiye arasında birçok benzerlikler var. Türkiye çok dinamik bir ülke. Ve Türkiye yüksek potansiyel fırsatlara sahip. Yeni ürün satan her şirket Türkiye’ye gelmelidir.

SAMSUNG TÜRKİYE BAŞKANI DAE-HYUN KIM

Turkey is very safe country that’s why I could say I’m very comfortable to stay to live here. There are many similarities between Turkey and Korea. Turkey is very dynamic country. And Turkey has high potential opportunities. Every company who sell new things, they need to come here.



VODAFONE TÜRKİYE CEO’SU COLMAN DEEGAN

Vodafone Türkiye’de olmaktan çok mutlu. İş çok yol aldı ve 7 yıldır durmadan büyüyor. Burada çok başarılı bir işe sahibiz. Türkiye muhteşem bir ülke, büyük bir pazar, içinde yer almak için büyük bir endüstri. Türkiye fırsat, enerji ve misafirperverliktir.

VODAFONE TÜRKİYE CEO’SU COLMAN DEEGAN

Vodafone is very happy to be in Turkey. The business has come a long way and has for now for 7 years just had continued growth. We have a very successful business here. It’s a great country, great market and a great industry to be involved in. Turkey is opportunity, energy, hospitality.

CEZBEDEN ÇALIŞMA ALANLARI: PAYLAŞIMLI OFİSLER

Günümüzde yapılan işe bağlı olarak çalışma alanları da daha serbest hale geliyor. İnsanlar kendilerini ofislerden dışarı atıyor, daha verimli olabilecekleri serbest mekanları birer ofis gibi kullanmaya başlıyor. Bir de yapacak bir işi olup, çalışacak bir ofisleri bulunmayanlar var elbette. İşte tüm bu farklı profiller kendilerini ofis konforunda çalışabilecekleri paylaşımlı (coworking) ofislerde buluyor.

Tüm dünyada “coworking” yani “işbirliği içinde çalışmak” olarak bilinen paylaşımlı ofis alanları profesyonel çalışanların sık sık karşılaştığı bir kavram. Dünyada 2006 yılında, San Francisco’da açılan Citizen Space ile ilk adımları atılan coworking alanlar bugün tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de oldukça ilgi çekiyor. Yalnızca 2015 yılında dünyada 7800’den fazla coworking alan bulunurken bu alanları kullanan üye sayısı da 510 bin civarındaydı. 2014 yılında üye sayısının 295 bin olması ise bu alan-daki büyümenin ne denli hızlı ve güçlü olduğunu gözler önüne seriyor.

Farklı sektörlerden her seviye çalışan bireysel olarak paylaşımlı ofis alanlarını tercih edebildiği gibi, start-up’lar ve hatta daha büyük hacimli şirketlerin yolu da yine paylaşımlı ofislerle kesişiyor. Telefon, faks, fotokopi, internet gibi ofis ihtiyaçlarının yanı sıra, yine sosyal (oyun alanları) ve işle ilgili (toplantı salonları) gereksinimlerin ortak olarak kullanılabildiği bu alanlar yüksek konsantrasyonun yanı sıra önemli bir maliyet avantajı yaratıyor. Ayrıca birçok farklı sektörden çalışanın bir arada olmasıyla da yeni fikirlerin ortaya çıkması da sürpriz olmuyor.

2016 yılında yapılan Global Coworking araştırmasına göre paylaşımlı ofis üyeleri, üye



INVITING WORKING SPACES: CO- WORKING OFFICES

In our time, depending on the jobs, the working spaces are also becoming more flexible.

Employees get out of their offices, using other places where they can work more efficiently. Surely, there are also others with particular professions but without offices. All these different profiles find themselves in “co-working offices” where they can work in an office comfort.

DÜNYADA BULUNAN COWORKİNG ALANLARIN ÇOK ÖNEMLİ BİR KISMI ASYA KITASINDA YER ALİYOR.

MOST OF THE
CO-WORKING SPACES
IN THE WORLD ARE
LOCATED IN ASIA.



Coworking offices, the working spaces for collective groups, is a commonly seen concept for professionals all over the world. Pioneered by the Citizen Space in San Francisco on 2006, co-working spaces attract significant attention also in Turkey nowadays as much as the rest of the world. By 2015, there were more than 7800 co-working spaces and about 510k users globally. Considering the 295k users in 2014, the figures reveal how big and strong is the growth in this field.

Just as individual employees of various levels from numerous companies prefer co-working areas, some start-ups and even bigger companies came across at these offices from time to time. Including phones, fax, copy machines, internet connection besides with social areas and meeting rooms, these spaces provide high focusing environment and cost advantage. Besides, unsurprisingly, sharing such a place with many other professionals from various sectors could spark new ideas.

According to the Global Co-working study in 2016, 78 percent of the members keep using the spaces more frequently and only 5 percent of these workers prefer to use conven-

olduktan sonra yüzde 78 oranında buraları daha sık kullanmaya devam ediyor, geleneksel ofislerde çalışanların oranı ise yüzde 5 olarak dikkat çekiyor. Yine aynı araştırmaya göre üyelerin, diğer üyelerden beklentileri şöyle sıralanıyor: gayriresmi iş sohbetleri yapabilmek (%75), bilgi paylaşımında bulunabilmek (%68), beyin fırtınası yapmak ve yeni fikirler paylaşmak (%60), yeni projeler için fırsat oluşturmak (%55) ve kontaktları paylaşmak (%54).

KİMLER, NEDEN TERCİH EDİYOR?

Ekonomideki değişimler ve ofis maliyetlerinin yüksekliği paylaşımlı ofislere ilgiyi artıran unsurların başında geliyor. Öyle ki artık büyük şirketler bile çalışma alanlarını paylaşımlı ofislere kaydırıyor. Geçtiğimiz yıl, 12 aydan daha uzun süre ofis kiralayanların oranı dünya çapında yüzde 63 iken, bu rakam 2017 yılında yüzde 65'e çıktı. Paylaşımlı ofisleri tercih edenlerin ise vizyonu oldukça geniş, bu kişilerin yüzde 77'si işinde büyüme planları yapıyor.

İşin yatırımcı tarafına bakıldığında ise paylaşımlı ofis sahipleri, bu yatırımın geri dönüşünü 2-4 yılda alabiliyor. Bu alanlara artan ilgi de yatırımcıların iştahını kabartıyor. Pastanın büyüklüğü ve gelecek yıllarda mobilitenin daha da önem kazanmasıyla bu alanda da önemli bir rekabet oluşacak gibi görünüyor.

