

Söyleşi

Kendi baristası olmak isteyenlerin tercihi De'Longhi kahve makineleri oluyor

Zümrüt Tamer Fakir, De'Longhi, Braun Household Türkiye Pazarlama ve Marka Direktörü

6

Söyleşi

%44 pazar payı ile pazar lideriyiz

Mustafa Tolunay Aslan Samsung Electronics Türkiye Beyaz Eşya Pazarlama Direktörü

14

Söyleşi

Blueair markamızla sağlık ve iyi yaşam kategorisinde büyümeye devam ediyoruz

Kutay Ulutaş KnoHu İç ve Dış Ticaret A.Ş. / Kurucu Ortağı

16

270



www.dagitimkanali.com.tr

Dağıtım Kanalı

Ev Aletleri Sektöründe Türkiye'nin Uzman Dergisi

Ayda bir yayınlanır / Aralık 2021 / Yıl: 23 / ISSN 1302 308X

Fakir
HAUSGERÄTE

INOVAX

Onun Her Hali Çok

Yetenekli

UV-C Led ıııklı turbo başlık / HEPA filtre / Uzun ömürlü BLDC Motor

Elde kullanımda 54 dakika kullanım süresi / 3 farklı emiş gücü



2'Sİ 1 ARADA
DİKEY SÜPÜRGE • EL SÜPÜRGESİ

www.fakir.com.tr



/FakirEvAletleri

REFURBISHED İLE GELECEK DAHA PARLAK!

Efs Elektronik



Bütçeyi Korur



Çevreyi Korur



Yeniler



Güvenilir

Refurbished ürünler ile bütçenin, çevrenin ve doğal kaynakların korunmasına katkı sağlar, geri dönüşüme destek olur.

TESİSİMİZ

AEEE yönetmeliğine uygun olarak kurulan ve TSE standartlarına göre üretim yapılan tesisimizde; Her yıl doğaya atık olarak bırakılacak ürünler yenilenerek, Efs Garantisi ile tüketicilerin hizmetine sunulur. Parçası olduğumuz bu dönüşüm hammadde tüketimini ve atık madde miktarını azaltarak tüm canlılara daha parlak bir gelecek sunar.



www.efselektronik.com

+90 (216) 520 10 00
+90 (216) 520 12 00



Perfetto, çekirdekten fincana.

De'Longhi 'çekirdekten fincana' kahve makineniz ile favori kahveniz evde sizi bekliyor. Taze öğütülmüş çekirdekten, tek tuşla içime hazır, özenle demlenmiş, mükemmel süt köpüğü ile: pekala Perfetto bir an!
shop.delonghi.com.tr

De'Longhi



ARALIK 2021 • SAYI: 270

İmtiyaz Sahibi
Dağıtım Kanalı Reklam Ajansı
Yıldırım SÖYLEMEZ

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Yıldırım SÖYLEMEZ
yildirimsoylemez@dagitimkanali.net
+90 542 215 31 37

Yazı İşleri Müdürü
Kağan DEMİRGİL
haber@dagitimkanali.com.tr

Reklam ve Halkla İlişkiler Direktörü
Funda SÖYLEMEZ
funda.soylemez@dagitimkanali.com.tr

Editör
Eren Kılıç
Yasemin Ferhatoglu

Grafik
Ali ANIL
aliosmananil@gmail.com

Yönetim Yeri ve Adresi
Dağıtım Kanalı Reklam Ajansı
Barbaros Mah. Kardelen Sok.
Palladium Tower No: 2 Kat: 10
Ataşehir / İstanbul
Tel/Faks: (0216) 687 03 27 - 687 03 03

Baskı
Şan Ofset Matbaacılık
Hamidiye Mah. Anadolu Cad. No: 50
Kağıthane / İstanbul
Tel: (0212) 289 24 24

Dağıtım
Etkin Dağıtım

Yayın Danışmanı
AJANS DİJİTAL KALEM
Dijital Kalem

ISSN 1302 - 308X

www.dagitimkanali.com.tr

Tüm yayın hakları Dağıtım Kanalı Reklam Ajansı'na aittir. Dağıtım Kanalı, dayanıklı tüketim malları sektöründe aylık olarak yayımlanır. Basın kanununa göre yerel-sürelî yayındır.

Kaynak göstermek kaydıyla alıntı yapılabilir. Reklam ve uzman yazıları firmaların kendi sorumluluğundadır.

Bu dergide yayımlanan herhangi bir haber veya yazar görüşü, reklam alanları hariç hiç bir şekilde reklam olarak kabul edilemez. Bu yüzden firmalar arasında doğacak ihtilaflardan Dağıtım Kanalı dergisi sorumluluk kabul etmez.

Dağıtım Kanalı dergisi Basın Meslek İlke ve Etikleri'ne uymaya söz vermiştir.



Sektörel Yayıncılar
Derneği Üyesidir.
www.seyad.org

İçindekiler

6

Söyleşi

Kendi baristası olmak isteyenlerin tercihi De'Longhi kahve makineleri oluyor

Zümrüt Tamer

Fakir, De'Longhi, Braun Household Türkiye Pazarlama ve Marka Direktörü



10

Kahve Kokusu

En pahalı kahve Katar'da satılıyor

İş dünyası güne kahve içerek başlıyor

Arzum OKKA ve Turkish Coffee Lady Vakfı, Dünya Türk Kahvesi Günü'ne özel belgesel hazırladı



14

Söyleşi

%44 pazar payı ile pazar lideriyiz

Mustafa Tolunay Aslan

Samsung Electronics
Türkiye Beyaz Eşya Pazarlama Direktörü



16

Söyleşi

Blueair markamızla sağlık ve iyi yaşam kategorisinde büyümeye devam ediyoruz

Kutay Ulutaş

KnoHu İç ve Dış Ticaret A.Ş. / Kurucu Ortağı



20

Sektör Haberi

34

Söyleşi

Türkiye'nin ilk ve tek yenileme (refurbished) merkezimiz

Serkan Altınbaşak

EFS Elektronik Ltd. Şti. Sahibi



40

Beyaz Adam

Plastik kullanımınızı azaltacak 5 cihaz



41

Tasarım

Dyson'ın özel hediye serisi bu yeni yıl da Prusya mavisi ve parlak bakır renklerinde tasarlandı



42

Dernek

BEYPER'in sektörde yarattığı sinerjiyi önemsiyoruz



43

Dernek

Türkbesd: Yassı çelik ürünlerinde gümrük vergilerinin en azından geçici olarak kaldırılması rekabet gücümüzü artıracak



44

Ürünler

48

Sinemadem

VENOM 2



Milli hedef belli olmuştur. Ona ulaşacak yolları bulmak zor değildir.
Denebilir ki, hiçbir şeye muhtaç değiliz.
Yalnız bir tek şeye çok ihtiyacımız vardır:

ÇALIŞKAN OLMAK!

B. Altıntaş



Dolarla Değil Şenocakla!

Şenocak olarak 1915 yılından beri müşterilerimize kazanç sağlamanın haklı gururunu yaşıyoruz. Yerli üretimimiz ve yetkin servis ağımızla **müşterilerimize kazanç vadediyoruz!**



ŞENOCAK



senocak.com.tr

Sunuş



YILDIRIM SÖYLEMEZ
yildirimsoylemez@dagitimkanali.net

Yine zorlu geçen bir yılın ardından...

Hemen her yıl, yılın son sayısında benzer cümleler kurarak yılı kapatıyor ve yeni yıla merhaba diyoruz. Başta ekonomi olmak üzere zorlu geçen bir yıldan bahsediyor, dalgalı şekilde seyreden pazar verilerini sunuyor, gelecek yıl için umut dolu cümleler kuruyor ve hep daha iyisini arama yolunda dileklerimizi belirtiyoruz. Bu dönem çok uzun zamandır bu şekilde devam ediyor ve yakın zamanda da değişecek gibi durmuyor. Pandeminin hepimiz üzerinde yarattığı etkiler farklı ancak görünen o ki hepimizin ortak paydası olan durum dünyanın giderek değiştiği ve bir devrimin eşiğinde olduğu. Bugünlerde gündemi meşgul eden konu Metaverse. Önümüzdeki 10 yılda tüm ekonomik, siyasi, toplumsal ve sosyolojik yapı değişecek ve farklılaşacak. Dijitalleşme bile artık geride kalan bir kavram oldu. Tüm altyapılar kısa bir gelecekte bugünkünden çok daha farklı olacak. Bir yılın bitip diğerinin başladığı bugünlerde sizce bizler bu değişime hazır mıyız? Bunun cevabını vermek için galiba en doğru zamanlardan birindeyiz. Biz yine de yeni yıla umutla girmeye ve geleceğin daha güzel günleri getireceği inancını devam ettirelim. Tüm sektörümüzün yeni yılını en iyi dileklerimizle kutluyoruz. İyi, mutlu ve sağlıklı yıllarımız olsun.

Bu sayımıza destek veren ve röportajları ile kendi markaları ve sektördeki son gelişmeleri dergimize aktaran çok sayıda isim var. De'Longhi Pazarlama ve Marka Direktörü Zümrüt Tamer, kahve makineleri sektöründe markanın konumunu ve son yaptıkları pazarlama kampanyasının detaylarını anlattı. Dünyaca ünlü yıldız Brad Pitt ile başlattıkları kampanyanın ayrıntılarını bizlerle paylaştı.

Bu sayımızda röportaj yaptığımız bir diğer isim de Samsung Electronics Türkiye Beyaz Eşya Pazarlama Direktörü Mustafa Tolunay Aslan oldu. Markanın çamaşır makinelerindeki son teknolojilerini anlatan Aslan, gelecek dönemde yapılacak çalışmalar hakkında da bilgi verdi.

Son dönemde tüketicilerin daha fazla ilgi gösterdiği hava temizleme cihazları pazarında yükselen bir marka olan BlueAir da bu ayki diğer bir konuğumuz oldu. KnoHu İç ve Dış Ticaret A.Ş. / Kurucu Ortağı Kutay Ulutaş, marka ve pazarla ilgili detayları bizlerle paylaştı.

Son olarak EFS Elektronik Ltd. Şti. Sahibi Serkan Altınbaşak Türkiye yenileme pazarı hakkında detayları aktardı ve EFS Elektronik'in yeni dönemdeki çalışmalarından bahsetti. Değerli görüşlerini bizlerle paylaşan tüm sektör yöneticilerine teşekkür ediyoruz.

ENERJİNİZİ BOŞA HARCAMAYIN

**Satış Sonrası Hizmetlerin
tüm kalemlerini hazırladık!**

*Türkiye çapında
işinde uzman,
300'den fazla
yetkili servis noktamız*

*Firmaya özgü
çağrı merkezi ve
müşteri temsilcilerimiz*

*Küçük ev aletleri
merkez servis
atölyemiz*

*1500 m² yedek parça
depolama alanımız*

*Kendi CRM ve
ERP uygulamalarımız ile*

*Satış Sonrası Hizmetlerde
profesyonel çözümler*

ELİTSSH
Profesyonel Hizmetler

www.elitssh.com.tr

Şiše Soğutucu Uğur'un İşi!



USS 330 DTK LEAN

USS 330 DTKL LEAN

Kendi baristası olmak isteyenlerin tercihi De'Longhi kahve makineleri oluyor

“Brad Pitt gibi bir dünya yıldızı ile bir araya gelmemizi kahve makineleri sektöründeki liderliğimiz ile de oldukça tutarlı ve uygun bir nokta olarak görüyorum. Belki de iki farklı sektördeki 1 numaranın ya da liderlerin buluşması olarak nitelendirmek en doğru tabir olabilir.”



Zümrüt Tamer

Fakir, De'Longhi, Braun Household Türkiye Pazarlama ve Marka Direktörü

Türkiye’de şu an kahve makinelerinde satın alma kararını etkileyen en önemli faktör nedir?

Satın alma kararında öncelikli faktörler arasında alışkanlıkların değişmesi diyebilirim. Pandemi döneminde başlayan ve hayatımızda kalıcı olarak yerini alan evden çalışma düzeni ev içerisinde geçirilen zamanı oldukça arttırdı. Bu değişen alışkanlığın satışa olan etkisini geçtiğimiz yıl kahve makinelerimizin de dahil olduğu küçük ev aletleri sektöründe görmüştük. 2020 yılını yüzde 30 büyümeye kapatan sektörün büyüklüğü yaklaşık 8 milyar TL oldu.

Yapılan son araştırmalara göre tüketicinin yaklaşık yüzde 79'u kahveyi evde tüketiyor. Bu grubun yüzde 45'i ise öğütülmüş kahve kullanıyor. Oldukça iddialı bir oran. Dışarıda daha az vakit geçiren insanlar evde kendi keyiflerince kahve hazırlama alışkanlıkları ediniyorlar. Ancak yine de mükemmel tat ve deneyimden vazgeçmek istemiyorlar. Bu noktada kullanılan kahve makinesinin niteliği fincandaki tatmini ve dolayısı ile satın alma kararını doğrudan etkiliyor.

Bunun dışında tabi kahve makineleri markaları arasında dünya lideri olması sebebi ile bir De'Longhi ürünü kullanmak

isteyen, kahveyi bir tutku olarak gören ve çekirdeğin niteliğinin dışında kahveyi fincan ile buluşturan makinenin de önemini bilen çok büyük bir kesim var. Bu kesim espresso bazlı sıcak içeceklerde ve filtre kahvede en iyi sonucu almak için alım tercihleri arasında markamızı birinci sırada tutuyor.

Daha önce de söylediğim gibi özellikle evinde daha çok vakit geçirmek ve mükemmel espresso bazlı kahve seçeneklerinden vazgeçmek istemeyenlerin, hatta kendi baristası olmak isteyenlerin tercihi De'Longhi kahve makineleri oluyor. Kullanıcılarına gerçekten çok profesyonel

bir baristanın elinden çıkmış kadar mükemmel fincanlar hazırlamasına olanak sağlıyor. İkonik İtalyan tasarımının tüm zarif detaylarını ürünlerin her noktasında görebiliyorsunuz.

Bir de yoğun iş temposu olan biri olarak benim çok sevdiğim ve kullandığım bir özellik var; Akıllı Kahve Mobil Uygulaması. De'Longhi PrimaDonna Elite gibi tam otomatik kahve makinelerimizde olan bu özellik telefonunuzdan uygulamaya bağlanarak daha yoldayken tek tuşla kahvenizi hazırlayabilirsiniz. Böylece eve geldiğinizde mükemmel, damak tadınıza özel hazırlanmış bir fincan sizi karşılar.

Tam otomatik kahve makinelerimiz espresso, latte, kapuçino gibi farklı kahveleri tek tuşla kolayca hazırlayabiliyor. Her fincanda damak tadınıza göre sertliği, aroması ve yoğunluğu en hassas şekilde hazırlanmış yudumlarla kahve keyfinizi yaşayabiliyorsunuz. Ayrıca sıcak çikolata, soğuk kahve ve soğuk süt köpüğü ile hazırlanan kahve tariflerini de seçili ürünlerimizin ustalığı ile keşfetmek mümkün.

Son dönemlerde kullanıcıların ve tüketicinin kahve konusundaki yönelimleri neler?

Türkiye çok uzun yıllar bir çay ülkesi olarak tanındı ancak bu durum özellikle son 10 yılda değişti diyebilirim. Hatta 2010 yılı sonlarından itibaren baktığımızda Türkiye'de kişi başına kahve tüketiminin 3 kattan fazla arttı. Granül kahveler artık kahve severlerin ilk tercihi değil. Kahvedeki damak tadı standardı oldukça arttı. Türk kahvesinin hala çok fazla tüketilse de espresso ve filtre kahve tercihi de çok hızla artıyor. Özellikle gençler espresso bazlı hazırlanan kahve çeşitlerine yoğun ilgi gösteriyorlar. Hem kendileri hazırlama hem de farklı kahveleri denemek ve tatmak istiyorlar. Bu sebeple 3. nesil kahveciler tedarik zincirinin her aşamasında yüksek kalitede kahve yapmaya ve en iyi sonucu verecek kahve makineleri kullanmaya odaklanıyorlar.

Kahve kültürü, De'Longhi markası için ne ifade ediyor?

De'Longhi; köklerini 19. yüzyılın başlarından



Yapılan son araştırmalara göre tüketicinin yaklaşık yüzde 79'u kahveyi evde tüketiyor. Bu grubun yüzde 45'i ise öğütülmüş kahve kullanıyor. Oldukça iddialı bir oran. Dışarıda daha az vakit geçiren insanlar evde kendi keyiflerine kahve hazırlama alışkanlıkları ediniyorlar. Ancak yine de mükemmel tat ve deneyimden vazgeçmek istemiyorlar. Bu noktada kullanılan kahve makinesinin niteliği fincandaki tatmini ve dolayısı ile satın alma kararını doğrudan etkiliyor.

olarak 1974'ten beri üretimde olan, girişimci benliği ve mütevazı stili ile eşsiz bir kombinasyon sunan halka açık bir İtalyan aile şirketi. Şu anda kahve makineleri kategorisinde tüm dünyada 1. sırada yer

alıyor. Bunun yanı sıra ısıtma-soğutma, mutfak eşyaları ve ütü kategorilerinde de oldukça iddialı olduğumuzu söylemeliyim. De'Longhi hakkında konuştuğumuzda asla sadece bir 'ürün' hakkında konuşmuyoruz. De'Longhi deyince akla ilk gelen his 'tutku' oluyor. Tam anlamıyla ikonik bir İtalyan.

De'Longhi kahveye o kadar çok inanıyor ki iddiası şu: "Bir De'Longhi ürünü her zaman 'sıradan bir günü' her zaman 'mükemmel bir ana' dönüştürür." De'Longhi'nin marka olarak hedefi; farklı kültürlerine, yaşam tarzlarına, çevrelerine ve rutin olarak yaptıkları ev bakımına uyum sağlayacak stil ve performans harikası ürünler tasarlamak. De'Longhi için kahve ise bu skala içerisinde haz ve duygulara hitap eden en büyük yol. Kullanıcılarına günün en özel anını, her şeyden sıyrılıp; sıcakık, nefis ve mükemmel köpüklü bir yudum yaşatmak, De'Longhi'nin kahve kültürünün yapı taşı. Bence kahve makinelerinde dünya lideri olmasını da bu tutkuyla hiç durmadan yeni bir günde yeni bir kullanıcıyı kucaklama isteği sayesinde borçlu... De'Longhi kullanıcısının 'her gün daha iyi' hissetmesini istiyor.

Global bir kampanya olarak Brad Pitt #perfetto lansmanında ne gibi pazarlama adımları attınız? Kampanyadan biraz bahsedermisiniz?

Kampanyamızın aslında az önce de değindiğim bir çıkış noktası var; tutku! Brad Pitt'in yüzü olduğu ancak yönetmeninden fotoğraf sanatçısına yıldızlar geçidi diyebileceğimiz bir reklam filmi çekildi ve tüm dünya ile aynı zamanda yayına girdi. Sosyal medyada tüm dünya ile ilk kez buluşan reklam filmimizin ardından muhteşem bir yemekte yaptığımız lansmana oyuncular, tasarımcılar, fenomenler ve cemiyet hayatının ünlü isimleri katıldı.

Öte yandan tüketicimize direk dokunabildiğimiz pazarlama adımlarını da hayata geçirdik. İstinye Park AVM, Zorlu Center gibi İstanbul'un cazibe merkezi olmayı başarmış alışveriş merkezlerinde ürün deneyim alanları yaratarak satış kanalımızı geliştirdik.

Kasım ayı bildiğiniz gibi hızlı tüketim ve küçük ev aletleri kategorisinde yoğun geçen önemli bir ay. Biz de trendleri takip eden bir marka olarak sosyal medya ve dijital kanallarda Brad Pitt lansmanımızla yer aldık. Yıl sonuna kadar da yatırımlarımızı hız kesmeden devam edecek. Kısaca filmimizden ve kampanyamızdan da bahsetmek gerekirse; Türkiye'de "Perfetto Bir An" olarak lanse ettik. Perfetto İtalyancada mükemmel anlamına geliyor. Sadece De'Longhi ile tadabileceğiniz benzersiz bir kahve deneyimi ile gün içerisinde kendinize ayırdığınız o 'mükemmel' an... Reklam filmimizde de Hollywood'un bir numaralı ödüllü oyuncularından olan, Brad Pitt'in günlük hayatından bir kesit sunuluyor. Whiplash ve La La Land gibi ünlü filmlere de imzasını atan ödüllü yönetmen Damien Chazelle'in yönetmenlik koltuğunda oturduğu reklam filminde; sabahları kahve çekirdeği satın alan, ardından motosikletiyle Los Angeles'ta dolaşan ve benzin alan Brad Pitt'in eve vardikten sonra keyifle kahvesini yudumlayarak yaşadığı "Perfetto" an anlatılıyor.



Brad Pitt
oyunculuğu dışında tarzı ile de markamızı çok iyi yansıtan bir isim. Bunun yanı sıra tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de çok seviliyor. Kampanyamız başlar başlamaz kullanıcıların ve pazarlama sektörünün olumlu yorumları ve yoğun ilgisi ile karşılaştık.

