B&L Business&Life

Geç Kalma, **Hayatı Yakala**

MAYIS / 2021 **Sayı: 7**



Fırat Arslanbaş

Erkan **KAFADAR**
Borusan Holding CEO'su

Emre **TURANLI**
Shell & Turcas CEO'su

Ömer **YÜNGÜL**
Zorlu Holding CEO'su

ISSN 2718-109X

CU

C FOR YOU

TIMELESS FASHION



0530 162 68 88

sedaacun@cforyou.com.tr

www.cforyou.com.tr

Beytepe Mah. 5699 Sk. 1777 Cad. 7/4
Anhira Villaları Çankaya/Ankara

cforyou_official

B&L Business&Life

Yıl : 1 | Sayı : 7 | Mayıs 2021

İmtiyaz Sahibi
Hüseyin YAKUT

Genel Yayın Yönetmeni
Koray AYANTAŞ

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Funda BERBER

Grafik Tasarım
Burak T. KARACAN

Editör
Hacı ÜNVEREN

Reklam Müdürü
Koray AYANTAŞ

Fotoğraflar
Ahmet ÖNER
ametnr

Gökçe Şafak
gokcehanworks

Katkıda Bulunanlar
Dilek Koçak TOZLU,
Av. Asile Betül YAYLA,
Bürge Çobaner

Reklam Rezervasyon
Tel: 0541 496 41 11

Yönetim Yeri
Aşık Paşa Mah. Oğuz Kağan Usta Cad.
No: 21/3 Çankaya/Ankara

0543 864 32 38
businessandlifedergi@gmail.com
www.businessandlifedergi.com
businessandlife.bl
businessandlife

Baskı
MİM REKLAM MATBAA
Zübeyde Hanım Mh. Sebzebahçeleri Cd. No: 103/8
İskitler - ANKARA • Tel: (312) 384 00 85
bilgi@mimreklam.com.tr

Baskı Tarihi: 5 Mayıs 2021
Yayın Türü: Yaygın, Süreli Yayın, Aylık
Dili: Türkçe

Fiyat: **50 TL**

B&L Business&Life Dergisi, T.C. yasalarına uygun olarak yayımlanmaktadır. Dergide yayımlanan yazı, fotoğraf, harita, illüstrasyon ve konuların her hakkı saklıdır. İzinsiz, kaynak gösterilerek dahi alıntı yapılamaz. Business&Life Dergisi'nde yayımlanan makalelerin, her türlü muhtelif yazının ve görsellerin içeriği ve bundan doğabilecek olan hukukî sorumluluk(lar) yazarların kendilerine aittir. Yayımlanan makaleler ve görseller dergi ekibinin görüşlerini yansıtmak zorunda değildir.

B&L Business&Life

5 **Erkan KAFADAR**
Borusan Holding CEO

9 **Tuğba ASMA**
Hanımağa Kahveleri Kurucusu

13 Range Rover'ın Westminster ve Westminster Black Edition Donanım Paketi Seçenekleri Türkiye'de

15 Kraliyet Ailelerinin Tercih Ettiği Koleksiyon

17 **Emre TURANLI**
Shell & Turcas CEO

20 Uyku Sorunu Yaşayanların Oranı Dörtte Bire Çıktı

21 Türkiye Dünyada Alım Garantisi Veren Ülkeler Arasında

22 Dekorasyon Stilinin Tamamlayıcısı "İşlevsel Tasarımlar"

25 **Asile Betül YAYLA**
Avukat







İÇİNDEKİLER

29 **Fırat ASLANBAŞ**
Aslanbaş Grup Yönetim Kurulu Başkanı

35 **Dilek Koçak TOZLU**
Stil Danışmanı

37 İki Dev Marka Saruhan Grup'a

38 Doğan Holding 2021 yılının ilk çeyreğinde %18,3 büyüyerek 2,8 milyar TL gelir elde etti

41 Koç Holding Yılın İlk Çeyreğinde 57,3 Milyar TL Konsolide Gelir Elde Etti, 2,6 Milyar TL Kombine Yatırım Gerçekleştirdi

43 Kütahya Porselen'e 2 Uluslararası Ödül

53 **Bürge ÇOBANER**
Diyetisyen

57 **Ömer YÜNGÜL**
Zorlu Holding CEO

59 Ramsey Yatırımlarına Hız Kesmeden Devam Ediyor







2021-2023'TE **5,9 MİLYAR TL** YATIRIM HEDEFİ

BORUSAN, ZORLU GEÇEN 2020 YILINDAN 26,1 MİLYAR TL CİRO İLE BAŞARIYLA ÇIKTI

Pandemi nedeniyle zorluklarla geçen 2020 yılını başarılı bir şekilde tamamlayan Borusan Holding, grup şirketlerinin performansıyla finansallarını güçlendirdi. 2020 faaliyet dönemini 26,1 milyar TL ciro ve 29,6 milyar TL toplam aktif büyüklük ile tamamlayan Grup, 2021 - 2023 döneminde 5,9 milyar TL yatırım yapmayı hedefliyor.

28.04.2021; Borusan Holding, 2020 yılı faaliyet raporunu paylaştı. Pandemi dönemi sebebiyle belirsizlikler ve çeşitli zorluklarla geçen yılı başarılı bir şekilde tamamlayan Borusan Holding, önceki yıla kıyasla finansallarını güçlendirdi.

2020 yılında pandemi köklü dönüşümleri tetiklerken, adımlarını 2018 yılında atmaya başladığı dijitalleşme yolculuğunda önemli bir mesafe kat eden Borusan, pandemide yatırımlarının sonuçlarını elde etti. Bu değişimi sadece dijital bir yenilik değil aynı zamanda kültürel bir kabuk değiştirme olarak kabul eden Borusan, insan kaynakları süreçlerinden iş yapış şekillerine kadar pek çok alanda alışılagelmiş yöntemlerini değiştirdi.



BORUSAN

Pandemide birliğe, beraberliğe ve şeffaflığa önem veren Borusan Holding, Beraber Aşacağız felsefesini benimsedi ve 'çalışanımı, işimi, paydaşımı korurum' anlayışıyla çok katmanlı önlemler aldı. COVID-19 salgınına karşı henüz Türkiye'de vaka görülmeden önce tedbir almaya başlayan Borusan Holding, hayata geçirdiği Borusan Dayanışma Platformu ile örnek projeleri tüm paydaşlarına sundu. 'Çalışanımı korurum' kapsamında Borusan Grubu Kriz Komitesi ile pandeminin ilk gününden itibaren çalışanlarıyla düzenli ve şeffaf bir iletişimde olurken, uzaktan çalışma sürecinde ihtiyaç duyulabilecek her türlü gelişim desteğini Borusan Akademi ile sağladı. 'İşimi korurum' diyerek işin sürdürülebilirliği için fiziksel çalışma ortamları risklerden uzak tutulurken dijital kanallar ile en uzaktaki çalışma arkadaşlarıyla bile deneyimler paylaşılarak sinerji bozulmadı. 'Paydaşımı korurum' diyen ve bu zorlu süreçte paydaşlarına karşı sorumluluklarını yerine getiren Borusan, toplumsal sorumluluk bilinciyle sağlık ve eğitim sektörüne katkıda bulunacak çalışmalar yaptı.

Pandemide toplumsal fayda çalışmaları devam etti

Borusan Kocabıyık Vakfı, küresel salgında öğrencilerin eğitime uzak kalmaması için 3.850 tablet ve bilgisayar desteği sağlarken 2020 faaliyet döneminde 202 öğrenciye burs sağladı. Borusan Holding, "Askıda Ne Var" Sosyal Girişim platformu iş birliğiyle başlattığı #AskıdaEğitimVar Projesi ile uzaktan eğitime erişimde zorlanan 11.290 üniversite öğrencisine erişim sağladı. COVID-19 pandemisi döneminde Borusan Okyanus Gönüllüleri, çalışanlarla dayanışma sağlamak için gönüllü olarak yetkinliklerini online ortamda paylaştı. 2020 yılında 1.000'i aşkın gönüllü çeşitli projelerde yer alırken, Borusan çalışanları, Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları doğrultusunda 40 projede 16.500 saat gönüllü olarak çalıştı. Borusan Sanat ve Borusan Contemporary, sanatın pandemide kesintisiz olarak devam etmesi için çalışmalarda bulundu. Borusan Sanat, çeşitli dijital platformlar üzerinden konserlerini ücretsiz olarak ulaştırırken Borusan Contemporary sergilerini 2020 yılında toplam 6.266 kişi fiziki olarak, 78.491 kişi ise dijital platformlar aracılığıyla izledi. 2020 faaliyet döneminde de odaklandığı sektörlerde iş hacmini ve yüksek kârlılığını koruyan Borusan Holding, dijital dönüşüm ve Ar-Ge yatırımlarına da başarıyla devam etti.

Borusan Holding'in toplumsal cinsiyet eşitliğinin kurumsal ve bireysel düzeyde benimsenmesi amacıyla kurmuş olduğu "Borusan Eşittir Platformu" kapsamında 5 Mart 2020'de "Cinsiyet Gözlüğü Programı" devreye alındı. Program ile Borusan Grubu'nda iletişim, işe alım, terfi, performans veya ücretlendirme konularında politika ve ilkeler tanımlandı ayrıca Grup hedefleri belirlendi. Borusan Eşittir Platformu'nda ayrıca "Toplumsal Cinsiyet Eşitliği ve Hane İçi Şiddet Rehberi"ni hazırladı. Bir referans kaynağı niteliğinde olan Rehber'in, yönetici ve çalışanlara yol göstermesi, hane içi şiddetin kaynaklarının fark edilmesini kolaylaştırması ve bu yöndeki Borusan Grup politikaları kapsamında şiddete maruz kalanlara destek vermesi ve güvence sağlaması hedeflendi.

Borusan Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Kocabıyık, 2020 yılının hepimizin hayatını bir şekilde değiştirdiğini ifade ederek: "Alışkanlıklarımızdan vazgeçtik, sevdiklerimizden, sosyal hayatımızdan uzak kaldık, çeşitli zorluklar yaşadık. Belirsizliklerle başlayan ve eskiye dönüşe, sağlığa kavuşmaya dair beklentilerle devam eden bu süreç hepimize bir şeyler öğretti. Aşı ruhsatlandırma haberleri, pandeminin kitle bağışıklığını beklemeden dizginlenmesi açısından umut ışığı olurken, dijital dönüşüm sürecinin sağladığı olanaklar hem şirketlerin hem de bireylerin yaşam döngüsünün kesintisiz bir biçimde sürmesini sağladı. Borusan Holding olarak bizim ise bu zorlu dönemde "çalışanlarımızı, paydaşlarımızı ve işimizi" koruma hedefi doğrultusunda başarılı bir sınav verdiğimizi düşünüyorum. Bundan sonra da 200 yıllık şirket olma vizyonumuzla çalışmalarımıza tüm hızımızla devam edeceğiz" dedi.

Borusan Holding CEO'su Erkan Kafadar, 2020 faaliyet döneminde başarılı finansal ve operasyonel sonuçlara ulaştıklarını belirtti. Grubun toplam cirosunun 26,1 milyar TL seviyesini aştığını ifade eden Kafadar, faaliyet ve vergi öncesi karın 2,6 milyar TL olarak gerçekleştiğini ve şirketin maliyet yapısında, pandemiden bağımsız kalıcı iyileşmeler sağladıklarını söyledi. İş geliştirmeye yönelik Ar-Ge ve inovasyon süreçlerine her dönem yatırım yaptıklarını vurgulayan Kafadar, bugün olduğu gibi 200 sene sonra da sürdürülebilir değer üretme hedefleri olduklarını söylüyor: "Sürdürülebilir değer yaratma önceliğimiz doğrultusunda hissedarlarımız, müşterilerimiz, iş ortaklarımız ve en önemlisi de çalışanlarımızın katkılarıyla bu iddialı hedefe kararlılıkla ulaşacağımızdan kuşku duymuyorum. Borusan Ailesi olarak büyük bir takımız ve hepimiz zincirin halkaları veya dişlinin parçaları gibi birbirimize bağlıyız."

2020'de 29,6 milyar TL aktif büyüklüğe ulaşıldı

Borusan Holding, pandemi sürecinde başarılı finansal sonuçlara imza atarak, 2020 faaliyet dönemini 26,1 milyar TL net satış ve 29,6 milyar TL toplam aktif büyüklük ile tamamladı. 2019 yılındaki satış ise 22 milyar TL idi. Üretim gücüyle 2020 yılında 8,1 milyar TL değerinde ihracat gerçekleştiren Borusan Holding, küresel belirsizliğe rağmen 2021-2023 döneminde 5,9 milyar TL düzeyinde yatırım yapmayı hedefliyor. 3 kıtada 12 ülkeye yayılan küresel faaliyetleriyle öne çıkan Holding, grup şirketleri özelinde de önemli başarılara imza attı.

200 yıllık şirket olma vizyonu

Sürdürülebilirliği iş sürekliliği ve sürdürülebilir karlılığın ötesinde uzun vadeli değer yaratma süreci olarak gören Borusan, 200 yıllık şirket olma vizyonuyla sürdürülebilirliği iklim, insan ve inovasyon odak alanlarında ele alıyor. Borusan, sürdürülebilirilik stratejileri kapsamında hem grup şirketlerinin önceliklerinden besleniyor hem de geleceğe uygun iş modellerini tasarlama yolunda kapsayıcı bir bakış açısı sunuyor. 77 yıldır odağına insanı alan Borusan Holding, sürdürülebilirlik yaklaşımlarında da insanı merkezinde tutuyor. Bu başlıktaki en öncelikli konu güvenli çalışma ortamı ve toplumsal fayda olurken çalışma ortamının sağlık ve güvenliğinin yanı sıra çalışanların da iyi olma hallerine, yetkinlik gelişimleri ve değişen iş dünyasına uyum sağlamalarına da önem veriliyor. İklim başlığında özellikle sera gazı salımlarını engellemenin yanında 2030 yılına kadar karbonsuz iş modellerine sahip olmak için çaba sarf edilirken çevresel etkiyi azaltmak ve ortadan kaldırmak holdingin ana hedefleri arasında bulunuyor.

İnovasyon tarafında özellikle yenilikçi ürün ve hizmetlerin yanında geleceğe uygun iş modelleri, sürdürülebilirlik için inovasyon gibi yaklaşımlarla katma değer yaratılması hedefleniyor.

İnsan ve inovasyonu bir araya getirerek geleceğin iş modelleri konusunda da çalışmalar yapan Borusan Holding, IQ ile EQ'yu (Entelektüel Zeka ve Duygusal Zeka) bir araya getirerek yaratıcı zekayı süreçlerine daha fazla entegre etmeye hazırlanıyor. Bu şekilde endüstriyel gelişimin, toplumsal, ekonomik ve sosyal refahın mümkün olabileceğine inanan şirket, yeni çağın gerekliliklerini yerine getirmek için çalışmalar yapıyor. Güncel eğitim programlarından, yaratıcı uygulamalara, tüm seviyeler için kalifiye ve donanımlı çalışanların yetiştirilmesi için çalışmalar yürüten Borusan Holding, yaratıcı zeka konusunda teşvik edici projeleri hayata geçirmeyi planlıyor.

EVENTLINE

FARKLI DÜŞÜN

Fark Yarat!

0533 459 00 26

www.eventline.com.tr

Bağdat Cad. No:63 Altın Han K:2 D:12
Altıntepe Maltepe İSTANBUL



HANIMAĞA KAHVELERİ



Tuğba Asma

Hanımağa Kahveleri Kurucusu

1. Tuğba Asma kimdir? Biraz kendinizden bahseder misiniz?

Öncelikle herkese merhaba değerli okurlarınız ile bir araya gelmekten çok mutluyum.

Ben Tuğba Asma, 1992 İskenderun doğumluyum aslen Mardin Midyatlıyım.
Mardinli saygın bir ailenin geliniyim.

İstanbul'da ikamet ediyorum şirket ve markalarımda İstanbul'da hizmet vermekteyiz. Sosyal sorumluluk projelerine destek vermeyi ve içlerinde olmak beni mutlu ediyor.

Gelenek ve kültürlerimi seviyorum ve yaşatmak için hayatımı buna entegre ediyorum.

İş hayatında çok disiplinli, çok inceleyip, sıklıkla gelen denetim etme iç güdüsü ile kesintisiz denetleme içinde oluyorum. Lepsini tekstil markasının, Lepsini Dijital Avm Pazaryeri'nin ve Hanımağa Kahveleri'nin kurucusuyum.

Üreten kadın girişimciler ve yeni girişimciler için ciddi bir platform olan Lepsini Dijital Pazar Yeri (lepsini.com) girişimlerimin arkasından, Mardinli kadınlarla üretilen Hanımağa Kahveleri markasının da sahibiyim. Tuğba Asma ile İşin Özü programının sunucusuyum.

Bununla birlikte: "Her insanın yaşadığı en az iki hayatı var. Biri bildiğiniz vitrinlik diğeri bilmediğiniz derinlik." cümlemle de özetlemek isterim.