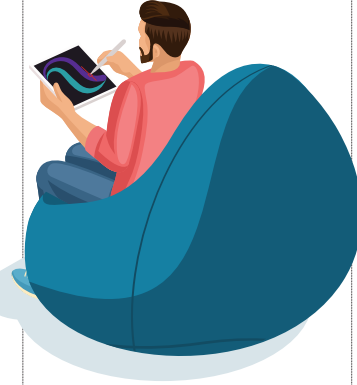
TÜRKİYE'DEN ÖRNEKLER

Impact Hub Ayşe Sabuncu, Semih Boyacı ve Akif Yağız Saraçlar üçlüsü tarafından İstanbul'a getirilen Impact Hub, sadece Türkiye'deki aktörler arasında olmak değil aynı zamanda global örnekler arasında bir köprü olmak istiyor.

Kolektif House İstanbul'da Levent ve Şişhane gibi iki önemli merkezde hizmet veren Kolektif House, kısa geçmişine rağmen ses getirmeyi başardı. Ahmet Onur, Civan Orhan ve Arda Yiğithan Orhan tarafından kurulan şirket 7/24 çalışanlara hizmet veriyor.

Workinton Beşinci yılını kutlayan ve İstanbul, İzmir ve Ankara'da ofisleri bulunan Workinton, büyük bir atılım yaparak ABD'de San Diego'da da yeni ofisini açtı. Coworking dışında, sanal ofis, hazır ofis ve toplantı odası hizmetleri veren şirket, şu anda 15 bin üyeye ile 2000'den fazla kurumsal müşteriye sahip. Türkiye'de ise özellikle Anadolu'da franchise ile büyümeyi hedefliyor.

PAYLAŞIMLI OFİS ALANLARI FARKLI ÜYELİK TİPLERİNE GÖRE FARKLI FİYATLANDIRMALAR YAPIYOR.



tional offices. The results also rank the users' expectations from other users as: making informal business talks with others (75%), sharing information (68%), brainstorming and sharing new ideas (60%), bringing opportunities for new projects (55%), and sharing contacts (54%).

WHO AND WHY PREFER THEM?

Changing economy and the high office costs are primary reasons of the attractiveness of co-working offices. Such that, even big companies replace their work places with the co-working areas. In 2017, the rate of users contracting periods for longer than 12 months increased up to 65% from 63% in the last year. The users of co-working places also have broad business visions that 77 percent of them plan growing their business in the future.

On the investors part, the owners can get the return on their investments in 2 to 4 years. The growing demand keep attracting investors' attention. Given the size of the market and the anticipated growth of mobility in the near future, the competition in this field is likely to get fierce.

CASES FROM TURKEY

Impact Hub Impact Hub, brought to İstanbul by Ayşe Sabuncu, Semih Boyacı, and Akif Yağız Saraçlar, aims not only to be a local actor in Turkey but also pursues to be a bridge between the global players.

Kolektif House Operating in two important locations in İstanbul, Levent and Şişhane, Kolektif House created a great impression despite its short history. The company, established by Ahmet Onur, Civan Orhan, and Arda Yiğithan Orhan, serves the clients 24/7.

Workinton Celebrating its fifth year with its offices in İstanbul, İzmir and Ankara, Workinton made a huge leap by launching its new Office in San Diego, USA. Besides with co-working, virtual offices, serviced office models and meeting room services, the company now has 15k members and more than 2k corporate clients. It aims also to grow in Anatolia region in Turkey via franchising.

CO-WORKING SPACES HAVE DIFFERENT PRICING OPTIONS FOR VARIOUS MEMBERSHIP TYPES.

PAZARLAMADA YENİ TREND: YOUTUBER

İnternetin yaygınlaşması ve dijitalleşme günlük yaşamın şeklini değiştiriyor. Bu değişim yeni iş alanlarını da beraberinde getirirken pazarlamacılar da stratejilerinde bu değişimi göz ardı etmiyor. YouTube ve tabii ki YouTuberlar da bu yeni dönemin yükselen pazarlama araçlarından biri olarak kabul ediliyor.

Youtube günümüzün en önemli ve en kapsamlı video platformu. Açıklanan rakamlara göre her ay 1,5 milyar insan, yani dünya üzerindeki her 5 insandan biri Youtube'da oturum açıyor. Bu izleyiciler yalnızca mobilde, günde 1 saatten fazla video izliyor.

REKLAMDA EN YÜKSEK BÜTÇE DİJİTALDE

New York merkezli araştırma şirketi eMarketer'ın mobil reklamcılık üzerine yayınladığı rapora göre 2017 yılında dijital reklam harcamalarının yüzde 15,9'luk artışla 83 milyar dolar olması bekleniyor. Bu pastadan en önemli payı alanlardan biri de kuşkusuz Youtube. YouTube'un net ABD video reklam gelirlerinin 2017 yılında 2,59 milyar dolara ulaşacağı ve bu rakamın ABD'deki toplam video reklam gelirlerinin % 20,0'sini oluşturduğu belirtiliyor.

UBS Evidence Lab'a göre 18 ila 34 yaş grubunun yüzde 54'ü YouTube'u günde en az bir kez ziyaret ediyor. Ancak bu yaş grubunun %11'inin Youtube'daki reklamları izlememek için engellediği de ortaya çıkıyor. Yalnızca yüzde 59'u, reklamları atlamasına izin verilene kadar YouTube video reklamlarını izliyor, % 29'u ise reklamların tamamlanmasını bekliyor.

Bu rakamlar aslında kısaca şu anlama geliyor: Bu mecra ya reklam için ayrılan her kuruş hedef kitleye ulaşmıyor. Bu durum da pazarlamacıları, hazırladıkları içeriklerle organik bir yayılım elde eden ve çok sayıda izlenme rakamına ulaşan YouTuber'lara yönlendiriyor.

Hem Türkiye'de hem de dünyada bir pazarlama trendi olarak yükselen YouTuber'lık, video ve içeriğin birlikte nasıl bir güç oluşturduğunu ortaya koyuyor. Zira YouTuber'ların



A NEW MARKETING TREND: YOUTUBER

Proliferation of the internet and the digitalization transform the daily life. While new business areas are emerging within this transformation, the marketers do not ignore these changes. YouTube and of course, the YouTubers are considered as one of the emerging marketing tools of this new era.

YouTube is the most prominent and the biggest video platform today. According to the reports, each month 1.5 billion people, one fifth of the total global population, log in YouTube. The visitors spend approx. one hour on mobile watching videos on daily average.