Brad Pitt seçimindeki etmen neydi, kendisinin marka yüzü olmasının ardından nasıl etkiler alındı?

Brad Pitt oyunculuğu dışında tarzı ile de markamızı çok iyi yansıtan bir isim. Bunun yanı sıra tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de çok seviliyor. Kampanyamız başlar başlamaz kullanıcıların ve pazarlama sektörünün olumlu yorumları ve yoğun ilgisi ile karşılaştık. De'Longhi Başkan Yardımcımız Fabio De'Longhi'nin de dediği gibi: "Brad Pitt, cesur, sofistike ve zarif duruşuyla De'Longhi ruhunun mükemmel bir örneğini yansıtıyor. Bu uluslararası kampanya için Brad Pitt'i seçmek, dünya çapında tanınan

bir ikonla çalışmaktan daha fazlasını ifade ediyor. Brad Pitt, beğenilen bir aktör ve yapımcı, çevre sorunları konusunda kararlı bir savunucu, bir sanat koleksiyoncusu, mimari ve tasarım konusunda inanılmaz bir tutkuya sahip. De' Longhi ise her zaman kendisini yansıtan mütevazı bir ruha sahip olmasının yanı sıra basit kalıpların ötesine geçen ve tüm dünyanın erişebileceği İtalyan köklerine bağlı bir marka." Harfiyen katılıyorum. Son olarak Brad Pitt gibi bir dünya yıldızı ile bir araya gelmemizi kahve makineleri sektöründeki liderliğimiz ile de oldukça tutarlı ve uygun bir nokta olarak görüyorum. Belki de iki farklı sektördeki 1 numaranın ya da liderlerin buluşması olarak nitelendirmek en doğru tabir olabilir.



11 KG

A+++
A++

*Akıllı bağlantılı ürünlerle
yeni yılda teknolojinin rahatlığını yaşayın.*



- A++ Enerji verimlilik sınıfı
- hOn (Wi-Fi ve Bluetooth) uygulamasıyla uzaktan yönetim
- Etiket Tanıma & Sanal Dolap
- Auto Care akıllı programlama teknolojisi
- Aquavision kolay taşınabilir su tankı



Kahve Kokusu

En pahalı kahve Katar'da satılıyor



KPMG'nin araştırmasına göre pandemi kahve sektörünü de vurdu. En büyük iki küresel kahve perakendesinden ABD'de dükkanların satışları, toplamda 11.5 milyar dolar düşüş kaydetti. 36 milyar dolar olan piyasa değeri yüzde 24 azaldı. İngiltere'de ise satışlardaki kayıp 2 milyar pound. Avrupalı daha çok organik kahveye yönelirken; Orta Doğu ve Çin'deki perakende kahve fiyatları, yüksek yaşam tarzıyla birlikte artmış durumda...

KPMG, küresel kahve pazarını ve sektörün pandemiyle nasıl bir değişim yaşadığını inceledi. Araştırmaya göre, Covid-19 en büyük iki küresel kahve perakendesini yeniden şekillendiriyor. Pandemi döneminde kahve dükkanlarının 11.5 milyar dolar zarar ettiği ABD'de 'tam iyileşme' için en az iyi yıla ihtiyaç var. İngiltere'de ise üç yıldan önce toparlanma mümkün görünmüyor.

KPMG Türkiye Gıda ve İçecek Sektör Lideri Banu Kürk, "Araştırma sonuçlarına baktığımızda, tüketicinin pandemi ile birlikte her alanda olduğu gibi kahve alışverişlerinde de deneyim, sağlık, inovasyon, kolaylık, sürdürülebilirlik ve şeffaflık konularına dikkat ettiğini görüyoruz. Tüketici artık eşsiz deneyimler arıyor ve yüksek kalite kahveye ulaşmak için ödeme yapmaya istekliler. Bu nedenle üçüncü nesil kahveciler tedarik zincirinin her aşamasında yüksek kalitede kahve yapmaya yeniden odaklanıyor. Gençler, sürekli hareket halinde olduğu için kolay taşınabilir seçeneklere yöneliyor. Diğer taraftan tek kişilik kahve makinelerine talep de artıyor. Özellikle ABD'de bu ekipmanlara talep 2015 yılından bu yana yüzde 50 artmış durumda. Sürdürülebilirlik ve etik, her alanda olduğu gibi kahvede de odak noktası. Tüketici çevre dostu ve sorumlu markaları tercih ediyor." dedi.

Kahvenin geleceği için inovasyonun şart olduğunu söyleyen Banu Kürk, "Kahve çekirdekleri doğrudan tüketicilere ulaşıyor. Tüketicinin yaklaşık yüzde 79'u kahveyi evde tüketiyor. Bu grubun yüzde 45'i ise öğütülmüş kahve kullanıyor. Y ve Z kuşağı ise farklı seçenekler arıyor. Kahve artık bitkisel bazlı seçeneklerle ve fonksiyonel içeceklerle buluşuyor. Yulaf ya da badem sütüyle yapılmış ya da şekersiz

formüllere ilgi artıyor. Kahve nüfuz ettirilmiş soda, organik kombucha kahvesi, matcha cold brew, alkollü kahveler için Kahve 3.0 diyebiliriz." şeklinde konuştu.

İstanbul'da ortalama 15 lira

Orta Doğu ve Çin'deki perakende kahve fiyatları, yükselen pazar tüketicisinin daha varlıklı yaşam tarzlarını tercih etmesi nedeniyle şu anda dünyanın en yüksekleri arasında yer alıyor. Araştırmaya göre sektördeki büyüme Asya ve Latin Amerika'da hazır kahveden, Kuzey Amerika ve Batı Avrupa'da ise kahve kapsüllerinden geliyor.

Orta boy bir Americano'nun fiyatı bazı şehirlerde şöyle:

- İstanbul 1.41 dolar
- Kopenhag 6.24 dolar
- Doha 6.40 dolar
- Roma 0.99 dolar
- Zürih 4.98 dolar
- Milano 1.33 dolar
- Lizbon 0.74 dolar
- Moskova 4.31 dolar
- Yeni Delhi 1.52 dolar
- Kahire 1.36 dolar
- Dubai 5.70 dolar
- Sao Paulo 1.50 dolar
- Şangay 4.60 dolar
- Lagos 0.62 dolar



Büyümeye yönlendiren bölgesel tercihler

- Kuzey Amerika'da soğuk kahveye olan ilginin artması büyümede kilit rol oynayacak.
- Güney Amerika'da ise Brezilya'nın taze öğütülmüş kahveye olan dalgalı talebi Latin Amerika'daki büyümenin üçte ikisinden sorumlu olacak.
- Avrupa premium seçeneklere odaklanacak.
- Afrika kıtasında erişilebilir öğütülmüş ve hazır kahvelere gençler ve artan nüfus ivme kazandıracak.
- Orta Asya'da ise gelir seviyesinin artmasıyla kahve dükkanlarındaki sayının artışı büyümede kilit rol oynayacak.

Araştırma sonuçları şöyle:

- ABD'de toplam kahve dükkanı sayısı yüzde 0.6 düşerek 37 bin 189 oldu. Kahve dükkanlarının satışları pandemide 11.5 milyar dolar azaldı. 36 milyar dolar olan piyasa değeri ise pandeminin etkisiyle yüzde 24 azaldı.
- İngiltere'de ise pandemi döneminde kahve dükkanları yüzde 1.9 azalma göstererek 9 bin 159 oldu. 3 milyar pound olan piyasa değeri yüzde 39 azaldı, kahve satışlarındaki kayıp 2 milyar pounda ulaştı.
- Araştırmaya göre Amerikalıların yüzde 62'si her gün kahve içiyor. Yüzde 70'i ise haftada bir kere içiyor.
- Katılımcıların yüzde 53'ü çevre dostu markaları tercih ediyor.
- Yüzde 25'i herhangi bir uygulama üzerinden eve kahve sipariş ettiğini belirtiyor.
- 60 yaş üstü kahve tüketicileri, geleneksel kahveleri 18-24 yaş aralığındaki tüketicilere göre iki kat fazla tercih ediyor.
- 25-39 yaş arasındaki tüketicinin tercihi daha çok espresso bazlı kahveler.



- Kahve tüketimi yaşla birlikte artıyor. Araştırmaya katılan ileri yaş grubundaki 10 kişiden 9'u kahvaltıda kahve tüketiyor. Gençlerde bu oran 10'a 7.
- Tüketicinin yüzde 79'u kahveyi evde tüketiyor. Bu grubun yüzde 45'i öğütülmüş kahve kullanıyor.

Avrupa'da organik kahveye talep artıyor

- Avrupa'da organik kahveye talep giderek artıyor. Avrupa Birliği'nin 130 bin ton kahve ithal ettiği görülen raporda, organik kahve ithalatının AB'nin toplam kahve ithalatının yüzde 3.5'ine denk geldiği görülüyor. Organik kahve segmenti hâlâ tüm süpermarketlerde ulaşabilmek için niş bir segment olsa da organik kahve ithalatının 2018-2019 yılları arasında yüzde 12 arttığı görülüyor.
- Avrupa'daki organik kahve satışlarının 2018 yılında yaklaşık 41 milyar euroya ulaştığı görülüyor. Bu da küresel organik kahve satışlarının yaklaşık yüzde 42'sine denk geliyor.
- Almanya Avrupa'nın en çok kahve ithalat eden ülkesi ve en büyük organik kahve piyasası konumunda... İkinci sırada Fransa bulunuyor.

Kahve Kokusu



İş dünyası güne kahve içerek başlıyor

Çalışanların yüzde 47'si güne kahve içerek başlıyor. İş yerinin alışveriş yeri Avansas, hem çalışanlara hem de işverenlere kahve tüketim alışkanlıklarını sordu. 26-45 yaş aralığındakiler en çok Türk kahvesini tüketmeyi severken, filtre kahvenin en çok tercih edildiği yaş grubu ise 17-35 oldu. Günlük kahve tüketim süresinin 30 dakika olduğu aktarılan araştırmada, kahve tüketiminin iki ile üç fincan arasında değiştiği belirlendi. Şirketlerde aylık kahve masrafı ise 195 TL oldu.

Tüm Türkiye genelinde hayata geçirdiği gündeme özel araştırmalarla öne çıkan Avansas, 5 Aralık Dünya Türk Kahvesi günü dolayısıyla "İş Yerlerinde Kahve Tüketim Alışkanlıkları" araştırmasını yayınladı. İş yeri alışverişinde yeni bir dönem başlatan Avansas, Türkiye'deki iş yerlerinin kahve alışverişi ve kahve tüketim alışkanlıklarını araştırdı. Bin 670 kişinin katılımıyla gerçekleştirilen araştırma; iş yerlerinin ve çalışanların kahveye olan ilgilerini ve alışkanlıklarını ortaya koydu. Aynı zamanda araştırma ile tüketicilerin; en çok tercih ettiği kahve çeşitleri, günlük kahve tüketimi ve kahve tüketme saatleri gibi alışkanlıkları incelendi.

Çalışanlar bir yılda 7 bin 800 dakika kahve tüketiyor

Yapılan araştırmanın sonuçlarına göre, 2021 yılında iş yerlerinde en çok Türk kahvesi tercih edildi; Türk kahvesini, hazır kahve ve filtre kahve izledi. Türk kahvesi ve hazır kahveleri en çok 26-45 yaş aralığındaki X ve Y kuşağı tercih ederken, filtre kahveyi ise en çok 17-35 yaş aralığındaki Z ve Y kuşağı tüketti.

Araştırmaya göre, çalışanların kahve tüketimi günde iki ile üç fincan arasında değişirken, katılımcıların yüzde 47'si saat 08.30 - 10.00 aralığında kahve içtiğini belirtti. Kahvenin en çok; sabah işe başlarken ve molalarda tüketildiği gözlemlendi. Günlük kahve tüketim süresinin 30 dakika olduğu aktarılan araştırmada, çalışanların bu kapsamda yılda yaklaşık 7 bin 800 dakikasını kahve içmeye ayırdığı bilgisi paylaşıldı.

Aylık kahve harcaması 195 TL

Aylık alışveriş oranlarının yüksek sonuçlar sunduğu araştırmada, şirketlerin aylık ortalama kahve harcaması 195 TL oldu. Kahve tedariki; 50'den az sayıda çalışana sahip iş yerlerinde yüzde 49 ile

zincir marketlerden sağlanırken, 50'den daha fazla çalışana sahip iş yerlerinde ise yüzde 52 oranla Avansas tercih edildi.

İş yerlerinin en çok tercih ettiği alışveriş kanallarından biri olmanın verdiği mutluluğa değinen Avansas Genel Müdürü Sedat Anak, "Kahve tüketim alışkanlıklarını konu alan araştırmamızın sonuçları; iş yerlerinin ve çalışanların kahve tüketiminde gösterdikleri eğilimleri daha net görmemizi ve bu sayede müşterilerimizin ihtiyaçlarını doğru analiz etmemizi sağladı. Bu doğrultuda Avansas olarak yeni dönemde kahve kategorisinde fark yaratacağımızı düşünüyoruz." dedi.

Değerlendirme sonuçlarına göre, çalışanların yüzde 69'u kahvesini sade tüketirken, yüzde 31'i sütlü kahve sevdiğini belirtti. Kahvenin yanında en çok tercih edilen lezzet ise çikolata oldu. Lokum, kurabiye ve bisküvi ise kahve yanında tercih edilen diğer atıştırmalıklar arasında yer aldı.



Kahve Kokusu



Arzum OKKA ve Turkish Coffee Lady Vakfı, Dünya Türk Kahvesi Günü'ne özel belgesel hazırladı

Türk kahvesi kültürünü dünyaya yayma misyonunda birleşen Arzum OKKA ve Turkish Coffee Lady Vakfı, tarihin ilk kahve pişirme yöntemi olan Türk kahvesinin dünyayı 500 yıl önce nasıl değiştirdiğini, Anadolu'da yüzyıllardır yaşayan farklı kahve kültürlerinin ilginç hikâyelerini yabancı toplumlara aktarabilmek için özel bir belgesel hazırladı.

Ödüllü yapım firması Cinec Film iş birliğinde, Türkiye'nin sekiz şehriden farklı sunum ve hikâyelerle zenginleşen kapsamlı belgesel, Aralık 2021'de Amerika'da başlayacak bir turne ile dünyaya yayılacak. Bir kültürel markalaşma girişimi olan 'Başlangıç: Anadolu'nun Türk Kahvesi Öyküleri' belgeseli için Mardin'de dibek, Şanlıurfa'da mirra, Gaziantep'te menengiç, Karabük'te safranlı, Nevşehir'de közde, Ankara'da kumda, İzmir'de damla sakızlı ve İstanbul'da geleneksel Türk kahvesi üzerine özel çekimler gerçekleştirildi. UNESCO'nun 'Dünyanın Somut Olmayan Kültürel Mirasları' listesinde yer alan Türk kahvesi geleneğinin eşsiz hikâyesi ve lezzet çeşitliliği, belgesel eşliğinde Amerika'nın farklı eyaletlerinde yapılacak kültürel etkinliklerle aktarılacak. Projeyi destekleyen diğer kurumlar arasında Yurtdışı Türkler ve Akraba Toplulukları Başkanlığı, T.C. Vaşington Büyükelçiliği, New York Başkonsolosluğu ve Kütahya Porselen bulunuyor.

İstanbul'dan Avrupa'ya sonra tüm dünyaya

Vakfın kurucu başkanlığını yürüten ve Turkish Coffee Lady (Türk Kahvesi Hanımefendisi) olarak bilinen Gizem Şalcıgil White; "Bugün dünyada çok popüler olan kahve ve kahvehane kültürünün 500 yıl önce İstanbul'dan Avrupa'ya oradan da dünyaya nasıl yayıldığını tüm kahveseverlere anlatmaya hazırlanıyoruz" dedi. Gizem Şalcıgil White'a 2009'dan yılından beri kültürel markalaştırma yolculuğunda Arzum OKKA eşlik ediyor. Dünyanın ilk kahve diplomasisi olan vakıf, geçtiğimiz yıl Washington DC Belediye Başkanı Muriel Bowser'dan 'Dünya Türk Kahvesi Günü'ne ilişkin resmi bir beyanname almıştı. Bu yıl ise vakıf, New York Times Meydanı'ndaki Thompson Reuters binasının dev ekranlarında Dünya Türk Kahvesi Günü'nü kutlayan kapsamlı tanıtımlar gerçekleştirecek.

Global gösterimlerde Türk kahvesi keyfi Arzum OKKA ile zenginleşecek

Arzum OKKA, kadın girişimciliğini güçlendirmeye yönelik çalışmalar da yapan Turkish Coffee Lady Vakfı'nın çektiği 'Başlangıç:

Anadolu'nun Türk Kahveleri Öyküleri' belgeselinin ana sponsorları arasında yer alıyor. Belgeselin tanıtım turunda, Amerika'da 6 eyalet gezilecek ve kahveseverler Arzum OKKA ile yapılan bol köpüklü, enfes Türk kahvesi ile buluşturulacak. 5 Aralık Dünya Türk Kahvesi Günü'nde gösterime girmesi planlanan yaklaşık bir saat uzunluğundaki belgesel, New York, Washington, Boston, Los Angeles, Las Vegas ve San Francisco gibi şehirlerde mikro art sanatçısı Hasan Kale'nin kahve ile gerçekleştirecek sanat gösterileriyle tanıtılacak.



Türk Kahvesi New York Times ve Facebook for Business'da

Türk kahvesi kültürü, Turkish Coffee Lady markası ile Facebook for Business işbirliğinde çekilen bir program aracılığıyla yakın zamanda 3 milyondan fazla izleme alırken, dünyanın en prestijli gazetelerinden New York Times'da da özel olarak tanıtıldı. Yabancı basın tarafından şimdiden ilgi gören belgeseli hayata geçiren markanın kurucusu Gizem Şalcıgil White, 2009 yılından beri yurtdışında Türk kahvesinin gönüllü elçiliğini yapan ödüllü gastro diploması projesi Turkish Coffee Truck (Gezici Türk Kahvesi Evi) ile Amerika, Kanada ve Avrupa'nın farklı ülkelerinde yabancı toplumlara Türk kahvesi ile buluşturuyor.

%44 pazar payı ile pazar lideriyiz

“Çamaşır makinelerimizde sunduğumuz yapay zeka (AI) desteği, kullanıcının alışkanlıklarını öğrenerek en sık kullanılan yıkama programını ve belirli ayarları görüntüler. Döngüler kullanım sıklığınıza göre sıralanır, panel buna göre kişiselleştirilir. Dolayısıyla seçenekleri ayarlama sürecini basitleştirir ve kullanıcıların zamandan tasarruf etmesine yardımcı olur.”



Mustafa Tolunay Aslan
Samsung Electronics
Türkiye
Beyaz Eşya
Pazarlama Direktörü

Samsung çamaşır makineleri konusunda dünyanın en büyük ve önemli üreticilerinden biri. Bu alandaki çalışmalarınızdan genel olarak bahseder misiniz?

Samsung Electronics olarak dünyanın her yerinden insanlar için yeni olanaklar sunan küresel bir teknoloji lideriyiz. Akıllı telefonlardan tabletlere, televizyonlardan beyaz eşyaya, geniş ürün gamımızla yenilikçi teknolojilerimizi kullanıcıların beğenisine sunuyoruz. 2021 yılında çamaşır makineleri ürün yelpazemize yapay zekâ teknolojisi ile güçlendirdiğimiz yepyeni modellerimizi dâhil ettik. Böylelikle sık tasarımlarıyla dikkat çeken, yapay zekâ teknolojisi ile kullanım alışkanlıklarına göre en uygun programı öneren EcoBubble Köpükle Yıkama Teknolojisi'ne sahip çevreye duyarlı çamaşır makinesi modellerimizi tüketicilerin beğenisine sunuyoruz.

Genel olarak Ar-Ge süreçlerini nasıl yapıyorsunuz? Çamaşır makinesinde yeni teknolojiler nasıl geliştiriliyor?

Samsung olarak yenilikçi fikirler ve teknolojilerle dünyaya ilham verme ve geleceği şekillendirme vizyonumuz var. Ar-Ge çalışmalarımızla tüketicilerin beklentilerini karşılayan yeni ürünler sunuyoruz. Dünyada Ar-Ge'ye en fazla kaynak ayıran şirketlerden biriyiz. Dünya genelinde 38 Ar-Ge merkezinde yılda yaklaşık 15 milyar dolar Ar-Ge yatırımı yapıyoruz. Nesnelerin interneti ve yapay zekânın güçlerini birleştirdiği teknolojilere büyük yatırımlar yapıyoruz. Bunu yaparken de kullanıcılarımızı dinleyerek emin adımlarla ilerliyoruz. Çünkü Samsung olarak teknolojiyi insanın yaşamına değer katacak şekilde geliştiriyoruz. Sunduğumuz deneyimi geliştirmeye ve iyileştirmeye

devam etmek için ürünlerimizi her zaman tüketici geri bildirimlerine dayalı olarak geliştirmeye büyük önem veriyoruz. Çamaşır makinelerimizi tasarlarken ve geliştirirken de tüm diğer ürün gruplarında olduğu gibi bu yaklaşımla hareket ediyoruz.