2. Markanızın adı neden Hanımağa Kahveleri ve ürünlerinize nereden ulaşabiliriz?

Süreci aslında hanımağa unvanının ilk bakışta insanlar için negatif bir enerji oluşturduğunu fark etmeye başlamam ile oldu. Buna her ne kadar bu unvanı isteyerek ya da istemeyerek üstüne çekmiş kişiler sebep olduysa da toplumda doğal olarak genel bir yargı var. Bu yargıyı insanlarda kırmak ve aslında hanımağalığın ezmek değil, sahip çıkmak olduğunu; güç kullanmak değil, bir güç varsa bunu yine ihtiyacı olan insanlar için kullanmak olduğunu göstermek gayesindeyim.

3. Hanımağa Kahveleri'nin kuruluş serüvenini okuyucularımızla paylaşır mısınız? Fikir nerden doğdu ve ne zaman kurdunuz markanızı?

Lepsini satış platformumuzu kurduğum dönemlerde aklımda bu tarz bir girişim yapmak da vardı. Yöresel kahve lezzetlerimizi tanıtmak, bununla birlikte ticarette kültür, gelenek değerlerimize sahip çıkarak bu işi de iş alanlarıma eklemeye karar verdim. Hiçbir zaman yalnızca bir iş yapmak fikrinde değildim. Birçok işi holding mantığıyla profesyonel olarak ilerletmek ve yürütmek hep mantığıma daha çok uyuyordu. Bunun için de adım atmam gerektiğini hissettiğimde girişimini yapmış oldum. Fikrin oluşması, girişimi yapmam ve hayata geçmemiz süreciyle iki yıldır diyebilirim.



4. Kahve ile zayıflamayı sağlan fit coffe'yi tüketicilere sunuyorsunuz. Nedir bu ürünün sırrı?

Fit Coffee'nin birçok sırrı var. Gıda ya da diyet ürünü olmaması, gündelik kolay tüketimi, yağ yakıcı içerenleri ve içeriğinin lezzeti bunlardan bazıları. Bolca su içeren, tatlı isteklerini azaltan, az acıktıran ve tuvalete çıkmayı kolaylaştıran etkileri de bize mutlu geri dönüşleri getiren sırları oldu.

5. Kendi markasını yaratmak isteyen bir türlü cesaret edemeyen ya da nereden başlayacağını bilemeyenlere tavsiyeniz ne olur?

İlk ve en önemli tavsiyem şüphesiz ki; "Bir fikriniz mi var? Uygulamaya geçin!" olur. Birçok fikri olan ama bunları asla hayata geçirmeyen insanlar görüyorum. Bu da fikirlerin ve girişimlerin hayal aşamasında kalmasına sebep olur. Siz kendinize öyle emin inanın ki hiçbir aksilik ve aksama durmanıza sebep olmasın. Sadece hayatınıza uygulamaya başlayın ve başarı size zamanla gelmenin bir yolunu bulabilsin. Hayata geçmemiş bir fikir asla var olmamış demektir.





6. Girişimci bir kadın olarak sizi başarıya götüren sırrınız nedir? Zorluklarla nasıl başa çıkarsınız?

Adım atmam. Ben girişimlerimi mecbur kalarak yapmadım. Farklı iş alanlarında da kendimi denemiş ve elde ettiğim başarılarla ve kazançlarla bunu kendi girişimimle de yapabileceğimi deneyimlemiş ve inanmıştım.

İş hayatında, sektörde de tabi ki hem iletişimlerde hem işlerin beklenmedik zorluklarıyla karşılaştığım oldu. Ben gündelik hayatımda nelere sahip çıkıyor, nelere inanıyor, nelere değer veriyorsam iş dünyasında bunlarla devam etmeyi hiç bırakmadım. Risk, kriz yönetimi konularında aldığım eğitimlerle de bunu bir araya getirince zorlukların aslında ne kadar zor görürsek o kadar zorlaşacağını gördüm ve bir problemle karşılaştığımda çözümcü, yapımcı tutumumla hem çalışanımı strese sokmayan hem de müşteri memnuniyetini gerçekten öncelikli tutabildiğim bir çalışma sistemimizi oturtabildim.

7. Aynı zamanda lepsini.com adında online alışveriş platformunuz var. Lepsini'de ne tarz ürünler var, biraz bundan bahseder misiniz?

Lepsini birçok markayı ve ürünlerini barındıran, insanların tüm ihtiyaçları için girip dijital alışverişini kolaylıkla halletmesini sağlayan bir platform. Burada bizi markaların tercih etmesi diğer tüm platformların altında tuttuğumuz, altı ayda bir sürekli olarak güncellenen komisyon oranımız.

Müşterilerimizin ise siparişlerini verdikleri andan itibaren onlara ulaşana kadar olan süreci yakın takipte kalmamız ve kargoları müşterilerimize kısa sürede ulaştırmamız müşteri kitlemizi büyütürken müşteri memnuniyetimizi de üst seviyeye taşıdı.

8. İnsanlar online alışveriş yaparken güven problemi yaşamakta. Siz bu sorunun üstesinden nasıl geliyorsunuz?

İnsanlar bilmediği, ulaşamadığı şeylere karşı endişe yaşarlar. Bizim ulaşılmamak gibi bir seçeneğimiz yok. Müşterilerimiz siparişleri nerede, ne durumda gibi konularda kargo firmamızla yaptığımız güvenli anlaşma sayesinde kolaylıkla ulaşabiliyor. Kısa sürede ulaştırmak da bu güveni kazanmamızda çok etkili oldu. Etbis(Ticaret Bakanlığı kaydı) olan bir şirket olmamız da insanımızın güvenini büyük ölçüde artırdı.

9. Önümüzdeki dönemlerdeki hedefleriniz nelerdir?

Lepsini için platformumuzu tabi ki daha çok büyütmek ve bilinirliğimizi sağladığımız güven ile artırmak önceliğim. Türkiye'nin her yerine gönderimlerimizi artırmak bizi iş başarısı bir yana insanımızla iletişimde olacağımız için de mutlu edecek.

Hanımağa kahveleri için de farklı fikirlerimiz var. Kahve çeşitlerimizi artırmak, farklı üretmek istediğimiz kahveleri de hayata geçirmek ilk planlarımızdan biri. Bu artışın sonrasında ise kahve çeşitlerimizle hizmet sağladığımız Hanımağa Kahveleri tabelalı mekanlar ve franchising vermeyi hedeflememiz de uzun süreli planlarımız arasında.



B&L Business&Life

Aramızda Mesafeler Olsa da
Bir Tık Kadar Yakınınızdayız

TÜRK TELEKOM
E-DERGİ'DE

VODAFONE
DMAGS'DE













BİZDEN HABERDAR OLMAK İÇİN : businessandlife.bl

RANGE ROVER'IN

WESTMİNSTER VE WESTMİNSTER BLACK EDİTİON DONANIM PAKETİ SEÇENEKLERİ TÜRKİYE'DE

Borusan Otomotiv'in Türkiye distribütörü olduğu Land Rover'ın lüks SUV'u Range Rover, Westminster ve Westminster Black Edition donanım paketi seçenekleriyle showroomlarda yerini aldı. Her iki donanım paketi seçeneği de 2.0 litre 404 BG Plug-in Hybrid motorla satışa sunuluyor.

Otomotiv dünyasında lüks SUV tanımını değiştiren ve 50 yıldır bu segmentin tartışmasız liderliğini sürdüren Land Rover, Range Rover modelinin Vogue donanım paketi temel alınarak sunulan iki yeni donanım paketi seçeneğiyle sınıfının standartlarını çok daha yukarılara taşıyor.

Range Rover'ın kusursuz tasarımıyla uyum içinde olan 21 inçlik alaşım jantlar Westminster paketinde 7 kollu ve elmas kesim olarak yer alırken, Westminster Black Edition donanımında 9 kollu parlak siyah renkli olarak sunuluyor.



Ayrıca Westminster Black Edition donanımında Black Pack Dış Tasarım Paketi'yle birlikte, Narvik Black motor kapağı ve bagaj kapağı yazısı, ızgara detayları, ön tampon havalandırma kaplaması ve tampon vurgusu dahil olmak üzere bir dizi özelliğe yer veriliyor. Her iki donanım paketinde de iç mekanda Kalahari kaplama ve süet tavan döşeme lüks hissini en üst seviyeye çıkartıyor.

2.0 litrelik Plug-in Hybrid motor seçeneğiyle tutkunlarını bekleyen Range Rover Westminster ve Westminster Black Edition, verimli motoruyla sadece 6,4 saniyede 0'dan 100 km/s hızlanmasını tamamlıyor. 8 ileri otomatik şanzımanla gücünü dört tekerleğe birden aktaran 2.0 litrelik Plug-in Hybrid motor, ortalama 100 kilometrede 3,3 litrelik tüketim değeriyle de tutumlu olmayı başarıyor. 75 g/km'lik karbon salınımıyla çevreye dost olan Plug-in Hybrid motoruyla Range Rover Westminster ve Westminster Black Edition, sadece elektrik gücüyle 40 kilometre yol kat edebiliyor.

Range Rover Westminster ve Westminster Black Edition, Fuji White, Santorini Black, Byron Blue, Eiger Grey, Portofino Blue, Carpathian Grey ve Silicon Grey gövde renkleri ile geniş bir renk skalası sunuyor.

Range Rover, Westminster ve Westminster Black Edition donanım paketleriyle onlinesatis.landrover.com.tr adresi üzerinden rezerve edilebiliyor.

Lüks Donanım İle Birlikte Gelen Yeni Nesil Teknolojiler

Birinci sınıf yolculuk deneyimi sunan donanımlarıyla dikkat çeken Range Rover Westminster ve Westminster Black Edition, iç mekanda ferahlığı artıran elektronik panoramik cam tavanın yanında, 825W Meridian™ Surround Ses Sistemini de standart olarak sunuyor. İki adet 10 inç yüksek çözünürlüklü dokunmatik ekran içeren Touch Pro Duo araç içi bilgi-eğlence sistemi, gerekli bilgileri görüntülerken aynı zamanda ilave özelliklerin kullanılmasını sağlayarak daha fazla verimlilik sunuyor. Apple CarPlay desteği de sunan ekran, yüksek çözünürlüğü ve dokunmatik hassasiyetiyle de sınıfında ön plana çıkıyor.











KRALİYET AİLELERİNİN
TERCİH ETTİĞİ KOLEKSİYON

Romantik ve göz alıcı modelleri ile gelin adaylarının hayallerini gerçeğe dönüştüren Beyaz Butik, 2021 özel koleksiyonunu tamamladı.

Geçtiğimiz gün Nişantaşı'nda koleksiyon çekimi yapan Beyaz Butik, sade modellerinin yanı sıra yeni koleksiyonunda, daha önce kullanılmayan ipek tülleri, İtalyan krepleri, Fransız danteli ve el işlemelerini, taşlı duvak ve saç aksesuarları ile birleştirdi.

Fiyatları 10 bin TL ile 30 bin TL arasında değişen koleksiyon, özellikle kraliyet ailelerinin de tercihi olan ve son dönemde dizi ve filmlerde kullanılan ziberlin ve mikado kumaşlardan özel olarak hazırlandı.

"GELİNLERİN SADELİĞİ SADECE KUMAŞLARDA KALDI"

Koleksiyon çekiminde yer alan ve her detayı ile bire bir ilgilenen Beyaz Butik'in sahibi Hacer Özil; "Gelinlerin sadeliği sadece kumaşlarda kaldı. Kabarık, taşlı ve aksesuarlarla tamamlanmış gelinlikler yeniden ortaya çıktı. Sade koleksiyonumuzun yanı sıra, yeni koleksiyonumuzda iddialı ve göz alıcı detaylara yer verdik. Özellikle, gelin adayları için özel ve anlamlı olan bugünde elbisenin gelinin ruhuyla tamamlanmasını ve o ruhun yadigar olarak da saklanıp yıllar sonra çocuklarına ve torunlarına vintage olarak verilmesini istiyoruz" dedi.









HANTEK
KALIP

15 Yıllık Tecrübe

Doğa Dostu Plastik

Güven Veren Kalite

Tel:
+90 534 633 28 39
+90 530 951 29 55

Ankara Cad. Vadi Sok.
Atatürk Sanayi Dünyası A64
Pendik / İSTANBUL

www.hantekkalip.com

KALİTESİNİN VERDİĞİ GÜVENLE SHELL “HEP İLERİDE”

SHELL “HEP İLERİDE”YAKLAŞIMIYLA SEKTÖRE YÖN VERMEYE DEVAM EDİYOR

1923'ten bu yana sektörde her zaman bir adım önde olmayı, “ilk”leri gerçekleştirmeyi ve sektöre “ilham vermeyi” ilke edinen Shell & Turcas, sürdürdüğü çalışmalarını bir ileri seviyeye taşıyan ‘Shell Hep İleride’ marka yaklaşımının detaylarını basın toplantısıyla aktardı. Enerji alanında sektöre yeniliklerle, yüksek standartlarla liderlik etmek ve ekonomiye katkıda bulunmak için çalışan Shell, müşteri memnuniyetini her zaman önceliğine alarak, Türkiye genelinde 1.000’den fazla istasyonunda her gün yaklaşık 1 milyon misafirini ağırlıyor ve 600’den fazla Shell Select marketinde 2000’e yakın farklı ürünü misafirlerine sunuyor.

Shell & Turcas CEO’su Emre Turanlı, "1923’ten bu yana Türkiye’de hizmet vermekten gurur duyuyoruz. Shell, kalitesinden gelen güven duygusuyla hep ayrışıyor. Misafirlerimize kalite duygusunu yakıtlarımızdan marketlerimize, alternatif enerjilerden sosyal yatırım programlarımıza kadar her alanda hissettiriyoruz. Yeni iletişim kampanyamız kapsamında yeni marka yüzümüzle Shell’in kalitesinin verdiği güvenle, hep ileride olduğunu anlatıyoruz" diye konuştu.

2023'te Cumhuriyet'in 100. yılı ile birlikte Türkiye’deki faaliyetlerinin 100’üncü yılını kutlamaya hazırlanan Shell, yol emniyeti, inovasyon, çevre, engelsiz yaşam ve istihdam programları ile de Türkiye’nin gelişimine katkı sağlamak için kararlı çalışmalarını aralıksız sürdürüyor. Tüm dünyada her zaman kaliteli akaryakıtı sunmanın yanı sıra misafirlerine gerçek bir perakende deneyimi sunmayı da hedefleyen Shell, bu amaçla sektörde market deneyimini iyileştirmeye odaklanan, kendi yiyecek ve içecek markasını yaratan ilk şirket olarak dikkat çekiyor.

Turanlı: “Müşteri memnuniyetini daima önceliğimiz olarak görüyoruz.”

Shell & Turcas CEO’su Emre Turanlı, sektöründe her zaman bir adım önde olmayı, “ilk”leri gerçekleştirmeyi ve sektöre “yön vermeyi” ilke edinmiş bir şirket olduklarını söyleyerek şöyle devam etti: "Enerji alanında sektöre yeniliklerle ve yüksek standartlarla liderlik etmeye çalışıyoruz. Ayrıca 65 ülkeye gerçekleştirdiğimiz ihracatımızla, 15.000 çalışanımız ve istihdam programlarımızla, Türkiye ekonomisine de katkı sağlıyoruz. Türkiye’deki istasyonlarda ilk kanopi uygulamasını, ilk premium market konseptini, ilk market içi tuvaleti, ilk kurşunsuz yakıtı, ilk sadakat programını, ilk taşıt tanıma sistemini, istasyonlarda kadın istihdamını



destekleyen ilk programı, çocuklar için özel olarak tasarlanmış ilk tuvaleti, engelli misafirlerimizin hayatını kolaylaştıran sektördeki ilk engelsiz hizmet alanını hayata geçiren markayız. Müşteri memnuniyetini daima önceliğimiz olarak görüyoruz. Türkiye genelinde 1.000'den fazla istasyonumuzda her gün yaklaşık 1 milyon misafirimizi ağırlıyor ve 600'den fazla Shell Select marketimiz ile 2000'e yakın farklı ürünü müşterilerimize sunuyoruz. Şimdi de hep ileride olduğumuzu yeni marka yüzümüz Engin Akyürek ile "Shell Hep İleride" iletişim kampanyasıyla anlatıyoruz."

Seher Poyrazoğlu: "Kampanyamızın çıkış noktası, müşteri araştırmalarından yıllardır duyduğumuz, Shell'i sektörde ayrıştıran kalitemizin verdiği güven oldu."