DIGITAL GETS THE BIGGEST SHARE OF THE ADVERTISING BUDGETS

According to the New York based research company eMarketer's report on mobile advertising, digital advertising spending is

İŞKUR'DAN YOUTUBER'LIK KURSU

Türkiye İş Kurumu (İŞKUR) "Türkiye İçin Dijital Dönüşüm Hareketi" projesi kapsamında YouTuber yetiştirmek üzere düğmeye bastı. Google ile yapılan işbirliği çerçevesinde ilk etapta 6 ilde (Bursa, Kayseri, Van, Gaziantep, Samsun ve Antalya) başlanacak pilot uygulamada, nasıl iyi bir YouTuber olunacağını öğrenen gençler kendi kanallarını kurarak yayın yapabilecekler. Elde edecekleri gelir ise hem aldıkları eğitimi uygulamaya dökme becerisine bir parça da doğal yeteneklerine bakacak.

YOUTUBER COURSE FROM İŞKUR

Turkish Employment Institution (İŞKUR) started "Digital Transformation Movement for Turkey" Project to educate new YouTubers. Within a collaboration with Google, the young attendees from six different pilot cities (Bursa, Kayseri, Van, Gaziantep, Samsun, and Antalya) will learn how to create their own channel and manage it successfully. Their natural abilities along with the ability to implement what they've learned will determine the outcomes.

hazırladıkları videoların içerisine oldukça usta bir şekilde yerleştirilen reklamlar hedef kitlenin konforunu bozmadan onlara ulaşma imkanı sağlıyor. Modern dijital pazarlama için bu çok önemli bir dönemeç.

YOUTUBE'DAKİ FENOMENLER: YOUTUBER'LAR

Bugün sosyal medyada tüm mecralar para kazanmak için de bir araç. Fenomenler Snapchat, Instagram gibi mecralarda topladıkları aboneler ve izlenme rakamlarıyla önemli bir gelir elde ediyorlar. 50 bin takipçisi olan bir YouTuber her 100 bin yeni takipçi için 2 bin dolar kazanıyor.

Yorumlar, beğeni ve abone sayıları bir YouTuber'a para kazandıran en önemli göstergeler. Bu nedenle de bu mecrada etkileşim oranları da oldukça yüksek.

Önemli olan bir alanda uzmanlaşmak. Zira Youtube'u bir mecra olarak tercih eden pazarlamacılar, bu mecrada spesifik alanlardaki tüketicilere ulaşmak istiyor. Bu nedenle YouTuber'ın seçtiği alan onun gelirini de belirleyen unsurların başında geliyor. Bir YouTuber oluşturduğu etkileşime bağlı olarak aylık 10-20 bin TL arasında gelir elde edebiliyor. Bugün Google ve Facebook'un ardından en fazla ziyaret edilen üçüncü web sitesi olma özelliğini taşıyan Youtube oldukça yüksek izlenme rakamları, her yaş grubundan ve toplumun farklı kesimlerinden insana ulaşma potansiyeliyle, hem bu mecradan para kazanmak isteyenler hem de hedef kitlesine ulaşacak mecra arayan şirketler ve pazarlamacılar için önemini daha da fazla artıracak gibi görünüyor.

EN İYİLER THE BEST

SIRALAMA RANK	KULLANICI ADI USER	ABONELER SUBSCRIBERS	İZLENME SAYISI VIDEO VIEWS
1	T-Series	20,941,683	19,969,217,803
2	Sparkle Spice	1,681,103	1,096,098,077
3	Ryan ToysReview	8,257,925	13,835,130,063
4	SET India	13,023,935	9,019,891,577
5	Canal KondZilla	15,662,781	7,545,838,523
6	LuisFonsiVEVO	8,389,546	3,727,836,426
7	WorkpointOfficial	8,264,090	6,165,796,817
8	netd müzik	5,980,361	13,927,485,071
9	Ed Sheeran	18,691,145	7,775,581,439
10	kLies	167,524	123,949,640

50 BİN TAKİPÇİSİ OLAN BİR YOUTUBER HER 100 BİN YENİ TAKİPÇİ İÇİN 2 BİN DOLAR KAZANIYOR.

A YOUTUBER WITH 50K FOLLOWERS EARNS 2,000 USD FOR EVERY NEW 100K FOLLOWERS.

expected to exceed 83 USD billion in 2017 with a 15.9 percent increase. YouTube gets, undoubtedly, one of the biggest slice of this pie. YouTube's net video advertising income in 2017 is estimated to reach 2.59 USD billion which accounts for the 20 percent of the total video ad spending in the US.

According to the UBS Evidence Lab, 54 percent of the population between 18 and 34 years of age visit YouTube at least once a day. However, it appears that 11 percent of this group blocks YouTube ads. 59 percent watches the ads only until it allows to turn off the ad and move on to the video, and 29 percent watches until the ads are completed.

These figures basically reveals: Not every penny spent on this domain has a return on investment. This leads marketers to gravitate towards the YouTubers who reach great number of clicks in organic ways through the contents created by themselves.

Becoming a marketing trend in Turkey as much as the whole world, YouTubers show how big can be the effect of content when merged with the video. Yet, ingeniously embedded ads into the videos created by YouTubers enable to reach the audience without discomforting them. That is a milestone for contemporary marketing.

YOUTUBE PHENOMENA: YOUTUBERS

Today all social media domains are also a source of income. Phenomenal YouTubers, with their incredible number of followers and clicks through domains such as Snapchat and Instagram, make significant incomes. A YouTuber with 50k followers earns 2,000 USD for every new 100k followers. Number of comments, likes and followers are the most prevalent parameters creating returns for a YouTuber. Therefore, interaction rate in this domain is fairly high.