Ürettiğiniz çamaşır makinelerinde birçok üstün özellik ve teknoloji sunuluyor. Bunlardan genel olarak bahseder misiniz?

Çamaşır makinelerinde derinlemesine temizlik sağlayan birçok teknolojiimiz bulunuyor. Samsung'un EcoBubble Köpükle Yıkama Teknolojisi'ne sahip çamaşır makineleri çamaşırlara 40 kat daha hızlı ve etkin nüfuz ederek temizlik sağlıyor. Ayrıca, EcoBubble teknolojisine sahip çamaşır makinelerimiz yeni enerji regülasyonuna göre enerji verimliliği açısından A sınıfı olarak piyasada yer alıyor. AddWash teknolojisi sayesinde yıkama işlemi başladıktan sonra dilediğiniz zaman unuttuğunuz kıyafetleri ve yumuşatıcı ekleyebiliyorsunuz. Üstelik ekleme işlemi yaptıktan sonra yıkama döngünüz kaldığı yerden devam ediyor.

Samsung'un devrim yaratan benzersiz Q-Drive Teknolojisi ile de çamaşırlarınızı yarı zamanda tam temizlik performansı ile yıkayabiliyorsunuz. Yıkama, durulama ve sıkma aşamalarında sırasıyla güçlendirilmiş köpük algoritmasına sahip AI EcoBubble teknolojisi, güçlü su jeti, geniş oluklu ve özel tasarımı yeni nesil elmas kazan sayesinde tüm süreleri yarıya kadar düşüren akıllı çamaşır makinemiz sayesinde hem faturalardan tasarruf edebilir hem de kalan süreyi sevdiğinizlerle geçirebilirsiniz.

Otomatik Dozajlama Sistemi sayesinde de çamaşır makinenize her yıkamadan önce deterjan ve yumuşatıcı eklemek zorunda kalmazsınız. Makinenizin hazinesi

ortalama 1 aylık yıkama için gereken deterjan ve yumuşatıcıyı saklar. Akıllı sensörleri sayesinde giysilerinizin kirlilik derecesi, ağırlığı gibi faktörleri göz önünde bulundurarak her yıkamada uygun miktarda deterjan kullanır ve haznede deterjan bittiğinde sizi bilgilendirir, böylece çamaşır yıkama işleriniz çok ama çok kolaylaşır.

Samsung çamaşır, kurutmalı çamaşır ve kurutma makinelerinin tamamı Dijital Inverter Motor'a sahiptir ve 10 yıl motor garantisi ile evinize gelir. Konvansiyonel motorların aksine fırçasız tasarıma sahip inverter motor sayesinde makineniz dayanıklılığını uzun yıllar korur, sessiz çalışır ve tasarruf sağlar.

Özellikle yapay zeka teknolojisi çamaşır makinelerinizi ayıran en önemli teknolojilerden biri. Bu teknoloji nasıl çalışıyor, neler sunuyor?

Çamaşır makinelerimizde sunduğumuz yapay zeka (AI) desteği, kullanıcının alışkanlıklarını öğrenerek en sık kullanılan yıkama programını ve belirli ayarları görüntüler. Döngüler kullanım sıklığınıza göre sıralanır, panel buna göre kişiselleştirilir. Dolayısıyla seçenekleri ayarlama sürecini basitleştirir ve kullanıcıların zamandan tasarruf etmesine yardımcı olur. Herhangi bir talimata ihtiyaç duymadan herkes aynı seçenekleri kolayca ayarlayabilir. Yapay zeka (AI) desteğinden alınan veriler, ihtiyaçlara göre kişiselleştirilmiş öneriler vermek için toplanır ve analiz edilir. Yıkama programı, sıcaklık, durulama sayısı, devir sayısı ve ek ayar kombinasyonları ile birlikte yaklaşık 2.275 farklı yıkama kombinasyonu ile oluşturulan bu veri topluluğu, toplam 2,8 milyon yıkama döngüsünü içerecek şekilde bulut tabanlı büyük veri olarak saklanır. Ardından analiz aşamasında tüm faktörler bir araya getirilerek yatkınlık çıkarımları ile birlikte kullanıcılara özel yıkama programı ve ayarı önerilerine dönüştürülerek yeniden

tüketicilerle buluşturulur. Makine öğrenimi ve veri analizi zaman içinde sürekli olarak gelişir, böylece veri tabanı kişinin yaşam tarzını, dönemsel ihtiyaçlarını ve mevsimselliği yansıtacak şekilde büyür.

Dünya genelinde çamaşır makinesi tüketicilerinin kullanım alışkanlıkları analiz edildiğinde, tüketicilerin çoğunun en fazla 4 yıkama programını kullandığını biliyoruz. Kullanıcının en sık kullandığı yıkama programını ve özel ayarları en üstte görüntülemek üzere tasarlanan yapay zeka (AI) kontrol paneli geleneksel çamaşır makinesi kontrol panellerinin karmaşıklığını ortadan kaldırarak tüketicilere kullanım kolaylığı sağlar. Ek olarak, kullanıcılar listelerini makinede yer alan My Cycle modülü ve SmartThings aracılığıyla da düzenleyebilir. Bunun yanı sıra yıkama ve kurutma makineleri arasında etkinleştirilebilen Otomatik Bağlantı fonksiyonu ile çamaşır ve kurutma makinelerinizi birbirine bağlayarak, yıkama ve kurutma işlemlerini art arda ve hiçbir ayarı yeniden yapmaya gerek kalmadan gerçekleştirebilirsiniz.

Tüketicilerden ne tür talepler geliyor, bunları nasıl karşılıyorsunuz?

Tüketicilerin pandemi süreci ile birlikte yüksek hacimli ürünlere yönelmesiyle beyaz eşya pazarındaki hacimsel segment dağılımları da değişikliğe uğradı. Daha fazla ürün stoklamak için yüksek hacimli buzdolaplarına yönelen tüketiciler aynı zamanda hijyene de önem verdikleri için bulaşık makinesi penetrasyonu da artış gösterdi. Çamaşır makinesi pazarında ise tüketiciler buzdolabında olduğu gibi yüksek hacimli ürünlere yöneldi. Toplam çamaşır makinesi pazarı ciro bazında bu yılın ocak - eylül döneminde yüzde 25 artış gösterdi. 2020 yılında yüzde 13 olan ≥10 kg segmenti pazar payı ise günümüzde yüzde 30'lara kadar çıkmış durumda. Biz de Samsung olarak ürün gamımızda ≥10 kg ve üzeri ürün segmentini genişleterek tüketicilerin bu taleplerini başarıyla karşılıyoruz. Kurutmalı çamaşır makinesi kategorisinde de liderliğimizi son 6 yılda olduğu gibi devam



ettiriyoruz. Güçlendirdiğimiz ürün gamımızla yüzde 44 pazar payına sahibiz.

Diğer yandan değişen enerji regülasyonları nedeniyle tüketicilerde enerji tüketimi verimliliği algısı da daha fazla önem kazanıyor, bu yöndeki talepleri de artıyor. A enerji sınıfı çamaşır makinelerimiz EcoBubble teknolojisi sayesinde performanstan ödün vermeden ve sıcak suya ihtiyaç duymadan çamaşırları lekelerden kurtarıran aynı zamanda enerji tüketimi açısından da fayda sağlıyor. Ayrıca Yapay Zekâ özellikli çamaşır makinelerimizdeki 59 dakikalık Süper Hızlı fonksiyonu sayesinde elektrik ve su faturalarınızdan tasarruf ederken temizlikten ödün vermeden çamaşırlarınızı yıkayabilirsiniz. Kurutmalı çamaşır makinelerimizde bulunan 59 dakikada yıkama-kurutma özelliğiyle kirli çamaşırlarınızı 1 saatten kısa süre içerisinde tertemiz geri alabilir ve doğrudan giyebilirsiniz. Yine tüm kurutmalı çamaşır makinelerimizde bulunan tek tuşla yıka-kurut fonksiyonu sayesinde makinenizin maksimum kurutma kapasitesine kadar çamaşırlarınızı tek tuşla yıkar, kurutur ve size kalan vakti sevdiklerinize ayırabilirsiniz.

Dünyada Ar-Ge'ye en fazla kaynak ayıran şirketlerden biriyiz. Dünya genelinde 38 Ar-Ge merkezinde yılda yaklaşık 15 milyar dolar Ar-Ge yatırımı yapıyoruz. Nesnelerin interneti ve yapay zekânın güçlerini birleştirdiği teknolojilere büyük yatırımlar yapıyoruz. Bunu yaparken de kullanıcılarımızı dinleyerek emin adımlarla ilerliyoruz.

Blueair markamızla sağlık ve iyi yaşam kategorisinde büyümeye devam ediyoruz

“Blueair, ev kullanımı için olan ürünlerinin yanı sıra havalimanları, ofisler, okullar, hastaneler, bankalar, oteller, muayenehaneler, vb. kurumlar için rakiplerinin çok ötesinde profesyonel hava temizleme çözümleri de sunuyor. Ofislerde kullanılan klima sistemleri çoğunlukla içerideki havayı çeviriyor ve aynı havayı çevirdiği için bu durum özellikle salgın döneminde ciddi anlamda sağlık riski oluşturuyor. Öte yandan klima sistemleri havayı dışarıdan alsa bile ve/veya HEPA filtrelerle sahip de olsa özellikle virüs, bakteriler ve ortamdaki kötü kokular konusunda bağımsız hava temizleyiciler kadar etkin olamıyor.”



Kutay Ulutaş

KnoHu İç ve Dış Ticaret A.Ş. / Kurucu Ortağı



Hava temizleyiciler, özellikle pandemi ile birlikte sağlığa olan ilginin artmasıyla pazar payını sürekli artırarak çeşitli ürünleri piyasaya sunuyor. Genel olarak hem dünya hem de Türkiye pazarını değerlendirir misiniz?

Ev aletleri sektörü içinde sağlık ve iyi yaşam kategorisinde bulunan hava temizleme cihazları giderek artan bir trendle büyümeye devam ediyor. Sağlık ve iyi yaşam sektörü içinde hava temizleme kategorisi dünyada çoğu ülkede birinci sıradayken, Türkiye’de aynı kategori henüz ikinci sırada yer alıyor. Pandemi süreci Türkiye’deki bu konuda bilincin hızlı bir şekilde artmasına neden oldu. Dolayısıyla Türkiye’de de önümüzdeki birkaç yıl içinde sektör büyüklüğü sıralamasının dünya ile aynı olacağını öngörüyoruz. Türkiye hava temizleme pazarının ise eş zamanlı olarak çok hızlı bir biçimde büyüyeceğini düşünüyoruz.

Ülkemizin bu sektör içerisindeki küresel pazar payı nedir?

Küresel pazara ciro büyüklüğü açısından bakacak olursak Çin, Amerika, Japonya,

Hindistan, Kore en büyük pazarların başında geliyor. Hane başına en yaygın kullanım ise şu an Japonya’da. Asya pazarı, küresel pazarın büyük çoğunluğunu oluştururken, buna kıyasla Avrupa ülkeleri gerek ürünün yaygınlığı gerekse ciro büyüklüğü açısından henüz geriden gelmektedir. Avrupa pazarı içinde yer alan Türkiye ciro büyüklüğü ve ürün kullanım yaygınlığı açısından küresel pazarda en küçük orana sahiptir. Buradan sonuçla henüz yolun başında olduğumuzu rahatlıkla söyleyebiliriz.

Tüm dünyada ve ülkemizde hava temizleyicilere olan ilgi son dönemde oldukça artmış durumda. Bunun temel nedenleri nelerdir?

Özellikle pandemi ile birlikte insan hayatının önemi ve değeri daha çok sorgulanmaya başladı. Bunun sonucunda ise insanlar gerek yaşam kalitesini arttırmaya yönelik gerekse daha sağlıklı bir yaşam için katkı yapabilecek ürünleri tercih etmeye başladı. Hava temizleme sektörü Dünyada yükselen sektörlerin başında geliyor. Çünkü temiz havaya olan erişim her geçen gün daha da kısıtlı hale geliyor. Örneğin Dünyada

maalesef her yıl hava kirliliği nedeniyle hayatını kaybeden ve 5 yaşın altındaki çocuk sayısı 543.000! Dünya Sağlık Örgütü raporlarına göre hava kirliliği dünyanın en büyük çevresel sağlık risklerinden bir tanesi. Bunu destekler biçimde 2012’de yapılan bir çalışma, hava kirliliği nedeniyle bir yılda yaşanan ölümlerin, aynı yıl sıtma, tüberküloz ve HIV/AIDS nedeniyle yaşanan ölümlerin toplamından daha fazla olduğunu gösteriyor.

Türkiye’de tüketicilerin bu tarz ürünlere olan ilgisi ne durumda?

Soluduğumuz havanın kalitesi, içerisindeki zararlı partiküllerin miktarına bağlıdır. Zararlı partiküller içerisinde toz, polen, organik uçucu bileşikler, duman, kimyasal gazlar ve virüs ve bakteriler bulunuyor. Yaşanılan pandemi, havadaki virüs ve bakterilerin zararları konusundaki bilinci geçtiğimiz dönemde ciddi biçimde arttırdı. Öte yandan son zamanlarda özellikle televizyonların hava durumu yayınlarında yer alan hava kalite raporları ve akıllı cihazlardaki uygulamaların sağladığı anlık hava kalite raporları da yine bu konudaki bilinci artırıyor. Blueair’in de ücretsiz



mobil uygulaması sayesinde Türkiye’de, bulunduğunuz yerdeki hava kalitesini anlık olarak görebiliyorsunuz. Buna paralel olarak maalesef hava kirliliğinin artmasıyla alerji astım gibi sağlık problemi olan kişilerde, çocuklarının veya bebeklerinin odasında hava temizleme cihazları kullanmak isteyen bilinçli ve eğitimli tüketicilerde veya özellikle evlerdeki küf, yemek kokusu gibi kötü kokulardan rahatsız olan kişilerde bu ürünlere olan ilgi artmaktadır. Bu ilginin önümüzdeki dönemde daha da artacağını düşünüyoruz.

Daha çok hangi özellikli hava temizleyiciler tercih ediliyor? Hangi ürünler teknolojik olarak ön plana çıkıyor?

Sektörde maalesef çok fazla bilgi kirliliği var. Pazardaki markalar da tüketiciyi yanlış yönlendirebiliyor. Bu konuda bir örnek vermek isterim. Hava temizleme cihazlarının performans kriterlerinden bir tanesi, cihazın bir saat içerisinde temizlediği toplam havanın hacmidir. Buna Temiz Hava Dağıtım Oranı (CADR) denir ve m² ile değil m³/saat cinsinden ölçülür. Dünya standartlarına

göre etkin temizleme sağlayabilmek için bir cihazın bulunduğu ortamdaki havayı saatte 5 kere yani 12 dakikada bir temizleyebilmesi gerekir. Piyasadaki birçok markaya baktığımızda, ürün özellikleri içerisinde Temiz Hava Dağıtım Oranı (CADR) vermekten kaçındığını veya sadece metrekaresi cinsinden bilgi verdiğini görüyoruz. Bu bir anlamda tüketiciye eksik bilgi verme anlamına geliyor. Bilinçli tüketiciler, Temiz Hava Dağıtım Oranı (CADR) yüksek, özellikle sessiz ve düşük enerji tüketimine sahip cihazları tercih ediyor.

Blueair, ev kullanımı için olan ürünlerinin yanı sıra havalimanları, ofisler, okullar, hastaneler, bankalar, oteller, muayenehaneler, vb. kurumlar için rakiplerinin çok ötesinde profesyonel hava temizleme çözümleri de sunuyor. Ofislerde kullanılan klima sistemleri çoğunlukla içerideki havayı çeviriyor ve aynı havayı çevirdiği için bu durum özellikle salgın döneminde ciddi anlamda sağlık riski oluşturuyor. Öte yandan klima sistemleri havayı dışarıdan alsa bile ve/veya HEPA filtrelerle sahip de olsa özellikle

virüs, bakteriler ve ortamdaki kötü kokular konusunda bağımsız hava temizleyiciler kadar etkin olamıyor.

Blueair’in tüm ürünleri, giriş seviyesinden en üst seviyeye kadar, patentli HEPASilent teknolojisine sahiptir. Bu sayede tüm ürünlerimiz, havadaki 0,1 mikrona kadar olan tüm zararlı partiküllerin temizlenmesini çok düşük enerji tüketimi ve fısıltı sessizliğinde sağlar. 2020 yılı içerisinde lansmanı yapılan Blueair HealthProtect serisine ait bağımsız testler, cihazların 0,03 mikrona kadar olan zararlı partiküllerin temizlediğini gösteriyor.

Gerek ev içi kullanım gerekse kurumsal müşterilerimiz Blueair’i üstün performansı, kalitesi, eşsiz tasarımı ve bir LED ampulden daha az enerji tüketimi nedeniyle tercih ediyor.

Hava temizleyici pazarının önemli oyuncularından biri olan Blueair, giderek genişleyen pazar payı ve son teknoloji ürünleri ile dikkat çekiyor. Şirketin kuruluşu ve faaliyet alanlarından genel olarak bahsedebilir misiniz?

Hava temizleme sektörü Dünyada yükselen sektörlerin başında geliyor. Çünkü temiz havaya olan erişim her geçen gün daha da kısıtlı hale geliyor. Örneğin Dünyada maalesef her yıl hava kirliliği nedeniyle hayatını kaybeden ve 5 yaşın altındaki çocuk sayısı 543.000!. Dünya Sağlık Örgütü raporlarına göre hava kirliliği dünyanın en büyük çevresel sağlık risklerinden bir tanesi.

Blueair, ev ve profesyonel kullanım için dünyanın en önde gelen hava temizleme çözümleri üreticileri arasında yer alıyor. İsveç'te 1996 yılında kurulan Blueair, dünya çapında 60'tan fazla ülkede satılan yenilikçi, sınıfının en iyisi, enerji verimliliği yüksek ürünler ve hizmetler sunmaktadır.

Unilever'in bir markası olan Blueair, finansal güç ve istikrarın yanı sıra küresel anlamda bir bilinirliğe sahiptir. Unilever'in bir parçası olmak sürekli sürdürülebilir büyümeyi destekleyen önemli faktörlerdendir.

Blueair hava temizleme cihazları benzersiz İsveç tasarımıyla üstün özellikler sunar. Bu üstün özellikler dünyada akredite olmuş bağımsız kurumlar tarafından yapılan

testlerle, saygın kuruluşlardan alınan en yüksek puanlarla ve ödüllerle desteklenir.

Şirket olarak pazarda bulunan rakiplerinizden farklılaşmak için neler yapıyorsunuz? Neden tüketiciler Blueair ürünlerini tercih etsinler?

Blueair'in marka temsilcisi olarak hava temizleme sektörü ve hava temizleme cihazları hakkında doğru bilginin tüketicilere ulaşmasını çok önemsiyoruz. Bu nedenle gerek online kanalda gerekse geleneksel kanalda özellikle detaylı bir şekilde doğru ve açıklayıcı içerik bilgisi paylaşmaya çalışıyoruz.

Tüketiciler beş konuda bizi tercih ediyor. 1)Üstün performans 2) Fısıltı sessizliği 3) Çok düşük enerji tüketimi 4) Farklı boyutlardaki alanlara uygun geniş ürün gamı 5) Yaygın satış sonrası servis ağı

Öte yandan sürdürülebilirlik Blueair'in çok önem verdiği bir başka konudur. Bu kapsamda şirketin hedefleri arasında tüm dünyada temiz havaya erişimi arttırmak ve bunu yaparken karbon salınımını düşürmek önde geliyor.

Ayrıca Blueair temiz havaya erişim hedefleri doğrultusunda, 2016'dan beri Dünya'da 250.000'den fazla çocuğa hava temizleme cihazları ve koruyucu maskeler bağışlayarak çocuklarımızın temiz havaya erişimlerine yardımcı olmuştur. Türkiye'de de önümüzdeki dönemde bu kapsamda çalışmalar yapmak istiyoruz.

Öne çıkan ürünleriniz hangileridir?

Blueair bahsettiğim gibi hem ev kullanımı hem de kurumsal müşteriler için farklı seçenekler sunuyor.