Shell & Turcas Perakende Satışlar Pazarlama Direktörü Seher Poyrazoğlu, yeni iletişim kampanyasının çıkış noktasının tüketici araştırmalarında yıllardır çıkan ve Shell'i ayrıştıran kalitesinin verdiği güven olduğunu söyleyerek şu bilgileri verdi: "Shell, 1923 yılında Cumhuriyetimizin kuruluşundan bu yana Türkiye'de faaliyet gösteren, birçok alanda sektöre öncülük eden ve dünyanın en büyük enerji şirketlerinden ve en değerli markalarından biri. Yaptığı teknolojik yatırımlarla, inovasyona ve AR-GE'ye verdiği önemle ve yılda 1 milyar dolarlık AR-GE yatırımı ile son yüz yıl boyunca hep güçlü bir şekilde ayakta kalmayı bilen, hep ileride olmayı başarmış bir marka. Yaptırdığımız tüketici araştırmalarında Shell rakiplerinden iki alanda çok net bir şekilde ayrışıyor, kalitesi ve yarattığı güven. Biz de iletişim kampanyamız kapsamında bu iki alana odaklandık ve 1923'den bu yana Türkiye'de olan köklü ve topluma dokunan bir marka olarak Shell'in kalitesinin verdiği güvenle, hep ileride olduğunu anlattık. Kampanyamızda bir marka elçimizin olmasını istedik ve kimin olacağına karar verirken en çok önemsediğimiz konu, bu kişinin markamızın değerleriyle uyumlu olmasıydı. Kaliteli, güven veren, birçok farklı markayla çalışmak yerine hep seçici olmayı tercih eden, sanatçı kimliğini farklı alanlarla zenginleştiren, sosyal sorumluluk bilinciyle hareket eden bir isim olmasına özellikle dikkat ettik. Engin Akyürek çok başarılı bir sanatçı, oyuncu, yazar. Yazdığı Sessizlik kitabının gelirlerini çok saygın bir kurum olan Darüşşafaka'ya bağışlayan, dogum günlerini Unicef'le anlamlı kılan, kaliteye ve değerlere önem veren bir sanatçı. İlk kez bir markanın reklam kampanyasında yer almayı seçti. Kendisiyle markamızın yolları kesiştiği için çok mutluyum. Bu işbirliği değer odaklı bir işbirliği diyebilirim. Yaptığımız işlerin samimiyetine de bu durum oldukça yansıdı."

Shell'in yeni marka yüzü Engin Akyürek

Shell'in, bir bölümü Tuz Gölü'nde çekilen Kalitesinin verdiği Güven'den beslenen "Shell Hep İleride" kampanyasında işbirliği yaptığı başarılı oyuncu Engin Akyürek: "Shell'in marka kimliği, güvenilirliği, değerleri, alternatif enerjilere yönelik gerçekleştirdiği yatırımlar ve enerji dönüşümüne verdiği önem, topluma sağladığı fayda, kadınlara istasyonlarında sağladığı istihdam imkanı, engelli misafirlerine olan desteği çok kıymetli. Tabii ki Shell bildiğim ve güvendiğim bir marka. Kampanya sürecinde çok daha yakından tanıma fırsatım oldu. Shell'in marka olarak değerleri ve bakış açısını temsil etmek, anlatmaya vesile olmak istedim. Shell'in bakış açısı benim hayata yaklaşımımla çok uyumlu olduğu için Shell ile iş birliğini yoldaşlık olarak görüyorum. Shell'in ve benim seçiçi yaklaşımım degerlerimizle oldukça örtüştü. İlk reklam kampanyamda marka ile değerlerimin örtüşmesi benim için önemli bir kriterdi. Shell ile yollarımızın kesişmesinden son derece memnunum." dedi.



YOLLARIN EN GÜÇLÜLERİ

ASLANBAŞ
OTOMOTİV

Yıldızım KULE ANKARA

aslanbas.grup

UYKU SORUNU YAŞAYANLARIN ORANI

DÖRTTE BİRE ÇIKTI

Dünya genelinde, koronavirüsün etkisi azalmaya başlasa da uyku sorunlarında artış yaşanmaya devam ediyor. Konuyla ilgili yapılan araştırmalar, uyku sorunu yaşayanların oranının altıda birden dörtte bire çıktığını ortaya koyuyor. Ayrıca, araştırma annelerin ve kritik işlerde çalışanların uyku problemiyle daha fazla karşı karşıya kaldığını belirtiyor. Aynı zamanda, Türkiye'de yapılan araştırmalarda da kendini sürekli yorgun ve bitkin hissedenlerin oranı Nisan 2020'de yüzde 39 iken, bu oran Nisan 2021'de yüzde 65'e çıktı.

İNSANLARIN YÜZDE 44'Ü HAYATINDAN MEMNUN DEĞİL

Koronavirüs; yaygın fiziksel sağlık problemlerinin yanı sıra bireyde stres, anksiyete, depresyon ve uyku bozukluğuna neden oluyor. Son bir yıldır pandemi süreci ile mücadele etmek, insanların alışkanlıklarında, ilişkilerindeki, ruh hallerindeki ve sosyal hayattaki değişimi de beraberinde getiriyor. Bu anlamda, yapılan araştırmalarda 2020 nisan ayında yaşamından memnun olanların oranı yüzde 60 iken, 2021 yılının aynı ayında bu oran yüzde 44'e düştü.

KİŞİSELLEŞTİRİLMİŞ ÜRÜNLER PİYASADA DAHA ÇOK YER BULACAK

Yeterli ve kaliteli uykunun önemine vurgu yapan İşbir Yatak Genel Müdürü Ahmet Tokeri, "Sürekli vurgusunu yaptığımız uyku sağlığı, dünyada ve ülkemizde yapılan uyku araştırmalarıyla da her geçen gün destekleniyor. Evlerde geçirilen sürelerin artması ile kişiler gün içerisinde daha az hareket ediyor. Uzmanlarda, konuyla ilgili olarak 7 saatten az uykunun kişinin gün içerisindeki tüm faaliyetlerini olumsuz etkilediğini söylüyor. İçerisinde bulunduğumuz bu süreç gösteriyor ki, artık yatağın insan yaşamındaki kalitesi gün geçtikçe daha da anlaşılır hale geldi" dedi.

Sürdürülebilirlik politikalarının, müşteri odaklı pazarlama ve dijitalleşmenin giderek daha önemli hale geldiğine dikkat çeken Tokeri, "Hijyen hassasiyetindeki ve uyku kalitesi arayışlarındaki artış yatak ve uyku kültürünü geliştiriyor. Artık, bağışıklık sistemi ve uyku arasındaki bağ tüketiciler tarafından da çok daha iyi algılandı. Pandemi süreci ile bu süreç daha da hızlandı. Sektör, artık bu noktada başka bir yöne doğru kaymaya başladı. Bu anlamda, kişiler daha seçici hale geldikçe sektörümüz daha da kişiselleştirilmiş ürünleri tüketicilerine sunacak ve perakende mağazalar da deneyim merkezlerine dönüşmeye devam edecek" diye konuştu.





TÜRKİYE DÜNYADA ALIM GARANTİSİ

VEREN ÜLKELER ARASINDA



Karbon salınımının ve fosil yakıtların zararlarının önüne geçmek için, yenilenebilen enerji kaynaklarına dayalı enerji üretmek isteyen yatırımcıların desteklenmesi tüm dünyanın gündeminde yer alıyor. Bu anlamda, Dünya güneş enerjisi alanında büyük kolaylıklar sağlayarak yatırım yapacak girişimcilere önemli teşvikler sunuyor. 40 ülkenin yer aldığı endekslere bakıldığında, yenilebilir enerji yatırımlarında Çin 2060'a kadar sıfır enerji taahhüdü ve ABD 2 trilyon dolarlık temiz enerji planı ile ilk sıralarda geliyor. Üretilen enerjinin alım garantisini veren ülkeler arasında ise; Türkiye, Avusturya, Fransa, Almanya Yunanistan gibi ülkeler yer alıyor.

Konuyla ilgili olarak, yenilenebilir enerji kaynaklarının uzun vadede yatırımcılar için avantaj sağladığına dikkat çeken Evcil Solar, yurt dışında yatırım yapmak isteyen yatırımcılara destek veriyor.

YENİLENEBİLİR ENERJİ PAZARDA REKABETÇİLİĞİ ARTIRIYOR

Yenilenebilir enerjinin, yeni enerji üretim kapasitesi için birçok pazarda giderek daha rekabetçi hale geldiğine dikkat çeken Evcil Solar Şirketleri Genel Müdürü Mustafa Evcil, "İspanya Amerika Almanya ve Japonya dünya genelinde Güneş Enerjisi Kurulu'nun yüzde doksanını elinde tutuyor. Çin'in 2060'a kadar sıfır enerji taahhüdü ve ABD'nin 2 trilyon dolarlık temiz enerji planı ise, dünyanın en büyük üç ekonomisinin aynı yöne doğru ilerlediği anlamına geliyor. Onları Japonya, Kore Cumhuriyeti ve İngiltere gibi diğer birçok ülke takip ediyor. Bu ülkeler, yatırımcılar için kapılarını ardına kadar açmış durumda. Ayrıca, Avusturya Kıbrıs, Fransa, Almanya, Yunanistan, Macaristan, İrlanda, İtalya, Litvanya, Lüksemburg Hollanda Portekiz ve Türkiye gibi ülkeler de üretilen enerjinin alımını garanti ediyor" diye konuştu.

FİNANSMAN ÇÖZÜMLERİ SUNUYORUZ

Evcil, "Pandeminin etkisi ve yapılan düzenlemeler ile güneş enerjisi yatırımları, yatırımcılara uzun vadede güvenli bir liman sağlıyor. Günümüzde önem kazanan sürdürülebilirlik anlayışının, fosil yakıtların ve karbon salımının önüne geçilmesi için oluşturulan bilincin önem kazanması ile temiz yenilenebilir enerjiye daha çok odaklanır hale geldik. Bu anlamda, son yıllarda yatırımcıların toplumun geleceğine saygılı üretim yapan firmalara olan güveni ve inancı giderek büyüyor. Yapılan teşvikler ile girişimciler bu alanda yatırımlarını giderek artırıyor. Bunun yanı sıra, yurt dışında yatırım yapmak hem yatırımcılar hem de firmalar için önemli avantajlar sağlıyor. Yurt dışındaki finansman kullanımı da oldukça avantajlı. Türkiye'de biz yıllık yüzde 19' la kredi kullanırken, örneğin Macaristan'da yıllık yüzde iki ile finansman kullanılabiliyor. Ayrıca, oturma izni de alabiliyorsunuz. Bunların yanında, devletin alım garantisi yurt dışında 14 yıl. Biz de, bu anlamda yatırımcıların yurt dışında yatırım yapmalarına imkan sağlayarak proje oluşturma, GES kurulumu, inşaat, elektrik, proje ve finansman gibi çözümler sunuyoruz" dedi.



DEKORASYON STİLİNİN TAMAMLAYICISI

"İŞLEVSEL TASARIMLAR"

Dünyayı ve ülkemizi etkisi altına alan pandemi, hayatımızda pek çok değişikliği beraberinde getirdi. Sokağa çıkma yasakları nedeniyle evlerde geçirilen sürelerin artması ile insanlar yaşam alanlarını daha verimli kullanmak için dekorasyona daha çok vakit ayırmaya başladı. İşlerimizi evden yürütmek zorunda kaldığımız bugünlerde, bazen ofis, okul bazen de spor salonu ve restoran haline gelen evlerimizde artık işlevsel kurgular ön plana çıkıyor. Bu anlamda, çok fonksiyonlu mobilyalara olan ihtiyacın ve talebin artış göstermesi ile, bu yaz rahat hissettirecek işlevsel mobilyalar iç mekanlarda artış gösteriyor. Bu kapsamda modüler tasarımlar üreten CVK Mobilya, ürettikleri modern ve şık tasarımlarıyla yaşam alanlarına canlılık kazandırıyor.



MODERN TASARIMLAR YÜKSELİŞE GEÇTİ

Her alanda, modern, şık ve modüler tasarımların yükselişe geçtiğine dikkat çeken CVK Mobilya Şirketler Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Fatih Çevik, "Bu doğrultuda, iç mimaride büyük önem taşıyan mobilyalar yaşam alanlarının atmosferini oluştururken, her zevke ve dekorasyona uyumlu modeller de dekorasyonun vazgeçilmez ögeleri arasında yer alıyor. Bunun yanında raf, dolap ve vitrin seçenekleri sunan tasarımlar, alternatif kullanım alanlarıyla evinizi şık ve fonksiyonel bir hale bürüyor. Kitaplarınız, kristal eşyalarınız ve daha pek çok ev eşyasını bir arada saklama kapasitesine sahip modeller, hem salon hem de yemek odalarınıza uyum sağlıyor. Tüm mobilya ürünlerinde, yaşam alanlarına ferahlık ve işlevsellik kazandıran şık görünümler de her tarz dekorasyon stilinin tamamlayıcı olacaktır" dedi.

Çevik, "Bu yıl, ev dekorasyonlarında doğallık ön planda yer alıyor. Gözü yormayan, kullanışlı, sade ve şık modellere yönelim var. Bunun yanı sıra, koyu renklere de dönüş yapılmaya başlandı. Ayrıca, zıt renklerin birbiriyle ahenk içinde olduğu kombinler de bu sezon karşımıza çıkıyor" diye konuştu.











GÖKÇEHAN
PHOTOGRAPHY

A. Öner
AHMET ÖNER
PHOTOGRAPHY

İŞ BİRLİĞİYLE

PROFESYONEL
Çözümler

VARYAP MERİDİAN A BLOK-DAİRE:35
BARBAROS MAHALLESİ,
AL ZAMBAK SOKAK NO:2 34746
ATAŞEHİR / İSTANBUL

+90 (533) 167 52 32

gokcehanworks



Asile Betül
Yayla
Avukat

0506 381 34 39
avasileyayla@gmail.com
Reşatbey Mah. Türkkuşu Cad.
Günep Panorama İşmerkezi B-Blok
Kat:10 Daire:1002 - Seyhan/ADANA

KİRALANAN TAŞINMAZIN İCRA YOLUYLA TAHLİYESİ

Bir yargılama sonucunda, mahkeme kararının yazıldığı ve taraflara verilen, imzalı ve mühürlü resmi belgeye İLAM adı verilir. İlama dayanılarak yapılan icra takibine ilamlı icra takibi, ilam olmaksızın alacaklının icra dairesine başvurarak yürütülen icra takibine ise İlamsız İcra Takibi adı verilir.

İcra ve İflas Kanunu'nda üç tür ilamsız takip türü öngörülmüştür. İlamsız üç takip türü:
• Genel Haciz Yoluyla Takip,
• Kambiyo Senetlerine Özgü Haciz Yoluyla Takip ve
• Kiralanan Taşınmazların Tahliyesi' dir.

Kiralanan taşınmazın tahliyesi yoluyla takip; kira bedelinin ödenmemesi veya kira süresinin bitmesi nedeniyle başlatılabilir. Bu iki sebebe dayanarak açılan tahliye davalarının ispat vasıtaları ve yasal şartları farklıdır.

Kiralanan taşınmazın tahliyesi yoluyla takipte kira bedellerinin ödenmemesi veya kira süresinin bitmesi ile oluşan olumsuzluklar cebri icra yoluyla giderilir.

1)KİRA BEDELİNİN ÖDENMEMESİ NEDENİYLE TAHLİYE

Kiralayan kiracının borcunu süresinde ödememesi üzerine İcra Müdürlüğü' ne başvurarak ödeme emri gönderir. Kira alacağına ilişkin başlatılan takip ihtar sayılır. Ödeme emri ile kira bedelinin 30 gün içerisinde ödenmesi gerektiği belirtilir.

İşyeri kiralarında İcra Daireleri, damga vergisini yatırılmadan icra takibini başlatmamaktadır. Kiralanan işyerleri hakkında, tahliye talepli takip başlatılırken damga vergisine dikkat edilmelidir.

Ödeme Emrinde "7 gün içerisinde borç ödenmezse haciz yapılacağı ve 30 gün içerisinde tüm kira borcu fer' ileri ile birlikte kapatılmazsa kira sözleşmesinin fesh olunacağı ve kiralananın tahliye olunacağı" ihtar edilir. Yedi günlük süre ödeme emrinin borçluya tebliğinden itibaren işlemeye başlar. İlamsız icra takiplerinde genel haciz süresi 7 gündür. 30 günlük süre ise 6098 Sayılı Türk Borçlar Kanunu madde 315' de belirtilmiştir.

TBK madde 315' e göre:
"Kiracı, kiralananın tesliminden sonra muaccel olan kira bedelini veya yan gideri ödeme borcunu ifa etmezse, kiraya veren kiracıya yazılı olarak bir süre verip, bu sürede de ifa etmeme durumunda, sözleşmeyi feshedeceğini bildirebilir. Kiracıya verilecek süre en az on gün, konut ve çatılı işyeri kiralarında ise en az otuz gündür. Bu süre, kiracıya yazılı bildirimin yapıldığı tarihi izleyen günden itibaren işlemeye başlar."

Borçlu kira bedeli ve üzerine düşen aidat yükümlülükleri, icra masrafları gibi alacakların tamamını 30 gün içerisinde ödemelidir.

Borçlunun genel haciz yoluyla takipte olduğu gibi kira borcuna veya kira ilişkisine itiraz hakkı mevcuttur.

Borçlu 7 gün içerisinde borca itiraz ederse takip durur. Eğer itiraz sadece borca itiraz şeklindeyse, imzaya itiraz edilmemişse, bu durumda icra mahkemesinde itirazın kaldırılması davası açılır. Borca itiraz edilmiş ancak imzaya itirazda bulunulmamışsa; İİK 68. Maddede yer alan imzası ikrar edilmiş bir belge vardır. Bu davada, borçlu/kiracı, borcu/kirayı ödediğine dair evrak sunamazsa itiraz kaldırılır. İlamsız tahliye takibi genel haciz yoluyla yapılan takipten farksızdır. Fakat kira alacağının tahsili amacıyla yapılacak icra takibinde mutlaka tahliye talebinin bulunması gerekir. Eğer takip talebinde tahliye talebinde bulunulmamış ise kiraya veren icra mahkemesinden tahliye isteminde bulunamaz.