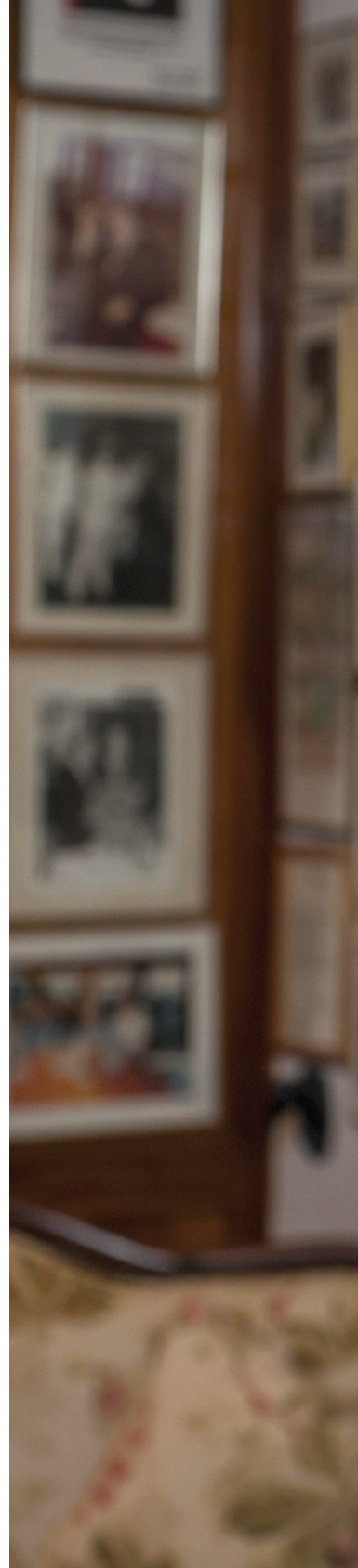
The thing is mastering in a field. Because, marketers opting for YouTube tend to reach niche customer segments in here. So, the field of expertise of a YouTuber determines the potential income. A YouTuber, depending on the interaction he/she created, can earn up to 10 to 20k TL in a month on average. Being the third most visited platform after Google and Facebook, Youtube, with its huge number of views and the potential to reach a population with great diversity, seems to grow its prominence for both the entrepreneurs aiming to make money out of it as well as the companies and marketers seeking new platforms to reach new audiences.

TÜRKİYE'DE ETİN USTASI: BEYTI

Kuruluşu 70 yıl öncesine dayanan Beyti tek şubeyle uluslararası bir başarıya ulaştı. Haklı ününü etin kalitesine ve lezzetine olduğu kadar misafirperverliğine de borçlu olan Beyti Türkiye'de işini en iyi yapanlara güzel bir örnek.

MASTER OF THE MEAT IN TURKEY: BEYTI

Beyti, founded 70 years ago, achieved an international success with a single restaurant. Owing its well-deserved fame to its top quality and taste meat as well as the hospitality, Beyti is a great example of the ones who do their job well in Turkey.







Günümüzde “steakhouse”lar çok yaygın olsa da Türkiye’de kebabın yeri her zaman ayrıdır. Kahvaltı sonrası tüm öğünlerde tüketilebilen, kendine has bir kültürü olan kebab konusunda marka haline gelen işletmeler çıtanın da yüksekte tutulmasına olanak sağlıyor. Bunlardan en öne çıkanı ve hatta belki de en eskisi Beyti. 1945 yılında dört masa ve 20 iskemle ile yola çıkan Beyti, aradan geçen 72 yılda yerli-yabancı birçok önemli ismi ağırlayan, namı sınırları aşan bir ekole dönüştü. Kurucusu Beyti Güler de hem kaliteli hizmet anlayışı hem de “beyti” kebabına isim babası olmasıyla bir efsane haline geldi. Güler bugün iki oğluyla bu işletmenin başında durmaya devam ediyor.

ZORLU YILLARIN ARDINDAN...

Beyti Güler, Romanya’dan Türkiye’ye göçen Kırımlı bir ailenin oğlu. 1934 yılında bir gemiyle geldiği İstanbul’da önce fırın, bakkal ve sonrasında bugün ki Beyti’nin temelleri olan küçük bir işletme açmış. Çocukluk dönemlerinde dahi aralıksız çalışan Beyti Güler’in, İstanbul’da etin en iyi adresi olarak bilinen Beyti Et Lokantası’nı açması ise hem sektör

**BEYTİ GÜLER:
“GERÇEKTEN ÇOK
ÇALIŞTIM. GENÇKEN
ÜÇ AYDA BİR GÜN İZİN
YAPARDIM.”**

**BEYTİ GÜLER: “I REALLY
WORKED HARD. WHEN
I WAS YOUNG, I USED
TO HAVE JUST ONE OFF
DAY IN EVERY THREE
MONTHS.”**

Although the steakhouse concept is very common nowadays, the kebab culture has a special position in Turkey. With its unique culture and the availability to consume anytime throughout the day except the breakfast, the brands in kebab business sets the bar high in the segment. One of the most prominent and probably the oldest one of those is Beyti. Starting off with only 4 tables and 20 seats, Beyti has become an internationally famous cult hosting many local and global famous faces in the past 72 years. The founder Beyti Güler has also become a legend with his high service quality approach and with the eponym, “beyti kebab”.

AFTER THE CHALLENGING YEARS...

Beyti Güler is the son of a Crimean family migrated to Turkey from Romania. In İstanbul, where he arrived on a ship in 1934, he ran a baker, a grocery-store and then, a small restaurant which rooted the renowned Beyti of today. Working continuously since his childhood, opening the Beyti Restaurant, the first address of meat in İstanbul, was not only a milestone for Beyti Güler, himself, but also for the sector.

hem de kendisi için bir milat olmuş. Dünyanın dört bir tarafından gelen konukları ağırlayan Beyti'nin duvarları her biri dünya siyaset ve iş dünyasının önde gelenlerinin fotoğraflarıyla dolu.

Kuruluşundaki amacı at arabalarıyla İstanbul'a mal taşıyan sürücülere yemek vermek olan Beyti, o günden bu yana büyük değişim geçirse de söz konusu et olduğunda kaliteden asla ödün vermemiş. Beyti Güler, o ilk yılları şu sözlerle anlatıyor: "Dünya Harbi'nin ardından İstanbul'da bir hareketlilik yaşandı. Bizim dört masalı yerimiz arkaya doğru büyüte büyüte 48 masalı bir yer haline geldi. Sonra burası bile az gelmeye başladı. O dönemlerde sabah trenlerle insanlar gelir, herkes denize girer, piknik yapar ben de onlara karpuz satardım. Günün birinde dönemin en ünlü gazeteci ve yazarlarından Burhan Felek bizim lokantamızda yediği yemeğin ardından yazdığı yazı adımızın duyulmasına vesile oldu. Burhan Felek yemeği çok beğeniyor olacak ki ertesi gün 'Küçükçekmece'de bir et vahası' başlıklı bir yazı kaleme alıyor. Bu yazıdan sonra işimiz gittikçe büyümeye başladı. Bu yazıyı referans alan kimseler İstanbul'un farklı yerlerinden gelmeye başladı. En son 400 iskemleye çıkmıştı lokantamız. O zaman da ızgara et yapıyorduk ve Türkiye'de döneri ilk yapanlardan biriyiz. Günde 6 döner satardık. Her döner neredeyse 50-60 kilo idi."