Blueair'in en teknolojik ve en yeni ürünü

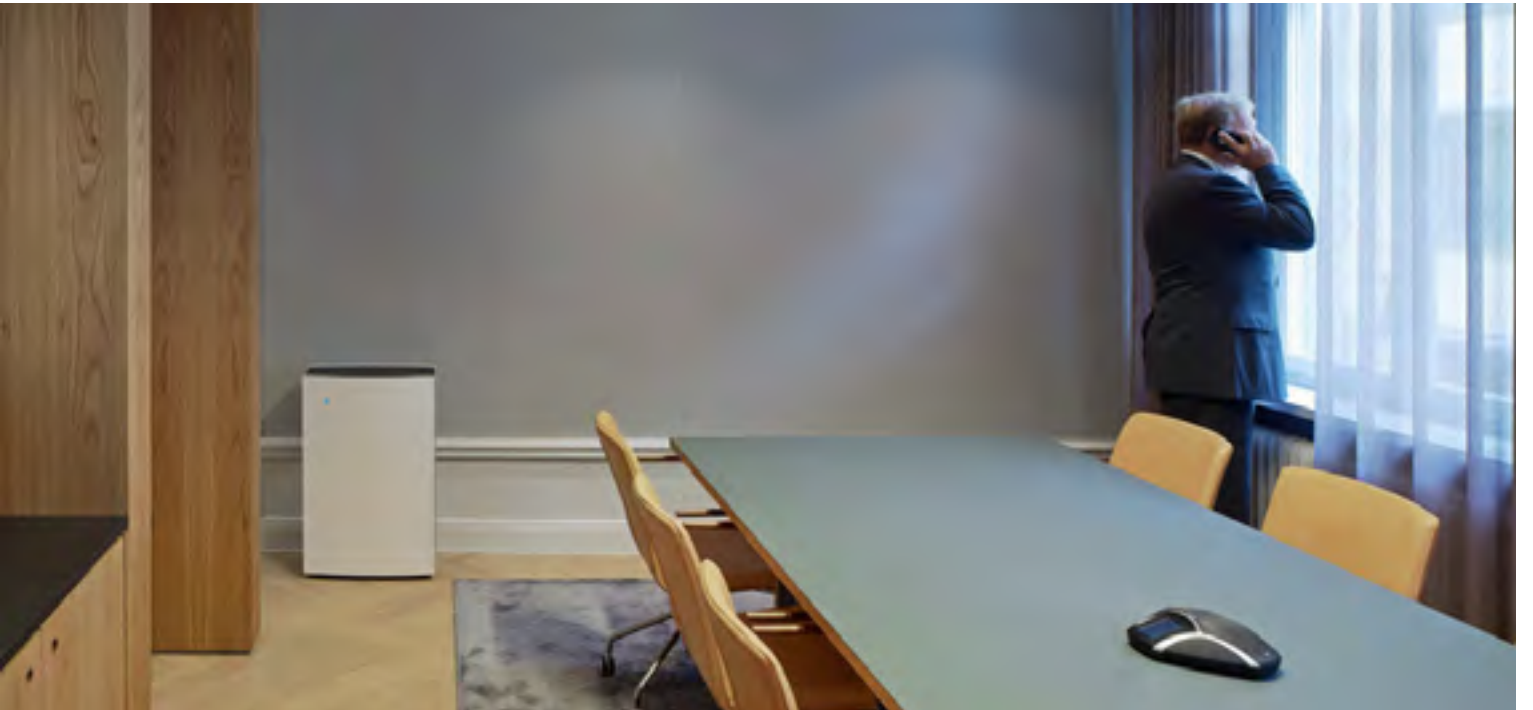
olan HealthProtect hem ev kullanımı hem de kurumsal kullanım için tercih ediliyor. Bu üründe kullanılan HEPASilent Ultra filtre sistemi, GermShield ve SpiralAir teknolojileri zararlı partiküllerden 7/24 korunmanızı sağlıyor. Ayrıca Blueair Healthprotect akıllı cihazlar vasıtasıyla Blueair uygulaması üzerinden uzaktan yönetilebiliyor, içerisinde bulunan hava kalite sensörleri sayesinde bulunduğunuz odadaki hava kalitesine göre tam otomatik olarak da ayarlanabiliyor.

Ev kullanımı için öne çıkan diğer ürünlerimiz Blue serisi olarak adlandırılan, yüksek performanslı, çok düşük enerji tüketimine sahip, çok sessiz ve basit kullanım özellikleri olan ürünlerdir. Blue serisi değiştirilebilir ön filtre renkleri sayesinde odanızın dekorasyonuna uygun hale de getirilebiliyor.

Kurumsal müşterilerimizin tercihi ise çok yüksek performansa sahip ve geniş alanları temizleyebilen Blueair PRO ve Blueair Classic serileridir.

Önümüzdeki dönem için genel çalışmalarınız ve büyüme stratejiniz nasıl olacak?

Biz Blueair Türkiye marka temsilci olarak, Blueair'in global stratejisi ile de uyumlu olacak şekilde, sürdürülebilir büyümenin doğru olduğunu düşünüyoruz. Buradan yola çıkarak adım adım global ekibimizle birlikte ilerliyoruz. 2021 yılında Türkiye'de satışa sunulan Blueair ürünleri tüm online kanallarda ve seçkin marketlerde yerini aldı. Önümüzdeki dönemde yaygın dağıtım ağı stratejimizin bir parçası olarak, B2B ve B2C kanallarında distribütörlerimizle birlikte hareket ediyoruz. Bu sayede gerçekleştireceğimiz proje ve kanal geliştirmeleri ile tüketicilerin ve firmaların farklı satış noktalarından ürünlerimize ulaşmasını hedeflemekteyiz.



HUAWEI nova 8i Türkiye’de satışta

Nova serisinin tüm üstün estetiğini ve dinamik renklerini miras alan HUAWEI nova 8i, size olağanüstü görsel bir deneyim ve üstün kavrama hissi sunar. Hassas mühendislikle tasarlanmış 4D yuvarlak kenarlar ile ultra yumuşak bir dokunuş sunar.



64 MP yüksek çözünürlüklü lens, 8 MP ultra geniş açılı lens, 2 MP makro lens ve 2 MP bokeh lens takımından oluşan geniş, gelişmiş sensörlü ana kamera, en güzel anlarınızı capcanlı ayrıntılarla yakalamanıza yardımcı olur. Arkadaşlarınız ve ailenizle geçirdiğiniz o anlar, yaşandığı an kadar net bir şekilde hatırlamanız için kaydedilir. 120 derece ultra geniş açılı kamera ile daha büyük bir perspektifi keşfedin. Bir dağ, muhteşem bir bina veya geniş bir grup fotoğrafı, hepsi tek çekimde şaşırtıcı bir kalitede yakalanabilir.

Süper dar çerçeveli yüzde 94,7 ekran-gövde oranına sahip 6,67 inç büyüklüğünde ekran sunan HUAWEI nova 8i, yüksek renk gamına sahip 2376 x 1080 FHD+ çözünürlük ister video izlerken ister oyun oynarken veya sadece fotoğraflara göz atarken mükemmel bir kullanım sağlar.

66 W HUAWEI SuperCharge desteği ile HUAWEI nova 8i, 17 dakikada yüzde 60’a kadar ve 38 dakikada tasarrufu sağlayan yapay zeka algoritmalarıyla etkileşime girer.

Güçlü AI derinlik algısını kullanan arka derinlik kamerası, arka planı bulanıklaştırarak ön planı zahmetsizce vurgulayabilir. HUAWEI nova 8i ile kimi veya neyi isterseniz onu öne çıkarabilirsiniz. Yerleşik gürültü azaltma algoritması sayesinde daha önce karanlıkta gizlenen görüntüler artık tüm ihtişamıyla görüntülenebiliyor. HUAWEI nova 8i ile her çekim yaptığınızda en muhteşem gece sahnelerini yakalayın. Yenilikçi, yapay zeka güzellik algoritmasına sahip ön kamera, her

ayrıntıyı korurken her yüz için özel bir çözüm sunar.

Tüm fotoğraflarınızı, videolarınızı ve mesajlarınızı sorunsuz bir şekilde saklayın. 128 GB depolama alanı ile artık depolama konusunda endişelenmenize gerek kalmayacak. 6 GB RAM, aynı anda birden fazla uygulamayı çalıştırmaya ve bunlar arasında akıcı bir şekilde geçiş yapmanıza olanak tanır.

Toplam 7 dahili anteni ve 180 Hz dokunmatik örnekleme hızıyla HUAWEI nova 8i, ister yatay ister dikey, güçlü sinyal ile ultra akıcı bir oyun deneyimi sağlar. Ayrıca, Rahatsız Etmeyin Modu ile gelen aramalar veya mesajlar olduğunda bile kesintisiz oyun oynayabilmenizi sağlar.

HUAWEI nova 8i, gece yarısı siyahı ve gümüş renk seçenekleriyle ve koruma kılıfı dahil olarak HUAWEI Online Mağaza’da 6.499 TL fiyat etiketiyle satışa sunuluyor. HUAWEI ayrıca 21 Ekim 2021 tarihinden önce HUAWEI üyeliğini aktif etmiş kullanıcılara 12 ay ekran koruma garantisi de sunuyor.

Yorglass ihracatıyla ödül kazandı

Endüstriyel cam devi Yorglass, rekor kıran ihracat başarısından dolayı ödüllendirildi. Yorglass, Çimento, Cam, Seramik ve Toprak Ürünleri İhracatçıları Birliği’nin 2020 yılı ihracat şampiyonlarını açıkladığı listede düz cam sektöründe ikinci sırada yer aldı.

İhracat rekoru kıran Yorglass, güvenilir ve global bir tedarikçi olarak çalışmalarını başarıyla sürdürüyor. Üretiminin yüzde 50’sini ihraç eden Yorglass, Ticaret, Satın, Ticari Soğutucu ve Beyaz Eşya olmak üzere dört iş kolunda faaliyet gösterirken, ürünlerini beş kıtada, sayısı 60’a yakın ülkeye ulaştırıyor. ISO 500 ve TİM 1000’de yer alan Yorglass’ın bu başarısı, 2 binin üzerinde üyesi bulunan Çimento, Cam, Seramik ve Toprak Ürünleri İhracatçıları Birliği tarafından ödüllendirildi. İhracat rakamıyla sektörde ikinci sırada yer alan Yorglass, ödülün sahibi oldu. Düzenlenen törende ödülü Yorglass CFO’su Uğur Şeker aldı.

Pandemide daha da büyüdük

Ödülle ilgili açıklamalarda bulunan Yorglass CEO’su Semavi Yorgancılar, Bolu, Çerkezköy, Eskişehir, İzmir ve iki de Manisa’da olmak üzere altı üretim tesisiyle başarılarını katladıklarını söyledi. ISO 500 ve TİM’in ilk 500’ünde yer aldıklarının bilgisini de paylaşan Yorgancılar,

“Güvenilir ve global bir tedarikçi olarak yurt dışındaki faaliyetlerimizi artırdık. Artan ürün talebi için iş ortaklarımızın beklentileri doğrultusunda yeni yatırımlarımızı devreye aldık. Beyaz eşya camı alanındaki adımlarımızı pandemi döneminde faaliyete geçirdiğimiz Çerkezköy yatırımımızla hızlandırdık. Tüm bunlar da bize güçlü ilişkilerimize katkılar sağlamasının yanı sıra önemli ödüller de kazandırdı. Başarıdan besleniyoruz. Bu da hepimizi daha iyisini yapmak için motive ediyor.” dedi.

İhracat ve ciro artıyor

Daha önce iş ortakları tarafından yılın Global Tedarikçi Ödülü’ne değer görüldüklerini belirten Yorgancılar, sözlerine şöyle devam etti: “Sürekli gelişen ve teknolojiye etkin yatırımlarda bulunan Yorglass olarak şimdi de Çimento, Cam, Seramik ve Toprak Ürünleri İhracatçıları Birliği’nin düz cam sektöründe 2020 yılı ihracat şampiyonları arasında ikinci olmaya



hak kazandık. 47 yıllık geçmişimizle her zaman daha iyisini yapacağımızın sözünü veriyor, 2021 sonunda toplam ihracatımızı önceki yıla oranla yüzde 60, toplam ciromuzu ise yaklaşık yüzde 50 artırmayı hedefliyoruz. Yüksek standartlardaki katma değerli ürünlerimizle tüm iş ortaklarımızın taleplerini karşılamak ve ülkemizin ekonomisine destek olmak için faaliyetlerimizi artırarak ilerliyoruz.”

arnica™

YENİ

sofa

ŞARJLI EL SÜPÜRGESİ



KÜÇÜK VE HAFİF



SAKLAMASI KOLAY



NORMAL EMİŞ



YÜKSEK EMİŞ



ÇİFT KADEMELİ
HIZ SİSTEMİ

HER ZAMAN ELİNİZİN ALTINDAKİ GÜÇ



25 DK

Kesintisiz
kullanım süresi

3 yıl
garanti

Arzum Magic, Türkiye'nin en iyi tedarik zinciri takımı oldu

Arzum Magic ekibi, küresel tedarik zinciri yarışması The Fresh Connection Global Türkiye birincisi oldu. A'dan Z'ye şirket yönetimi simülasyonu ve çok kritik kararlarla ROI (yatırım getirisi) üzerinden yapılan çekışmeli yarışmada Arzum Magic ekibi; Aygaz, Anadolu Efes ve PepsiCo gibi dev şirketleri geride bıraktı. Türkiye'nin en iyi tedarik zinciri takımı olan Arzum Magic, bu derece ile dünyadaki tüm şirketler içinde ise üçüncü sırada yer aldı.

Dünya finalinde Türkiye'yi temsil edecek

Arzum Magic ekibi, karar verdiği şirket stratejisine göre, tüm üyelerin uyumlu çalışması ve esas hedef olan yatırım getirisini maksimize edecek doğru kararlar alması sonucu en iyi tedarik zinciri takımı seçildi. Tedarik zincirini bir bütün olarak ele alan ekip, birbiriyle dirsek temasında bulunan diğer departmanlar arasındaki iletişim ve bilgi akışının da doğru yapılmasını sağlayarak birinci



oldu. Arzum Magic ekibi, 16-19 Kasım tarihleri arasında yapılacak dünya finalinde Türkiye'yi temsil edecek. The Fresh Connection Global'i

kazanarak dünya birincisi olan takım ise MIT'de (Massachusetts Teknoloji Enstitüsü) 1 haftalık eğitim hakkı kazanacak.

LG'nin GHG emisyonlarını azaltma hedefi iklim uzmanı SBTi tarafından onaylandı

LG Electronics (LG), 2030 yılına kadar üretimden kullanıma kadar tüm süreçlerinde sera gazı (GHG) emisyonlarını azaltma stratejisinin iklim uzmanı SBTi tarafından bağımsız olarak incelenip onaylandığını duyurdu. Bu, LG'yi böyle bir onay elde eden ilk Koreli beyaz eşya üreticisi yapıyor. Onay, LG'nin bu yılın başlarında taahhüt ettiği Business Ambition for 1,5°C" hareketi doğrultusunda doğrudan sera gazı emisyonlarının toplam miktarını azaltma stratejisine olan güveni destekliyor.

SBTi, Carbon Information Disclosure Project (CDP), United Nations Global Compact (UNGC), World Resources Institute (WRI) and World Wide Fund For Nature (WWF) tarafından sera gazını azaltmak için bilime dayalı hedefleri desteklemek üzere kuruldu. 2019'da belirlediği Sıfır Karbon 2030 taahhüdünü gerçekleştirmek için LG'nin planı; birinci aşamada toplam doğrudan sera gazı emisyonu miktarını azaltmak, ikinci aşamada 2017 standartlarına kıyasla üretim sürecinde üretilen dolaylı sera gazlarını yüzde 50 indirmek. Üçüncü aşamada ise, LG, ürün



kullanım aşamasında sera gazı emisyonlarını yüzde 20'ye kadar azaltmayı hedefliyor.

LG'nin çevresel taahhüdü, iklim değişikliğine yanıt vermek için 20 yıl önce kurulmuş, Londra merkezli, iş dünyası tarafından yönetilen, kamu tarafından finanse edilen bir kuruluş olan Carbon Trust'ın ev sahipliğinde geçen ayki

Route to Net Zero: Asya konferansında bir kez daha açıklandı. Etkinlikte gerçekleştirilen sunumda, ürünlerin çevre üzerindeki etkisini en aza indirmek için evdeki karbondioksit (CO2) emisyonlarını ve su kullanımını azaltmadaki etkinlikleri nedeniyle Karbon Güven Ayak İzi Etiket ve Su Ayak İzi Sertifikası alan LG ürünleri tanıtıldı.

Evinizin Baristası **Vestel Tam Otomatik Espresso Makinesi**

Kahve öğütücülü **Vestel ESPR8019 Tam Otomatik Espresso Makinesi**'yle
Lungo, Americano ve Espresso'nun tadını çıkarın.

Dokunmatik
LED Panel

19 Bar
Pompa
Basıncı

Favori
Kahve Modu
Seçimi

Otomatik
Kireç Çözme
Modu



SAMSUNG

QLED



QLED ile ileri seviye
görüntü kalitesini deneyimleyin.

Beyaz eşyalarda
10 yıl garanti*



*Seçili Samsung çamaşır makineleri 10 Yıl Digital Invertor Motor garantili, tüm Samsung buzdolapları 10 Yıl Dijital Inverter Kompresör garantilidir.

GÜRSES
KURUMSAL

Birlik mah. M. Akif İnan Cad. No:4 Gürses Plaza K:2 - Esenler / İstanbul • Tel: +90 212 429 40 00 • gurseskurumsal.com.tr

 / gurseskurumsal

 / gurseskurumsal

 WhatsApp Hattı:
0532 413 43 63

SABA

Ulaşılabilir Teknoloji Harikası

televizyonlar ile kaliteli izleme deneyimi
ve teknoloji şimdi her evde.



GÜRSES
KURUMSAL

Birlik Mah. M. Akif
Inan Cad.
No:4 Gürses Plaza K:2
Esenler / İstanbul

www.gurseskurumsal.com.tr
[gurseskurumsal](https://www.instagram.com/gurseskurumsal)
[gurseskurumsal](https://www.facebook.com/gurseskurumsal)
0532 413 43 63

MEHMET ATMACA
HOLDİNG

LG Electronics yeni CEO'su ve organizasyonel değişikliklerini duyurdu

LG Electronics (LG), Stratejiden Sorumlu Başkan Yardımcısı William Cho'nun 1 Aralık'tan itibaren İcra Kurulu Başkanı sorumluluğunu da üstleneceğini duyurdu. LG'nin 2019'dan bu yana en iyi stratejisti olan William Cho, LG Kuzey Amerika Başkanı olarak yürüttüğü altı yıllık görev süresi boyunca LG'nin İş Kuluçka Merkezi'ni kurmaktan ve şirket içi girişimler şeklinde yeni iş fırsatları oluşturmak ve startup ortaklıklarını teşvikinden sorumluydu.

1987 yılında Goldstar'a katılan ve LG'nin Almanya'daki denizaşırı ofisinde dört yıl geçiren William Cho, LG Kanada, Avustralya ve Amerika Birleşik Devletleri'nde başkanlık görevleri de dahil olmak üzere çeşitli pozisyonlarda bulundu. Pusan Üniversitesi mezunu olan Cho, yüksek lisans derecesini Seul'deki Yonsei Üniversitesi'nden işletme alanında almıştır.

Diğer dikkate değer değişiklikler arasında Kim Byoung-hoon'un Baş Teknoloji Sorumlusu olarak atanması yer alıyor. Şu anda Geleceğin Teknoloji Merkezi Başkanı olarak görev yapan Dr. Kim, Başkan Yardımcılığı'na terfi ederek, eş zamanlı olarak Baş Teknoloji Sorumlusu ve yeni Bilgi ve İletişim Teknolojisi liderlik pozisyonunu da üstlenecek.

31 yıllık LG emektarı Jang Ik-hwan, Kıdemli Başkan Yardımcılığından, Başkan Vekilliğine terfi ediyor ve LG'yi dizüstü bilgisayar, dizüstü

bilgisayar ve monitör sektöründe dünyanın en hızlı büyüyen markalarından biri yapmak için BT iş portföyünü başarıyla büyüttükten sonra LG İş Çözümleri Şirketi'nde en üst sırayı alacak. Kıdemli Başkan Yardımcısı Eun Seok-hyun, Araç Bileşeni Çözümleri Şirketi'ne üçüncü ve en yeni başkanı olarak liderlik etmek üzere seçildi. Eun, daha önce aynı şirket altında akıllı iş bölümünün büyütülmesinden sorumluydu.

Yeni dönemde, yeni liderlik ekibi, her bir iş biriminin daha fazla sorumluluk üstlenmesiyle büyüme arayışında müşteri değerine daha fazla odaklanarak değişiklikleri hızlandıracak. Bu amaçla LG, Müşteri Memnuniyeti Yönetim Merkezini, CSO'nun gözetiminde yeni Müşteri Değeri İnovasyon Ofisinde yeniden organize edecek. Müşteri Değeri İnovasyon Ofisinin rolü, müşteri geri bildirimlerini ve sorunlu noktaları daha etkin bir şekilde belirlemek ve ürün planlama, geliştirme ve satış süreçlerine dahil etmek olacak. Ayrıca, Ev Aletleri ve Ev Eğlencesi Şirketleri bünyesindeki Müşteri Deneyimi İnovasyon Departmanı, Müşteri Deneyimi İnovasyon Bölümüne yükseltilecek.

