

Dosya

2021'de dalgalanan deniz
2022'de duracak mı?

13

Araştırma

"Küresel Hijyen Araştırması":
İç mekan havalarının kalitesinden
endişe duyanların oranı

42

Dernek

Beyaz eşya sektörü sağlık ve faydaya
odaklanarak ülkemize değer yaratma
hedefiyle çalışmaya devam ediyor

44

271

www.dagitimkanali.com.tr



Dağıtım Kanalı

Ev Aletleri Sektöründe Türkiye'nin Uzman Dergisi

Ayda bir yayınlanır / Ocak 2022 / Yıl: 24 / ISSN 1302 308X

BOL KÖPÜKLÜ

arnica™

Bİ' TÜRK KAHVESİ DENEYİMİ

YENİ



3 TARAFLI
CEZVE AĞZI



4 FİNÇAN
KAHVE
KAPASİTESİ



İŞIKLI VE SESLİ
UYARI SİSTEMİ



TEK TUŞLA
KOLAY KONTROL



ELDE
YIKANABİLİR
CEZVE

5 Farklı
Renk
Seçeneği



Arnica
Köpüklü

Güzel sohbetlerin tamamlayıcısı *Bol Köpüklü* bi' Türk Kahvesi için:

Yeni Arnica Köpüklü



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

INOVAX

Onun Her Hali Çok

Yetenekli

UV-C Led ışıklı 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





YENİ

*Magic Fry ile
minimum yağ, sağlıklı lezzetler,
nice nice tarifler.*



King olmadan olmaz ki...



Hızlı Hava Akışı ile
Minimum Yağ Kullanımı



Zaman Ayanı



Isı Ayanı



Turbo Motor
Gücü



Maksimum
Enerji Tasarrufu



Tüm Çıkarılabilir Parçalar
Bulaşık Makinesinde
Yıkatabilir



**4 YIL
GARANTİ**

İçindekiler

6

Kahve Kokusu

Rehber, tarihçi ve yazar Saffet Emre Tonguç, İstanbul aşkını Karaca fincanlarına taşıdı
Coffee Beans Moka Pot ile evde içilen kahveler çok daha lezzetli
Arzum OKKA Design Week Turkey'de endüstri devleri arasında yer aldı
Sam Çeviköz yeni bir kahve markasını hayata geçirdi: Coffee HQ

8

Haber

Haier Europe Türkiye operasyonlarına yeni "Ülke Müdürü" atandı

10

Söyleşi

Sürdürülebilirlik 2022'de gündemimizdeki en önemli konular arasında

Semavi Yorgancılar

Yorglass Yönetim Kurulu Başkanı ve CEO'su

12

Dernek

Beyper Olağan Yönetim Kurulu Toplantısı gerçekleştirildi

13

Dosya

2021'de dalgalanan deniz 2022'de duracak mı?

38

Sektör Haberi

42

Araştırma

"Küresel Hijyen Araştırması": İç mekan havalarının kalitesinden endişe duyanların oranı

44

Dernek

Beyaz eşya sektörü sağlık ve faydaya odaklanarak ülkemize değer yaratma hedefiyle çalışmaya devam ediyor

46

Ürünler

48

SineMadem

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!

K. Atatürk



Bir Asırlık Tecrübe ile

Çekmeceli Derin Dondurucularda

Yeni Standartlar

%100 yerli üretim, yüksek kalite, akıllı elektronik kontrol paneli ile Şenocak Çekmeceli Derin Dondurucular evinizin vazgeçilmezi olacak.

Inox



Enerji
Tasarrufu



Akıllı Kontrol
Paneli



10cm Gövde
Kalınlığı ile Yüksek
İzolasyon



Sağlam Metal
Tutamak



Otomatik Kapanan
Hızlı Dondurma
Fonksiyonu

6 BÖLMELİ
GÜNDE
0.545kWh
TÜKETİM

7 BÖLMELİ
GÜNDE
0.460kWh
TÜKETİM

KULLANIŞLI
VE DAYANIKLI
ÇEKMECE
SİSTEMİ

GENİŞ İÇ
HACİM

Inox



ŞENOCAK



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

Sunuş



YILDIRIM SÖYLEMEZ
yildirimsoylemez@dagitimkanali.net

Nefes almak istiyoruz

2022 yılının bu ilk günlerinde dergimizin 24. yılını kutlamanın haklı gururunu yaşıyoruz. 1998'de ilk sayısını yayımladığımız Dağıtım Kanalı derginizin bu kez 271. sayısı ile karşınızdayız.

Her yıl olduğu gibi bu yıl da dergi okurlarımıza "2021 yılı nasıl geçti, 2022 yılı beklentiniz nedir?" diye sorduk. 2021 yılının son günlerinde ekonomide yaşanan olumsuz havanın etkisi ile piyasalardaki oluşan karamsar durum hem tedarikçi markalarımızı hem de bu markaların bayilerini derinden etkiledi. Dosya konumuz gereği sorularımızı ilettiğimiz marka temsilcilerinin bazıları, dosya çalışmasına, ekonomideki bu puslu havadan olsa gerek katılmak istemediler. 24 yıllık yayın hayatımızda defalarca ekonomik krizleri yaşamış bir yayın organı olarak bugünlerde yaşadığımız olumsuzlukların derinliğini ve gücünü elbette biliyoruz ancak el ele vererek bu olumsuzluklardan kurtulabileceğimize de yürekten inanıyoruz.