1972'de Beyti'nin halen Florya bulunan binasının temellerini atılsa da binanın açılışı 1983 yılında gerçekleşti. O gün bugündür bu tek şubede hizmet vermeye devam ediyor Beyti. Kurucu Beyti Güler şubeleşmeme sebeplerini şöyle özetliyor: "Tek olmak güzel bir şey. Ben

Dining the countless number of famous figures from all around the world, the walls of Beyti are full of portraits of globally well-known political and business figures.

Founded with the mission of dining the coachmen of the horse-drawn carriages bringing goods to İstanbul, Beyti had a significant change since then, except its top quality meats. Beyti Güler recalls those first years: "Following the World War, there was a mobility in İstanbul. Our 4 table place had expanded up to 48 tables towards the backyard day by day. Even this was not enough afterwards. In those days, the people would come here with trains, then they'd swim and I'd sell them melons. One day, the famous journalist Burhan Felek wrote an article after he dined in our restaurant and then our name started to spread. Burhan Felek appreciated the meal so much that he titled his article 'A meat oasis in Küçükçekmece'. After this article, our business started to grow continuously. People from different parts of İstanbul started to come by after reading this article. Ultimately, the restaurant had reached 400 seats. Back then, we also cooked grills and were one of the first places to serve döner. On each day, we used to sell 6 döner rolls, each one of them weighed around 50 to 60 kilos."

Although, the current building of Beyti in Florya had been started to be built on 1972, the new place opened its doors on 1983. Since then, Beyti carries on its business in this single location. Commenting on the reasons of running a single restaurant, the founder Beyti Güler sums, "It's good to be sole. I can't be everywhere simultaneously. I had offers from

BEYTİ KEBABIN ÖYKÜSÜ

Bir iş seyahati sırasında gittiğim Cenevre'de Moller adlı bir kasap dükkanına uğradım. Kuzu sırtına sarılan bonfileyi ilk orada gördüm. Türkiye'ye dönünce aynısını yapmaya başladım. Herhangi bir adı olmadığı için Beyti kebabı diye anıldı.

STORY OF BEYTI KEBAB

During a business trip in Geneva, I stopped by at a butcher. There, I saw a steak fillet wrapped around the lamb's back for the first time. I started to cook it after I got back to Turkey. Since that had no name, it was called the Beyti kebab.

her yerde olamam. Japonya dahil pek çok yerden teklif aldım. Gidersem, başarırdım. Ama ben burayı bırakmak istemedim. Açılmak istemedim. Para hırsım olmadı. Ben mutfağına girip etine dokunmadığım, misafirleriyle tek ilgilenmediğim bir lokantayı işletmem. Buranın başarısı da sanırım biraz bunda saklı.”

Bugün şirketlerin kurumsal anlaşmalar yapmak için sarfettiği çabaya karşın, Beyti bugünden çok daha önce önemli bir işbirliğini de hayata geçirmeyi başarmış. Dönemin Pan Amerikan Hava Yolları Başkanının özel ricası ile Pan Amerikan Hava Yolları ile gerçekleştirilen işbirliği çerçevesinde uçaklarda verilecek yemekler için şiş kebab ve kuzu pırzolatı Beyti temin etmiş. Pan Amerikan ile 8 sene süren işbirliği boyunca Roma, Frankfurt, Yeşilköy, Beyrut, Tahran arasında sefer yapan iki Boeing ve Jumbo uçağa aralıksız servis verilirken günlük 1200 kişiye ulaşıldı. Beyti Güler bu işbirliği için de şu sözleri söylüyor: “Düşünün o zaman telefon yok, faks yok. Ve daha önemlisi bir gün bile şikâyet almadık. Ayda bir gün kontrol uçuşumuz olurdu. Ayda bir gün de o uçuşlara katılırdım. Bu başarıyı somut olarak da ödüllendirildi. İhracattan 4 tane altın madalyam var.”

BEYTİ GÜLER: “HER GÜN KOŞA KOŞA İŞİMİN BAŞINA GELİRİM. BUNUN DIŞINDA GEÇİRDİĞİM 1 SAAT BİLE BANA ÖMRÜMÜN ZİYANI GİBİ GELİR. İŞİMİ HER ŞEYİN ÜZERİNDE TUTARIM.”

BEYTİ GÜLER: “I GO TO MY JOB WITH GREAT ENTHUSIASM EVERY DAY. EVEN A SINGLE HOUR SPENT IRRELEVANT TO IT FEELS LIKE A WASTE OF TIME TO ME. I REGARD MY JOB ABOVE EVERYTHING.”

many different places including Japan. I’d succeed if I’d go. But I chose not to leave this place. Didn’t want to expand. Never had ambitions about money. I can’t run a restaurant in which I don’t touch the meat at the kitchen and can’t care with the customers individually. I guess, the success here, to a great extent, is driven by this.”

Long before the efforts put by today’s companies to make corporate deals, Beyti achieved to make an important collaboration a long time ago. With partnership initiated by the personal request of the former president of Pan American Airlines, Beyti supplied shish kebab and lamb ribs to be served in the flights. Throughout the partnership with Pan American, 1200 passengers were served on daily average for 8 years between Rome, Frankfurt, Beirut, Tehrani and Yeşilköy. Beyti Güler speaks about this partnership: “Imagine that there were no phones and faxes, back then. More importantly, we didn’t get any single complaint. We had a single control flight monthly. I used to attend those flights. This achievement also was officially rewarded. I received 4 export trophies.



Hayalinizdeki Tatil TAVPORT.COM'la Parmağınızın Ucunda!

Dünyanın her yerine uçak biletleri,
turlar, otel seçenekleri, havalimanı
transferleri ve araç kiralama
fırsatlarıyla dört mevsim
ayrıcalıklı seyahatlerin adresi
TAVPORT.COM!