Ayrıca, potansiyel büyüme fırsatlarını keşfetmek ve gelecekteki yenilikleri hızlandırmak için, Strateji Baş Ofisi çatısı altındaki Birleşme ve Satın Alma Departmanı, daha fazla kaynak oluşturulması için bölüm düzeyine yükseltiliyor. Benzer şekilde, gelecekteki trendlere ve müşteri ihtiyaçlarına



William Cho
LG Electronics CEO'su

daha fazla odaklanmak isteyen LG'nin Life Soft Araştırma (LSR) departmanı, Tasarım Yönetim Merkezi içindeki etkisini artırmak için Life Soft Araştırma Laboratuvarı'na terfi ettirilecek. Müşteri deneyimiyle ilgili dijital dönüşüm sürecini hızlandırmak için LG, AI Büyük Veri departmanını yeni Baş Veri Ofisi'nin (CDO) gözetimi altında bölüm düzeyine yükseltecek.

Tüm atamalar 1 Aralık'tan itibaren ve promosyonlar yeni yılın ilk gününden itibaren geçerli olacak.

Samsung'un "Solve for Tomorrow" bilim yarışması için 2021 yılı başvuruları başladı

Samsung Electronics Türkiye ve Habitat Derneği iş birliği ile düzenlenen ve kültür bilincine sahip, bilime ve sanata önem veren, yenilikçi bir kuşağın yetiştirilmesini hedefleyen "Solve for Tomorrow" (Yarın için Çözüm) bilim yarışması için başvuru dönemi başladı. Bu yıl düzenlenecek yarışmaya başvurular, 31 Ocak 2022 tarihine kadar yapılabilecek. "Solve for Tomorrow" bilim yarışmasına 8. sınıftan 12. sınıfa kadar devlet veya özel okullarda okuyan öğrenciler bilim, teknoloji, mühendislik ve matematik (STEM) projeleri ile katılabiliyor. Yarışmaya, öğrenciler tek başına katılabileceği gibi en fazla 5 kişiden oluşan takımlarla da katılım sağlayabiliyor. Yarışmada birinciye 10.000 TL, ikinciye 7.500 TL, üçüncüye ise 5.000 TL değerinde Samsung ürünlerinde kullanabilecekleri hediye çekleri ödül olarak verilecek.



ARZUM ŞARJLI MUTFAK ÜRÜNLERİ ÇIKTI! UNUTMAYIN!

Şimdi Arzum **Freestick Şarjlı El Blender Seti** ve **Freechopp Şarjlı Doğrayıcı** kablosuz özellikleriyle en sevdiğiniz lezzetleri hem evinizde hem de istediğiniz yerde sunuyor.

**KABLOSUZ
KULLANIM**



Arzum

Pozitera Grup şirketlerinden SNG Dijital'den yeni nesil yönetim platformu: 'taskhouse'

Yeni nesil iş yönetim platformu 'Taskhouse' ofisten uzaktan çalışmaya geçişi kolaylaştırıyor. Taskhouse sayesinde çalışanlar kontrollü bir şekilde uzaktan çalışmaya geçmenin konforunu yakalarken, işverenler de birçok hizmeti bir arada kullanarak zamandan ve bütçeden tasarruf ediyor.



Pozitera grup bünyesinde bulunan SNG Dijital'in yeni ürünü "Taskhouse" Brandweek İstanbul ile lansmanıya beraber satışa çıkıyor. Taskhouse, uzaktan çalışmaya geçişi konforlu bir süreç olanağı sunuyor. Uzaktan çalışmaya dengeli geçişi sunan Taskhouse, teknolojik altyapısıyla çalışanların kontrollü bir ortamda buluşmasını sağlıyor. Uzaktan çalışmaya geçişi kolaylaştıran Taskhouse, sunduğu yazılım sayesinde sistemli bir çalışma ortamı kuruyor. İş verimine de katkı sağlayan Taskhouse, işverenin bu noktada kar etmesini sağlıyor.

Yeni nesil iş yönetim platformu

Birçok araştırma, gelecekte fiziksel ofislerde çalışmanın yerini uzaktan çalışmanın alacağını doğruluyor. Taskhouse, uzaktan çalışmaya kayıpsız ve kontrollü geçişi sağlıyor. Yeni nesil iş yönetim platformu Taskhouse, uzaktan çalışma sürecine geçiş ve çalışma sürecinin düzenliliği konusunda yardımcı oluyor.

Taskhouse birçok ayrıcalık sağlıyor

Yeni nesil iş yönetim platformu Taskhouse ile tüm iş süreçleri bir arada kontrol edilebiliyor. Taskhouse, iş alanındaki tüm departmanların

interaktif olarak kullanabildiği, anlık raporlamalar yapabildiğiniz aynı zamanda sosyal ağlarında bir arada olduğu bir platform sunuyor. Kolay kullanıma sahip güçlü yazılım sayesinde insan kaynakları birimi, tüm işe alım, bodrolama süreçlerini, evrak taleplerini yönetebiliyor. Saha takip modülü ile sahanın anlık durumu kontrol ve analiz edilebiliyor.

Aynı zamanda belge paylaşımı yapabilinen yazılım birçok farklı olanak sunuyor. Araç takipten, uçak bileti rezervasyonuna kadar birçok süreç kontrol edilebiliyor.

Ayrıca Taskhouse, görev tanımlamaları yapıp süreçleri kontrol edebilme, görev atayabilme, proje oluşturma ve takımlar arasında çalışma aşamalarını oluşturma ayrıcalığı sunuyor. Satış raporlarınızı analiz etmek gibi birçok rapor seçeneği bu platformda oluşturulabiliyor. Eğitimleri sınavlarla destekleyebilme, eğitim sonrası sertifika hazırlamak da Taskhouse üzerinde yapılabilir.

Taskhouse, internete erişilen her yerde

Taskhouse sayesinde tüm iş süreçlerini fiziksel

ofise ihtiyaç duymadan gerçekleştirebilirsiniz. İster cep telefonundan, ister tableten, isterseniz de bilgisayarınızdan Taskhouse'a erişebilirsiniz. Taskhouse ile takviminizi yönetebilir, toplantılar kolayca organize ediliyor.

Uygulamalar entegre ediyor

Birçok firma tüm bu süreçler için birden fazla sistem kullanırken, Taskhouse iş süreçlerindeki birçok ihtiyacı bir arada çözmenizi sağlıyor. Taskhouse sayesinde uzaktan çalışan personellerin iş takibi kolaylaşıyor. Entegre edebilen uygulamalar ile Taskhouse'u kullananlar aynı platform içinde etkileşimde kalarak zaman yönetimini kontrol altına alabiliyor.

Taskhouse rekabet gücünü artırıyor

Taskhouse, yeni uzaktan çalışma araçlarında firmaların tüm ihtiyaçlarına çözüm buluyor. Taskhouse, doğru çalışma sistemleri sunarak, boyutlandırılmış iş yeri performansını optimize ediyor. Ayrıca personelin elde tutulmasını ve mutluluğunu artırarak, kurulumun rekabet gücünü artırıyor.

DIGITAL BEYAZ ANKASTRE FIRIN



Pişirmek ustalık ister.



Mutfağınıza Şıklık,
Hayatınıza Kolaylık Katın.

CarrefourSA “Bayilik” sistemiyle büyümeye devam ediyor

Sabancı Holding ve Carrefour Grup iştiraki CarrefourSA, küçük esnafı desteklemek ve girişimcilere perakende sektöründe bir fırsat sunmak amacıyla başlattığı bayilik sistemi ile büyük bir ilgi görerek bir yılda 60 bayi sayısına ulaştı.

Bayilik sistemine ilişkin yaşanan gelişmeleri değerlendiren CarrefourSA İcra Kurulu Üyesi ve Genel Müdür Yardımcısı Bulut Batum, şunları aktardı: “Yeni Neslin Sabancı vizyonu ile müşterilerimize doğru ürün ve kaliteli hizmet sunabilmek için yeni marketler açmayı sürdürüyoruz. Bunu da bayilik sistemiyle gerçekleştiriyoruz. Bayilik sistemiyle küçük esnafımızı sürdürülebilir gelişime sahip olan CarrefourSA’nın marketler zincirine dahil ediyoruz. Edirne’den Ardahan’a, Türkiye’nin dört bir yanından bayilik başvurusu alıyoruz ve bunların her birini değerlendirmeye çalışıyoruz. Gelecek yıl bayilik sistemi, market ağıımızı büyüten ana unsurlardan biri olacak. Hedefimizi 2022 yılında 250 bayi sayısına ulaşmak.”

“Kadınlar, bayilik sistemine büyük ilgi gösteriyor”

“Bayilik sistemi, özellikle kadın girişimcilerden büyük büyük ilgi görüyor.” diyen Batum, mevcut faaliyet gösteren 60 bayinin 10’unun kadın yöneticiler tarafından yönetildiğini, kadınların ekonomik döngüye katılarak katma değer sağlamak amacıyla bayi olmayı istediklerini dile getirerek; “Kadın istihdamına destek veren ve kadınların kariyerlerinde yükselmesi için programlar yürüten bir perakende markası olarak bayilik sistemine kadınların ilgisinden son derece memnunuz.” dedi.

“Bayilerimize doğru ticaret yapma imkânı tanıyoruz”

“Motivasyonu yüksek olan, yerel bir market sahibi veya farklı bir bayiliği olup kazan – kazan ilişkisine dayalı bir işletme açmak isteyen, müşteri hizmetlerinde yetenekli olup yönetim becerisi bulunan, ticaret yapmak için herhangi bir sicil engeli olmayan her adayı değerlendirmeye alıyoruz. Başvurdukları şehirlerin il veya ilçe merkezlerinde güçlü bir lokasyona sahip, gerekli teminatı karşılayabilen ve en az 1 yıllık şirket sahipleriyle görüşüyoruz” diyen CarrefourSA İcra Kurulu Üyesi ve Genel Müdür Yardımcısı Bulut Batum, CarrefourSA Ailesi’ne katılmak isteyenlere konumuna göre Mini ve Süper formatında market açma fırsatı sunarak rekabette bir adım öne geçmelerini sağladıklarını belirterek; “CarrefourSA bayisi olanlara CarrefourSA markası altında perakende sektöründe doğru ticaret yapma imkânı tanıyoruz.” şeklinde konuştu.





Derin dondurucuda ekonominin yeni adı



• DCF 466 L D/S
(Dondurucu / Soğutucu)

Gücümüzü Uğur'dan alıyor,
kalite ve ekonomiyi bir arada
sunarak müşteri memnuniyetini
en üst seviyede tutuyor,
durmadan en iyisi için
çalışıyoruz!



• DCF 190 L D/S
(Dondurucu / Soğutucu)

• DCF 280 L D/S
(Dondurucu / Soğutucu)

• DCF 387 L D/S
(Dondurucu / Soğutucu)



UĞUR ŞİRKETLER GRUBU



444 75 25



deltasogutma.com.tr



/deltasogutma



Arzum, dokuz ayda 32,6 Milyon TL net kâr elde etti

Arzum Elektrikli Ev Aletleri, 2021 yılının ilk dokuz ayında 32,6 Milyon TL net kâr elde etti. Yılın ilk dokuz ayında 61,8 Milyon TL esas faaliyet kârı elde eden Arzum'un geliri Temmuz-Ağustos-Eylül 2021 döneminde 168,6 Milyon TL olarak gerçekleşti.

Yılın ilk dokuz aylık gelirini 580 Milyon TL'ye ulaştıran Arzum, satışlarını geçen yılın aynı dönemine göre %33,2 oranında artırdı. Arzum'un FAVÖK (faiz, amortisman ve vergi öncesi kârı) sonucu da 65,2 Milyon TL olarak gerçekleşti.

“Beş yıllık stratejilerle ilerliyoruz”

Üçüncü çeyrek sonuçlarını değerlendiren Arzum CEO'su Mete Zadil, şirketin dokuz aylık finansal sonuçlarının son derece memnuniyet verici olduğunu belirtti. İki yıla yakın süredir devam eden pandemi döneminde küçük ev aletlerine ilgi artsa da Arzum'un başarısının yalnızca pandemiyle ilişkilendirilmesinin güç olacağını belirten Zadil şunları söyledi: “Biz stratejilerimizi çok uzun vadeli yapıyoruz. Beş yıllık stratejilerle ilerliyoruz. Bu sonuçların tohumları çok önceden atıldı. Son beş yıldır hem Ar-Ge hem inovasyon hem de tasarım yatırımlarımızı olabildiğince yükselttik. Şimdi bu yatırımların meyvesini topluyoruz. Tabii bir de çok kuvvetli bir ekibimiz var. Yönetim ekibimiz, çalışanlarımız çok nitelikli. Çok kaliteli iş ortaklarımız var. Başarımızda onların da etkisi büyük.”

“Almanya yapılanmamızla Avrupa'daki etkinlik alanımız genişleyecek”

Mete Zadil, global satışla ilgili olarak bundan 5 yıl önce ciddi bir yeniden yapılanmaya gittiklerini belirterek 2016 yılından beri benimsedikleri bu yeni global strateji ile özellikle hedef pazarlarda önemli bir ivme yakaladıklarını dile getirdi. Zadil; “Sürdürülebilir ve kârlı global satış kanalı büyümesi için gerekli altyapı yatırımlarımızı tamamladık. O dönemden beri sağlıklı, ciddi bir büyümemiz var. Global satış rakamımız her yıl dolar bazında büyüyor. Geçtiğimiz yıl Arzum'un en önemli büyümelerinden biri globalde oldu. Kendi markamızla global satış gerçekleştiriyoruz. Bunun yüzde 25'ini Avrupa Birliği ülkelerine yapıyoruz” dedi. Arzum'un yurt dışı pazarlardaki konumunu daha da güçlendirecek bir strateji değişikliğine gittiklerini kaydeden Zadil sözlerini şöyle sürdürdü: “Globalden sorumlu direktörümüz 2022 yılı yıl başından itibaren Almanya ofisimize geçerek batıdaki ülkeleri oradan yönetecek. Bu, bizim için çok önemli bir adım. Böylece daha yerinde ve daha konsantre bir biçimde büyüyeceğiz. Almanya'da zaten %100'üne sahip olduğumuz Arzum Europe adında bir şirketimiz vardı. Orada bir depo yapılanmamız olacak. Bu oluşumla Almanya'da müşterilerimize yerinde hizmet vereceğiz ve Arzum'u daha da güçlendireceğiz. Önümüzdeki dönemde yurt dışı pazarlarda eskiye göre daha lokal bir yaklaşımımız olacak. Son hamlemizle Avrupa pazarındaki etkinlik alanımızı genişleterek şirketimizin uzun vadeli büyüme stratejileri doğrultusunda globalde daha aktif rol oynamayı istiyoruz.”

“Türkiye'deki modelimizi gittiğimiz ülkelere uygulayacağız”

Arzum'un şu an 43 ülkede bulunduğunu dile getiren Mete Zadil şunları söyledi: “Var olduğumuz ülkelerin sayısını arttırmaktan ziyade, ben o 43 ülkenin kendi içindeki derinleşmesini çok daha önemli buluyorum. Önümüzdeki dönemde o dengeye daha fazla dikkat ediyor olacağız. Bu ülkelerde daha çok var olmaya çalışacağız. Türkiye'de nasıl güzel bir iş modelimiz varsa aynı modeli gittiğimiz ülkelere uygulamak bizim için çok değerli. İleriki yıllarda birkaç ülkede de aynen Türkiye'deki pazar paylarımıza ulaşmayı umuyorum. Türkiye'de satış sonrası, pazarlama



Mete Zadil
Arzum CEO'su

ve markamızla var olduğumuz gibi o ülkelerde de aynı şekilde görünürlüğümüzün kuvvetli olacağını ümit ediyorum.”

“Avrupa Birliği en önemli hedef pazarımız”

Arzum'un; 55 yıllık sektör birikimiyle, tasarım ve inovasyonu odağına alarak geliştirdiği teknolojik ürünlerle güvenilir ve yenilikçi bir marka olduğunun altını çizen Mete Zadil sözlerini şöyle tamamladı: “Gıda hazırlama, pişirme ve kızartma, sıcak içecek hazırlama, temizlik, kişisel bakım, ütü olmak üzere 6 farklı ürün kategorisinde 650 ürünümüzle milyonlarca kişiye ulaşarak dünyanın farklı ülkelerinden insanların hayatını kolaylaştırmaya devam edeceğiz. Almanya öncelikli olmak üzere Avrupa Birliği (AB) en önemli hedef pazarımız. AB'den Balkanlara kadar uzanıyoruz. Doğu tarafımızda da en yakın coğrafya olan Orta Doğu, Türk kahvesini yakından tanıyor. Bu noktada rahat diyalog kurabiliyoruz. Arzum'u tanıyor ve ülkelerinde de Arzum'u tercih ediyorlar. Kuzey Afrika'da Mısır, Fas; Uzak Doğu'da Endonezya, Güney Kore, Çin, Avustralya da eksemimizde. 2009'da Hong Kong'da Asya Pasifik şirketimizi açtık. Türk kahvesi kültürünün dünyaya yayılımını misyon edinen bir şirketiz. Arzum OKKA'larımız da Türk kahvesinin globalleşme serüvenine makineli çözüm oldu. 'Dünyaya Türk kahvesini sevdiren marka: Arzum OKKA' sloganımızla bunun için Avrupa'dan Amerika'ya var gücümüzle çalışmaya devam edeceğiz.”

Yeni
Ürün
New Product

LUXELL

36
GARANTİ

Konforun 'Uzaktan Kumandalı Hali' **LUXELL** Vertrio



1800 Watt



Devrilme Emniyeti



Dijital Zamanlayıcı



Opsiyonel Isı Ayarı
10°C
40°C



3 Kademe Güç Ayarı



Dijital Termostat



Kalite Standartlarına Uygun



Türkiye'nin ilk ve tek yenileme (refurbished) merkeziyiz

“Refurbished konusu ülkemizde maalesef bilinen ve oturmuş bir konu değil. Ticaret Bakanlığı bu konu üzerinde çalışmalarda bulunuyor. Yasal yükümlülükleri olan, ülkemize ve dünyaya faydası olan, çöpe giderek imha edilecek olan ürünlerin ekonomiye tekrar kazandırılması söz konusudur. Bu sayede istihdam oluşması, işçilik, KDV üretilmesi ve piyasaya hareket gelmekte.”



Serkan Altınbaşak
EFS Elektronik Ltd. Şti. Sahibi

Beyaz eşya ve tüketici elektroniği alanında sektörün öncü markalarından olan EFS Elektronik, her geçen gün büyümesini ve gelişimini sürdürüyor. Genel olarak 2021 yılını değerlendirir misiniz? Yıl nasıl geçiyor?

1998 yılında online satış mağazası ve Başarı Online ismi ile sektöre atılan firmamız 2000 yılında ilk mağazasını Çamlıca'da açtı. Yıllar içerisinde İstanbul'un çeşitli bölgelerinde mağazalar açarak büyümeye devam ettik. Geçen 23 yıl içerisinde ülkemizin ve dünyanın yaşamış olduğu olumsuz ekonomik şartları iyi analiz ederek bugünlere gelmeyi başardık. 2009 yılından itibaren iade ürünler ve yenileme işlemlerini yapmaya başladık ve yolmuza EFS Elektronik olarak devam ettik.

EFS Elektronik, Türkiye'nin ilk ve tek yenileme (refurbished) merkezidir.

2020 yılı ekonomi ve pandemi dolayısıyla zor bir yıl oldu. Bunun etkileri 2021 yılını da zor bir yıl kıldı. Üretimsizliğin ve eve kapanmanın oluşturduğu maliyetlerin yükselmesi tüm ekonomiye olumsuz yansıdı. Ancak insanlar böyle dönemlerde alacakları ürünlerin fiyatlarını daha fazla araştırıp satın alıyorlar. Yenilenmiş ürünlerin fiyat avantajlarından dolayı bu süreç olumlu geçti.

Yakın zamanda yaptığınız yatırımlar ve projelerden bahseder misiniz? Markanın son dönemdeki gelişimi hakkında bilgi verebilir misiniz?

Yakın zamanda birkaç büyük marka ile irtibatımız oldu. Pandemi sürecinden dolayı evden çalışıldığımızdan görüşmelerimiz yarıda kalmış ve firmamızı yerinde ziyaret etmek isteyen firma yetkilileri bu durumu mecburen ötelemiş oldular. Refurbished konusu ülkemizde maalesef bilinen ve oturmuş bir konu değil. Ticaret Bakanlığı bu konu üzerinde çalışmalarda bulunuyor. Yasal yükümlülükleri olan, ülkemize ve dünyaya faydası olan, çöpe giderek imha edilecek olan ürünlerin ekonomiye tekrar kazandırılması söz konusudur. Bu sayede istihdam oluşması, işçilik, KDV üretilmesi ve piyasaya hareket gelmekte. Ürünlerin imhası gerçekleşmediğinden gelecekte yeryüzünde yaşanacak element azalmasının da önüne geçilmiş olmaktadır.