Takip talebinde tahliye talebinde bulunulmazsa, kiraya veren İcra Mahkemesi' nden tahliye isteminde bulunamaz. Tahliye talebi bulunmayan takip talepnamesine dayalı olarak açılan tahliye davasının reddine karar verilir.

Konuya ilişkin Yargıtay 8. Hukuk Dairesi' nin 18/09/2017 tarihli 2017/13162E, 2017/10909K sayılı İçtihat' ında:
"Dava, davalı kefillerin itirazlarının kaldırılması ve kiracının tahliyesi istemlerine ilişkindir.

Takip talebinin geçerli olması ve buna dayanarak icra dairesinin borçluya ödeme emri gönderebilmesi için, takip talebinde bulunması gereken kayıtlara, takip talebinin şartları denir. Kiralayan alacaklı, ilamsız tahliye takip talebinde kiranın ödenmesinden başka, kiracının tahliyesini İİK' nın 269/1. maddesi gereğince istemek zorundadır. Böylece kiralayan kira bedeli için genel haciz yolu ile takiple tahliye takibini birleştirir.

Takip talebi örneğinin 7 numaralı bölümünün karşısındaki boş yere tahliye talebinin yazılması gerekir. Ayrıca 9 numaralı bölümde de bu talebin yeniden haciz ve tahliye şeklinde tekrarlanması gerekir.

Dosyada mevcut, örnek icra takip dosyasındaki takip talepnamesinin incelenmesinden talepte tahliye isteğinin yer almadığı görülmektedir. Tahliye talebi olmayan takibe dayalı olarak, icra müdürlüğünce borçluya 13 örnek ödeme emri gönderilemez.

Alacaklı, böyle bir ödeme emrine dayanarak İcra Mahkemesinden taşınmazın tahliyesini isteyemez. Bu durumda mahkemece, tahliye talebi bulunmayan takip talepnamesine dayalı olarak açılan tahliye davasının reddine karar verilmesi gerekirken tahliye kararı verilmesi hatalıdır."

Tahliye istekli icra takibi yapılabilmesi için kira sözleşmesinin bulunması şarttır.

Adi yazılı kira sözleşmesinde imzanın inkar edilmesi veya sözlü akde karşı çıkılması halinde kiralayan icra mahkemesinden tahliye isteyemez. Böyle bir durumda genel mahkemede dava açılır.

Ödeme emrinin tebliğ tarihinden itibaren hem 7 günlük süre hem de 30 günlük süre başlar.

Kiracı borcunu 30 gün içerisinde ödemez ve itiraz süresi içinde de itiraz etmezse takip kesinleşir. Kiraya veren bir taraftan alacağın tahsili için takibe devam eder, 30 günlük süre bittikten sonra İcra Mahkemesine başvurarak kiracının tahliyesini isteyebilir.

Kiracı süresi içerisinde takibe itiraz etmezse kira sözleşmesinin varlığını ve talep edilen kira borcunu kabul etmiş sayılır. İtiraz edilmezse takip kesinleşir. Takip kesinleşse de alacaklı tarafından yasal süreler beklenir. 30 günlük ödeme süresinde kiracı borcunu ödemezse;

- Kiraya veren alacaklı İcra Mahkemesinden kiralananın tahliyesini isteyebilir.
- Alacağının tahsili amacıyla borçlu kiracının mallarını üzerinde haciz işlemi yapabilir.

30 gün bitiminden itibaren 6 ay içerisinde İcra Mahkemesinden tahliye talep edilmelidir. Tahliye davasında kira sözleşmesinin yazılı olması şartı aranmaz. Tahliye davası sonunda kiralananın tahliyesine hükmedilirse, tahliyenin gerçekleştirilebilmesi için mahkeme kararının borçluya tefhim edilmişse (karar yüzüne karşı verilmişse), tebliği beklemeye gerek kalmadan 10 gün içerisinde, icra dosyasına sunulacak karar ile tahliyeyi gerçekleştirilebilir. Tebliğ edilmişse, tebliğ tarihinden itibaren 10 gün geçmesi gerekir. Bu sürenin geçmesinden sonra cebri icra yoluyla tahliye gerçekleştirilir.

Tahliye kararı üzerine borçlu kiracı üç aylık kira bedeli karşılığında icranın geri bırakılması yoluna başvurabilir. (İİK madde 269 c/3, İİK 36. madde)

Tahliyeye gitmeden tahliye harcı yatırılmalıdır. Tahliyeye gidilirken 6 aylık yedi emin deposu ücreti, nakliye masraflarına yetecek miktarda para bulundurulmalıdır.

2)KİRA SÜRESİNİN SONA ERMESİ NEDENİYLE TAHLİYE

Kira süresinin sona ermesi sebebiyle tahliye yoluna başvurabilmek için yazılı bir kira veya tahliye taahhüdü bulunmalıdır. Kiralanan yerlerin tahliyesi için sürenin bitmesi, süre sonunda kiralananın tahliye edileceği yönünde yazılı tahliye taahhüdü verilmiş olmalıdır.

Kira süresinin bitmesi nedeniyle tahliyede İcra Dairesi ödeme emri değil, tahliye emri gönderir.

Takibin kesinleşmesinin ardından sadece tahliye söz konusudur. Kiraya veren kira süresinin sona ermesinden sonra sözleşmeyi yenilemek istemiyorsa sürenin sona ermesinden itibaren bir ay içinde kiracının tahliyesi için takip başlatmalıdır. (İİK 272/1; TBK 352.m). Bu süre hak düşürücüdür.
Tahliye talebi ile birlikte yazılı kira sözleşmesi ve tahliye taahhüdü İcra Müdürlüğü' ne verilir. Kiracı tahliye emrinin kendisine tebliğinden itibaren yedi gün içinde takibe itiraz edebilir.
Kiracı açıkça ve ayrıca imzayı inkâr ederse, kiraya veren kiracıya Sulh Hukuk Mahkemesi'nde tahliye davası açar.
Kiracı itiraz etmez ya da itiraz edip de itirazı alacaklı tarafından kaldırılırsa İcra Dairesi kiracıyı taşınmazdan zorla çıkarır.



Medrese Mah. Şehitler Cd. No:10
Haymana/ANKARA

www.**armadagrannoshotel**.com

armada

GRANNOS

Thermal Hotel & Convention Center

0(312)711 08 13

/ GRANNOSTHERMAL

444 7 490

Fırat Aslanbaş

Business And Life'in bu ayki sayısında Ankara iş dünyasının tanınmış genç iş insanlarından Aslanbaş Grup Yönetim Kurulu Başkanı Fırat Aslanbaş ile kendisi, iş hayatı, çalışmaları ve otomotiv sektörü hakkında keyifli bir sohbet gerçekleştirdik.

Sizi tanıyabilir miyiz? Fırat Aslanbaş kimdir?

Ankara'da doğdum büyüdüm. Küçük yaşlardan beri çalışma hayatının içerisinde yer alıyorum. 10 yıldan daha uzun bir süredir aktif olarak kendi işimin başındayım. Çalışmalarımız yoğun bir şekilde devam ediyor. Hayatım yoğun iş tempoları ve yoğun çalışma saatleriyle geçiyor.

İş hayatınıza başlama ve bu günlere gelme hikâyenizden bahseder misiniz?

Küçükken babamın yanında iş hayatıyla geçiriyordum. Aileme olan güvenim ve babamın disiplinli bir ortamda beni büyütmesinin katkılarıyla ticarete ilk adımımı atmış oldum. Büyük riskleri göze alarak Aslanbaş Otomotiv'i kurdum. İlk seneler biraz zorlansam da zamanla üstesinden gelmeyi başardık.

Ticarete ilk başlangıcım benim için hayatımın dönüm noktası idi, riskleri kendime göre alıyordum. Haliyle ilk yıllar büyük zorluklar yaşadım ama hem ailem hem de sevdiklerim bu süreçte çok büyük destek oldular. Onlar sayesinde bu süreci çabuk atlattım.

Başarı asla tesadüf değil, başarısızlık da kader değil. Önemli olan, her şeye devam etmek o devam edebilme cesareti gösterebilmek. İşimi yürütürken her şeyden önce mütevazı olmayı ön görüyorum. Dürüstlük ve disiplinden kesinlikle ödün vermiyorum. Belki de bu günlere gelmemin en büyük nedeni bunlardı.

İkinci el ve klasik araç alım satımında Aslanbaş Otomotiv'in önemli bir yeri olduğunu biliyoruz. Bizlere biraz şirketinizden bahseder misiniz?

Aslanbaş Otomotiv olarak ilk günden itibaren kaliteli hizmet ve müşteri memnuniyeti ilkelerinden sapmayarak karşılıklı güven duygusuyla büyüyerek günümüze kadar geldik. Müşterilerimizin ihtiyaç ve beklentilerini etkin bir şekilde hızlı, hatasız ve zamanında karşılayarak, otomotiv satışı hizmetlerinde üstün, alanında tanınan ve tercih edilen firma olduk. İlk günkü heyecanla işimizi yapmaya devam ediyoruz.

Locale Ankara hakkında bilgi verir misiniz?

Ankara'da şu anda hızlı gelişen bir ticaret ağı ve buna bağlı olarak zenginleşen sosyal hayata var. Gelişen sosyal hayat yeni talepleri de beraberinde getirdi. Locale bu ihtiyaca cevap verebilmek adına doğdu. Fikrin ortaya çıkmasından sonra çok titiz bir çalışma yürüttük.

Ben hep profesyonellerle çalışmaya inanırım. Otomotiv işinde de böyleydi. Yanımda çalışan genel müdürden aşçısına kadar herkes profesyonel olmak zorundadır. Herkes işini bilmek ve sahip çıkmak zorundadır. Locale profesyonel bir ekibin uzun süreli gayretleri sonucunda Ankara'nın en elit mekanlarından birine dönüştü. Pandemi nedeniyle potansiyelini henüz ortaya çıkarabilmiş değil ancak yakın zamanda büyük sürprizler olacak.



“

Başarı asla tesadüf değil, başarısızlık da kader değil!



Locale'i diğer kafelerden ayıran özellikler neler?

Fiziksel koşullarımız bizi diğerlerinden ayıran en önemli etken. Geniş bir otoparkımız var. Bir diğer ayrıcalığımız otoparkımızla birlikte vale hizmeti sunmaktayız. Diğer fiziksel koşullar ise; mekânın ferahlığı, her tarafın panoramik camlı olması, en büyük özelliklerden bir tanesi de Ankara'nın en elit lokasyonunda bulunması. Locale Cafe gerçek anlamda estetik ve samimi yapısıyla her gelenin hayran kaldığı çok özel bir mekan. Artı nargile bölümümüz var. İnsanlar müzik dinlemek istemiyorum sadece kafamı dinleyeceğim derlerse VIP localarımız mevcut.

Pandemi döneminde iş stratejilerinizde bir değişiklik oldu mu?

Pandemiyle birlikte her şeye bakış açımız değişmeye başladı. Otomobil, gayrimenkul gibi ana yatırımların giderek anlamını yitirdiğini, insanların daha sofistike yaşadığını görüyoruz. Tüketiciler kıyafete, eşyaya, mala mülke, paraya daha az değer vermeye başladı. Deneyimin daha çok önem kazandığı bir döneme girdik. Bu davranış şeklini gençlerde daha fazla gözlemliyoruz. Dolayısıyla sektörlerdeki ağırlıklar biraz daha harcama kalemi olarak yer değiştirecek gibi görünüyor. Yani tüketimde öncelik sıralamalarında değişiklik olacak diye düşünüyorum.

Başarıya doğru emin adımlar atan bir iş adamı olarak Türkiye'nin iş sektörü hakkında ne düşünüyorsunuz?

Sektörün gelişimi için hükümetin elinden geleni yaptığına inanıyoruz. Sektörün gelişimini hızlandırmak için yatırımdan kaçınmamalı. Halkımız kendi topraklarımız içeresinde yatırım yapmak yerine, genellikle yurtdışına yatırım yapmayı tercih ediyor. Bunu çok yanlış buluyorum. Şöyle ki; buraya yaptığımız en küçük yatırım bile belli bir zaman içeresinde bizlere kat kat geri dönüyor. Devlet zaten gereken teşvikleri sunuyor. Böylelikle hem sektörel gelişim alanında artı düzeye çıkıyoruz hem de işsizlik oranını seviyesel olarak düşürüyoruz.

İş hayatında başarılı olmanın altın kurallarını söyler misiniz?

Birinci kural dürüst ve düzgün iş yapmak. Bunların dışında iyi ekip kurmak gibi basit dengeler var. Kısaca kafası çalışan bir insanın etik değerlere dikkat ettiği takdirde çok çalıştığında Türkiye'de başarılı olmama ihtimali yok bence. İkinci kural kesinlikle çok çalışmak. Hayatta ne yaparsanız yapın, aklınızda öncelikle işinizin olması gerekiyor, bir ortama girdiğinizde bile işle ilgili fikirleri düşünüyorsunuz ister istemez.

“ Ben hep profesyonellerle çalışmaya inanırım. Yanımda çalışan genel müdürden aşçısına kadar herkes profesyonel olmak zorundadır.

Genç, dinamik ve başarılı bir iş insanı olarak, gençlere ne tavsiyede bulunmak istersiniz?

Genç arkadaşlarımız, öncelikle bir hedefe sahip olmalı diye düşünüyorum. Asla yapamam demeden, azim ve kararlılıkla ve elbette çalışarak yola çıkılması gerekiyor. Basamakları çıkmak zordur, bazen yorulursunuz ama asla geri adım atmadan daima ileriye odaklanın bu sayede başarılı ve kariyer sahibi bir insan olursunuz.

İleriye yönelik hedeflerinizden bahseder misiniz?

En büyük hedefim İŞ hayatımda, şirketimizi daha ileri seviyeye getirmek ve dünya genelinde adımızdan sıkça söz ettirmek olacak. Yolumuz uzun bizler de çalışkan ve kararlıyız.

Türkiye ekonomisi hakkında ne düşünüyorsunuz? Covid-19 Pandemisinde iyi bir sınav verdiğimizi düşünüyor musunuz?

Dünyanın dev ekonomileri Covid-19 Pandemisi nedeniyle 2020'nin 2. çeyreğinde rekor seviyelerde daralırken ekonomimiz alınan tedbirler ve atılan adımlarla karamsar tabloların aksine dünyanın devlerine nazaran yurt içi piyasalara ümit veren iyi bir sonuç aldı. 2020'nin son çeyreğinde kaydedilen rekor büyüme bu başarıyı taçlandırmış oldu.

Ülkemiz dünya ekonomisinin girdiği çıkmazda kendi içinde barındırdığı potansiyelleri harekete geçirerek Pandemi sürecinin en karlı ülkesi olabilir. Türkiye, halihazırda Avrupalı çok uluslu şirketlerin değer zincirlerine iyi entegre olmuş bir ekonomiye sahip. Genç ve iyi eğitimli büyük bir nüfusa sahibiz. Bu durum özellikle AB'den uluslararası şirketler için, Türkiye'yi AB pazarı için mal üretmek üzere güvenilir ve ilginç bir yer haline getiriyor.

Turizmdeki kapasitemiz ile dünyada ilk sıralarda yer alıyoruz. Ülkemiz, sağlık hizmetlerindeki kalite ve kapasitesiyle dünyada adından söz ettirmeye başladı. Uygun fiyatları, nitelikli ve sürdürülebilir hizmet kalitesiyle "sağlık turizminde" herkesin öncelikli tercihi haline gelebilir.

Sağlık sistemi ve ekipmanlarının yeterliliği, kendi kendine yeterli üretim ve kapasite kullanım gücü, ürün ve hizmetlere kriz durumunda hızla erişebilme yetkinliğiyle de bu krizin dikkat çeken ülkelerinden birisi olduk.



Ariş Pırlanta Yönetim Kurulu Başkanı Kerim Güzeliş:

Yaz Aylarında Piyasaların Hareketlenmesini Bekliyoruz

Kapanmanın ardından normalleşme sürecinin başlamasıyla tüketicinin hızla alışverişe yöneleceğini beklediklerini belirten Ariş Yönetim Kurulu Başkanı Kerim Güzeliş, "Son bir yıla damgasını vuran pandeminin hız keseceğini ve kapanmanın ardından normalleşme ile birlikte özellikle yaz aylarında tüketicinin ertelediği alışverişlerle piyasaların hareketleneceğini öngörüyoruz" dedi.

114 yıllık geçmişiyle Türkiye'nin en köklü mücevher markalarından Ariş Pırlanta'nın Yönetim Kurulu Başkanı Kerim Güzeliş, son dönemdeki kapanmanın ardından normalleşme sürecinin başlamasıyla tüketicinin hızla alışverişe yöneleceğini beklediklerini ifade etti. Kerim Güzeliş, "Son bir yıla damgasını vuran pandeminin hız keseceğini ve son kapanma sürencin ardından normalleşme ile birlikte özellikle yaz aylarında tüketicinin ertelediği alışverişlerle birlikte piyasaların hareketleneceğini öngörüyoruz" şeklinde konuştu.