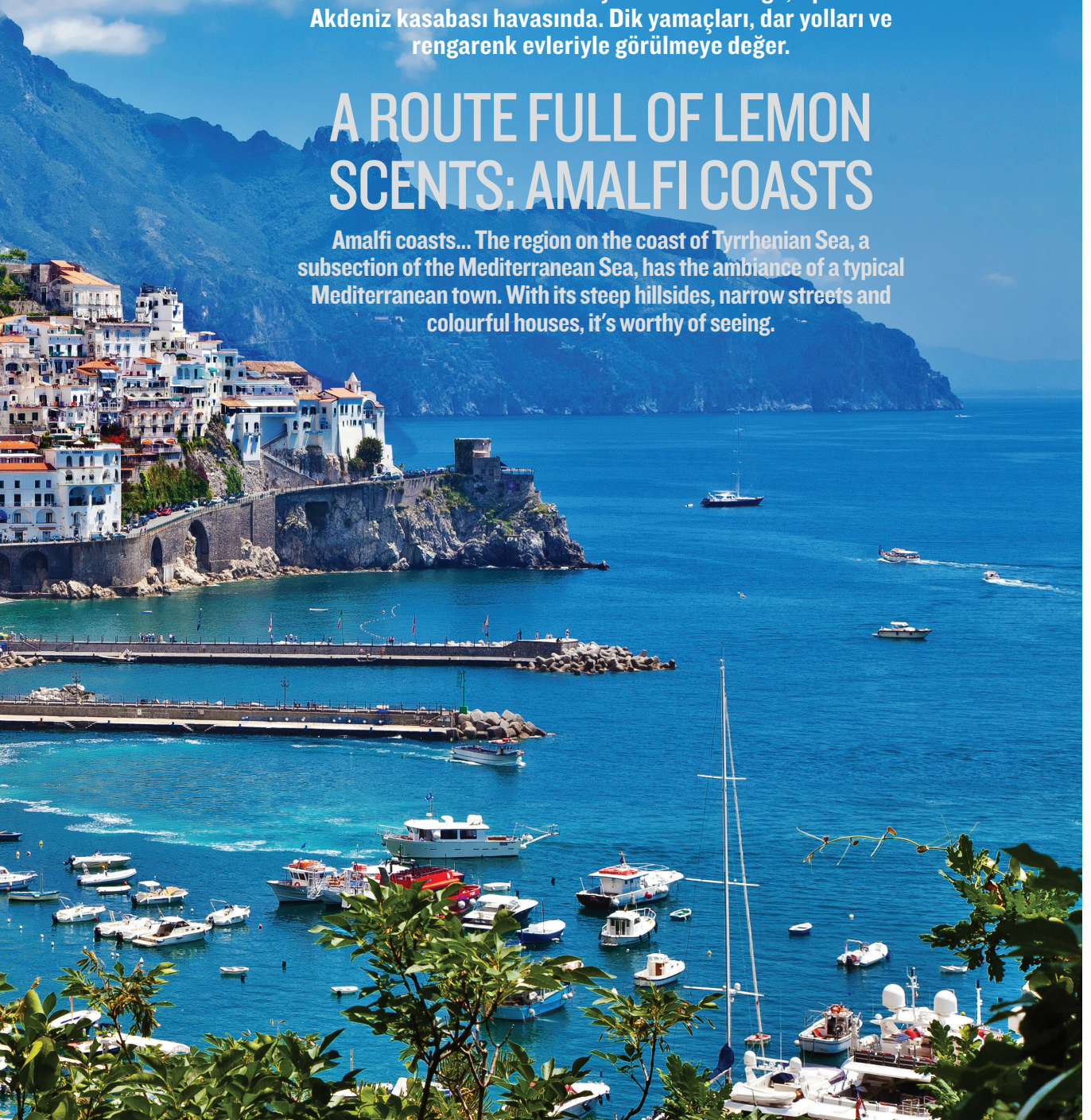


LİMON KOKULU BİR ROTA: AMALFİ KİYILARI

Amalfi kıyıları... İtalya'nın batı kıyılarında, Akdeniz'in bir kolu olan Tiren Denizi'ne kıyısı bulunan bölge, tipik bir Akdeniz kasabası havasında. Dik yamaçları, dar yolları ve rengarenk evleriyle görülmeye değer.

A ROUTE FULL OF LEMON SCENTS: AMALFI COASTS

Amalfi coasts... The region on the coast of Tyrrhenian Sea, a subsection of the Mediterranean Sea, has the ambiance of a typical Mediterranean town. With its steep hillsides, narrow streets and colourful houses, it's worthy of seeing.



İtalya'nın en önemli şehirlerinden Napoli'nin ve antik çağların hüznü kenti Pompei'nin güneyinde bulunan Amalfi, turistik açıdan oldukça ilgi çeken bir bölge. Bu popülerliğini doğasına olduğu kadar, bozulmayan dokusuna da borçlu. UNESCO dünya mirasları listesinde yer alan Amalfi kıyıları Sorrento'dan başlayarak Ravello'ya kadar uzanıyor. Birbiri üzerine kurulmuş gibi görünen rengarenk evlerden oluşan ve bu yüzden de dikey kasaba olarak adlandırılan Positano da yine bu bölgede yer alıyor.



ULAŞIM İÇİN EN İDEAL ROTA

Amalfi kıyılarına gitmek için en çok tercih edilen rota Napoli'ye havayolu ile seyahat. Bu noktada İstanbul Atatürk Havalimanı'ndan Napoli'ye direkt uçuş olduğunu hatırlatmakta fayda var. Buradan sonra ise bir araç kiralayarak yola devam edebilirsiniz. Aracın mümkün olduğunca küçük seçilmesi ise size hem dar yollarda hem de park yeri bulma konusunda kolaylık sağlayacaktır.

NAPOLİ'DEN YOLA ÇIKINCA...

Bölgenin aktarma merkezlerinden olan Napoli Amalfi kıyılarını gezmek için de bir çıkış noktası. Buradan başlayarak iki farklı rota çizebilirsiniz. Bunlardan biri Napoli'nin hemen karşısında bulunan Capri Adası, diğeri ise bol virajlı bir yolculuk vaat eden Amalfi kıyıları...

YOL ÜSTÜNDE POMPEİ

Antik dönemden bugüne bir trajediyle aklara kazındı Pompei. Roma İmparatorluğu döneminde, M.Ö. 79 yılında, 30 dakika uzağında olduğu Vesüv yanardağının patlaması sonucu dağdan gelen kül yağmuru ve lavlar geride hiçbir şey bırakmadı. O dönemde binlerce kişinin yaşadığı şehrin sakinlerinin büyük bir bölümü taşlaştı. Bunun en büyük sebebi de küllü gazıydı. Canlı kimsenin kalmadığı ve hatta taşlaşmış bedenlerin görülebildiği şehir bugün turistik bir merkez. Buranın keşfi facianın üstünden 1500 yıl geçtikten sonra, 1594 yılında gerçekleşmiş.