Son 2 yıla damgasını vuran pandemi ile birlikte beyaz eşya, küçük ev aletleri ve tüketici elektroniği sektörlerinde ciddi dalgalanma ve değişimler yaşandı. Siz bu süreci nasıl geçirdiniz ve geçiriyorsunuz?

2020 yılı genel olarak ekonomik açıdan zor geçeceği belli olan bir yıldır. Buna ek olarak yılın ilk çeyreğinde pandemi süreci de eklendi. Ülkemiz açısından zor bir yıl geçse de yeni alışkanlıklar edinmemize de sebep oldu. E-ticaret ön plana taşınmış oldu. İnternette alışveriş yapmayanlar bile gerek yiyecek içecek gerekse genel ihtiyaçlarını online yapar hale geldi. Ayrıca evde daha fazla zaman geçirince konfor alanlarına yenileme ihtiyaçları duyuldu. Bu vesile ile beyaz ve kahve rengi eşyalar mobilya ve daha birçok sektörde online satışlar hız kazanmış oldu. Biz de bu dönemi gerek online gerek mağazacılıkta verimli geçirmiş olduk.

Pandemi ile değişen tüketici eğilimleri size nasıl yansıdı? Hangi ürün ya da ürün grupları öne çıktı?

Pandemi süreci bize olumlu yansıdı. Yenilemesini yaptığımız ürünleri faturalı ve garantili sattığımızdan satışlarımız hız kazandı. Bu süreçte küçük ev aletleri, kahve makineleri ve televizyonların satış adetleri en yüksek olanlar arasındaydı.

Şirket olarak fark yarattığınız çalışmalardan biri de çevrenin korunmasına yönelik AEEE'nin yeniden değerlendirilmesi. Bu alanda neler yapıyorsunuz, projeniz nasıl ilerliyor?

2018 yılında Çevre Bakanlığı'ndan Elektronik Atık Geri Dönüşüm Belgesi'ni (AEEE) almış bulunmaktayız. İşimizi belli kalite ve standartlarda yapmak adına TSE ve ISO belgelerimizi de tamamladık.

“

2020 yılı ekonomi ve pandemi dolayısıyla zor bir yıl oldu. Bunun etkileri 2021 yılını da zor bir yıl kıldı. Üretimsizliğin ve eve kapanmanın oluşturduğu maliyetlerin yükselmesi tüm ekonomiye olumsuz yansıdı. Ancak insanlar böyle dönemlerde alacakları ürünlerin fiyatlarını daha fazla araştırıp satın alıyorlar. Yenilenmiş ürünlerin fiyat avantajlarından dolayı bu süreç olumlu geçti.

”

Servis sonrası hizmetler de pandemide öne çıkan konulardan biri oldu. Sizin bu alanda da etkin çalışmalarınız bulunuyor. Servis sonrası hizmetlerde nasıl bir yapılanma ile hizmet veriyorsunuz?

Satmış olduğumuz ürünlerin garantilerini tecrübeli ekibimizle vermekteyiz. Çalışanlarımız 3 -18 yıldır bünyemizde çalışmaktadır. Pandemi sürecinde eğitimlerimizi artırdık. Şartlar gereği hijyene normalin üzerinde önem vermekteyiz. Çalışanlarımızın yanlarında firmamıza özel üretilmiş gümüş suları, galoşlar ve eldivenler bulunmaktadır. Müşterilerimizin evlerinde minimum sürede zaman geçirilmektedir. Şirketimizin doktoru ve işyeri güvenliği ekibi rutin olarak çalışanlarımızı kontrol etmektedir. Çalışanların aşıları yapılmaktadır. Elimizden geldiğince önlemleri almış bulunmaktayız. Pandemi sürecini minimum hasarla geçirdik.

EFS Elektronik olarak 2022 yılı için hedefleriniz ve stratejileriniz neler olacak? Şirket olarak sizlerden neler göreceğiz?

2022 yılı ülkemiz için toparlanma yılı olacaktır. Bizler de çalışmalarımıza hızla devam edeceğiz. Birçok marka ile görüşmelerimiz devam edecektir.



BSH Türkiye, çalışanlarının sorularını Chatbot uygulaması Frona ile yanıtlıyor

Türkiye’de Bosch, Siemens, Gaggenau ve Profilo markalarıyla üretim yapan ve geleceği şekillendiren teknolojilere imza atan BSH Türkiye, dijitalleşme yolculuğunda önemli bir adım atarak Chatbot uygulamasını başlattı. “Frona” adı verilen ve sanal bir karaktere sahip olan bu Chatbot uygulaması, BSH çalışanlarından gelen soruları yanıtlıyor, tüm birimlere destek oluyor, iş süreçlerinin verimliliğini artırıyor ve çalışanların hayatını kolaylaştırıyor.

Tamamen BSH’nin öz kaynaklarıyla, kendi IT altyapısının katkılarıyla hizmete sokulan ve yapay zeka, doğal dil işleme ve derin öğrenme teknolojileri ile desteklenen Frona, insan kaynakları, organizasyon ve hukuk alanları başta olmak üzere 11 konuda konuşabiliyor ve çalışanlara bilgi verebiliyor. Özellikle şirket içi iletişim, e-oryantasyon, anlık geri bildirim, anket uygulamaları ve İnsan Kaynakları birimine sıkça sorulan soruların yanıtlanması gibi alanlarda çalışanlara hizmet veren Frona, Türkçe ve İngilizce olmak üzere veri tabanında oluşturulmuş 1.000’den fazla soruyu 7/24 anında yanıtlatabiliyor.

BSH Gelişmekte Olan Pazarlar Bölgesi İnsan Kaynakları Kıdemli Direktörü Ayça Kaşıkçı: “BSH Türkiye olarak geleceği şekillendiren teknolojilere imza atarken, hızla değişim gösteren dünyadaki dijitalleşme sürecine liderlik etmeye devam ediyoruz. Şirketimizin dijital dönüşüm stratejisini uygulamalarımızdan biri olan bu projeyi tamamen kendi IT altyapımızın katkılarıyla tamamlayarak çalışanlarımızın hizmetine sunduk. Çalışanlarımızın insan kaynakları süreç ve uygulamaları ile erişmek istedikleri konularda 7/24 yanıt verebilen Chatbot uygulaması Frona, yapay zeka, doğal dil işleme ve derin öğrenme teknolojileri ile çalışıyor. Bu teknolojiler sayesinde Frona, çalışanlarımızdan gelen geri bildirimler ve toplanan verilerle zaman içinde öğrenerek kendini geliştiriyor. Frona çok yakında öyle bir noktaya gelecek ki, çalışanlarımız izne çıkmak istedikleri tarihi yazdıklarında, onların adına İnsan Kaynakları birimine bilgi vererek, izin süreçlerini yönetebilecek. Sonuç olarak her çalışmamızda olduğu gibi bu çalışmamızda da BSH Türkiye çalışanlarının hayatlarını kolaylaştırmayı ve mevcut iş süreçlerinin verimliliğini artırmayı hedefliyoruz.” dedi.



Python programlama dili ile Django ve Flask frameworkleri kullanılarak geliştirilen Frona’nın Skype entegrasyonunda ise .Net bulunuyor. Frona’nın “zeka” kısmı için Google’ın Dialogflow Chatbot çözümünden yararlanan BSH Türkiye IT birimi aynı zamanda Dialogflow’un doğal dil işleme ve yapay öğrenme çözümlerinden yararlanıyor.

Bugüne kadar yaklaşık 500 BSH çalışanıyla 3 bine yakın görüşme gerçekleştiren ve 12 bine yakın soruyu cevaplayan Frona, çalışanların sorularını tüm hızıyla yanıtlamaya devam ediyor.

Gülçin Ergül, Türkçe R&B-Pop tarzındaki yeni şarkısı ve klibi yayınlandı

Gülçin Ergül’ün yeni single çalışması “Birbirimize İyi Gelmiyoruz”u müzik severlerin beğenisine sunuldu.

Sözü ve müziği Genco Ecer’e, düzenlemesi ise dünya çapında başarılarla imza atmış aranörler Bülent Aris ve Paix’e ait olan şarkının klibini ödüllü yönetmen Ahmet Can Tekin çekti.

Klipteki uçma sahnesi için getirilen vinç ve özel ekipmanlar sayesinde yarım saat havada asılı kalan Gülçin Ergül, ekibiyle birlikte çekimler sonunda muhteşem bir klibe imza attı. Çekimleri Şile’de bir villada ve Sancaktepe araba mezarlığında gerçekleşen klipte Esra Gürses, Gizia, Mani Mani, Xeg, İlvi, Sevinç Ürkmez ve Bornvillain’in tasarımlarını giyen güzel sanatçının, klip fotoğrafları Metin Kuşçu tarafından çekildi. Single çalışmasının kapak tasarımı Amerikalı sanatçılarla çalışan Los Angeles’lı Sam Defrank ve Ahmet Terzioğlu’na ait. Gülçin Ergül’ün styling çalışması ise Fırat Kanburoğlu tarafından yapıldı.

“Bu şarkının, dinleyicinin büyük kısmında, duygusal ve enerjisel karşılığını bulacağını

düşünüyorum.” diyerek şarkıya olan inancını ifade eden Gülçin Ergül’ün yeni single çalışması “Birbirimize İyi Gelmiyoruz” kendisinin de kurucularından olduğu Roka Müzik etiketiyle tüm dijital platformlarda yayında!



Arçelik, Birleşik Krallık Galler Prensi'nin Terra Carta Mührü'ne layık görüldü

Arçelik, Birleşik Krallık Galler Prensi'nin Sürdürülebilir Piyasalar İnisiyatifi kapsamında iklim değişikliği ile mücadele etmeyi somut hedeflerle taahhüt eden şirketlere takdim ettiği 'Terra Carta Mührü'ne layık görüldü. Dünyada bu ödüle layık görülen 45 şirketten biri olan Arçelik'in CEO'su Hakan Bulgurlu, "Sürdürülebilir bir gelecek inşa etmek ve bu yönde güçlü hedefler belirlemek en önemli önceliğimiz. 2050 yılına kadar tüm değer zincirimizde net sıfır emisyon hedefine ulaşmak için eş zamanlı pek çok proje geliştiriyor, çevresel sürdürülebilirlik alanında önemli yatırımları hayata geçiriyoruz. Dünyada Galler Prensi'nin Terra Carta ödülüne layık görülen 45 şirket arasında yer almak ve Türkiye'den bu mührü alan ilk ve tek şirket olmak büyük bir gurur. Bu prestijli ödül, bilim temelli sürdürülebilirlik taahhütlerimizi işimize doğru yansıttığımızın da bir göstergesi. Önümüzdeki dönemde de doğa, insan ve gezegen için sürdürülebilir sistemler oluşturulması ilkesine bağlı kalarak çalışmalarımıza devam edeceğiz." dedi.

2050 yılına kadar tüm operasyonlarında net sıfır emisyon taahhüdünde bulunan Arçelik, dünyanın en büyük şirketlerinin sürdürülebilirlik performanslarını değerlendiren



Dow Jones Sürdürülebilirlik Endeksi'nde üst üste iki yıl "Dayanıklı Ev Aletleri" kategorisinde "Sektör Lideri" seçilerek bu başarıya sahip ilk ve tek Türk sanayi şirketi oldu. Şirketin 2030 yılına kadar karbon emisyonlarını azaltma hedefleri, Bilim Temelli Hedefler Girişimi (Science Based Target Initiative) tarafından onaylandı. Bu doğrultuda küresel ısınmayı 2 derecenin altında tutmak üzere Arçelik; 2030'a kadar doğrudan karbon ayak izini ifade eden Kapsam 1 ve dolaylı karbon ayak izini ifade eden Kapsam 2 emisyonlarını 2018 yılındaki seviyeye göre %30, tüketicilerinin satın aldığı ürünlerden kaynaklı Kapsam 3 emisyonlarını

ise %15 oranında azaltmayı hedefliyor. Bu hedefleri daha da ileriye götürmek üzere Science Based Target Initiative'e küresel ısınmayı 1.5 derecede tutmak üzerine daha iddialı yeni hedeflerle başvuru yaptı. Ayrıca Arçelik, 2019 ve 2020 yıllarında kendi elde ettiği karbon azaltım hakkı ile global üretimde karbon nötr hale geldi.

Vestel "En İyi Ar-Ge Merkezi" seçildi

Vestel Elektronik, T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından verilen Ar-Ge Merkezleri Ödülleri'nden birincilik ödülüyle döndü. Ar-Ge merkezleri arasında personel istihdamı, harcama yoğunluğu, proje kapasitesi, iş birliği ve etkileşim, ticarileşme ve fikri mülkiyet yetkinliği gibi kriterler göz önüne alınarak yapılan değerlendirmede Vestel, elektronik sektöründe 250 ve üzerinde Ar-Ge personeli istihdam eden Ar-Ge merkezlerinin değerlendirildiği kategoride birinciliğe layık görüldü. 12 Kasım günü Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank'ın katılımıyla düzenlenen törende Vestel Elektronik Genel Müdürü İsmail Murat Sarpel birincilik ödülünü aldı.

Vestel'in uluslararası standartlardaki üretim kalitesinin ardında Ar-Ge vizyonunun bulunduğu dikkat çeken Vestel Elektronik Genel Müdürü Murat Sarpel, "Vestel bir televizyon ve beyaz eşya üreticisi olmanın ötesinde bir teknoloji şirketi. Global bir teknoloji şirketi olarak da Ar-Ge daima çalışmalarımızın odağında yer alıyor. Her yıl ciromuzun yüzde 2'sini Ar-Ge faaliyetlerine ayırıyoruz. Türkiye'de en çok Ar-Ge harcaması yapan 10 şirketten biriyiz. Dünya pazarlarına



sunduğumuz yenilikçi ürün ve servisleri, bilgi ve teknolojiye yatırım yaptığımız 8 Ar-Ge Merkezi ve 1500 kişilik dev Ar-Ge ekibimiz sayesinde gerçekleştiriyoruz. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığımız tarafından

verilen bu kıymetli ödülle başarımızı ikinci kez taçlandırmanın mutluluk ve gururunu yaşıyoruz. Teknolojiye yön veren şirket misyonumuzla ülkemize değer katmaya devam edeceğiz." dedi.

Goldmaster

Power Cyclone Teknoloji

Mikrop ve bakterilerin %99.9'unu hapsederek, alerji problemlerini engellemeye yardımcı olur.



Kolay Boşaltılabilir
3L Toz Haznesi



Yıkanabilir
HEPA13 Filtre



72 db Düşük
Ses Oranı

PROTON
Elektrikli Süpürge



GM-7584K



GM-7584S



GM-7584G

Plastik kullanımınızı azaltacak 5 cihaz



Plastik kullanımı dünyada gün geçtikçe artan doğamıza ve çevreye zararlı olan bir maddedir. Hammaddesi petrol olan plastikler doğaya atıldığı zaman yıllarca yok olmuyor ve içerisinde barındığı zararlı maddeler yüzünden doğaya ve çevreye zarar veriyor. Geri dönüşümü her ne kadar önemseyip yaygınlaştırmaya çalışsak da yeterli gelmiyor ve doğamızı kirlletmeye hatta yok etmeye devam ediyoruz. Markaların çıkartmış olduğu ve plastik kullanımı azaltacak 5 cihazı sizler için araştırdık.

Su arıtma cihazı

Su temel bir ihtiyaç olduğundan sürekli olarak tüketmekteyiz. Plastik ve cam şişlerde satılan suların genellikle fiyatıyla da uygun olan pet şişleri tercih etmekteyiz. Su arıtma cihazı ile musluk sularını filtreleri sayesinde temizleyecek bir sistem kurularak suyunuzu sağlıklı ve temiz bir hale getirmektedir. Bu sayede plastik şişelerde satılan suları satın alım açısından en aza indirebiliriz.

Biyobozunur plastik

Biyobozunur plastik mikroorganizmaların varlığına maruz kaldığı zaman kendi kendine aşınacak şekilde tasarlanmış plastiklerdir. Genellikle doğal ve yan ürünler kullanılarak elde edilen ve yapımı endüstriyel ortamlarda titizlikle gerçekleştirilen biyobozunur plastik genellikle biyoplastik olarak adlandırılır ve fosil yakıtlardan ziyade bitkilerden (bambu, şeker kamışı gibi) yapılır.

Jüt maddesi

Jüt doğal ipliklerden elde edilen bir malzemedir. Dünyada ve Türkiye'de kullanımı oldukça yaygın olan jütün hammaddesi bir çimdir. Yılda 2 ile 4 metre arası bir büyüme gerçekleştirir ve zamanında toplanması çok önemlidir. Jütün maddesini günlük yaşantımızda bez çantalarda görmek mümkündür. Plastik poşet kullanımlarını en aza indirmeyi hedefleyen jüt maddesi, bez çanta kullanım alanı ile her geçen gün yaygınlaşmaya devam ediyor.

Sürahi su arıtma

Yukarıda bahsettiğimiz arıtma cihazı yerine daha uygun fiyatlı bir cihaz arıyorsanız da sürhili arıtma cihazını deneyebilirsiniz. Kullanımı

oldukça basit olan bu sürahileri aynı evdeki sürahinize su doldurur gibi dolduruyorsunuz ve daha sonra arıtmasını bekliyorsunuz. Kısa bir bekleme süresinden sonra içilebilir suyunuz hazır hale geliyor.

Plastik seçimi

Birçok ürün ve cihaz bulabiliriz plastik kullanımını azaltmak için fakat hayatımızdaki yeri kaçınılmaz olan plastikleri en azından seçebiliriz. Doğaya zarar vermeyen ve hammaddesi tamamen petrol ve polimer olmayan plastikler de bulunmaktadır. Geri dönüşümü sağlanabilen, sıvılaştırılabilen, doğaya atılsa dahi kendi kendini yok eden plastikleri tercih edebiliriz.

Bu dünya hepimizin ve bu konuda hassas olmak hepimizin görevi.



Dyson'ın özel hediye serisi bu yeni yıl da Prusya mavisi ve parlak bakır renklerinde tasarlandı

Dyson, 2021 yılında özel seri olarak piyasaya sürülen ve sınırlı sayıda üretilen Prusya mavisi ve parlak bakır renklerinde tasarlanan saç bakım kategorisiyle yeni yıl hediyesi arayışına farklı bir boyut getiriyor.

Teknolojiyi ve sağlığı bir arada sunan Dyson'ın saç bakım ürünleri, işlevsel özellikleriyle fark yaratırken bu yıla özel renk ve tasarımlarıyla da göz dolduruyor.

Prusya mavisi ve parlak bakır kombinasyonu ilk olarak Dyson Elektrikli Otomotiv için tasarımı kullanıldı. Otomobil için zamansız ve zarif bir renk grubu geliştiren CMF mühendislik ekibi, değerli metallere görülen tonlardan yola çıkarak elektrikli aracın iç mekanı için, mavi döşemelerin yanında şık bir bakır aksam kullanmaya karar verdi. Otomobilin dışı da aynı Prusya mavisi renginde tasarlanarak iç tasarımdaki yüzeylerle uygun hale getirildi.

Prusya mavisi ve parlak bakır renklerindeki özel seri aynı zamanda Dyson tasarımı saklama kutusu, seyahat çantası, saç açma fırçası ve saç açma tarağı ile donatılmış bir hediye setinin parçası olarak Dyson Demo Store'lar ve Dyson.com.tr'de satışa sunuluyor.



Dyson Supersonic saç kurutma makinesi

Farklı saç tipleri için tasarlanan Dyson Supersonic saç kurutma makinesi, hızlı ancak odaklanmış bir hava akımı kullanıyor. Ergonomik yapısıyla elde tutarken kullanım kolaylığı ve denge sağlarken, Akıllı Isı Kontrolü teknolojisiyle aşırı ısı hasarını önleyerek saçın doğal parlaklığını koruyor. Dyson'ın patentli Air Multiplier teknoloji, ısıya olan bağımlılığı azaltıp hızlı kurutma ve şekillendirme yeteneği sunuyor.



Dyson Airwrap saç şekillendirici

Dyson mühendisleri; 150 derecenin üzerindeki aşırı ısının saçın yapısında geri dönüşü olmayan değişiklikler yarattığını, saçın güçsüzleşerek kırıldığını, sağlıksız ve mat görünmesine neden olduğunu keşfetti. Dyson Airwrap™ saç şekillendirici; saçı bu aşırı ısı hasarından korurken, kuaföre gitmeye gerek kalmadan saçta hacimli bukleler, doğal dalgalar veya düz bir stil yaratmanıza olanak sunuyor. Dyson Airwrap™ saç şekillendirici, Coanda etkisi adı verilen bir aerodinamik olguyu kullanarak havayı ısıyla birleştiriyor ve saçınızın parlaklığını koruyor. Akıllı ısı teknolojisine sahip Dyson Airwrap™ saç şekillendirici saçınızda oluşacak hasarları en aza indirerek doğal ve şık bir görünüme kavuşmanızı sağlıyor.