Tüketici ile kurulan bağ önemli

Pandemi ve kapanma dönemlerinin tüketiciyi online alışverişe yönelttiğini, son bir yılda dijitalleşmenin oldukça ivme kazandığını belirten Güzeliş, dijital alışverişin yükselişinin süreceğini söyledi. Bunun yanında normalleşme süreci ile birlikte tüketicinin pandemi psikolojisinden kurtularak fiziki alışverişe de yöneleceğini belirten Kerim Güzeliş, geçirdiğimiz sürecin tüketiciyle duygusal bağ kurma açısından önemli bir dönem olduğunu da dile getirdi. Güzeliş, pandemi sürecinde farklı mecralardan olmak üzere tüketiciyle iletişimi hiç kesmediklerinin altını çizerek şöyle konuştu: "Mağazalarımızın kapalı olduğu dönemi geçtiğimiz yıl kapanma döneminde olduğu gibi, online mağazamızla, tv ve dijital reklamlarımızla, müşterilerimizle iletişimi kesintisiz sürdürdüğümüz birebir aramalarımızla, satın alınan ürünü adrese en kısa sürede teslim ederek mevcut şartların elverdiği şekilde geçirdik. Bu sayede sektörde öncü olduğumuz online mağazamız sayesinde tüketicilerimizle buluştuk. Tüketiciyle kurulan bağ sürekli beslendiğinde bunun faydalarını orta ve uzun vadede görebiliyorsunuz. Normalleşme süreci ile birlikte piyasaların eskisinden fazla hareketleneceğine inanıyoruz." dedi.

Tercihler değişti

Pandemi sürecinde tüketici tercihlerinin de değiştiğini dile getiren Kerim Güzeliş, online alışverişle birlikte tüketicinin daha küçük, trendy, özel günlere yönelik hediye amaçlı ürünlere yöneldiğini belirtti. Satışlara bakıldığında adetsel olarak artış yüksek görünürken ciro açısından daha düşük olduğunu söyleyen Güzeliş, tektaş ve alyans gibi evlilik ürünlerinin yerini koruduğunu da sözlerine ekledi.

2021 yılının tüm dünya için bir yaraları sarma, iyileşme yılı olduğunu söyleyen Güzeliş, dünyanın pek çok ülkesinde pandeminin bittiğini ya da bitmek üzere olduğunu belirterek özellikle yılın ikinci yarısında, olağandışı bir durum olmadıkça toparlanmanın hızlanacağını umduklarını dile getirdi. Gerek istihdam kayıpları gerekse TL'nin durumu gibi unsurlarla Türkiye açısından bir geçiş yılı olacağını belirten Kerim Güzeliş, 2022 yılında dünya ve Türkiye için şartların daha iyi olmasını beklediklerini söyledi.



CU

C FOR YOU

TIMELESS FASHION

0530 162 68 88

sedaacun@cforyou.com.tr

www.cforyou.com.tr

Beytepe Mah. 5699 Sk. 1777 Cad. 7/4
Anhira Villaları Çankaya/Ankara

cforyou_official



Dilek Koçak
Tozlu
Stil Danışmanı / Moda Editörü

streetstyle_bydilektozlu
dktozlu
Dilek Koçak Tozlu

ERKEKLERİN GARDIROPLARINA

ORTAK OLMA ZAMANI

Erkek modasının yükselen grafiği ile birlikte cinsiyetsiz tasarımlar da ön plana çıktı ve kadın ve erkek arasındaki o keskin stil çizgisi silinmeye başladı. Özellikle oversize kesimlerin gündemden düşmediği şu dönemde sınır alanlarımızın genişlemesi ile birlikte erkek arkadaşlarımızın ya da eşlerimizin gardıropları daha çekici hale gelmeye başladı.

> **Tek bir renk yerine denim kumaştan ekoseye kadar birçok seçenek kullanmamız da olası. Basic t-shirtlerle tamamlanan gömlekler bu yaz yine ön planda.**

Ben de sizler için onların gardırobundan kullanabileceğiniz kilit parçaları bir araya getirmeye çalıştım.

Stilimizi dengelememizi sağlayan bol ve tek renk t-shirtlerde erkekler kadar şanslı olamayabiliyoruz çoğu zaman. Bu konuda kendi şansımızı yaratıp onların gardırobunda bize uyan parçalar ile farklı kombinler yaratabiliriz.

Bu sezon gözde olan büyük beden beyaz gömleklerde de beden ve kesim konusunda sıkıntı yaşamamak adına onların gardırobuna dahil olabiliriz. Hatta tek bir renk yerine denim kumaştan ekoseye kadar birçok seçenek kullanmamız da olası. Basic t-shirtlerle tamamlanan gömlekler bu yaz yine ön planda.

Blazer ceketlerde maskülen kesimlerin yeni sezonun önemli detaylarından birini oluşturmasıyla erkeklerin gardırobu daha elverişli hale geliyor. Bu ceketleri dar bir pantolon ve stilettolarla kombinleyerek göz alıcı bir stil yaratabilirsiniz. Hatta bu sezon öne çıkan zincirli kemerlerle de tamamlayarak ortamların en beğenilen stiline sahip olabilirsiniz.

Artık vazgeçilmez parçamız haline gelen sweatshirt konusunda da onların gardırobu oldukça zengin. Fermualı, kapüşonlu ya da desenli hiç farketmeksizin kullanabileceğiniz bu sweatleri elbiseleriniz ile tamamlayarak cool bir görünüm elde edebilirsiniz.

Ve montlar. İçerisinde rahat edebileceğiniz kesim ve farklı seçim alanları arıyorsanız gardıroplarına mutlaka göz atın. Özellikle jeanler ile kombinleyebileceğiniz bu montları kolej trendini yakalamak için de kullanabilirsiniz. Üstelik mini eteklerle tamamlayarak hem feminen hem de çekici bir stil yaratmanız işte bile değil.

Umudumuzu hiç kaybetmediğimiz, hayatın mucizelerini her yanı başımızda hissedebileceğimiz bir ay olması dileğiyle....



İKİ DEV MARKA SARUHAN GRUP'A

Küçük ev aletleri sektörünün iddialı oyuncularından Fakir Hausgeräte'nin de bünyesinde yer aldığı Saruhan Grup, sektörde 2021 yılına damga vuracak imzalar attı.

Çeşitli sektörlerden markaları çatısı altında bulunduran ve ülke ekonomisine büyük katkı sağlayan Saruhan Grup, gücünü katlayarak büyütüyor. Fakir Hausgeräte'yi de bünyesinde bulunduran grup, sektörün köklü markaları Delonghi ve Braun Household'un Türkiye distribütörü oldu.

1902 yılında İtalya'da kurulan Delonghi, sıra dışı çizgilere sahip, şık, performansı yüksek, güvenilir, eşsiz tasarımlarıyla ün kazanan bir marka olarak tüm dünyada özel bir konuma sahip. Malzeme ve ustalığın benzersiz, yenilikçi birleşimi olan Delonghi ürünlerinin tüm detaylarında kalite hissediliyor. İtalyan tasarımını üretici gücüyle birleştirerek global bir marka olan Delonghi Türkiye'de Saruhan Grup güvencesiyle tüketicilerle buluşacak.

1920'li yılların başında mucit atölyesinde başlayan ve kısa sürede global markaya dönüşen yolculuğunun arkasında yatan karakteristik Alman tasarımı, kalitesi ve mühendisliği bulunan Braun Household, sektörün dev isimlerinden biri. Uluslararası pek çok ödülü bulunan Braun Household, kitlesel pazara 'iyi tasarım' getiren ilk marka olması ile biliniyor.

1985 yılında Türkiye'yi Fakir Elektrikli Ev Aletleri ile tanıştıran Saruhan Grup, edindiği 36 yıllık deneyimi yeni markaları için kullanarak kısa sürede Delonghi ve Braun'u da Türkiye'ye sevdirmeyi hedefliyor.

Sektörün iki dev markasının Türkiye distribütörlüğünü almaktan mutlu olduklarının altını çizen Fakir Hausgeräte Türkiye Genel Müdür Yardımcısı Erdoğan Kalkan; "Kısa zamanda Türkiye'nin güven veren markalarından olmayı başaran Fakir Hausgeräte, Türkiye pazarına girdiği günden bu yana sektörde öncü ve inovatif marka kimliğiyle tanınıyor. Sektörü büyütmek ve pazarı domine etmek adına uzun süredir bizimle yol alacak marka arayışındaydık. Yaptığımız araştırmalar ve çalışmalar sonucunda Delonghi ve Braun gibi iki dev isimle iş birliği yapmaya karar verdik. Saruhan Grup olarak bu iki markayı seçmemizin sebebi Fakir Hausgeräte gibi Ar-Ge gücü yüksek, kaliteli ve güvenilir olmalarıydı. Türk tüketicisini yakından tanıyoruz ve onların ne istediklerini iyi biliyoruz. Bu anlamda Fakir gibi bu iki markamızı da kısa sürede seveceklerini düşünüyoruz. Fakir ile çıktığımız bu yolda, küçük ev aletleri sektöründe edindiğimiz lider konumumuzu bu iki markayla birlikte daha da güçlendirme hedefimiz doğrultusunda sağlam ve emin adımlarla ilerliyoruz. Çoklu satış kanalı yönetimi konusunda edindiğimiz tecrübemizi şimdi de yeni markalarımız için kullanacağız. Sadece kanal yönetimi anlamında değil, 'Multibrand' yönetimi disiplinine sahip bir grup olarak her bir markanın imajını korumak ve sunduğumuz ticari güvenle birlikte markalara değer katmak amacıyla çalışıyoruz.

2021 yılının ilk günlerinde imza altına aldığımız distribütörlük anlaşmamız doğrultusunda tüm çalışmalarımızı büyük bir titizlikle tamamladık ve Mart 2021 tarihi itibariyle raflardaki yerimizi almaya başladık" dedi.



DOĞAN HOLDİNG 2021 YILININ İLK ÇEYREĞİNDE

%18,3 BÜYÜYEREK 2,8 MİLYAR TL GELİR ELDE ETTİ

Doğan Holding, 2021 yılının ilk çeyreğine ilişkin finansal sonuçlarını açıkladı. Doğan Holding 2021 yılının ilk 3 ayında konsolide gelirlerini bir önceki yılın aynı dönemine göre %18,3 artırarak 2,8 milyar TL konsolide gelir elde etti. Holding'in 2021 yılının ilk 3 ayında elde ettiği brüt kâr ise bir önceki yılın aynı dönemine göre %43,3 artarak 359,9 milyon TL olurken; Faiz, Amortisman ve Vergi Öncesi Kâr (FAVÖK) ise %59,3 artarak 244,7 milyon TL'ye yükseldi. Doğan Holding'in dönem kârı ise faaliyet kârlarındaki iyileşme ve yatırım faaliyetlerinden elde edilen gelirler sayesinde %35,6 artarak 307,5 milyon TL'den 416,8 milyon TL'ye yükseldi.

Doğan Holding'in Kamuyu Aydınlatma Platformu'na (KAP) gönderdiği konsolide finansal tablolara göre; 2021 yılının ilk çeyreğinde konsolide gelirleri 2,8 milyar TL olarak gerçekleşti. Doğan Holding'in brüt kârı, 2021 yılının ilk 3 ayında bir önceki yılın aynı dönemine göre %43,6 artarak 359,9 milyon TL olurken; Faiz, Amortisman ve Vergi Öncesi Kâr (FAVÖK) ise %59,3 artarak 244,7 milyon TL'ye yükseldi. Doğan Holding'in ana ortaklığa ait dönem kârı ise 2021 yılının ilk çeyreğinde 2020 yılının ilk çeyreğine göre %28,8 artarak 320,8 milyon TL'den 413,0 milyon TL'ye yükseldi. Konsolide net nakit yılsonuna göre %7,8 artış göstererek 2,6 milyar TL olurken; solo net nakit ise yılsonuna göre %14,4 artışla 3,0 milyar TL oldu..

'Gelir artışının ana nedeni, tüm grup şirketlerinin güçlü ilk çeyrek performansları'

Doğan Holding CEO'su Çağlar Göğüş, holdingin 2021 yılı ilk çeyrek finansal sonuçları ile ilgili yaptığı değerlendirmede, konsolide gelirlerdeki artışın ana nedenlerinin, sanayi ve ticaret segmentindeki tüm grup şirketlerinin güçlü ilk çeyrek performansları, otomotiv ticaret ve pazarlama segmentinde yüksek seyreden talep ve portföye yeni eklenen markaların desteği ile artan satışlar, finansman ve yatırım şirketlerinin faaliyetlerindeki büyüme ve elektrik üretimi segmentinde santrallerin artan üretimi olduğunu kaydetti. Göğüş şöyle devam etti:

"Elektrik üretimi segmentinin gelirleri geçen yıla göre %17,9 artarken, sanayi ve ticaret segmentinin gelirleri ise Çelik Halat, Ditaş ve Sesa'nın güçlü ilk çeyrek performansları ve ihracattaki artışlar ile %107,5 arttı. Otomotiv ticaret ve pazarlama segmentinin gelirleri ise yüksek seyreden talep ve portföye yeni eklenen markaların desteği ile %62,1 artarken; internet ve eğlence segmentinin gelirleri de DMC'nin iş ortaklığı olarak yeniden gruplanmasına rağmen reklam gelirleri ve diğer gelirler altında gösterilen Kanal D Romanya'nın uydu ve verici hizmet gelirlerindeki artışa bağlı olarak %34,6 büyüdü."

"Etkin süreç yönetimi, maliyet tasarrufu, operasyonel verimlilik artışı"

Doğan Holding CFO'su Bora Yalınay ise Konsolide Faiz, Amortisman ve Vergi öncesi Kârı'nın (FAVÖK) %59,3 artışla 244,7 milyon TL olmasında elektrik üretimi, akaryakıt perakendesi, otomotiv ticaret ve pazarlama, sanayi ve ticaret ve internet ve eğlence segmentlerinin FAVÖK rakamlarındaki artışların etkili olduğunu belirtti. Kârlılıkta 2021 yılının ilk çeyreğinde alınan tedbirler, etkin kriz, süreç yönetimi, maliyet tasarrufları ve operasyonel verimlilik artışı ile geçen yılın ilk çeyreğine göre daha iyi seviyelere gelindiğini belirten Yalınay, Holding'in brüt kârlılığının geçen yıla göre %43,3 artarak, 251,2 milyon TL'den 359,9 milyon TL'ye çıkarken, FAVÖK marjının ise %6,4'den %8,6'ya yükseldiğinin altını çizdi. Yalınay, "Aynı zamanda konsolide net nakdimiz yılsonuna göre %7,8 artış göstererek 2,6 milyar TL olurken; solo net nakit ise yılsonuna göre %14,4 artışla 3,0 milyar TL oldu" dedi.

2021 ilk çeyrekte Türkiye'nin ilk yeşil halka arzı

Doğan Holding adına 2021 yyılının en önemli gelişmelerinden birinin, grubun yenilenebilir enerji şirketi Galata Wind Enerji A.Ş'nin hisselerinin Türkiye'nin ilk yeşil halka arzını gerçekleştirmek olduğuna dikkat çeken Çağlar Göğüş de "Borsa İstanbul'da Kurumsal Yönetim ve Sürdürülebilirlik endekslerine dahil olan Doğan Holding olarak, değerlerimizden ve 62 yıllık köklerimizden güç alarak BM Sürdürülebilir Kalkınma Amaçlarının yaratacağı yenilikçi ve değer odaklı iş fırsatlarını değerlendirerek tüm yatırımlarımızda pozitif etkiye odaklanmaya, bu bakış açısıyla yeni yatırımlar yapmaya, toplum, dünya ve tüm paydaşlarımız için değer yaratmaya devam edeceğiz" dedi.

angorayapı®

TASARIM & UYGULAMA

"www.angorayapi.com.tr"

MİMARLIK - İNŞAAT - TADİLAT - DEKORASYON

Koru Mah. Seçkinler Sitesi, 2627. Sokak No: 1/22, Çayyolu Çankaya ANKARA

+90 312 417 28 21 - 0532 566 93 65

KOÇ HOLDİNG

YILIN İLK ÇEYREĞİNDE 57,3 MİLYAR TL KONSOLİDE GELİR ELDE ETTİ, 2,6 MİLYAR TL KOMBİNE YATIRIM GERÇEKLEŞTİRDİ



Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu:

"Pandemi ile mücadelede bir yılı geride bırakırken, salgının küresel çaptaki etkilerini birçok alanda hissetmeye devam ediyoruz. İçinde bulunduğumuz bu zorlu sürece rağmen 2021'in ilk çeyreğinde başarılı sonuçlar elde ettik. Yatırımlarımızı aralıksız sürdürerek, 2,6 milyar tl'lik kombine yatırım gerçekleştirdik. Böylece son 5 yılda yaptığımız toplam yatırım 43,3 milyar tl'ye ulaştı. Koç topluluğu olarak çalışma arkadaşlarımızın üstün gayretleri, çevik yönetim anlayışımız, sağlam bilançomuz, dengeli portföy yapımız, kuvvetli bayi teşkilatımız, esnek tedarik zincirimiz, dijital yetkinliklerimiz ve çevresel, sosyal ve kurumsal yönetim performansımızla üretmeye ve değer yaratmaya devam ediyoruz."