Ekonomik kriz tüm sektörleri etkilediği gibi bizim sektörümüzde etkiliyor. Krizin sektörümüze etkilerine geçmeden önce kendimizden bir örnek vermek isterim. Şu anda elinizde tuttuğunuz ve okumak için sayfalarını çevirdiğiniz derginiz oldukça lüks bir iş olmaya başladı. Kâğıt fiyatlarındaki anormal artışlara yılbaşı itibarı ile baskı ve dağıtım gelen %100'e yakın zamlar da eklénince maliyetlerimiz aşırı derece arttı. Elbette çareler arıyoruz ancak bu çareler alışık olduğunuz kalitemizden taviz vererek olmamalı. Sektörümüzün yegane tek dergisi olan Dağıtım Kanalı'na ilanlarınızda desteklerinizi sürdürün. Bir çağrımız da yıllarca kol kanat gerdiğimiz bayilerimize; sizin derginiz olan Dağıtım Kanalı'na ABONE olun ve yeni abone olacak adaylara referans olun.

Ekonomik krizin sektörümüze yansımalarına gelince derginizin ilerleyen sayfalarında konu ile ilgili geniş bir dosya oluşturduk. Dikkatlice okumanızı öneririz, tedarikçi markalarımızın sorunları ile perakendecilerimizin sorunları farklı olmasına rağmen her iki kesimde aynı geminin içinde olduğundan olsa gerek ortak dertleri de aynı "Döviz kurlarındaki anormal artışlar." 2022 yılından beklentileri "sabit bir döviz kuru."

Umarım 2022 yılında hem döviz kurlarındaki hem de COVID 19 hastalığının anormal artışı kontrol altına alınır da tüm Türkiye rahat bir nefes alır.

Dondurmalar Uğur'dan!



UDR 14 SCE

UDR 14 SCE ANKA

Rehber, tarihçi ve yazar Saffet Emre Tonguç, İstanbul aşkını Karaca fincanlarına taşıdı

Bir martının kanadından İstanbul'u anlatan; şehrin büyüğü atmosferini en özel kelimelerle betimleyen Saffet Emre Tonguç'un "Kanatlarımda İstanbul" kitabından ilham alan Karaca, özel bir kahve fincanı tasarladı. Sembolik martı figürünün ve İstanbul silüetinin bulunduğu fincan seti ile "Kanatlarımda İstanbul" kitabını bir araya getiren Karaca, İstanbul'u lezzetli bir kahve eşliğinde keşfetmek etmek isteyenlere benzersiz bir deneyim yaşatacak.

Karaca, İstanbul tutkusu taşıyan ve İstanbul'un her bir köşesindeki renkleri, hikayelerini bir fincan kahve eşliğinde keşfetmek isteyenleri benzersiz bir tasarımla buluşturuyor. Karaca; rehber, tarihçi ve yazar Saffet Emre Tonguç'un "Kanatlarımda İstanbul" kitabından aldığı ilhamla, fincanın etrafını çevreleyen martı figürünün kullanıldığı özel bir kahve fincanı tasarladı. İstanbul'un simgelerinden olan martıyı, kahve fincanının kulbu olarak konumlandırarak yenilikçi ama bir o kadar da sofistike tasarım fincanların tabaklarında ise İstanbul'un eşsiz silueti yer alıyor.

Gold ve silver renklerde tasarlanan kahve fincanları sunumlarda şık bir dokunuş yaratıyor. Özel paketi ile satışa sunulan bu setin içinde Saffet Emre Tonguç'un İstanbul'un tarihi değerlerini anlattığı ve fotoğraflarla bir görsel şölen sunduğu "Kanatlarımda İstanbul" kitabı da yer alıyor.



Coffee Beans Moka Pot ile evde içilen kahveler çok daha lezzetli

Coffee Beans, kahve tutkunlarının mutfaklarında mutlaka bulundurması gereken işlevsel kahve ekipmanlarıyla da çok iddialı. Bu ürünlerden biri olan 3 Cup Moka Pot ile kullanıcılar Americano, espresso ve filtre kahve gibi pek çok farklı türdeki kahveyi rahatlıkla hazırlayabiliyor. Yılbaşına özel bir kampanya başlatan Coffee Beans, mutfakta tam bir kahve şefi işlevi gören 3 Cup Moka Pot ve bu ekipmanla kolayca demlenebilen kahvesi Strong Blend'i 284 TL yerine yalnızca 210 TL'lik fiyatlandırmasıyla satışa sunuyor.

Günümüzde filtre kahvenin çok farklı demleme yöntemleri bulunuyor. Bu yöntemlerden biri olan Moka Pot ise kahvenin daha yüksek basınç ve sıcaklık ile demlenmesini sağladığından yoğun aromalı kahve severler tarafından çok sevilir. Pratikliği ve küçük olmasıyla da tercih sebebi olan Moka Pot, farklı kahve çeşitlerini hazırlayabilmeye olanak tanıyarak kullanıcılarına kahve keyfini maksimum seviyede yaşıyor. Ocak üzerinde kullanılan bu ekipman; alt, orta ve üst kısım olarak üç hazneden oluşuyor.