Dyson Corrale kablosuz saç düzleştirici

Dyson Corrale'ın öncü esnek bakır plaka teknolojisiyle, şekillendirme sırasında saçın yapısı korunarak sağlıklı ve parlak bir görünüm elde ediliyor. Geleneksel düzleştiricilerin aksine, Dyson Corrale™ saç düzleştirici saçları şekillendirmek ve bir araya getirmek için esnek bakır plakalarıyla daha fazla kontrol sağlıyor. Şekillendirmeden alınan sonuçları artırmak için ısı gerekliliğini azaltıyor ve saçta daha az zarar vererek saçta oluşabilecek hasarı en aza indiriyor. 65°C, 185°C ve 210°C olmak üzere üç hassas ısı seçeneğiyle istenilen saç tipine ve stile göre uyarlanarak pürüzsüz, düz saçların yanı sıra kuzursuz bukleler, plaj dalgası veya doğal dalgalar elde etmenizi sağlıyor. Kablosuz olarak 30 dakikaya kadar kullanılabilen ve 70 dakikada tamamen şarj olan Dyson Corrale™ saç düzleştirici, istediğiniz zaman istediğiniz yerde saç stilinizi ön plana çıkarmanıza yardımcı oluyor.

Beyper'in sektörde yarattığı sinerjiyi önemsiyoruz

Beyaz Eşya ve Dayanıklı Tüketim Perakendecileri Derneği BEYPER, firma ziyaretlerine devam ediyor. Geçtiğimiz yıl pandemi nedeni ile görüşmelere ara veren dernek yöneticileri, son aylarda görüşme trafiğini hızlandırdı. BEYPER Yönetim Kurulu Üyeleri İstikbal ve Bellona markalarının İstanbul Bölge satış ve pazarlamasını yapan Boypaş Pazarlama A.Ş.'yi ziyaret etti. Dağıtım Kanalı dergisinin BEYPER hakkında sorularını cevaplayan Genel Müdür Cüneyt Ocak, derneğin sektöre önemli katkılar yaptığını ve BEYPER üyeleri arasında mobilya bayiliği yapanların sayısının artmasının sektöre olumlu yansıtacağına dikkat çekerek derneğin yaptığı çalışmalara ve bunların sektördeki etkilerine değindi.

BEYPER için; "Faaliyetleri ile perakendeye gönül veren bayilerin sürekliliği ve karlılığı adına yaptığı çalışmalarla dayanıklı tüketim sektöründeki önemli organizasyonlardan ve STK'lardan biri olduğunu düşünüyoruz" diyen Ocak, "BEYPER sektörde faaliyet gösteren tüm oyuncular için ses, soluk olurken güçlü bayilik oluşumu adına verdiği eğitim faaliyetleri, finansal avantajlar oluşturma çabaları, sektöre vizyoner bakış açısı katma gayretleri ile öne çıkıyor" şeklinde konuştu.

Derneğin, Boypaş için önemine de değinen Ocak sözlerini şöyle sürdürdü: "Güçlü yapısı ve sektöre etkin bakışı ile sektör dinamiklerinin içinde olan BEYPER yöneticilerinin, sektörün ihtiyaçlarına yönelik gerçekleştirdiği faaliyetler dayanıklı tüketim sektörünün gelişimine katkı sağlıyor. Özellikle BEYPER içinde dayanıklı tüketim sektörünün önemli oyuncularından olan mobilya bayilerinin artması ile bu alanda yapılacak faaliyetler bizleri de mutlu edecektir."

BEYPER'in çalışmalarını yakından takip ettiklerini belirten Boypaş Genel Müdürü, "Derneğin Türkiye'deki dayanıklı tüketim bayilik ekosistemine sağladığı gelişim ve güçlendirme desteği çok değerli. Geleneksel bayilik yapısı içinde, sürdürülebilir büyümeyi sağlama gayretleri, bayi maliyetlerine yönelik çalışmaları ve ayrıca bayi çalışanları için eğitim faaliyetleri ile sektöre getirdiği dinamizmi memnuniyetle izliyoruz" dedi.

Boypaş Genel Müdürü Cüneyt Ocak, sözlerini şöyle tamamladı: "BEYPER'in bayilik ekolojisi içinde İstikbal, Bellona ve Mondihome bayilerinin de olmasını markalarımız adına da önemsiyoruz. Mobilya sektörünün en güçlü markaları olarak bayilerimizin BEYPER ile sinerji oluşturmaları sektöre ve bayilerimize sağlayacağı değer yanında ülkemizin perakende dinamiklerine de ciddi katkıda bulunacaktır."

İstanbul Avrupa Yakası'nda ve Trakya



Soldan sağa: Taner İnci, Cengiz Sağın, Cüneyt Ocak, Zafer Parmaksız, Ali Yıldız, Yıldırım Söylemez

Bölgesi'nde İstikbal, Bellona, Mondihome, Doqu Home ve Gümüşsuyu Halı marka ürünlerin toptan satışını ve satış sonrası servis hizmetlerini gerçekleştiren Boypaş

Dayanıklı Tüketim Malları, mağaza ve bayi eksiği olan ilçelerde yeni bayilik ve dekorasyon yenileme çalışmalarını sürdürüyor.

Türkbessd: Yassı çelik ürünlerinde gümrük vergilerinin en azından geçici olarak kaldırılması rekabet gücümüzü artıracak

Türkbessd aylık olarak açıkladığı sektörel verileri kamuoyu ile paylaştı. İç satışlar geçen yılın aynı dönemine göre %13 daralırken, ihracat ise aynı seviyede gerçekleşti.

Türkbessd yeni sektörel verileri paylaştı. Konuyla ilgili bir açıklama yapan Türkbessd başkanı Can Dinçer, pandeminin başından bu yana başarılı bir performans sergilediklerini ve beyaz eşya üretiminde dünyanın ikinci büyük merkezi olan Türkiye'nin konumunu daha da güçlendirmek hedefiyle çalışmalarını sürdürdüklerini söyledi: "Ocak-Ekim 2021 döneminde 6 ana üründe toplam satışlarımız geçen yıl aynı döneme göre %20 oranında artarak 28.815.917 adet olarak gerçekleşti. İç satışlarımız %9, ihracatımız %24 oranında arttı.

Ekim özellikle iç satışlarımızda yüksek baz etkisini hissettiğimiz bir ay oldu. İç satışlarımız geçen yıl aynı döneme göre %13 daraldı, ihracatımız ise aynı seviyede gerçekleşti. Pandeminin etkisiyle küresel ekonomide çeşitli zorluklar yaşanıyor. Hammade tedariki, çip krizi ve maliyet artışları pek çok sektörü etkiliyor.

TÜRKBESD'e üye firmalar olarak aldığımız önlemlerle bu sıkıntıların üstesinden geliyoruz. Çip krizinden diğer sektörlerle oranla daha sınırlı etkileniyoruz. Tedarikçi çeşitlendirmesi, üretimde yaptığımız düzenlemeler ve uzun vadeli anlaşmalarla süreci yönetiyoruz. Üretiminin %75'ini ihrac eden bir sektör olmamız kur değişimlerine karşı daha güçlü durmamızı sağlıyor. Sektör olarak önümüzdeki dönem için de umudumuzu koruyoruz.

Önümüzdeki dönemde sağlanacak teşvikler ve maliyet artışına karşı çeşitli girdilerdeki ek vergilerin ve sektörümüzün en önemli girdisi olan yassı çelik ürünlerinde gümrük vergilerinin en azından geçici olarak kaldırılması sektörümüzün uluslararası pazarlardaki rekabet gücünü korumasına yardımcı olacaktır."

TÜRKBESD Beyaz Dünya Ekim 2021

Dört Ana Ürün

	ÜRETİM	
	Ekim 2021	Ekim 2020
Adet / Yıl	2.437.322	2.690.793
Yüzde değişim	-% 9	
	Ocak-Ekim 2021	
	Ocak-Ekim 2021	Ocak-Ekim 2020
Adet / Yıl	24.234.942	19.612.338
Yüzde değişim	% 24	
	İÇ SATIŞ	
	Ekim 2021	Ekim 2020
Adet / Yıl	552.003	618.732
Yüzde değişim	- % 11	
	Ocak-Ekim 2021	
	Ocak-Ekim 2021	Ocak-Ekim 2020
Adet / Yıl	6.025.002	5.525.901
Yüzde değişim	% 9	
	İHRACAT	
	Ekim 2021	Ekim 2020
Adet / Yıl	2.024.158	1.991.352
Yüzde değişim	% 2	
	Ocak-Ekim 2021	
	Ocak-Ekim 2021	Ocak-Ekim 2020
Adet / Yıl	18.177.251	14.486.065
Yüzde değişim	% 25	
	İTHALAT	
	Ekim 2021	Ekim 2020
Adet / Yıl	41.551	7.219
Yüzde değişim	% 476	
	Ocak-Ekim 2021	
	Ocak-Ekim 2021	Ocak-Ekim 2020
Adet / Yıl	141.003	110.057
Yüzde değişim	% 28	

Altı Ana Ürün

	ÜRETİM	
	Ekim 2021	Ekim 2020
Adet / Yıl	2.868.370	3.203.107
Yüzde değişim	-% 10	
	Ocak-Ekim 2021	
	Ocak-Ekim 2021	Ocak-Ekim 2020
Adet / Yıl	28.388.078	23.384.131
Yüzde değişim	% 21	
	İÇ SATIŞ	
	Ekim 2021	Ekim 2020
Adet / Yıl	596.766	688.690
Yüzde değişim	- % 13	
	Ocak-Ekim 2021	
	Ocak-Ekim 2021	Ocak-Ekim 2020
Adet / Yıl	7.317.243	6.682.958
Yüzde değişim	% 9	
	İHRACAT	
	Ekim 2021	Ekim 2020
Adet / Yıl	2.473.102	2.483.681
Yüzde değişim	% 0	
	Ocak-Ekim 2021	
	Ocak-Ekim 2021	Ocak-Ekim 2020
Adet / Yıl	21.498.674	17.367.335
Yüzde değişim	% 24	
	İTHALAT	
	Ekim 2021	Ekim 2020
Adet / Yıl	65.509	24.885
Yüzde değişim	% 163	
	Ocak-Ekim 2021	
	Ocak-Ekim 2021	Ocak-Ekim 2020
Adet / Yıl	482.569	371.781
Yüzde değişim	% 30	



En güzel sofraları Arzum Crust Mix Duo ile hazırlayın

Arzum'un en yeni ürünü Crust Mix Duo Stand Mikser ile yeni yıla girerken aileniz için birbirinden lezzetli hamur işleri, pasta ve tatlılar, iştah açıcı yiyecekler hazırlayabilir, yılbaşı sofranızı unutulmayacak bir lezzet şölenine dönüştürebilirsiniz.

Yeni Arzum Crust Mix Duo, 1000 watt motor gücü, çırpıcı, karıştırıcı ve hamur yoğurucudan oluşan üç ayrı fonksiyonuyla yılbaşına özel tasarladığınız birçok tarifi kolaylıkla hazırlamanıza olanak sağlar. Yumurta beyazı, ağır krema, kaynatılmış şekerli karışımlar, pandispanya veya mayonez için çırpıcı aparatı, pasta, kurabiye, kek, çörek ve hamur işleri için karıştırıcı aparatı, mayalama hamuru ile yoğrulmuş ekmek, poğaç gibi lezzetler için hamur yoğurucu aparatı ile Yeni Crust Mix Duo, yeni yılda mutfaktaki en büyük yardımcınız olacak.

Arzum'un en yenisi Crust Mix Duo, cam ve paslanmaz çelik olmak üzere iki hazneye sahip. Toplam beş litre kapasiteli haznede büyük miktarda malzemeyi yoğurabilir, çırpabilir ve karıştırabilir, kalabalık yılbaşı sofraları için enfes lezzetler hazırlayabilirsiniz. Altı kademeli hız ayarından ihtiyacınıza yönelik olanı seçebileceğiniz Arzum Crust Mix Duo'nun üç farklı renk seçeneğinden biri mutlaka sizin zevkinize göre.



LG, evde çamaşır kurutma dönemini sonlandırıyor

LG, buhardan aldığı güçle çamaşırlarda ekstra hijyen sağlayan, giysilerdeki tozları, alerji veya solunum sorunlarına neden olabilecek alerjenleri, %99,9 oranında azaltan kurutucuları ile tüm bu problemlere son veriyor. Sahip olduğu buhar teknolojisi ile en hassas çamaşırları bile özenle kurutan, ilk günkü yumuşaklığına kavuşturan LG Kurutucular, düşük sıcaklıklı ısı pompası teknolojisi ile giysilerdeki çekmeyi de minimuma indiriyor. LG kurutucuların bir diğer önemli özelliği de, kurutma fonksiyonu sona erdiğinde, kurutucunun kendi kendini temizleyerek kullanıcıya hiçbir iş bırakmaması. Üstelik, LG kurutucular ThinQ özelliği ile uzaktan kontrol edilebiliyor, program seçimi, kurutma işleminin başlatılıp sonlandırılması mümkün oluyor.



Bosch Buhar Destekli Ankastre Fırın ile tam zamanında ve kıvamında pişen mükemmel yemekler

Bosch Buhar Destekli Ankastre Fırın, PerfectBake sensörüyle fırının içindeki nem seviyesini sürekli olarak ölçerek pişirme süresini otomatik olarak ayarlıyor ve hamur işlerinin tam kıvamında piştiğini anlayarak otomatik olarak kapanıyor. PerfectRoast sensörü ile de mükemmel kıvamda pişmiş et lezzetlerine imza atıyor. Added steam fonksiyonu sayesinde doğru miktarda buhar eklenen yemeklerinizin dışı çıtır çıtır olurken içi ise sulu ve lezzetli bir kıvam alıyor. Yemekleriniz fırında her defasında tam kıvamında pişerken size sadece evinizin tadını çıkarmak kalıyor. 4D hot Air sistemiyle her raf seviyesinde mükemmel sonuçlar için homojen ısı dağılımı da uygulayan Bosch Buhar Destekli Ankastre Fırın, renkli TFT ekranının kolay kullanımı ile de direkt dokunmatik kontrolü mümkün kılıyor. Şık ve yalın tasarımıyla mutfağınızın dekorasyonunu tamamlayan fırın, çevirmeli kontrolü ile de dikkatleri üzerine çekiyor.

Yemekleri otomatik olarak olağanüstü bir şekilde pişiren, Bosch'un mükemmellik eşiğinin en yeni temsilcilerinden biri olan fırın, EcoClean Direct özelliği ile de kendi kendini temizliyor.

Bosch'un bu yeni nesil üyesi, Home Connect teknolojisi sayesinde akıllı telefonunuz veya tabletiniz aracılığıyla uzaktan erişimi de mümkün kılıyor. Akıllı fırınınız sizin için yemeği tam kıvamında ve zamanında pişirirken işten eve döndüğünüzde tek yapmanız gereken ise yemeğinizi fırından çıkararak servis etmek oluyor. Bosch Buhar Destekli Ankastre Fırınla ilgili bilgileri, yemek tariflerini, videoları ve pişirme ipuçlarını bir araya getiren Home Connect teknolojisi, uzakta olsanız bile anlık bildirimlerle yemeğinizin pişme sürecini kontrol etmenizi sağlıyor.



Fakir Inovax ikisi bir arada dik şarjlı süpürge

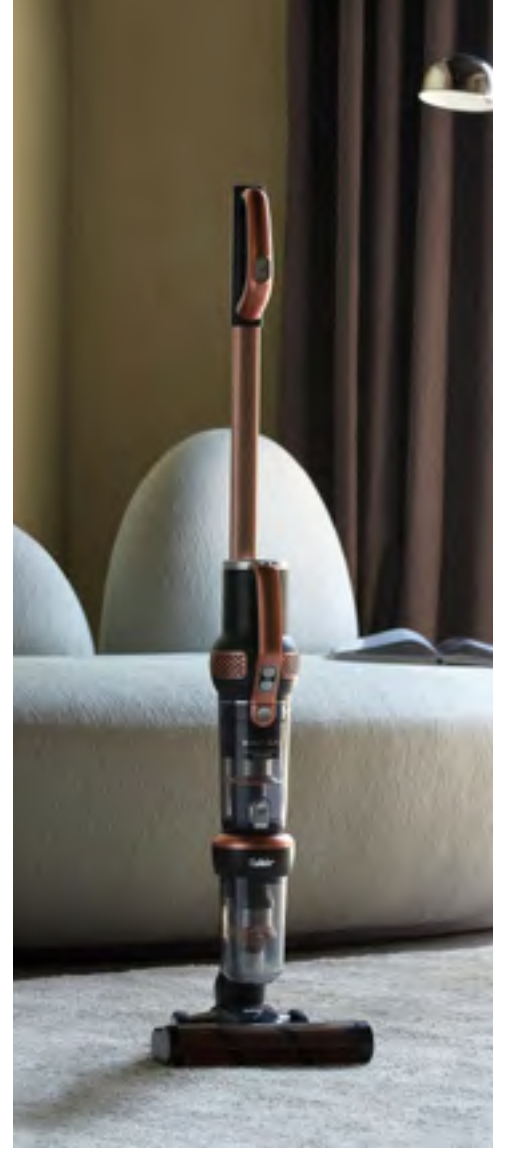
Her gün süpürge yapmak artık çok kolay! Fakir Hausgeräte'nin yeni dik şarjlı süpürgesi Inovax İkisi Bir Arada gücü her zaman elinin altında hissetmek isteyenler için tasarlandı. "Onun her hali çok yetenekli" söylemi ile hem dik şarjlı süpürge hem de el süpürgesi olarak kullanılabilen Inovax İkisi Bir Arada Dik Şarjlı Süpürge her gün temizlik yapmak isteyenler için biçilmiş kaftan.

Tüm evi süpürecek kadar kirli olmayan bir odayı, yere dökülen kırıntıları veya aniden kırılıp paramparça olan bir bardağın temizliğini pratik ve hızlıca yapmak artık çok kolay. Fakir Hausgeräte, Inovax İkisi Bir Arada Dik Şarjlı Süpürge, kablolu oluştaki sayesinde pratikliğiyle ön plana çıkıyor ve dilediğiniz alanı kendinizi yormadan temizleyebilmenizi sağlıyor.

Ulaşılması zor yerlerde üstün performans

Inovax İkisi Bir Arada Dik Şarjlı Süpürge tek bir cihazda iki süpürgeyi barındıran fonksiyonelliği ile hem dikey süpürge olarak hem de gövde kısmından ayrılarak el süpürgesi şeklinde de kullanılıyor. Inovax İkisi Bir Arada Dik Şarjlı Süpürge aynı zamanda el süpürgesi olarak da kullanılabildiği için koltuklar, köşeler ve diğer süpürgelerin ulaşamadığı yerlerde üstün performans gösteriyor. Yüzeylerin en küçük noktalarına ulaşarak derinlemesine temizlik sağlıyor. Işıklı multi turbo başlığı ile görüş kolaylığı

sunuyor. Ekstra uzatma aparatı sayesinde perde, dolap üstleri gibi yüksek ve ulaşılması zor alanları temizleyerek dip köşe her yeri zahmetsizce süpürüyor.



Akıllı İyonik Hava Temizleyici havanızı temizleyin

Fakir Hausgeräte, "Luminoso Smart Akıllı İyonik Hava Temizleyicisi" altı yüksek performanslı filtre teknolojisi ile kapalı ortamların havasını temizliyor ve havayı kirleten partikülleri ortadan kaldırıyor. Tüm iç mekanlarda kullanabilen Fakir Luminoso Smart 80 metrekareye kadar mekanların havasını etkili ve hızlı bir şekilde temizliyor.

İnsan gözü ile görülemeyen 2,5 mikrondan küçük partikülleri algılayıp PM2.5 göstergesi ile ekrana taşıyan Fakir Luminoso Smart; yaşam alanlarındaki havanın bu partiküllere ne kadar maruz kaldığını gösteriyor ve yüksek teknoloji ile üretilen filtreleri sayesinde havayı bu partiküllerden temizliyor. Elektrostatik filtresi ile de 0,3 mikrondan küçük toz ve partikülleri hapseden Fakir Luminoso Smart; ortamı havada bulunan ince tozlar, organizmalar, polenler, alerjenler ve zararlı maddeler

arındırılarak temiz ve ferah bir yaşam alanı sunuyor. Havada bulunan bakteriler ve zararlı mikroorganizmalar, üstün teknoloji filtre sisteminden geçerek temizleniyor ve TiO2 Filtre ile UV-C LED arasında oluşan plazma alanında hapsediliyor.