Pompei'ye Napoli'den trenle gelmek de mümkün. Yolculuk yaklaşık 20 dakika sürüyor. Şehre vardığınızda 40 hektarlık kazı alanının 12 hektarını gezebilirsiniz. Bu bölüm bile şehrin

GÜLÜN DE DİKENİ VAR!

Her şeyiyle büyüleyen Amalfi'nin bazı küçük! kusurları da yok değil. Ancak her şeye rağmen görülmesi gereken bir cennet burası.

- Oldukça dik bir yamaç üzerine kurulu bölgede inip çıkmanız gereken çok sayıda merdiven bulunuyor.
- Sokakları oldukça dar, bu nedenle de iki aracın yan yana geçmesi çoğu kez sorun olabiliyor.
- Park yeri bulabilmek burası için genel bir sorun. "Otopark rezervasyonu" ile ilk kez burada karşılaşabilirsiniz.
- Denize girmek için belediyelerin işlettiği plajları kullanmak zorundasınız. Bu da akın akın bir kalabalığın ortasında kalmak anlamına geliyor.
- Michelin yıldızlı lokanta sayısı bir elin parmaklarını geçmiyor. Yemek yemek için önden iyi bir araştırma şart.

Located in the south of Naples, one of Italy's most important cities, and to the tragic ancient city, Pompeii, Amalfi is a very attractive tourism destination. It owes this popularity not only to its natural beauties, but also to its preserved historic fabric. Amalfi, included in the UNESCO World Heritage list, lays between Sorrento and Ravello. So called the steep town, Positano, full of multi-coloured houses

that look like built open each other, is also located in this region.

BEST ACCESS ROUTE

Most preferred route to Amalfi is via the flights to Naples. Here, it is noteworthy that there are direct flights to Naples from İstanbul Atatürk Airport. From there upon, you can go on with a rental car. Choosing a small car would be wise in order to drive comfortably in the narrow streets and to be able to fit in the small parking spaces.

STARTING OFF FROM NAPLES...

One of the region's transfer hubs, Naples, is also a starting point for a trip to Amalfi coasts. From here upon, you can follow two different routes. One of them is the Capri Island located just across Naples, and the other one is the Amalfi coastline, which is very crooked way...

POMPEII, ON THE WAY

Pompeii is tragically engraved in since the ancient times. During the Roman Empire era, in 79 B.C., the lava and ashes spilled by the eruption of the Vesuvius Volcano which is in 30-minutes distance, left nothing alive. The residents in the city, around a couple of thousands back then, all turned into stones because of the hot sulphur gas. The city without a single survivor after the eruption is now a tourism destination where you can even see the petrified human bodies. The city had been discovered on 1594, 15 centuries after the tragedy.

There are also train rounds to Pompeii from Naples. It takes about 20 minutes. In

tamamına yakınına gözünüzde canlandırmaya yetecek. Pompei neredeyse 1 günlük bir ziyareti hak ediyor.

ÖNCE SORRENTO

Pompei'den çıkıp Amalfi kıyılarına doğru yol almaya başladıysanız görkemli kıyılarının büyümesine kapılmaya hazır olun. Denize paralel devam eden yolculuğunuzda tipik Akdeniz evlerinin sempatik görüntüsüyle buluşurken, bu anları fotoğrafla ölümsüzleştirmek isteyeceksiniz.

Turistik açıdan önemli bir bölge olan Sorrento Napoli'ye karayoluyla bir saat kadar uzaklıkta. Bölgenin iki büyük meydanı bulunuyor. Bunlardan biri adını İtalyan şair Tasso'dan alan, Piazza Taso meydanı, diğeri ise adını şehrin azizinden alan Piazza Antonina... Piazza Tasso'dan kalkan gezi treniyle çevreyi daha yakından görmeniz de mümkün.

Falez kayalıklar üzerine kurulu kasabanın yaz aylarında nüfusu 100 binleri buluyor. Büyük bir limana sahip olan kasabaya çok sayıda cruise geminin geldiğini söylemek mümkün. Bu sayede oldukça uzak ülkelerden ziyaretçileri de bölgede görebilirsiniz.

SIRA POSITANO'DA

Begonvil ve limon ağaçlarıyla dolu, rengarenk bir kasaba Positano. Bölgenin en muhteşem duraklarından biri. Başrollerinde Robert Downey, Jr. ve Marisa Tomei'nin yer aldığı 1994 yapımı Only You – Sadece Sen isimli romantik komedinin çoğu sahnelerinde arka fonda yer alan Positano, ününün bir kısmını da bu filme borçlu.

Sorrento'dan sonra 45 dakikalık bir yolculuk

EVERY ROSE HAS ITS TORN!

Entirely amazing Amalfi has some minor defects. Notwithstanding all these, this is a must-see paradise.

- In the town which is settled on a steep hill, there are lots of stairs you must climb.
- The streets are too narrow that it's really hard for two cars to go side by side.
- Finding a parking spot is quite a problem. It could be your first time to witness a "Parking Spot Reservation" concept.
- In order to swim in the sea, you must go to the beaches by the municipality. It means to spend your time in the overcrowded beaches.
- The number of Michelin starred restaurants is very rare. In order to dine, a search in advance is required.

the city, you can wander 12 hectares of the total 40 hectares area. This field is even more than enough to visualize the entire city. Pompeii on its own deserves almost a full day of visit.

SORRENTO FIRST

If you started your way down to Amalfi coasts, better get ready to be mesmerized by the gorgeous coasts. Throughout your trip parallel to the coast, while you are viewing the typically warm Mediterranean architecture, you'll desire to perpetuate these moments by taking photos.

Sorrento, another important tourism destination, is in the distance of an hour drive from Naples. The region has two big piazzas. First of them is Piazza Tasso which is named after the renowned Italian poet Tasso, and the other is Piazza Antonina, the name of the city's Saint. You can also have a sightseeing tour around with the train departing from Piazza Tasso.

The population of the town settled on the sea cliffs reaches 100k in the summer. Many cruise lines visit the town thanks to its big port. Thus, there you can meet a lot of foreign tourists with diverse nationalities.

POSITANO IS THE NEXT

Positano is a colourful town full of bougainvillea and lemon trees. One of the most amazing spots in the region. The town had hosted the movie "Only You", featured Robert Downey, Jr. And Marisa Tomei, in 1994 and owes much of its fame to it.



yapacağınız bölge küçük yüzölçümüne sahip. Bu da her yere yürüyerek gidebilmek için önemli bir avantaj sağlıyor. Ancak “dikey kasaba” unvanının hakkını veren Positano’da çıkacağınız çok yokuş ve merdiven olduğunu hatırlatmakta fayda var. Ancak dikey kasabanın çok iyi bir de avantajı var: Nerede kalırsanız kalın, muhteşem bir manzara sizi bekliyor.