Koç Holding, 2021 yılının ilk çeyreğinde konsolide bazda toplam 57,3 milyar TL gelir elde ederken, 2,6 milyar TL kombine yatırım gerçekleştirdi. 2021 yılı ilk çeyrek finansal sonuçlarını değerlendiren Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu,

"Pandemi ile mücadelede bir yılı geride bırakırken, salgının küresel çaptaki etkilerini birçok alanda hissetmeye devam ediyoruz. İçinde bulunduğumuz bu zorlu sürece rağmen 2021'in ilk çeyreğinde başarılı sonuçlar elde ettik. Koç Topluluğu olarak çalışma arkadaşlarımızın üstün gayretleri, çevik yönetim anlayışımız, sağlam bilançomuz, dengeli portföy yapımız, kuvvetli bayi teşkilatımız, esnek tedarik zincirimiz, dijital yetkinliklerimiz ve çevresel, sosyal ve kurumsal yönetim performansımızla üretmeye ve değer yaratmaya devam ediyoruz" dedi.

Levent Çakıroğlu: "2021 yılına tüm sektörlerde güçlü bir başlangıç yaptık."

Topluluk olarak faaliyet gösterdikleri tüm sektörlerde 2021 yılına güçlü bir giriş yaptıklarının altını çizen Levent Çakıroğlu: "Belirsizliklerin hâkim olduğu 2020 yılında pekiştirdiğimiz güçlü konumumuzu 2021 yılının ilk çeyreğinde de sürdürdük. Yılın bu döneminde özellikle dayanıklı tüketim ve otomotiv sektörlerinde geçtiğimiz yıldan gelen güçlü iç talebin devam ettiğini gözlemledik. Yurt içi pazardaki güçlü talebin yanı sıra ihracat rakamlarında da ivme yakalayan Arçelik, tüm ürün gruplarında önemli bir satış performansı sergileyerek konsolide net gelirlerini geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 67 artırdı ve 13 milyar TL'ye çıkardı. Otomotiv sektöründe yurt içi pazardaki satışlarda yüzde 61'lik bir artış gözlemledik. Egea model ailesini yenileyen ve Egea Cross'u ürün ailesine katan Tofaş, geçtiğimiz 2 yılda olduğu gibi bu dönemde de Fiat markasıyla pazar liderliğini sürdürdü. 14 yıldır kesintisiz şekilde sektörün lider üreticisi olan TürkTraktör ise traktör piyasasındaki güçlü performansını devam ettirdi. Yurt içi traktör satış adetleri 2021 yılının ilk üç ayında 2020 yılının ilk üç ayına göre yüzde 126 artış gösterdi. Traktör satışlarındaki başarılı performansın yılın geri kalanında da sürmesini bekliyoruz. 2020 yılında önemli ihracat anlaşmalarına imza atan Otokar ise ilk çeyrekte ihracatını yüzde 44, gelirlerini yüzde 91 artırarak global bir oyuncu olma hedefine ulaşmak için cesur adımlarla yoluna devam ediyor. Türkiye'nin en büyük rafineri şirketi Tüpraş ise pandemi koşullarına rağmen ülkemizin akaryakıt talebini karşılama görevini başarılı bir şekilde yerine getirmeye devam etti" dedi.

Finans sektöründeki gelişmeleri de değerlendiren Levent Çakıroğlu, "Yapı Kredi, ülke ekonomimize ve toplumumuza sağladığı desteğini 421,5 milyar TL'lik kaynakla artırarak sürdürdü. Pandeminin yarattığı tüm belirsizliklere rağmen, aktif büyüklüğünü bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 23 büyüterek 534,7 milyar TL'ye yükselten Yapı Kredi, içsel sermaye yaratımı odağını ve sağlam likiditesini koruyarak ihtiyatlı duruşunu devam ettirdi" dedi.

Levent Çakıroğlu: "Yatırımlarımızı aralıksız sürdürüyoruz."

Koç Holding'in 2021'in ilk çeyreğinde yatırımlarını aralıksız sürdürerek, 2,6 milyar TL'lik kombine yatırım gerçekleştirdiğini ve böylece toplam yatırımların son 5 yılda 43,3 milyar TL'ye ulaştığını belirten Levent Çakıroğlu, "Ford Otosan, Avrupa'nın en büyük ticari araç üretim üssü olan Kocaeli Fabrikaları'nda elektrikli ve bağlantılı yeni nesil ticari araç projelerinin hayata geçirileceği ve 2026'ya kadar sürecek olan 20,5 milyar TL'lik yeni yatırımının en önemli fazını duyurdu. Otomotiv sanayisinin en büyük yatırımı kapsamında Kocaeli Fabrikaları'nda 'Yeni Nesil Transit Custom' ailesinin dizel ve şarj edilebilir, hibrit elektrikli PHEV (Plug-In Hybrid) versiyonları ile tam elektrikli ilk versiyonunun yanı sıra Ford Motor Company ve Volkswagen AG'nin stratejik iş birliği çerçevesinde yeni nesil Volkswagen 1 tonluk ticari araç modeli de Ford Otosan tarafından üretilecek. Bu yatırımla ülkemizin otomotivdeki rekabet gücünü önemli ölçüde artırmayı hedefliyoruz. Aygaz ise Bangladeş pazarına yönelik olarak LPG temini, dolumu ve dağıtımı konusundaki ve AyKargo ile kargo sektöründeki faaliyetlerini geliştirmek üzere 2021 yılında yatırımlarına ağırlık verecek. Entegre ve öncü bir enerji piyasası oyuncusu olmayı hedefleyen Entek ise yenilenebilir enerji kaynaklarına yönelik yatırımlarına ve yenilikçi teknolojileri uygulamak için çalışmalarına devam ediyor" dedi.

Levent Çakıroğlu: "Bu taahhüt, çevresel, sosyal, kurumsal yönetim alanlarındaki performansımızı ve ilerlememizi şeffaf bir şekilde paylaşmamıza katkı sağlayacak."

2050 yılında karbon sıfır olacak şekilde düşük karbon ekonomisine geçişe yönelik çalışmalara devam ettiklerini belirten Levent Çakıroğlu, "En önemli dış ticaret ortağımız olan Avrupa Birliği, iklim değişikliğiyle mücadele kapsamında hayata geçirdiği Yeşil Mutabakatı aynı zamanda dijitalleşmeyi hızlandıracak ve istihdamı artıracak ekonomik büyüme modeli olarak konumlandırdı. Burada alınacak kararlar, iş yapış şekillerimizi ve ticari ilişkilerimizi doğrudan etkileyecek nitelikte. Tüm bu değişim sürecini hazırlıklı ve dirençli bir şekilde karşılamak ve ortaya çıkacak fırsatları değerlendirmek üzere çalışmalarımızı hızlandırdık" dedi ve sözlerine şöyle devam etti: "Koç Holding, Dünya Ekonomik Forumu (WEF) bünyesinde Uluslararası İş Konseyi tarafından oluşturulan 'Paydaş Kapitalizmi Göstergeleri'ni kurumsal raporlamalarında kullanacağını taahhüt eden Türkiye'deki ilk şirket oldu. Çevresel, sosyal, kurumsal yönetim alanlarındaki performansımızı ve ilerlememizi şeffaf bir şekilde paylaşmamıza katkı sağlayacak bu taahhüt; sürdürülebilirlik vizyonunu tüm iş stratejimize, operasyonlarımıza ve kurumsal beyanlarımıza dâhil etme konusundaki kararlılığımızın bir yansımasıdır."

Kütahya Porselen'e 2 Uluslararası Ödül

Sema Güral Sürmeli: "Ödüllü tasarımlarımızla sofra kültürüne değer katarken çevresel farkındalığı da artırmayı hedefliyoruz"

Kütahya Porselen, tasarımlarıyla dünyanın en prestijli ödül programlarından biri olan iF Design Award'ta 2 ödüle layık görüldü. Kütahya Porselen Yönetim Kurulu Başkanı Sema Güral Sürmeli, %100 geri dönüştürülmüş porselen koleksiyonu Hypnose ve gülün taç yapraklarından ilham alarak tasarlanan Rosa koleksiyonları ile ödül aldıklarını belirterek yaptığı açıklamada "Tasarımlarımızla hem sofra kültürüne değer katmayı hem çevresel farkındalığı artırmayı hedefliyoruz" dedi.

Kütahya Porselen'in sofralarda sakin, huzurlu ve iyileştirici bir etki yaratan Rosa koleksiyonu ve atık malzemeler kullanılarak sofralara kazandırılan Hypnose isimli koleksiyonu, iF Design Award 2021'de ürün disiplininde ev/sofra eşyası kategorilerinde 2 ödüle layık görüldü. Ürün çeşitliliği ve sürdürülebilir üretim stratejisi ile fark yaratan Kütahya Porselen, atık malzemeler kullanarak geliştirdiği koleksiyonlarıyla doğayla kurduğu dostluğu pekiştiriyor.



%100 geri dönüşümle geleceğe ilham veren koleksiyon

Tümüyle atık materyaller kullanılarak Ecren İlter Duman ve Şule Eryılmaz tarafından tasarlanan, Kütahya Porselen'in yüksek teknolojisi ve inovasyondaki gücüyle üretilen Hypnose koleksiyonu, %100 geri dönüştürülmüş porseleni sofralara kazandırıyor.



Bu yaklaşımıyla da geleceğe ilham veren, doğaya saygı duyan ve hypnotik etkiyi hissettiren sonsuz bir döngü yaratıyor. Yaşamın doğal döngüsünden ilham alınarak tasarlanan koleksiyon, sahip olduğu özgün desen ve renkleriyle de eşsiz sofralar yaratıyor. "Üretimde kullandığımız çeşitli ham madde atıklarını yüksek teknolojimiz ve inovatif yorumumuzla geri dönüştürerek Hypnose koleksiyonunu hayata geçirdik" diyen Kütahya Porselen Yönetim Kurulu Başkanı Sema Güral Sürmeli, koleksiyonun 'tek ve benzersiz' ürünlerden oluştuğunu vurguluyor.

Gül yapraklarından ilham alan koleksiyon

Ecren İlter Duman tarafından tasarlanan ve ilhamını yağmurlu bir günde gülün taç yapraklarına dolan yağmur damlacıklarından alan Rosa koleksiyonu; sofralarda sakin, huzurlu ve iyileştirici bir etki yaratıyor. Koleksiyonun tabak grubu, sahip olduğu asimetrik dış hattı ile gül yaprağının dinamik hareketini yansıtıyor. Duygusal tasarım objeleri arasında yer alan tuzluk ve biberlik ise dokunma duyusuna hitap ediyor. Kullanıcı ihtiyaçları araştırılarak tasarlanan koleksiyon, kullanıcıların özel günlerde kullanmak için şık ve farklı ama aynı zamanda yalın bir yemek takımına olan ihtiyaçlarını karşılıyor. Parçalarıyla kullanıcının işlevsel beklentilerini karşılayarak, yeni yeme içme eğilimleri ile farklılaşan sofra kültürlerine değer katıyor. Toz pembe rengiyle gülün duygusunu hissettirirken, farklı ürünlerle kolaylıkla kombin yapılmasına imkân veriyor.



Arçelik, Stratejik Büyümesine Yeni Satın Almalarla Devam Ediyor

ARÇELİK, WHIRLPOOL'UN TÜRKİYE'DEKİ ÜRETİMERKEZİNİ SATIN ALDI

Türkiye'nin lider şirketlerinden Arçelik, stratejik büyüme hedefi doğrultusunda ABD merkezli Whirlpool'un Türkiye'deki üretim operasyonlarını gerçekleştiren Whirlpool Beyaz Eşya Sanayi ve Ticaret A.Ş'yi 78.3 milyon Euro'ya satın aldı.

Anlaşma, Whirlpool'un Manisa'da yıllık toplam 1,3 milyon adet soğutucu ve 1,4 milyon adet çamaşır makinesi kapasiteli üretim tesisleri ve depolama alanını kapsıyor. Satın alma sözleşmesi kapsamında Arçelik, 3 yıl boyunca bu tesislerden Whirlpool'un Avrupa'daki şirketlerine ihracat gerçekleştirecek.

Arçelik CEO'su Hakan Bulgurlu, "Whirlpool'un Türkiye'deki üretim operasyonlarını satın alarak stratejik büyüme vizyonumuz kapsamında önemli bir adım atıyoruz. Manisa; lojistik, ihracat olanakları ve geniş yardımcı sanayi ekosistemi açısından global pazarlara erişimi olan önemli bir üretim merkezi. Bu atılım, Avrupa başta olmak üzere faaliyet gösterdiğimiz diğer pazarlarda da artan talebi karşılamak adına Arçelik'e önemli bir katkı sağlayacak. İleri üretim teknolojilerimiz, inovatif ürün teknolojilerimiz ve sürdürülebilirlik alanındaki öncü uygulamalarımızı bu tesislere de entegre ederek önemli bir sinerji yakalamayı hedefliyoruz. Beyaz eşyada önemli bir üretim merkezi olan ülkemizin ihracat potansiyelini artırmak adına da değerli bir hamle yapmış olduk" dedi.

Ev teknolojilerinde Türkiye'nin lider, dünyanın önde gelen şirketi Arçelik, stratejik büyüme hamlelerine bir yenisini daha ekledi. Arçelik, ABD merkezli beyaz eşya üreticisi Whirlpool'un Manisa'daki işletmesi içerisinde yer alan 2 fabrikası ve depolama alanına sahip olan Whirlpool Beyaz Eşya Sanayi ve Ticaret A.Ş'yi 78.3 milyon Euro'ya satın almak üzere anlaşma imzaladı. İlgili otoritelerin onayının alınması dahil, kapanış koşullarının gerçekleşmesini takiben satın alma işlemi tamamlanacak. Whirlpool Beyaz Eşya Sanayi ve Ticaret A.Ş'nin 134 bin metrekare kapalı toplam 245 bin metrekarelik alanda bulunan üretim tesislerinde soğutucu ve çamaşır makinesi üretimi gerçekleştiriliyor.

Arçelik'in yatırım yaptığı yıllık 2,7 milyon adet üretim kapasitesine sahip olan çamaşır makinesi ve soğutucu fabrikalarından 3 yıl boyunca Whirlpool'un Avrupa'daki şirketlerine ihracat gerçekleştirilecek. Satın alma ile Arçelik'in yurtiçinde üretim tesisi sayısı 10'a yükselirken, toplam istihdamı da 1000 kişi artacak.

Arçelik CEO'su Hakan Bulgurlu, "Sekiz ülkede 22 üretim tesisi ve 12 markasıyla 145'ten fazla ülkede operasyonu bulunan şirketimiz, Avrupa beyaz eşya pazarının önemli oyuncularından biri konumunda. Son 5 yılda gerçekleştirdiğimiz 6,8 milyar lira yatırımla, dışa bağımlı kalmadan teknoloji geliştirmeye, yetkinliklerimizi artırmaya odaklanıyoruz. Whirlpool hamlemiz de stratejik büyüme vizyonumuzun önemli bir adımı oldu. Sürdürülebilirlik anlayışımız çerçevesinde tüm tesislerimizde yaptığımız çalışmalarla sorumlu üretimi destekleyecek ürün, teknoloji, servis ve projeler geliştirmeyi, bu konudaki farkındalığı arttırmayı hedefliyoruz. Manisa'daki tesisin mevcut kaynaklarını korumayı ve büyüme odaklı geliştirme hedefimiz kapsamında üretim teknolojilerimizi ve iyi uygulamalarımızı bu tesise taşımayı hedefliyoruz. Yapacağımız fizibilite çalışmaları sonrasında üretim tesisi ve depolama alanının daha efektif ve büyüme odaklı kullanılması için yol haritasını belirleyeceğiz" dedi.

Akfen GYO'nun Mart Ayı Gelirleri Geçen Yılın Aynı Dönemine Göre

%226 ARTTI

Tüm dünyada devam eden koronavirüs salgınına karşı Akfen Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı'nın (GYO) gelirlerinin korunması için 2021 yılıyla birlikte varlık portföyünün Bodrum Loft Tatil Köyü ve Isparta ile Kütahya Öğrenci Yurtlarıyla zenginleştirilmesi, şirketin gelirlerini rekor oranda artırdı.

Akfen GYO'nun aylık kira gelirleri Mart ayında bir önceki yılın aynı ayına göre %226 artışla 14.9 milyon TL'ye çıkarken, TL bazında 2021'in Ocak-Mart dönemini kapsayan ilk çeyreğindeki gelirleri geçen yılın aynı dönemine göre %74 oranında artışla 33,2 milyon TL olarak gerçekleşti.

Tüm dünyada devam eden koronavirüs salgınına karşı Akfen Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı'nın (GYO) gelirlerinin korunması için 2021 yılıyla birlikte varlık portföyünün Bodrum Loft Tatil Köyü ve Isparta-Kütahya Öğrenci Yurtları ile zenginleştirilmesi, şirketin gelirlerini rekor oranda artırdı.