Basit mekanizmasıyla dayanıklı ve kullanışlı

Yeşil çığ kahve çekirdeklerinden kavrulmuş kahve çekirdeklerine, filtre kahveden espressoya, özel kahvelerden Türk kahvesine uzanan geniş ürün yelpazesinin yanı sıra işlevsel kahve ekipmanlarıyla da çok iddialı olan Coffee Beans, satışa sunduğu 3 Cup Moka Pot ile kullanıcılarını lezzetli bir kahve deneyimine davet ediyor. Birinci sınıf alüminyum kullanılarak üretilen bu ekipman, dayanıklılığı ve şık görünümüyle yıllarca kullanılabilir. Kolay temizlenebilir yapısı ve kullanışlı olmasıyla kahve severlere büyük kolaylık sağlayan 3 Cup Moka Pot, tam gövdeli ve zengin aromaya sahip kahveleri demlemede kullanıcıların en büyük yardımcısı oluyor.



Arzum OKKA Design Week Turkey'de endüstri devleri arasında yer aldı

Arzum OKKA, 17-18 Aralık tarihleri arasında Haliç Kongre Merkezi'nde gerçekleştirilen Design Week Turkey'in katılımcıları arasında yerini aldı. Ticaret Bakanlığı'nın katkısı ve Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ev sahipliğinde düzenlenen, Türkiye'nin en kapsamlı tasarım etkinliği olan Design Week Turkey, Arzum'un da içinde bulunduğu endüstri devleriyle tasarımcıları bir araya getirerek katma değerli ürünler üretebilmek adına bir buluşma zemini oluşturdu.

Türkiye'de tasarım kavramının yerleşmesine ve gelişmesine büyük katkı sağlayan Design Week Turkey'de Arzum OKKA; özel standında misafirlerini ağırladı. Yoğun program boyunca bu özel standı uğrayan katılımcılar, birçok farklı kategoriden yenilikçi tasarıma sahip Arzum ürününün yanı sıra Arzum OKKA ailesi ve bu ailenin yeni üyelerini yakından inceleme fırsatı yakaladı. Ayrıca Arzum OKKA ürünleriyle yapılmış tam kıvamında, bol köpüklü ve eşsiz lezzetteki Türk kahvesinin tadına varma imkânı buldu.

"Dünyadaki önemli tasarımcılarla çalışıyoruz"

Arzum Yönetim Kurulu Başkanı Murat Kolbaşı, Design Week Turkey'de yer almaktan dolayı büyük mutluluk duyduğunu söyledi. Etkinlik



bünyesinde yer alan; 'Stratejik Tasarımın Kurumsal Dünyadaki Yeri' oturumunda konuşan Kolbaşı, Arzum'un; tasarım, inovasyon ve teknolojiyi odağına alarak ortaya çıkardığı ürünlerle, 55 yıldır tüketicilerin hayatını kolaylaştırdığını söyledi. Kolbaşı; "Arzum olarak özellikle son yıllarda ar-ge (araştırma-geliştirme) alanındaki kaslarımızı

güçlendiriyoruz. Pazardaki trendleri çok doğru takip eden bir ekibimiz var. Türkiye'nin önde gelen tasarım ofisleri ve dünyadaki önemli tasarımcılarla çalışıyoruz. Ürün tasarımı konusunda üniversiteler, start-up firmaları, yerli ve uluslararası tasarım şirketleri, Ar-Ge şirketleri ve test kuruluşları ile ortak çalışmalar yürütüyoruz." dedi.

Sam Çeviköz yeni bir kahve markasını hayata geçirdi: Coffee HQ

Türkiye kahve sektörünü 3. nesil kahve ile tanıştıran isimlerden biri olan Sam Çeviköz'ün kurduğu Coffee HQ (Coffee Headquarters), nitelikli çekirdekleri ve özel demleme yöntemleriyle benzersiz seçenekler sunuyor. Coffee HQ, İzmir İstinyePark AVM'de yer alan mağazanın ardından İstanbul Akaretler'de açtığı ikinci mağazasıyla İstanbullu kahve severlerle de buluşuyor.

Kahvenin en iyi haline ulaşma fikriyle kurulan Coffee HQ (Coffee Headquarters), nitelikli kahveleri üçüncü nesil demleme yöntemleriyle buluşturuyor. Girişimci, eğitmen ve Kahve Gurusu Sam Çeviköz tarafından kurulan Coffee HQ'nun, her yudumu bir deneyime dönüştüren kahve çeşitleri alanında uzman baristalar tarafından özenle yapılıyor.

Özel demleme yöntemleri fark yaratıyor Coffee HQ baristaları, cappuccino, Americano, latte, mocha gibi sevilen kahve seçeneklerini lezzetli espressolarla hazırlıyor. Kaliteli çekirdeklerin yanında doğru oranda yapılmış kavurma işlemleri, su-kahve, süt-kahve oranlarının en iyi şekilde harmanlanması da



nitelikli kahvenin demlenme yolculuğunda büyük önem taşıyor. Tüm bu detaylara dikkat eden Coffee HQ'da ayrıca, kahvenin lezzetine lezzet katmak için Sam Çeviköz'ün özel demleme yöntemleri uygulanıyor.