Fakir Luminoso Smart akıllı kontrol paneli, Wi-Fi ve mobil uygulama desteği ile kullanım kolaylığı sağlıyor. Ön yüzeyinde bulunan akıllı kontrol paneli ve uygulama desteği ile tüm bilgileri sürekli olarak paylaşıyor. Sessiz, düşük, orta, yüksek ve turbo modları ile havayı belirlenen hızda ve sıklıkta temizleyebiliyor ve akıllı telefon uygulaması ile uzaktan kontrol imkanı sunuyor.



Samsung Multi Split Klimalar ile evde ya da işte mükemmel ısıtma

Klima teknolojileri ile yaz aylarında kullanıcılarına en iyi soğutma performansını sunan Samsung Electronics, soğuk kış aylarında ise Multi Split Klima (FJM) sistemleri ile kusursuz ısıtma performansı sağlıyor. Tek bir dış ünite ile 5 iç üniteye kadar iklimlendirme çözümü sunan, yaşam alanlarında alan ve enerji tasarrufu sağlayan Multi Split Klimalar WindFree™ iç ünite ürün grubu ile kullanılıyor.

En son teknolojileri kullanan Samsung Multi Split Klimalar, işletme ve konutların maliyetleri düşürmesine ve çevreyi korumasına yardımcı olmak üzere birinci sınıf enerji verimliliği sağlıyor. Enerji verimliliği oldukça yüksek Dijital İnverter teknolojisi sayesinde, kullanıcılar faturalarında tasarruf yapabiliyor. Sık kapanıp açılan klasik sabit hızlı kompresörlerin aksine, bu klimalarda kompresör oda sıcaklığındaki değişikliklere yanıt vererek hızını otomatik olarak ayarlıyor. Böylece, istenen sıcaklığı az dalgalanma ile koruyarak optimum konforun sağlanmasına yardımcı oluyor. Ayrıca, soğutma sırasında güç kullanımını optimize ederek enerji tüketimini yüzde 60'a kadar azaltabiliyor. Samsung Multi Split Klimaların akıllı kompresör tasarımı ve birinci sınıf hareketli parçaları, gelişmiş verimlilik



için yeni AB düzenlemeleriyle tamamen uyumlu ve dengeli bir performans sunuyor.

Kompakt boyutu ile küçük yerlere sığabiliyor

Samsung Multi Split klimaların dış ünitelerinin yüksekliği 1m'den az olduğundan küçük bir balkona bile kolay bir şekilde kurulabiliyor. 5

iç üniteye kadar kolayca bağlanan ve sessiz ama güçlü şekilde ısıtılabilen Samsung Multi Split klimaları yerden tasarruf sağlarken üstün performans için verimliliği ve güvenilirliği de bir araya getiriyor. FJM, konutlar ve sınırlı kurulum alanına sahip daha küçük binalar için mükemmel şekilde optimize edilmiş bir sistem olarak dikkat çekiyor.

Goldmaster Mars Fanlı Isıtıcı/Soğutucu ihtiyacınız olan her yerde

Goldmaster tecrübesi ve güvencesiyle üretilen Mars; alev almayan plastik yapısı sayesinde ister evinizde ister ofisinizde ekonomik ve güvenli bir kullanım sağlayarak bulunduğunuz ortamı sıcak yapar. Ofis, ev, bekleme salonu; hatta masa altında kullanılabilen cihaz, pratik kullanım ve konforu beraberinde getiriyor. Devrilme emniyeti özelliğiyle ürün olası durumlarda kendini otomatik kapatıyor ve güvenli bir kullanım sağlıyor. 3 Kademeli güç

kullanım imkanı sunan Mars 120 ° yatay dönüş fonksiyonuyla ortama eşit ısı yayarken düşük fan sesi ile de rahatsız etmiyor.

Portatif yapısıyla kolay taşınabilen Mars Fanlı Isıtıcı; sıcak, soğuk ve ılık hava üfleme özelliğiyle rakiplerinden fazlasını sunarken aynı zamanda düşük elektrik tüketimi ile de ekonomik bir ısıtma fırsatı sunuyor.



Geleceğin kurutma makinesi teknolojisiyle tanışın, akıllı bağlantılı ürünlerle rahatlığın keyfini sürün.

Standart ebatta rekortmen 11 KG kurutma kapasitesi

Giysiler için geniş alan ve en iyi bakımı sağlayan 11 KG kurutma kapasitesi, çamaşırlarınıza ideal özeni gösterir. Tamburun yuvarlatılmış şekli, giysileri güçlü mekanik titreşimlerden koruyarak hassas biçimde hareket ettirir. Sıcak hava yuvarlatılmış yüzeyden düzgün bir şekilde geçer ve daha düzgün bir kurutma için "yastık" etkisi yaratır.

Akıllı Bağlantılar (Wi-Fi ve Bluetooth) sayesinde hOn uygulamasıyla ilave özelliklere ve performans yönetimine erişin, makinenizi uzaktan kontrol edin.

Hoover hOn uygulaması, Wi-Fi ve Bluetooth

ile makinenizi uzaktan kontrol etmenizi, yeni ve faydalı özelliklere erişmenizi sağlar. Makinenizi başka bir odadayken veya evde olmadığınızda bile yönetebilirsiniz. Akıllı telefonunuz ile makinenizi açabilir / kapatabilir ve programları kullanabilirsiniz.

9 farklı Bakım Programı

Özelleştirilmiş 9 farklı Bakım Programı'ndan biri tam size göre. H-DRY 500 Professional'de bulunan, kumaş türü ve ihtiyaca özel geliştirilen özel bakım programları sayesinde tüm çamaşırlarınız ilk günkü gibi görünür. Fitness bakımından pamuklu bakıma, extra bakımdan hassas ve taze bakıma kadar çamaşırlarınıza, türüne özel özeni gösterecek programlar için siz de H-DRY 500 Professional ile tanışın.



Sarex Diamond'la gücü kontrol edin

Mutfakta vakit geçirmekten hoşlanıyorsanız Diamond blender setleri tam size göre. 1500 Watt gücündeki motoru iki kademeli hız kontrolü normal ve turbo çalışma fonksiyonuna sahip Diamond ailesi paslanmaz çelikten üretilen uzun ömürlü bıçaklarıyla ön plana çıkarıyor.

5 farklı set 2 farklı renk seçeneği bulunan Diamond blenderlarla mutfağınıza şıklık katarken küçük alanları verimli bir şekilde kullanabilirsiniz. Ergonomik yapısı ve kullanışlı aksesuarları sayesinde tüm tariflerin üstesinden gelebilir birbirinden lezzetli sunumlara imza atabilirsiniz.

Tüm aksesuarlarıyla tam uyumlu olarak üretilen Diamond blenderlar yüksek kaliteli ve uzun ömürlüdür. Yaygın servis ağına sahip Sarex ürünleri 3 yıl garanti kapsamındadır.



Goldmaster Vitamin Store ile kışa meydan okuyun



Bas-çalıştır özelliği ile pratik kullanım imkanı sunan Goldmaster Vitamin Store Narenciye Sıkacağı günlük vitamin ihtiyacınızı karşılayabilmeniz ve sağlığınıza daha fazla özen gösterebilmeniz için tasarlandı. Yüksek performansı, şık paslanmaz çelik gövdesi ve döküm tutma sapıyla Vitamin Store taze sıkılmış meyve suları hazırlamanızı keyifli hale getiriyor.

Paslanmaz çelik filtreleri sayesinde sağlıklı bir kullanım imkanı sunan ürün aynı zamanda damlamayı önleyen ağız yapısı ile temiz ve hijyenik bir kullanım olanağına sahip. Modern ve şık tasarımı Vitamin Store çıkarılabilir tüm aparatları sayesinde kolaylıkla temizlenebilmektedir.

Sarex Troppy hem sağlıklı hem lezzetli



Troppy beklentilerinizi en iyi şekilde karşılamak üzere tasarlanmış bir sürahi blenderdir. 700 Watt gücündeki motoru 4 farklı hız kademesi turbo hız fonksiyonu ve buz kırabilme özelliği ile ön plana çıkan Troppy 1500 ml kapasiteli sürahi ve yanında gelen spatulası ile kolay ve eğlenceli bir kullanım deneyimi yaşatır. Troppy ile enfes tatlar yaratırken hem zamandan kazanırsınız hem de kendinize özgü karışımlarınızı deneyimleyebilirsiniz. Meyve sebzelerden oluşan karışımlar hoşunuza gidiyorsa Troppy tam size göre. Kendi yaratıcılığınızı kullanarak birbirinden farklı ve lezzetli karışımlar hazırlayabilirsiniz. Pratik ve güvenilir bir yapıya sahip olan Troppy'yi kullanmak için tek bir düğmeyi çevirmeniz yeterli. Kolay temizlenebilen Troppy yüksek kaliteli ve uzun ömürlüdür. Yaygın servis ağına sahip Sarex ürünleri 3 yıl garanti kapsamındadır.

Goldmaster Masterjet Ütü hayatınızı kolaylaştırıyor



Artık kıyafetlerinizi ütölemek zahmet olmaktan çıkıyor. Goldmaster Masterjet Ütü pratik şok buhar tetiği ile dakikada 180 gram şok buhar püskürterek en zorlu kırışıklıkları bile açarken, kalın nano-seramik kaygan tabanı sayesinde kolay kırışıklık giderme performansı sağlayabiliyor.

Ayrıca askıdaki elbise ve perdeleriniz için dikey ütöleme özelliğine de sahip Masterjet Ütü, damlama önleme sistemi sayesinde elbiselerinize su damlamasını engeller. Kireçlenmeyi önleyen anti-calc sistemi sudaki kirecin taban deliklerinin tıkanmasının önüne geçer. Kendi kendini temizleyen Self-clean özelliği sayesinde daha sağlıklı ve uzun ömürlü kullanım sağlar.

<https://sinemaadem.blogspot.com>



VENOM 2



Örümcek Adam çizgi roman evreninde Venom, uzayda geçen bir macera sonrası Örümcek Adam'ın bilmeden dünyaya taşıdığı bir simbiyottur (parazit).

Venom'un ilk film için değiştirilen (2018'de Venom, Marvel/Disney'in kontrolünde olmadığı için) hikayesi kaldığı yerden devam ettiriliyor. Venom'un "oğlu" Carnage'in seri katil Cletus Cassidy ile birleşerek yol açtığı carnage (katliam) ortamı anlatılıyor serinin bu ikinci filminde.

Her (devamı da gelecek) devam filminde olduğu gibi bu film de, bu dezavantajı sonuna kadar taşıyor. İlk filmin başarısına klasik Hollywood formülü (espri dozunu, kan-vahşet düzeyini artırmak) çerçevesinde yaklaşınca sonuç hayal kırıklığı oluyor.

Film, Venom ile birleşmiş Eddie Brock'un (Tom Hardy) ilk filmdeki kapitalist baron ile çatışması sonucu kaybettiği saygın gazetecilik kariyerine

dönme çabaları ile başlıyor. Bunu sağlamak için de seri katil Cletus Cassidy (W. Harrelson) ile röportaj yapması gerekmektedir. Cassidy filmde daha sonra ortaya çıkacağı gibi kendini yakalattığı için Eddie'den nefret etmektedir. Hapishanede idamı beklerken bir yandan da Eddie ile akıl oyunları oynamaya başlar.

Bu ziyaretlerden birinden Eddie'nin vücudunda misafir olarak yaşayan Venom ile temas ederek, Carnage olur ve idamı sırasında hapisten kaçarak katliama başlar. Çocukluk aşkı Shriek (N. Harris) ile de birleşerek daha ölümcül, daha dengesiz bir ikili oluştururlar.

Filmde işleyen tek ilişki Eddie ile Venom arasında ilginç bir şekilde. Eddie'nin umutsuz aşkı (Eddie/Venom simbiyotik ilişkisini kaldıramadığı için bir doktorla nişanlanan) Anne (M. Williams) ile olan kimyası yine çok zayıf. Usta oyuncu Woody Harrelson'ın da gerek Carnage, gerek ise Eddie ile olan sahneleri yeterince etkileyici değil.

Motion-capture aktörlüğün (Gollum, Caesar, King Kong, vs) en büyük ustası olan yönetmen Andy Serkis, evrensel katil Venom'un Hollywoodvari törpülenen karakterini bir adım daha ileri götürüp, sit-comvari daha eğlenceli bir karakter yaratmış.

Filmin tek artısı zaten ilk filme göre ikinci filmde Venom'un daha çok ön plana çıkması. Maalesef artık Disney kontrolünde olduğundan belki asla "olması gerektiği gibi" 18+ bir Venom filmi olmayacak. Bu filmi de birkaç derece düşüren bu 13+ Venom filmi yapma saçmalığı zaten.

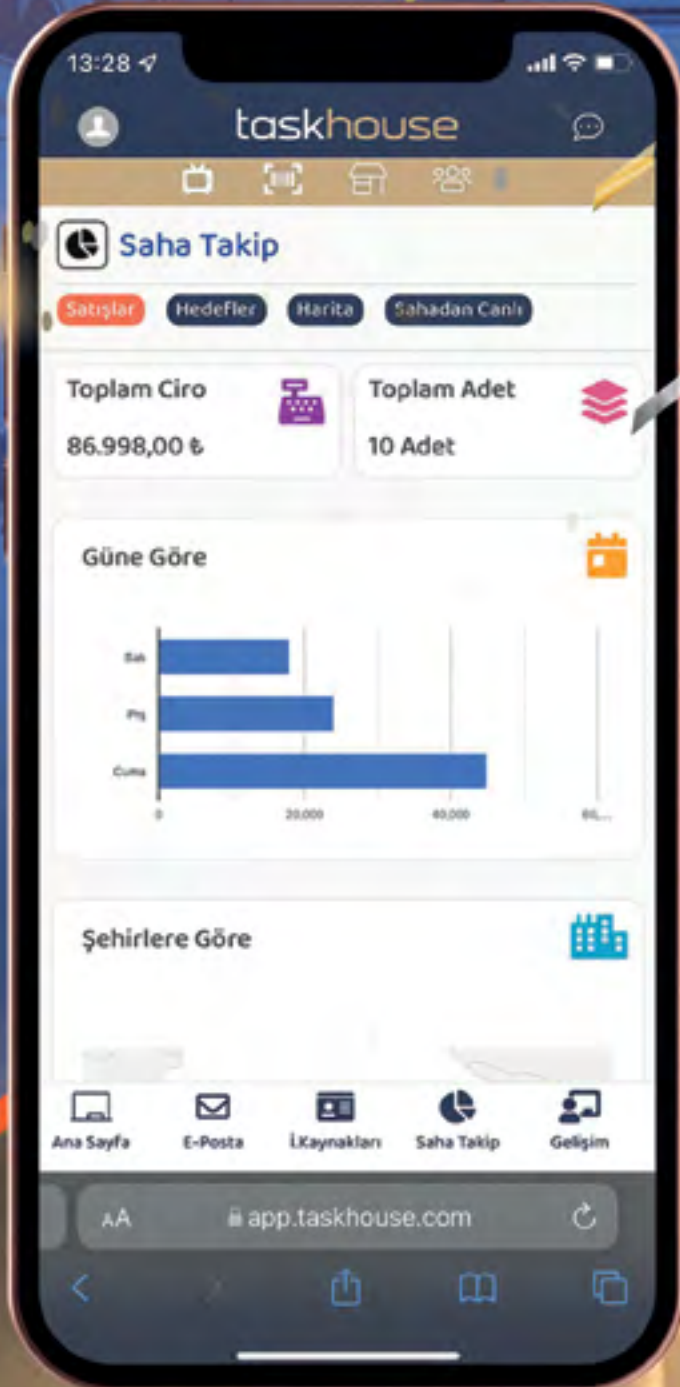
Her zaman hatırlattığım gibi: Çizgi roman kültüründen uzaksanız, filmde de uzak durun. Filmin "Venom"u "Örümcek Adam evreni"ne bağlayacağını ima eden bir post-credit sahnesi var.

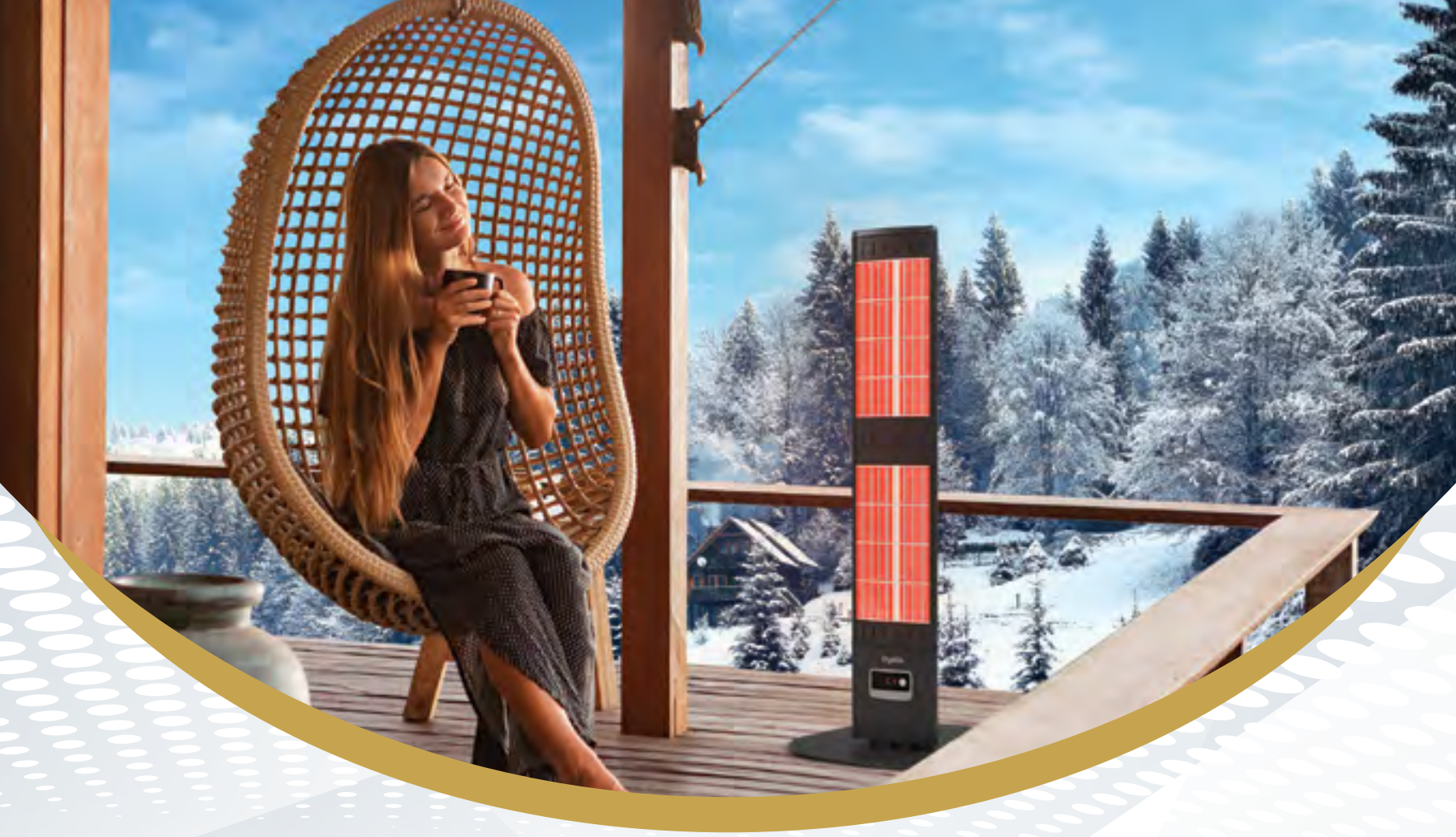
SinemaDem pek de iyi seyirler dileyemiyor.

taskhouse

by politer

Yeni yılda, yeni nesil iş yönetim platformu.

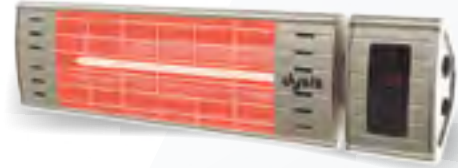




Dysis, kışı yaza çevirir!



Art Plus Dijital
HTR7414.B.UK



Art Plus Dijital
HTR7416.E.UK



GÖZ YORMAYAN LAMBA PARLAKLIĞI

Low Glare teknolojisi ile tasarlanmış göz dostu Dysis ısıtıcılar özel kaplama Dr.Fischer halojen filamentleri sayesinde %95 daha az parlama sağlar.



SUYA VE TOZA KARŞI ÜSTÜN KORUMA

Suya ve toza karşı üst sınıf dayanımı ifade eden IP65 özelliği sayesinde Dysis ısıtıcılarınızı açık alanlarda gönül rahatlığıyla kullanabilirsiniz.



DYSIS MOBİL UYGULAMA

Bluetooth özelliği bulunan aynı ortamdaki tüm Dysis ısıtıcılarınızı akıllı telefon ve tabletlerden açıp kapatabilir, gücünü dilediğiniz seviyeye ayarlayabilirsiniz.

dysis
INNOVATIONSHAUS