Buna göre Akfen GYO portföyüne 2021 yılında eklenen Bodrum Loft Tatil Köyü ve Isparta-Kütahya Öğrenci





Yurtları varlıkları ile birlikte güçlenen şirketin TL bazında gerçekleşen toplam kira gelirleri Mart ayında bir önceki yılın aynı ayına göre %226 artış göstererek 14.9 milyon TL'ye çıktı. Aynı dönemde Euro bazındaki artış ise yüzde 151 artışla 1,6 milyon Euro oldu.

2021 İLK ÇEYREKTE 33,2 MİLYON TL GELİR YAZDI

Akfen GYO, güçlendirilmiş portföyünün etkisiyle 2021 yılı ilk çeyrek döneminde de olumlu sonuçlara imza attı. Buna göre 2021'in ilk çeyreğinde TL bazında geçen yılın aynı dönemine göre %74 oranında artışla 33,2 milyon TL gelir sağlandı. İlk çeyrek gelirleri Euro bazında yüzde 32 artışla 3,7 milyon Euro'ya çıktı.

Akfen GYO'nun, dünyanın önde gelen otel zincirlerinden Accor tarafından işletilen Türkiye'deki 15 Ibis ve Novotel marka otellerinden elde ettiği toplam kira de artış gösterdi. Buna göre 15 otelin geliri 2021 yılının Mart ayında, bir önceki yılın aynı ayına göre, Euro bazında %58,4 artışla 302 bin Euro, TL bazında ise %90,7 oranında artışla 2.7 milyon TL'ye ulaştı. Rusya otellerinden elde edilen toplam kira geliri ise Mart ayında Euro bazında %307 artışla 121 bin Euro olarak gerçekleşti.



Elazığ'ın depremden kurtulan cocuklarına **umut ol!**

Elazığ'daki depremzede çocuklarımız için başlattığımız anaokulu projesinde desteğinize ihtiyaç var!

IBAN : TR53 0066 7010 0000 0068 0614 25

İYİLİĞE UÇANLAR ULUSLARARASI İNSANİ YARDIM DERNEĞİ

İYİLİĞE UÇANLAR

iyiligeucanlar iyiligeucanlar.org.tr iletisim@iyiligeucanlar.org.tr

OKUL
yaz
7723'e
gönder
1 SMS 10TL

Kampanyamız İçişleri Bakanlığı İstanbul Valiliği 23.06.2020 tarih ve 54793 sayılı izniyle resmi olarak yürütülmektedir.

REGES, A LUXURY COLLECTİON RESORT & SPA,

ÇEŞME'Yİ MARRİOTT FARKI VE AYRICALIKLARI İLE KEŞFEDİN!

Reges, a Luxury Collection Resort & Spa, Çeşme, Marriott otel grubuna ait The Luxury Collection markasının Türkiye'deki üçüncü oteli olarak Ege Denizi'nin büyüleyici sahili Çeşme'de rakipsiz lüksü tanımlayan servis anlayışı ile hizmet vermeye devam ediyor.





İzmir'de Marriott otel grubuna ait The Luxury Collection'ın lüks otel kategorisinde hizmet veren ilk oteli de olan Reges Çeşme, markanın rafine lüks anlayışını, hem Çeşme'ye adım mesafesi uzaklığındaki kolay ulaşılabilen destinasyonunda hem de izole ve güvenilir ortamında sunuyor. Ege'nin otantik destinasyonlarına olan yakınlığı ile de uğrak noktası olacak Reges, a Luxury Collection Resort & Spa, Çesme, iki ayrı binasında bulunan 93 oda ve 11 suitinde Ceşme Yarımadası'nın panoramik deniz manzarasını tüm misafirlerine sunuyor.

The Luxury Collection markasının otantik deneyim, şık atmosfer ve zarafet yaklaşımını misafirlerine sofistike lüks bir konaklama deneyimi olarak sunan Reges, a Luxury Collection Resort & Spa, Çeşme, farklı konaklama paketleriyle de unutulmaz bir deneyim vadediyor.

3 gece kal 2 gece ödemeli konaklama ayrıcalığını yaşayın...

Reges Çeşme, 30 Haziran 2021'e kadar devam edecek tüm oda kategorilerinde geçerli 3 gece kal 2 gece öde fırsatının yanı sıra 1 Temmuz-4 Eylül arasında geçerli olacak ve süit oda kategorisinde geçerli olacak 3 gece kal 2 gece öde hizmeti ile de misafirlerine benzersiz ayrıcalıklar sunuyor. Ayrıca 1 Temmuz-31 Ekim 2021 tarihleri arasında geçerli olacak ve tüm oda kategorilerinde geçerli olan yüzde 15 erken rezervasyon indirim ayrıcalığı da Reges Çeşme misafirlerini bekliyor.

Ege'nin gurme lezzetleri ile keşfe devam edin...

Reges Çeşme'de Hemera ve Safran restoranları da Ege deniz mahsülleri ve İtalyan mutfağının eşsiz lezzetlerinin yanı sıra uluslararası lezzetlerini de sunmaya ve taze ve organik ürünlerin kullanıldığı sağlıklı menülerini servis etmeye hazırlanıyor.

Reges, a Luxury Collection Resort & Spa, Çesme'nin eşsiz sahilinde kişiselleştirilmiş sakin ve huzur dolu bir tatil hedefleyen misafirler için kişiye özel kabanaları ve ayrıca iki ayrı açık havuzu buluyor. Geniş dış mekanlarında unutulmaz etkinliklere ev sahipliği yapan otel, bölgenin en popüler düğün ve davet mekanı olarak göze çarpıyor.

Fitness merkezi, sauna ve buhar odası alanları, Türk Hamamı, masaj odaları ve kapalı havuzu ile 1400 metrekarelik alana yayılmış Spa Reges otelde konaklayan misafirlerin Spa deneyimi yaşamalarına olanak sağlıyor.

Mimaride Çeşme'nin otantik ruhunu yansıtan figürler... Yerden tavana cam kaplı geniş pencerelerinden Ege'nin tüm güzelliklerini gözler önüne seren odalar ferah ve geniş alanlarının tasarımlarında doğanın zengin nüanslarını yansıtıyor. İyi şans getirdiğine inanılan tavus kuşu görselleri odaları süslerken, yatak baş ucunda bulunan Sakız Ağacı yaprağı figürleri Çeşme'nin otantik ruhunu yansıtıyor. Odaların tasarımında kullanılmış olan mermerler, oyma işi ahşap detaylar, nötr renk paletinin ferahlatıcı etkisini yansıtıyor.

Klasik Türk misafirperverliğini The Luxury Collection markasının zarafeti ile harmanlayarak sunan Reges, a Luxury Collection Resort & Spa, Çeşme bölgeye benzeri görülmemiş bir konaklama deneyimi getiriyor.



MAURICE LACROIX İLE

ŞİMDİ SENİN ZAMANIN!

İnce işçiliği ve kendine has çizgileriyle saat dünyasına yön veren Maurice Lacroix, hayatının her anında kaliteyi ön planda tutanlara 'paha biçilmez' bir moda anlayışı sunuyor.

Dünyaca ünlü markaların Türkiye'deki tek yetkili distribütörü Saat&Saat farkıyla sunulan Maurice Lacroix, zamanını kendi zevkli tercihleriyle yönetmek isteyen erkekleri yeni bir modelle buluşturuyor.

Yeni modelinde gelenekselliğin ayakları yere basan niteliklerini modern dokunuşlarla harmanlayan Maurice Lacroix, lacivert ve grinin muhteşem uyumunu yansıtıyor. Saatin dikiş detaylarıyla zenginleşen deri kayışı, markanın ikonik M logosuyla daha da şık bir hale bürünüyor. Maurice Lacroix'nın kusursuz bir duruşa sahip yeni modeli, stilindeki her detaya önem veren erkeklerin vazgeçilmezi oluyor.





Geder, geri dönüşüm bilincini oluşturmak ve atıkları azaltmak için mücadele ediyor...

Geder

GERİ DÖNÜŞÜM FARKINDALIK DERNEĞİ

/geridonusumdernegi

#yaşasındoğayaşasıniyilik



+90 553 524 18 17

diyetisyenburge

dytburge@gmail.com

Dumlupınar Cd.
Armada İş Merkezi
14.kat Çankaya/Ankara

SAĞLIKLI BESLENME VE DİYETLERDE YAPILAN HATALAR

Bürge
Çobaner

Diyetisyen

Sağlıklı Kilo Vermek Nedir?

* Sağlıklı beslenme ile fazla kilolu birinin kilo vermesi kişinin ömrünü uzatır, hastalıklara yakalanma riskini önemli ölçüde azaltır.
* 10 kg'lık kilo kaybı ölüm riskini % 20 'den fazla azaltır.
* Yine 10 kg'lık kilo kaybı büyük tansiyonda 1 cmHg, küçük tansiyonda (diastolik) 2 cmHg'lık azalma olur.
* Şeker hastalarında 10 kg'lik zayıflama kan şekerini % 50 azaltır.
* Her 1 kg zayıflama ile kandaki toplam kolesterol düzeyinde 2,28 mg/dl, kötü kolesterol (Ldl) seviyesinde 0,9 mg/dl ve trigliserid seviyesinde 1,54 mg/dl azalma olur.

* Sağlıklı kilo verilmesi ile kan dolaşımında kalp hastalığına neden olan C-Reaktif protein (CRP) adı verilen iltihap yapıcı proteinler ve kanın pıhtılaşmasını artırarak kalp krizine sebep olan proteinlerde önemli azalmalar olur.

Sağlıklı beslenme, sağlıklı kilo verme hem tedavi edici hem de önleyici sağlıktır.

KİLO VERME SÜRECİNDE KİLO VERİMİNİ YAVAŞLATAN SEBEPLER

1. YO-YO DİYETLER
2. Sağlıksız beslenme ve besin değeri açlığı
3. Yetersiz su tüketimi
4. Duygusal açlık
5. Duygusal şişmanlık
6. Doğru nefes almayı bilmemek
7. Egzersiz/hareket yetersizliği
8. Bilinç/Bilinçaltı kalıpları
9. Hormonlar(insilin direnci/leptin direnci-kortizol vb)
10. Yetersiz dinlenme ve uyku eksikiği

KİLO VERMEDE GERÇEK ÇÖZÜM BAKIŞ AÇINI VE YAŞAM BİÇMİNİ DEĞİŞTİRMEKTE YATIYOR...
KİMSE SENİN YERİNE KİLO VEREMEZ YANİ KİLONU VERMEN, ÇABANIN BAŞARILI OLUP OLMAMASI TÜMÜYLE SANA BAĞLI...
KENDİNİ NE KADAR TANIYORSUN? KİLO VERMEYİ GERÇEKTEN İSTİYOR MUSUN?
1. ADIM: KABULLENMEK
2.ADIM: FARKINDALIK
3.ADIM: KENDİNİ DEĞERLENDİRMEK
4.ADIM: BASTIRILMIŞ DUYGULARLA YÜZLEŞMEK

DİYETLERDE YAPILAN HATALAR

1. POPÜLER DİYETLERİ UYGULAMAK; İnternet veya diğer kaynaklarda listeler halinde bulunabilecek onlarca diyetin sizin metabolizmanıza ve ihtiyaçlarınıza uygun olup olmadığını bilmeden uygulamak metabolizmanıza ve size ciddi zararlar verebilir. Günlük enerji ihtiyacınızın altında bir değerde kalori içeren diyet uygulamanız metabolizma hızınızın kalıcı bir şekilde düşüşüne neden olabilir.

2. TEK ÇEŞİT BESLENME; Bazı besin gruplarının diyetten çıkarıldığı ve yerine başka bir besin grubunun normalden daha fazla konulduğu diyetler sadece metabolizmada ağır hasarlara sebep olmuyor, yanı sıra ciddi sağlık sorunlarına da davetiye çıkarıyor. Birçok vitamin ve mineral eksiklikleri, karaciğer ve böbrek hasarları bu problemlerin sadece bir kaçı.

3. ÇOK FAZLA BİTKİ ÇAYI TÜKETMEK; Ödem söktürücü özelliği olduğu için tartıda geçici bir eksilme sağladığından piyasada zayıflama çayı olarak satılan bitki çaylarının fazla tüketilmesi durumunda karaciğer başta olmak üzere iç organlarda hasarlar oluşabilir.

4. FİZİKSEL AKTİVİTE OLMADAN DİYET YAPILMASI Bireyler diyet yapmaya devam ettikçe metabolizma hızları düşer ve bu hız azaldıkça kilo verme hızı da yavaşlar. Bu dengeyi sağlamak için yapılan fiziksel aktivite ile kas oranının arttırılması sonucu metabolizma canlılığını korur. Diyet ile birlikte yapılan fiziksel aktivite ayrıca verilen kiloların kalıcı olmasına ve sağlıklı bir beden yapısı görünümüne kavuşmanın en temel kuralı olarak kabul edilir.

5. ZAYIFLAMA İLAÇLARI KULLANMAK Zayıflama ilaçları içerdikleri etken madde ve etki mekanizmaları ile her biri farklı bir şekilde zayıflatma vaadinde bulunan ilaçlardır. Zayıflama amacı ile bu tür ilaçlardan hayatının herhangi bir döneminde kullanmış bireylerin ilerleyen dönemlerde yeniden kilo aldıkları ve bu kilolardan kurtulma çabası verirken eskiye göre daha da fazla zorlandığı görülmektedir. Zayıflama ilacı gibi kilo kaybettirme ihtimali olan ilaçların mutlaka doktor kontrolünde kullanılması ve sağlık açısından risklerinin rutin testlerle takip edilmesi gerekmektedir.

ZAYIFLAMA İLAÇLARI NEDEN ZARARLIDIR?

Ne kadar da kolay olurdu diyet ve sporla uğraşmadan bir ilaç alsak ve hemen zayıflasak... Peki herşey doğal seyrinde olmadığında ilaçla zayıflamaya kalktığımızda vücudumuzda neler olur hiç düşündünüz mü?

Diyelim ki O ilaçlar yada kullandığınız her ne ise size zarar vermeden kilo verebildiniz peki ya sonra o kiloyu nasıl muhafaza edeceksiniz? Piyasadaki zayıflama ilaçlarının birincisi orlistat içeren ilaçlardır...
***Orlistat yediğiniz yemeklerle alınnan yağın emilmeden atılmasını hedefler...
***Diyet ile uygulanmadığında hiçbir faydası yoktur.
***Bkı 30 üzeri olan hastalarda doktor kontrolünde kullanılması gereklidir.
***En çok görülen yan etkisi gaita çıkışında yağlanmadır. Piyasadaki diğer ilaçların da içerisinde sibutramin vardır...
***Bu ilaçlar pulmoner hipertansiyon yapabilen
***Çok fazla sayıda yan etkileri bulunup ölüme bile sebep olabilen ilaçlardır...

Sonuç olarak beslenme alışkanlıkları değiştirilmediği sürece ilaçla birlikte kazanılan geçiçi kilo kaybı sadece sizin daha geç amacınıza ulaşmanıza sebep olacaktır...

VERDİĞİNİZ KİLODAN FAZLASINI GERİ BİLE ALMANIZA SEBEP OLACAK SİZİ SAĞLIĞINIZDAN EDECEK YÖNTEMLERE BAŞVURMAYIN...

ÇİMSA İLK ÇEYREKTE SATIŞLARINI %95 ARTIRARAK

639 MİLYON TL SATIŞ GELİRİ, VE 174 MİLYON TL NET KAR KAYDETTİ

Çimsa, çimento sektörünün global bir oyuncusu olarak 2021 yılına başarılı bir giriş yaptı.

Geçtiğimiz sene ilk çeyrekte 327 Milyon TL satış geliri ve 14 Milyon TL net zarar açıklayan Çimsa, güçlü operasyonel performansı ile 2021 yılı ilk çeyreğinde ise 639 Milyon TL satış geliri ve 174 Milyon TL net kar açıkladı.

Sabancı Holding iştiraki Çimsa, sektörün global oyuncusu olarak ülke ekonomisine katkı sunmaya devam ederken, yılın ilk çeyreğinde satış gelirlerini bir önceki yılın aynı dönemine göre 2 kat artırdı.

"Uluslararası üretici kimliğimizi her geçen gün daha da güçlendiriyoruz"

Elde edilen finansal sonuçlardan duyduğu memnuniyeti dile getiren Çimsa Genel Müdürü Umut Zenar konuyla ilgili yaptığı açıklamada, "Çimsa olarak 2021 yılına başarılı bir giriş yaptık. İlk çeyrekte özellikle yurtiçinde gerçekleşen güçlü talep karlılığa önemli katkı sağladı. Yurtiçi pazardaki büyümenin yanı sıra ihracat piyasalarındaki etkinliğimizi de sürdürdük. 65'ten fazla ülkeye beyaz çimento ihraç ederek, uluslararası üretici kimliğimizi her geçen gün daha da güçlendiriyoruz. Küresel piyasalara ihracat yapma kapasitesi, güçlü pazarlama ağı ve son yıllarda hayata geçirdiği yatırımların sonucunda artan beyaz çimento kapasitesi ile yurt dışı pazarların yanı sıra iç piyasada da etkinliğimizi arttırmaya devam ediyoruz. İlk çeyrekte aldığımız sonuçlar da bunun bir göstergesi. Önümüzdeki dönemde ürün ve hizmetlerimizle hem sektörün hem de ülke ekonomimizin gelişimine katkı sunmayı sürdüreceğiz." dedi.