İzmir'den sonra İstanbul mağazası da açıldı

İlk mağaza yatırımını Ekim 2021'de İzmir İstinyePark AVM'de yapan Coffee HQ, 22 Kasım'da İstanbul Akaretler'de açtığı yeni mağazasıyla İstanbullu kahve severlerle de buluşmaya başladı. Her şubesi birbirinin



devamı niteliğinde tasarlanan mağazaların misafirleri, Coffee HQ standardında yapılan eşit kalitedeki lezzetlerin tadını çıkartıyor.

Haier Europe Türkiye Operasyonlarında Yeni Atama



Haier, Türkiye'deki üretim yatırımlarından sonra Türkiye'deki ticari operasyonlarını da yeni atamasıyla destekliyor.

Dünyanın en büyük beyaz eşya markası Haier, nihai ürün ve akıllı ev çözümlerini yapay zeka, IoT ve bağlanabilir teknolojilerle entegre ederek Avrupa'da sektörün en iyi üç oyuncusu arasına girmeyi hedefliyor.

Haier'in bu hedeflerini gerçekleştirme yönünde attığı son adım, 6 yıldan fazladır şirketin Türkiye operasyonlarında farklı görevlerde yer alan Gözde Küçükyılmaz'ın Ocak 2022 tarihi itibarıyla Haier Group'un Türkiye ticari operasyonlarından sorumlu Ülke Müdürü olarak atanması oldu. Şirket bünyesinde gerçekleşen bu değişim sonrasında, bugüne kadar Haier Group'a kattığı değerleri ve başarılarını daha da

ileriye taşıyacak olan Gözde Küçükyılmaz, geliştirilen marka stratejisini ve ileri dönem planlarını da şu şekilde özetledi; "Dünyanın bir numaralı beyaz eşya markası olan Haier'in rekabetçi değer gücünden faydalanarak çoklu marka stratejisini Türkiye'de başarıyla kurmak, farklı ürün gruplarında tüketiciye akıllı bağlantılı ürün deneyimini yaşatmak, gelişen beyaz eşya sektöründeki fırsatları avantaja çevirmek, pandemi sebebiyle evrilen tüketici ihtiyaçlarını sıfır mesafe politikası kapsamında daha iyi anlayıp çözüm odaklı teknolojilerimizle iyi bir tüketici deneyimi yaşatmak ana hedeflerimiz arasındadır." dedi.

Haier Europe Hakkında

Haier Europe, dünyanın bir numaralı beyaz eşya üreticisi ve Fortune Global 500 listesinde yer alan Haier Smart Home Group'un bir parçasıdır. Şangay (600690.SH), Frankfurt (690D.DE) ve Hong Kong (06690.HK) borsalarında listelenen Haier Smart Home, 14 Ar-Ge merkezi, 122 üretim tesisi ve yaklaşık 100.000 çalışanı ile 5 kıtada faaliyet göstermektedir. Şirket, 160'tan fazla ülkedeki satış gücüyle 2020 yılında yaklaşık 26,5 milyar Euro'nun üzerinde küresel gelir elde etti. Haier'in vizyonu, dünya çapında tüm evlere akıllı çözümler sağlayarak Nesnelerin İnterneti (IoT) alanında küresel lider olmaktır. Haier Smart Home, D-Share Market'e giren ilk Çinli şirket olmasının yanı sıra 2018'de Frankfurt Menkul Kıymetler Borsası'nda Prime Standard olarak listelenmiştir. Şirketin ana hedeflerinden biri hem uluslararası alanda markayı tanıtmak hem de Candy, Hoover, Haier, Rosières, GE Appliances ve Fisher&Paykel markalı ürünleri sattığı Avrupa pazarında ticari büyümeyi desteklemektir. Haier Europe'un merkezi Brugherio (MB), İtalya'dır. Haier Europe hakkında daha fazla bilgiyi burada bulabilirsiniz.

Tefal

TEFAL ŞİMDİ
ÇOK DAHA

ÇEKİCİ

Tefal Süpürgeler
Şimdi Türkiye'de!



Sürdürülebilirlik 2022'de gündemimizdeki en önemli konular arasında

"Müşterilerimizi her zaman işimizin merkezine koyuyor, üretmeyi seviyor ve işimizi severek yapıyoruz. Tüm bunlar da bize yalnızca bir yıl değil, seneler boyu başarı sağlıyor."

2021 yılı Yorglass için nasıl geçti? Konuyla ilgili görüşlerinizi duymak isteriz.

2021, pandemi koşulları zorluğunun hala etkisini kaybetmediği bir dönemdi ama biz gerekli adımları başarıyla atarak daha da büyüdük. Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu listesinde konumlanırken, Türkiye İhracatçıları Meclisi'nin 1000 ihracat şampiyonunu açıkladığı listede ilk 500'de yer aldık. Dünyanın en büyükleriyle yan yana ilerliyoruz. Ülkemizdeki pazar payımız yüzde 50, Avrupa'daki pazar payımız yüzde 25 seviyesine çıktı. Çalışan sayımız da pandemi koşullarında iki katına ulaştı. Şirketimizin temellerine işlediğimiz kültürümüz gereğince güçlü atılımlarda bulunarak faaliyetlerimizi artırdık. Uluslararası iş ortaklarımız için devreye aldığımız Çerkezköy tesisimiz önemli çalışmalar ortaya koyuyor ki, bunun en önemli göstergesi değerli iş ortağımız Bosch Grubu tarafından Direkt Malzeme Satın Alma - Tüketim Malları kategorisinde Yılın Global Tedarikçisi seçilmemiz oldu. Ödüller kapsamında 16 ülkeden yaklaşık 23 bin tedarikçi değerlendirildi. Bu güzel başarı iş ortaklarımızı ve müşterilerimizi işimizin merkezine yerleştirmemizin göstergelerinden biri. Son olarak da dünyanın önde gelen vergi ve yönetim danışmanlığı firması Deloitte tarafından yapılan değerlendirmede 2021'in 'En İyi Yönetilen Şirketler' kategorisinde ödülün sahibi olduk. Yolumuzda başarıyla ilerliyor, sektörümüze öncülük ederek heyecan verici başarılarımıza yenilerini eklemeye devam ediyoruz.