NİHAYET AMALFİ

Bitmeyen virajların ardından nihayet Amalfi’de-siniz. Bölgeye adını verse de arasında 25 km olan Positano’nun biraz gerisinde kalıyor diyebiliriz. Amalfi’nin en ünlü meydanı Duomo, bölgeye dair fikir sahibi olmanız için size yardımcı olacak. 14. yy’da inşa edilen ünlü St. Andrew Katedreli ile Corrale Sarayı mutlaka ziyaret etmeniz gereken yerlerden. Yemek yemek için tercih edeceğiniz yerler ise yine meydandaki kafeler olabilir.

RAVELLO

Ravello’ya tek şeritlik bir yoldan gidilmesi gerekiyor. Bu da ulaşımı biraz daha zahmetli hâle getiriyor. Yaz aylarında yapılan klasik müzik festivaliyle ünlü kasabada en özel konserler Villa Rufolo’da veriliyor. Küçük bir yer olması nedeniyle sanatçılarla yakından temas kurmak da mümkün. Amalfi kıyılarındaki muhteşem manzara-sının burada da devam ettiğini söylemek gerek.

The region is quite small and in a 45-minute drive from Sorrento. It allows to wander the whole area on foot. Nonetheless, it is noteworthy that there are lots of hills and stairs you will climb up and down in Positano, “The Steep Town”. But it offers a great view from anyplace you stay in the town.

FINALLY, AMALFI

Finally, we arrive Amalfi after the endless twists on the road. Although the whole region is named after this town, we can say that it is quite in the shadow of Positano. The most famous piazza of the town, Duomo, will help you to get a glimpse of the region. The well-known cathedral built in the 14th century and the Corrale Palace are two of the must-see locations. You could go to the cafes in the piazza to dine.

RAVELLO

The road to Ravello is a single lane road. It makes the access difficult. In the town, renowned with its classical music festival in summers, the exclusive concerts are performed in Villa Rufolo. Since it’s a small place, it is also possible to meet with the musicians. It should be noted that the famous Amalfi view is present here as well.

KISA KISA IN BRIEF



NASIL GİDİLİR?

İstanbul’dan Napoli’ye her gün uçmak mümkün. Uçuş süresi ise 75 dakika. Sonrası ise Amalfi kıyılarını gezmek için araç ya da tekne kiralamaya ya da bir turla anlaşılmaya bakıyor. Trenle ulaşım olduğunu da eklemek gerek. Ancak hem sıcaklar hem de zaman kaybı göz önüne alındığında son seçenekler arasında yer alabilir.



NEREDE KALINIR?

Amalfi kıyıları boyunca en lüks beş yıldızlı otellere kadar birçok farklı alternatif bulmak mümkün. Ancak bölgenin turistik bir merkez olması rezervasyon için erken davranmayı gerekli kılıyor.



NE YENİR?

Güney İtalya deniz mahsülleri ve zeytinyağlıları ile ünlü, bir de pizza var elbette. Tüm bu lezzetlerin yanında limonla sunulan yerel lezzetleri, beyaz şarap ve limonçelloyu deneyebilirsiniz. Michelin yıldızlı lüks lokantaları ziyaret edebilirsiniz.

HOW TO GO?

There’re flights to Naples from İstanbul every day. Flight duration is about 75 minutes. The rest is all about either renting a car or a boat to visit the coasts or attending into a tour group. There is also the railway access. However, regarding the hot weather and the required time, it is not a preferential option.

WHERE TO STAY?

Along the coasts of Amalfi, it is possible to find many accommodation alternatives varied between 5-star hotels and small boutique hotels. Nevertheless, since it’s a popular tourism spot, it is necessary to make early bookings.

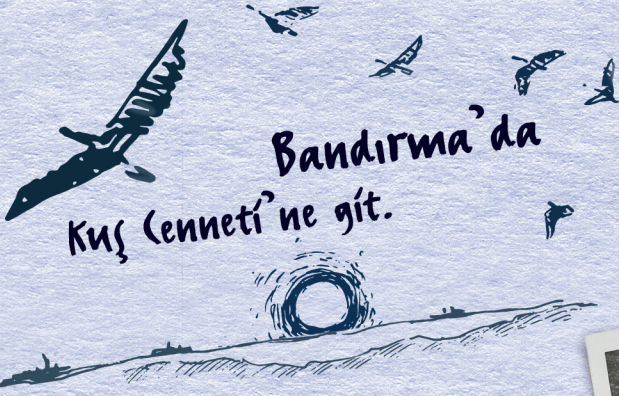
WHAT TO EAT?

Southern Italy is renowned with its seafood and olive oil marinated dishes, besides with pizza, of course. In addition to these you can taste lemon based local delicacies, white wine and Limoncello. You can dine at the Michelin starred restaurants as well.

"Hafta sonu ne yapacak?" diyenlerin bihaftasonumvar.com'u var!



ido'nun gezi ve kültür-sanat sitesi
bihaftasonumvar.com'a girin,
hafta sonu programınızı gönlünüzce yapın,
sürpriz kampanyalardan yararlanın.



Bandırma'da
Kuş Cenneti'ne gıt.

Avşa ve Marmara Adası'nda
güneş ve denizin tadını çıkar



Büyükada, Heybeliada ve
Kınalıada'da yürüyüş yap



Yalova'da
bisiklete bin



Esenköy ve Şınarcık'ta
deniz havası al

#idoileyolaçık

f t p y i d /IDOKURUMSAL @IDO



ANKARA BULVAR LOFT'TA EVLER TÜKENİYOR FIRSAT DEVAM EDİYOR



Akfen'in Ankara'ya değer katan projesi
Bulvar Loft'ta ev sahibi olmak için acele edin!



444 83 38
VE EV

Satış bedelleri, İller Bankası A. Ş. tarafından onaylanan İller Bankası A.Ş. teminat hesaplarına yatırılacaktır. İller Bankası A.Ş. teminat hesap numaraları İller Bankası A. Ş. irtibat telefonlarından teyit edilebilecektir.

Akfen İnşaat'ın, ilgili kampanya döneminden konut teslim tarihine kadar geçen sürede yapmayı planladığı konut satış fiyatı toplam artış oranıdır.

akfen
inşaat


İLBANK
TÜRKİYE'NİN YAPICI GÜCÜ

BULVAR
LOFT

www.bulvarloft.com.tr