Dijital çağa ayak uydururken, teknolojiyi en verimli şekilde kullandıklarını ve sürdürülebilir bir geleceğe katkı sunmaya gayret ettiklerini belirten Çimsa Genel Müdürü Umut Zenar, "Yatırımlarımızı gerçekleştirirken, ürün ve hizmet geliştirme uygulamalarını kurgularken, sosyal ve çevresel faktörleri göz önünde bulunduruyoruz. Bu kapsamda Çimsa olarak atık kullanımı konusunda ciddi bir hedef koyduk. Fabrikalarımızda farklı sektörlerden tedarik ettiğimiz atıkları, dönüştürüyor ve enerji ihtiyacımızı karşılıyoruz. Yıllık atık kullanım oranlarımızı yaklaşık 2 katına çıkararak sürdürülebilirliğe sağladığımız katkıyı artırmayı hedefliyoruz." şeklinde konuştu.



KİŞİYE ÖZEL GÖMLEKLER

ÇOK YAKINDA

C FOR YOU 'DA



C FOR YOU
TIMELESS FASHION

0530 162 68 88

www.cforyou.com.tr

cforyou_official

ZORLU HOLDİNG,

YENİLENEN AKILLI HAYAT 2030 STRATEJİSİNDE İKLİM KRİZİNE KARŞI PAYDAŞ TEMELLİ YAKLAŞIMINI VE NET SIFIR EMİSYON HEDEFİNİ AÇIKLADI



Zorlu Holding, dünyadaki paydaş temelli dönüşüme cevap verdiği Akıllı Hayat 2030 stratejisi doğrultusunda benimsediği "sorumlu yatırım holdingi" anlayışıyla; çevresel, sosyal ve yönetişim (ÇSY) alanlarında belirlediği değer yaratacak hedeflerini; grup şirketlerinin de sahiplendiği ve ihtiyaçları özelinde yönettiği bir dönemi başlatıyor. 2030 yılına kadar net sıfır emisyona ulaşmayı amaçlayan Zorlu Grubu, 2050 yılına kadar bu hedefi tüm değer zincirini kapsayacak hale getirecek. Atıkları 2030'a kadar %50 oranında azaltmayı ve 2050'ye kadar da sıfır atık noktasına ulaşmayı hedefleyen Zorlu Grubu, 2030'a kadar kullanılan suyun %50'sini, 2050'ye kadar da tamamını geri kazanmayı amaçlıyor. 2030'a kadar %100 sürdürülebilir tedarik zinciri hedefleyen Grup, ayrıca 2030'a kadar FAVÖK'ünün %1'ini Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları'na katkı veren çalışmalara ayıracak.

Türkiye'nin teknoloji ve inovasyon ile büyüyen köklü sanayi gruplarından biri olan Zorlu Holding, yenilenen Akıllı Hayat 2030 stratejisini, Zorlu Holding üst yönetimi ve çalışanların katılımıyla düzenlediği webinar ile açıkladı. Toplantıda Zorlu Holding CEO'su Ömer Yüngül, Zorlu Holding CFO'su ve Sürdürülebilirlik Komitesi Başkanı Cem Köksal, Vestel Şirketler Grubu Başkanı Turan Erdoğan, Zorlu Tekstil Grubu Başkanı Necat Altın, Zorlu Enerji Grubu Başkanı Sinan Ak, Zorlu Maden Grubu Başkanı Orhan Yılmaz, Zorlu Holding İnsan Kaynakları Grubu Başkanı Necmi Kavuşturan grubun çalışanlarıyla çevrimiçi olarak bir araya geldi.

Düzenlenen webinar ile Zorlu Holding'in dünyadaki paydaş temelli dönüşüme cevap verdiği Akıllı Hayat 2030 stratejisi doğrultusunda benimsediği "sorumlu yatırım holdingi" anlayışıyla; "çevresel, sosyal ve yönetişim" (ÇSY) alanlarında tüm paydaşları ve şirketleri için yüksek değer yaratacak yenilenen stratejisi açıklandı. Bu kapsamda, Zorlu Holding; insan kaynağı, inovasyon ve çevresel sermaye gibi

finansal olmayan varlıklarını, "insan odaklı ekosistemler" ve "yenileyici iş modelleri" olmak üzere iki alana yatırım yaparak yönetecek. Grup, bu alandaki hedeflerine, tüm sektörleriyle güç birliği içinde hızla ulaşmak adına radikal iş birlikleri gerçekleştirerek, karmaşık küresel sorunlara çok paydaşlı yapılarla yanıt verecek.

Zorlu Holding CEO'su Ömer Yüngül: "Sorumlu yatırım holdingi yaklaşımımızla, şirketlerimizin çevresel, sosyal ve yönetişim odaklı işler üretmesini sağlayarak karbonsuz ve daha sorumlu bir ekonomiye geçişi hızlandıracağız."

Son 4-5 yıla bakıldığında dünyanın, insanlık tarihinin en hızlı ve köklü dönüşümlerinden birini yaşadığını dile getiren Zorlu Holding CEO'su Ömer Yüngül, "İklim krizi, kısıtlı doğal kaynaklar, dijitalleşme derken şu an içinde yaşadığımız pandemi gibi birçok büyük meseleyle karşı karşıyayız. Tüm bunlar, küresel sistemi değişime zorlamaya devam ediyor. Bu değişim için bizim gibi özel sektöre önemli sorumluluk düşüyor. Biz, yenilenen Akıllı Hayat 2030 stratejimizle aslında dünyada yaşanan bu değişim ve dönüşüme Zorlu Grubu olarak nasıl cevap vereceğimizi daha da net ortaya koyuyoruz. Bu stratejiyle, sorumlu yatırım holdingi yaklaşımımızla; şirketlerimiz, paydaşlarımız, toplum ve gelecek için yatırım yaparken; çevresel, sosyal ve yönetişim alanlarında en yüksek değeri yaratmaya odaklanıyoruz. Bu strateji bizim krizlere karşı dayanıklılığımızı arttırırken; uzun dönemde karlılık da yaratabilme özelliğine sahip. Dünyanın içinden geçtiği süreçte bu değişim hem işimizin devamlılığı hem de dünyanın geleceği adına, artık bir zorunluluk. Avrupa Birliği Yeşil Mutabakatı bunun en yakın örneği.

İhracatımızın önemli bir kısmını bu bölgeye yapan bir grup olarak Akıllı Hayat 2030 stratejimiz doğrultusunda, atacağımız sürdürülebilirlik odaklı adımlarla bu duruma uyum sağlamanın da ötesinde; bu konuda ülkemizde öncü ve örnek olabileceğimize inanıyoruz. Bunun için elimizde önemli varlıklarımız var. Teknoloji, dijitalleşme ve inovasyon kapasitemiz oldukça yüksek. Bu sayede yenilikçi ve sorumlu ürün ve hizmetler sunabiliyoruz. Yenilenebilir enerjiye, elektrikli araç ekosistemine, akıllı elektronik-beyaz eşyaya, teknik ve akıllı tekstil ürünlerine çok ciddi yatırımlarımız var. Bunları daha karbonsuz ve daha sorumlu bir ekonomiye doğru taşıyarak şirketlerimiz aracılığıyla dünyada bu değişim ve dönüşüme katkı sağlamayı hedefliyoruz. Tüm bunları yaparken de en çok yetkin insan kaynağımıza; çalışma arkadaşlarımızın gücüne ve inovatif bakış açılarıyla yarattıkları artı değere; duyarlılıklarıyla attıkları adımlara, birlikte sahiplendiğimiz vizyona güveniyoruz" dedi.

Zorlu Holding CFO'su ve Sürdürülebilirlik Komitesi Cem Köksal: "Düşük karbonlu bir büyüme stratejiniz yoksa bu dünyada uzun dönemde ayakta kalmanız ve yaşamanız mümkün değil."

Artık yatırımcıların, şirketlerin bilançolarına etki eden finansal olmayan konuları çok daha fazla dikkate aldığını ifade eden Zorlu Holding CFO' su Cem Köksal; "Yapılan araştırmalar ÇSY performansını geliştiren ve büyüme stratejisinin ayrılmaz bir parçası haline getirmiş şirketlerin uzun dönemde sürdürülebilir karlılık yaratma konusunda oldukça başarılı olduklarını gösteriyor. ÇSY, giderek kurumsal bir çerçeveye oturuyor, ölçümleniyor, buna göre şirketler değerlendiriliyor ve kredi mekanizmaları bile bunun üzerinden yeniden şekilleniyor. Avrupa Yeşil Mutabakat çağrısı ile Avrupa Birliği, 2050 yılına kadar net-sıfır karbon salım hedefine ulaşmayı taahhüt ediyor. Bu hedef sayesinde 2030 yılına kadar ise AB'nin karbon emisyonlarının 1990 yılına kıyasla en az %55 azaltılması amaçlanıyor. Düşük karbonlu bir büyüme stratejiniz yoksa bu dünyada uzun dönemde ayakta kalmanız ve yaşamanız mümkün değil... Bu konunun elzem bir zorunluluk olmasının yanı sıra bugünün gençleri ve geleceğimiz; gezegenin var oluşunun devamı için de ne kadar önemli ve kaçınılmaz olduğunun farkındayız. Biz de bu anlayışla, yeni stratejimiz doğrultusunda önümüzdeki dönemde insan odaklı ekosistemler ve yenileyici iş modelleri kurmaya daha fazla odaklanacağız. Yenileyici iş modellerimizle, 2030 yılına kadar net sıfır emisyona ulaşmayı hedefliyoruz. 2050 yılına kadar bu hedefi tüm değer zincirini kapsayacak hale getireceğiz. Atıklarımızı ise 2030'a kadar %50 azaltılmayı, 2050'ye kadar sıfır atık noktasına ulaşmayı hedefliyoruz. 2030'a kadar kullanılan suyun %50'sini, 2050'ye kadar %100'ünü geri kazanmayı amaçlıyoruz. Kuracağımız insan odaklı ekosistemlerle Grup olarak 2030'a kadar FAVÖK'ümüzün %1'ini Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları'na katkı veren çalışmalara ayırmayı planlıyoruz. 2030'a kadar %100 sürdürülebilir tedarik zinciri de hedeflerimiz arasında yer alıyor" dedi.

Sektör başkanlarından dönüşüm fırsatı mesajı

Toplantıda yenilenen stratejiye dair sorumluluk alanlarına paralel önemli değerlendirmelerde bulunan Zorlu Grubu üst yönetimi de yenilenen Akıllı Hayat 2030 stratejisiyle birlikte radikal bir dönüşüm fırsatı yakalanabileceğini söyledi. Sürdürülebilirlik konusunun dünyada son dönemde yaşanan gelişmelerle birlikte artık bir tercih değil zorunluluk olduğunu vurgulayan Zorlu Grubu liderleri, şirketlerinin bu konuda Akıllı Hayat 2030 ile birlikte son 3-4 yılda ölçülebilir, verimli ve önemli adımlar attığına dikkat çekti. Ayrıca; özellikle ihracatının önemli bir kısmını Avrupa pazarının oluşturduğu Zorlu Grubu için Yeşil Mutabakat gibi uygulamalara hızlı uyum sağlanarak bunun bir dönüşüm fırsatına çevirebileceğine işaret ettiler. Sürdürebilirliği bir iş yapış biçimine dönüştürerek küresel rekabet avantajı sağlanması ve ihracatın katma değerinin artırılması ile birlikte uzun dönemde sürdürülebilir büyüme gerçekleştirilirken; daha iyi bir dünya hayalinin de gerçeğe dönüştürülebileceğine olan ortak inançlarını da belirttiler.





RAMSEY
YATIRIMLARINA HIZ KESMEDEN
Devam Ediyor!

RAMSEY yurt içinde ve dışında yeni yatırımlarına hız kesmeden devam ediyor. Yeni sezona Capacity mağazasını yenileyerek başlayan RAMSEY'in hem yurt içinde hem de Katar, Türkmenistan, BAE, Irak gibi ülkelerde olmak üzere yurt dışında yeni mağazacılık yatırımları da yolda.

Erkek modasının öncü markalarından RAMSEY, Türkiye genelinde yer alan 53 mağazası ve ramsey.com.tr ile pandemi sürecinde de yatırımlarına devam ediyor. Bir yandan mevcut mağazalarını yenileyen RAMSEY bir yandan da açtığı yeni mağazalarla müşteri memnuniyetini ve ulaşılabilirliğini üst seviyelere çıkarıyor.

Yepyeni bir müşteri deneyimi sunma hedefiyle yenilenen İstanbul Capacity AVM mağazasının kapılarını 2021 İlkbahar/Yaz koleksiyonuyla açan RAMSEY, yeni sezonun ilk mağazacılık yatırımını da çok yakında İstanbul BuYaka AVM'de hayata geçirmeye hazırlanıyor. RAMSEY'in yurt içindeki yeni mağaza yatırımları arasında ise Alanya ve İzmir bulunuyor.

Pandemiye rağmen global yolculuğunu da sürdüren RAMSEY, yurt dışında ise Katar ve Türkmenistan'da açacağı mağazaların yanı sıra Birleşik Arap Emirlikleri ve Irak'ta yeni mağazalar açmayı planlıyor.

"Verimliliği odağımıza alarak yatırım yapıyoruz"

Yeni yatırım planlarını değerlendiren Gürmen Group Markalardan Sorumlu Yönetim Kurulu Üyesi Zeynep Doğan, verimlilik odaklı bir strateji çerçevesinde mağazacılık yatırımlarını sürdürmeyi hedeflediklerini kaydetti.

Doğan sözlerini şöyle sürdürdü: "Perakende sektörü çok dinamik bir sektör ve pandeminin hem sektörümüz hem de bizler için mağazacılıktan hizmet süreçlerine, alışveriş kanallarından moda dinamikleri ve müşteri beklentilerine kadar tüm alanlarda farklı öğretileri oldu. Tüm bunları dikkate alarak perakende tarafında müşteri deneyimi odaklı hareket ederek hem offline hem de online'da yatırımlarımızı sürdüreceğiz. RAMSEY'in hem tüm kanallardan mükemmel alışveriş deneyimi yaşatma hedefiyle uyumlu şekilde müşterilerimize, dijital yeteneklerimizi de ön plana alan offline ve online'ın buluştuğu bir hizmet anlayışı sunuyoruz. Online'ın ciro içindeki payı %10'lar düzeyine gelirken offline mağazacılıkta da özellikle önümüze çıkan fırsatlarını aktif bir şekilde değerlendiriyoruz. Böyle bir dönemde Capacity AVM mağazamızı yeniledik. Müşterilerimizin hayatlarını kolaylaştırmak için hijyenik önlemlerin alındığı mağazalarımızda ayrıca içinde bulunduğumuz dönemin hassasiyetlerini de gözeterek uzaktan alışveriş, SMS ile ödeme, mobil asistan gibi müşteri memnuniyeti ve güvenliğine odaklanan uygulamaları da sunuyoruz. Yeni nesil alışveriş deneyimleri ve dijital uygulamalar bu yıl odaklanacağımız yatırım alanları olacak."

Yataş 45. Yılını Kutluyor:

Tüm Ürünlerde %45'e Varan İndirimler ile Daha `İyi Uykular' Daha Avantajlı Fırsatlar

Yataş, 45. yılını herkes daha iyi uyusun diye çok özel fırsatlarla kutluyor. Hem Yataş ürünlerini tercih eden değerli tüketicilerine teşekkür etmek hem de henüz sağlıklı ve konforlu "Yataş Uykusunu" keşfetmeyenleri Yataş ile buluşturmak için %45'e varan indirimler sunuyor.

Kurulduğu günden bu yana sektörüne ilkler ve yeni teknolojiler getiren, Türkiye'nin yatakta tek Superbrands'i Yataş, 45. yılına özel kampanyasıyla herkese Yataş konforuna indirimli fiyatlarla kavuşma fırsatı sunuyor. Kampanya için herkesin çok iyi bildiği "İyi ki doğdun" şarkısının sözlerini "İyi uykular size" olarak değiştiren Yataş, 45. yıl kampanyasını duyurduğu reklam filmiyle de dikkat çekiyor.

Nisan ayı boyunca, Yataş mağazalarına gelenler yatak, baza, başlık ve tüm tekstil ürünlerinde, yüzde 45'e varan indirimlerle sahip oluyor. Ayrıca seçili yataklardan yapılacak, her 3.445 TL değerindeki alışverişe, 450 TL değerinde hediye çeki armağan ediliyor. 450 TL değerindeki hediye çeki tek seferde, aynı mağazadan yapılacak alışverişlerde ve tüm Yataş Bedding baza-başlık setlerinde kullanılabiliyor.





ŞEHRİN YENİ GOZDESİ

MMK DANIŞMANLIK ORGANİZASYON

ASLANBAŞ

HSA GRUP İNŞAAT GAYRİMENKUL A.Ş.

LOCHLE

ankara

ÇUKURAMBAR'DA

YOLLARIN EN GÜÇLÜLERİ

ASLANBAŞ
ŞİRKETLER GRUBU

Otomotiv
İnşaat
İletişim
Bilişim
Gıda
Restoran

Yıldırım KULE ANKARA

aslanbas.grup