İyi bir yıl geçirmenizde sizce temel neden neydi?

Müşterilerimizi her zaman işimizin merkezine koyuyor, üretmeyi seviyor ve işimizi severek yapıyoruz. Tüm bunlar da bize yalnızca bir yıl değil, seneler boyu başarı sağlıyor. Fabrikalarımızda her üç saniyede bir cam üretiyoruz. 10 yılda beyaz eşya sektörüne sattığımız cam adedi 250 milyonu geçti. Bu bir rekor ve özellikle belirtmem gerekiyor:



Yorglass bugün itibarıyla güvenilir ve global bir tedarikçi olma vizyonu ile sürekli geliyor, büyüyor ve teknolojiye etkin yatırımlarda bulunuyorsa, bu, işini büyük tutkuyla yapan ve odaklanan ekibimiz sayesinde. Bizi motive eden şey başarı. 1974'te endüstriyel cam işine girdiğimiz günden bu yana başarıdan besleniyoruz ve bu da bize her şeyin daha iyisini yapabilme gücü veriyor. Dolayısıyla bugün Yorglass olarak ürünlerimizi 6 kıtada 60'a yakın ülkeye ulaştırmamız bir tesadüf değil, hedeflerimizde doğru emin ve güçlü adımlarla ilerlememizin bir sonucu.

Faaliyet alanlarınız ve tesislerinizden bahseder misiniz? Hangi alanlara yoğunlaşıyorsunuz?

Üretim ve ticari çalışmalarımızı; Yorglass Ticaret, Yorglass Satina, Yorglass Ticari Soğutucu ve Yorglass Beyaz

Eşya iş üniteleri altında Türkiye'nin beş farklı şehrinde yer alan tesislerimizde gerçekleştiriyoruz. Bolu, Çerkezköy, Eskişehir, İzmir ve iki de Manisa'da olmak üzere altı tesisimiz var. Manisa'da bulunan Yorglass Satina, Türkiye'nin ilk dekoratif cam üretim tesisi olarak faaliyetlerini sürdürüyor. Müşterilerimize benzersiz tasarımlarla hitap ederken, karbon ayak izi belgesiyle çevre duyarlılığındaki farkını ortaya koyuyor. Manisa'daki bir diğer işletmemiz olan Yorglass Ticari Soğutucu, yüksek performanslı teknolojik camların ve sistemlerin merkezinde yer alıyor. Uluslararası standartlardaki üretim anlayışıyla farklı taleplere uygun özel cam, kapı çözümleri ve dolaplar sunuyor. İzmir'deki Yorglass Ticaret'le aralarında düz cam, renkli reflekte, kaplamalı, ayna, lamine, ve buzlu camın da bulunduğu zengin ürün çeşitliliğine sahibiz. Burada 150'den fazla farklı cam türünü sunuyoruz. Bolu,



Fabrikalarımızda her üç saniyede bir cam üretiyoruz. 10 yılda beyaz eşya sektörüne sattığımız cam adedi 250 milyonu geçti. Bu bir rekor ve özellikle belirtmem gerekiyor: Yorglass bugün itibarıyla güvenilir ve global bir tedarikçi olma vizyonuyla sürekli gelişiyor, büyüyor ve teknolojiye etkin yatırımlarda bulunuyorsa, bu, işini büyük tutkuyla yapan ve odaklanan ekibimiz sayesinde.



Çerkezköy ve Eskişehir lokasyonlarındaki Yorglass Beyaz Eşya işletmelerimizde fırın pano camları, bek tablası, ön kapak camları, fırın iç camları ve buzdolabı raf camı üretimi yapıyoruz. İnovatif yaklaşımımız ve 21'inci yüzyılın tüm ihtiyaçlarına cevap veren geniş ürün yelpazemiz ile sektöre öncülük etmeye devam ediyoruz.

Dijitalleşme süreci için kısaca neler söylersiniz?

Günümüzde değişimin hızı inanılmaz boyutlara ulaşmış durumda. Pandemiyle birlikte dijitalleşmedeki değişim süreci de hızlandı ve buna uymayanlar, yani çağın gereksinimlerini karşılayamayanlar maalesef ayakta kalamıyor. Dolayısıyla değişime uyum sağlamayı, ortamın şartları neyse adapte olmayı önemsiyoruz. Yorglass'ta bu kültür yaratmış olmanın verdiği güven,

geleceğin dünyasında etkin rol oynayacağımızı gösteriyor. Üretim hatlarımız teknolojinin ışığında günden güne daha da dijitalleşiyor. Manisa'daki Ticari Soğutucu ve Satına ile Çerkezköy'deki Beyaz Eşya işletmemiz, Endüstri 4.0 altyapısına uygun olarak en yeni ve son teknoloji makine parkuruyla üretim yapıyor. Kültürümüzün temellerine işlenen inovasyon, bugüne kadar olduğu gibi bundan sonra da çalışmalarımızın merkezinde yer alacak. Biz, yaşama değer katan yeni nesil teknolojik fikirlerin peşindeyiz, altı tesisimizdeki faaliyetlerimizi de bu düşüncenin rehberliğinde şekillendiriyoruz. İleri teknoloji entegre sistemleri kullanarak daha başarılı sonuçlar elde ederken, otomasyon ağırlıklı üretim parkurlarımızla müşterimizin ve paydaşlarımızın ihtiyaçlarına çözüm sunuyoruz. Bundan dolayı inovatif ürünler geliştirmek için Ar-Ge merkezimizin kurulum çalışmalarına ağırlık verdik. Dijitalleşme Yorglass'ın her alanında yaşanıyor. Ürünlerimizi de doğayı koruyan



teknolojik gelişmelerle yenileyerek taleplere uygun hale getiriyoruz.

2022 hedefleriniz arasında neler öne çıkıyor?

Sürdürülebilirlik, 2022'de de gündemimizdeki en önemli konular arasında. Daha iyi bir geleceğe sürdürülebilirlik doğrultusunda kavuşulacağını biliyoruz. Yorglass olarak kendi geleceğimizi dünyanın geleceğinden ayrı yerde konumlamıyor, süreçlerimizde çevre dostu uygulamaları tercih ediyoruz. Konuyla ilgili olarak Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi'ne imza atarak somut ve önemli bir adım attık. Bu açıdan da sektörümüzde tekiz. Enerji verimliliğinin çevreye etkilerini dikkate alarak çalışmalar ortaya koyacak, tüm işletmelerimizde karbon emisyonumuzu daha da düşüreceğiz. Çok yakında 2021 Sürdürülebilirlik Raporumuzu yayınlayacağız.

Bir diğer hedefimiz de yeni yatırımlarımızı hızlandırmak. Yakın dönemde hayata geçireceğimiz yeni yatırımımızı duyurmayı planlıyoruz. Biz değerlerimizle sektörümüzde örnek alınan bir şirketiz. Markamıza duyulan güveni ve bilinirliğimizi daha da ileriye taşıma hedefinden şaşmadan güvenilir global bir tedarikçi olma sorumluluğuyla çalışmayı sürdüreceğiz.



Bir diğer hedefimiz de yeni yatırımlarımızı hızlandırmak. Yakın dönemde hayata geçireceğimiz yeni yatırımımızı duyurmayı planlıyoruz. Biz değerlerimizle sektörümüzde örnek alınan bir şirketiz.



Beyper Olağan Yönetim Kurulu Toplantısı gerçekleştirildi

Dayanıklı Tüketim ve Beyaz Eşya Perakendecileri Derneği Beyper, Olağan Yönetim kurulu toplantısını yaptı. Gündemle ilgili maddelerin görüşüldüğü toplantıya Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası ve Elit Hukuk Bürosu yetkilileri de katıldı.



Beyper ziyaretlerine devam ediyor



Beyaz eşya ve dayanıklı tüketim malları sektöründeki bayi teşkilatının gelişmesi ve kuvvetlenmesi için çalışmalarını sürdüren Beyper, 02.12.2021 tarihinde İstanbul, Maltepe’de bulunan genel merkezinde olağan yönetim kurulu toplantısını gerçekleştirdi. Farklı gündem maddelerinin konuşulduğu ve karara bağlandığı toplantıda gelecek dönem için de yapılacak çalışmalar masaya yatırıldı. Toplantıda yeni üyeliklerin derneğe kabulü, 2021 yılı genel sektör değerlendirmesi, güncel para piyasaları ve ekonomik dalgalanmaların sektör üzerinde yarattığı etkiler, 2022 yılı içinde dernek bünyesinde yapılacak çalışmaların planlamaları ve bir sonraki yönetim toplantısı yeri ve zamanı ile ilgili konular görüşüldü.

Toplantıya yönetim kurulu üyelerinin yanında farklı konularda görüş ve fikirlerini bildirmek üzere konuklar da davet edildi. Bu konuklardan ilki Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası’nda görevli Cihan Özkalaycı ve Selman Topaloğlu oldu. Beyper Yönetim Kurulu üyeleri ile bir araya gelen Özkalaycı ve Topaloğlu, mevcut döviz hareketleri ve para politikalarının sektörel etkileri üzerine karşılıklı fikir alışverişinde bulunarak sohbet etti.

Toplantının diğer bir konusu da Elit Hukuk Bürosu yetkilisi Avukat Mahmut Fırat oldu. Fırat, beyaz eşya perakende sektöründe senetli satışların tahsilatı konusunda yıllarca süren çalışmalarını ve bunların çıktılarını

Beyper Yönetim Kurulu üyeleri ile paylaştı. Sektörde sıkça yapılan bu satışların hukuki boyutları hakkında bilgi veren Fırat, yapılması gerekenler konusunda da görüşlerini aktardı.





2021'de dalgalanan deniz 2022'de duracak mı?

Pandemi sebebiyle son birkaç yıldır çok zorlu zamanlar geçiren ve dükkanlarını bir açıp bir kapatmak zorunda kalan beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektörü, bu süreci tam atlattım derken 2021 yılının son döneminde patlak veren kur kriziyle karşı karşıya kaldı. Dövizde yaşanan dalgalanmalar, son derece kırılgan durumda olan ülkemiz ekonomisi üzerinde son derece olumsuz etkiler yaratırken birçok sektörde ve alanda sayısız zamlar ve hızla artan fiyatlarla tüketicide kendisini hissettirdi. Dünyanın en büyük üreticileri arasında yer alan ve ülkemizin de en büyük ve itici sektörlerinden biri olan beyaz eşya da bu dalgalı durumdan oldukça olumsuz şekilde etkilendi. Pandeminin verdiği etkiyle tüketicilerin uzun süredir beklettikleri talepler sektörde satış ve ciroya dönerken, bu etki kısa süreli oldu ve ertelenen satışlar, gelecek dönemki planlı satın almaların önüne geçti. Buna bir de dövizin hızlı yükselişi eklenince sektör hem üretici hem de bayi ve perakendeci tarafında yılı soru işaretleri ile kapattı. Üretici firmalar genel olarak ciroların yükselmesi ve satışların artmasının verdiği etkiyle gelecek döneme daha pozitif bakarken, satışın en

sıcak şekilde geliştiği nokta olan bayiler de farklı sıkıntılara göğüs germek zorunda kaldılar. Stok yönetimi, enerji yönetmeliğinde değişim sebebiyle elde kalacak eski ürünler, çip krizi nedeniyle ürün talebinin yeterince karşılanamaması, artan zamlı fiyatların tüketicide yarattığı olumsuz etki ve dövizin yarattığı yüksek enflasyon ortamı bayilerin de zihinlerindeki kuşku ve kaygıların devam etmesini sağladı. Talebin geri gelmesi ile yılın genelini iyi geçiren ve cirolarını artıran perakendeciler için 2022'nin özellikle ilk 6 ayı daha puslu görünüyor. Üretici firmalar da yeni ürün üretimi ve tedariğini sağlamak için canla başla çalışmanın yanında tüketicilerden gelen teknoloji taleplerini inovasyon ve yenilik olarak sunmaya gayret ediyorlar. 2021 ve öncesinden dalgalanan deniz, 2022'de de durgun hale gelecek gibi durmuyor.

Sektörün tek dergisi Dağıtım Kanalı olarak bizler de yılın ilk sayısında hem üretici hem de bayilere genel durumu nasıl gördüklerini sorduk. Derneklerden de aldığımız görüşlerle zenginleşen dosya konumuz yılın nasıl geçeceğine dair önemli ipuçları içeriyor.

Silverline Ev Gereçleri Satış ve Pazarlama A.Ş şirketi adına Silverline Yönetim Kurulu Başkanı ve Ceo'su **Mustafa Laçın**

SILVERLINE®

Yurt içinde elde ettiğimiz pazar payı ile sektörün en fazla büyüyen marka unvanını elde ettik.

2021 yılı sonu itibarı ile yıllık satışlarınızı, pandemi sebebi ile tüketiciler nezdinde ortaya çıkan talep artışlarını ve kur artışı ile doğan fiyat istikrarsızlığını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Yurt içi ve yurt dışındaki markalaşma yatırımlarımız, yeni pazarlara yönelik geliştirdiğimiz projeksiyonlar ve ihracatta yaptığımız atılımlarla yüzde 56 büyümeye kaydettik ve 2021'i 1 milyar 173 milyon TL ciro ile kapatıyoruz. Yurt içinde elde ettiğimiz pazar payı ile sektörün en fazla büyüyen marka unvanını elde ettik. İhracatta yaklaşık dolar bazında yüzde 50 büyümeye ile bugüne kadarki en yüksek ihracat rakamına ulaşarak 57 milyon \$ ciro elde ettik. 2021 yılında kurlarda ve hammadde fiyatlarında ciddi artışlar yaşandı. Bu artış fiyatlarla birebir yansıtılamasa da ankastre ürünlerinde yıl başlangıcına göre yüzde 35-40 seviyelerinde bir artış olduğunu söyleyebilirim. Fiyatlardaki istikrarsızlıktan kaynaklı olarak talebi azalabileceğini ve dolayısıyla sektörel büyümeyi olumsuz etkileyeceğini düşünüyorum.

2022 yılında sizleri bekleyen fırsat ve tehditler nelerdir? Yeni yıldan genel olarak beklentileriniz nelerdir?

Dijitalleşmenin artması, yeni neslin dışa dönük yaşam tarzını benimsemesi ve kullanıcı odaklı ürünlerin tercih edilmesi sonucu mutfaklarda estetik, teknoloji ve fonksiyonellik kavramları ön plana çıkmaya başladı. Buna bağlı olarak son yıllarda sürekli büyüme gösteren ankastre sektörü 2021 yılını da çift haneli büyüme ile kapatıyoruz. Son dönemde bütün sektörlerde olduğu gibi tedarikte yaşanan sıkıntılar, kur artışları, maliyet artışları üretimde planlama ve sıkıntılara sebep oluyor. Türkiye üretim gücü yüksek bir ülke, bu sıkıntıların aşılması Türkiye'nin ihracatta çok daha hızlı büyümesini sağlayacak. Silverline olarak her zaman olduğu gibi ulaşabilir fiyat politikası, kaliteli üretim, kullanıcı odaklı fonksiyonel ürünler ve satış sonrası iyi hizmet anlayışımızla 2022 yılında da fark yaratmayı, iç piyasada mevcut hacmini korumayı ve ihracatta 2021'e göre dolar bazında yüzde 10 büyümeye hedefliyoruz.



Goldmaster Genel Müdürü Sinan Bora

Goldmaster

2022'de ekonomi canlanacak

2021 yılı sonu itibarı ile yıllık satışlarınızı, pandemi sebebi ile tüketiciler nezdinde ortaya çıkan talep artışlarını ve kur artışı ile doğan fiyat istikrarsızlığını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Pandemi sürecinde, evlerinde vakit geçiren insanlar teknolojik ürünlere, bilgisayar oyunlarına, ses sistemlerine ihtiyaç duydular ve bu yönde alımlar yaptılar. Ev hanımları ise ekmek yapma, pasta, börek yapma makinelerine, baskül, masaj aletlerine talep yarattılar. Tabii kahve makineleri cafelerin müdavimlerinin ilk aklına gelen elektrikli ev aletleri arasında oldu. Hava nemlendirme ve hava temizleme aletleri özellikle küçük çocuğu olan ailelerin istek listesinde yerini aldı. Bay/bayan kişisel bakım ürünlerinde de ciddi bir talep oluştu. Dışarı çıktıklarında, işe giderken veya civarlarında gezerken toplu taşımayı tercih etmeyenler ise mikro mobilitate ürünler diye adlandırabileceğimiz scooter'ları öne çıkardılar.

Tüm bu saydığım ürünlerin öne çıkmış olması ve tüm çeşitleriyle bizim satış listemizde olması ciro kaybımızı en aza indirmede çok önemli oldu. Sorunuza tersten bakarsak, fiyat istikrarının sağlandığı ekonomilerde insanlar fiyatları kolayca karşılaştırma imkânı bulur. Böylece yatırım ve tasarruf kararlarını daha doğru alabilirler. Tüketiciler ellerindeki para ile ne alacakları konusunda daha doğru kararlar verirken aynı şekilde şirketler de daha doğru yatırım kararları verirler. Kordaki aşağı yöne gidişi olumlu buluyor ve normalleşme için çok değerli görüyorum.

2022 yılında sizleri bekleyen fırsat ve tehditler nelerdir? Yeni yıldan genel olarak beklentileriniz nelerdir?

Ben pandeminin başından beri iyimser yaklaşan, panik yapmayan bir tavır içinde oldum, olumsuz bakmanın fayda getirmediğine inancımı korudum. Bu yüzden tehdit yerine sorun demeyi tercih edeceğim, Covid-19 salgını nedeniyle alışveriş merkezleri ve mağazaların kapanması perakende sektörünü önemli ölçüde etkiledi. Firmaların e-ticaret ciroları rekor seviyelere ulaşsa da bu kanalların normal dönemde edilen ciroya ulaşması asıl önemli olan. Burada da güvenli alışveriş ortamı algısı ve olgusu devreye giriyor. Tüketiciler bir süre daha psikolojik olarak virüs kapma olasılığına karşın endişeli davranabilir.

2022 yılının ilk birkaç ayında kur artışının stabil hale gelmesi ve ücret artışları piyasanın hızla normalleşmesine ve ertelenen ihtiyaçların tekrar gündeme gelmesine sebep olur diye umuyorum, tabii bu da ekonominin canlanması demek. Ayrıca 2021 yılında Uzakdoğu üreticilerinin sıkıntıları sebebiyle Türkiye'ye yönelen taleplerle artan dünya pazarlarında etkinliğimizin çok daha ileriye gideceğini düşünüyor ve 2022 ile ilgili üretim ve yurt içi/yurt dışı satış planlarımızı ona göre yapıyoruz. Kısacası biz firma olarak 2022 yılından ümitliyiz, özellikle ihracat yaptığımız ülke sayısının hızla artacağı görüşündeyim.



Özlem Çalışkan Luxell

LUXELL

Luxell olarak 2022'de de fayda üretmeye devam edeceğiz

2021 yılı sonu itibarı ile yıllık satışlarınızı, pandemi sebebi ile tüketiciler nezdinde ortaya çıkan talep artışlarını ve kur artışı ile doğan fiyat istikrarsızlığını nasıl değerlendiriyorsunuz?

2021 yılı belirsizlik ve bilinmeyenle mücadele etmeye çalıştığımız bir yıl oldu. Sadece ekonomik anlamda değil, sosyal ve beşeri anlamda da yaşam şekillerimiz hızla değişti ve pandemi sebebiyle ortaya çıkan bu değişikliklerin kalıcı etkileri olduğu da tartışılmaz; Ulusal ve Uluslararası tedarik zincirlerinden üretici ve tüketici davranışlarına, çalışma modellerinden iş yapma yöntemlerine, gündelik yaşamdan teknolojik alışkanlıklara kadar bir çok ana eğilim yeniden yapılandı veya yeniden tanımlandı. 2021 pandemi gündeminin şüphesiz ki en önemli gelişmesi ise aşı oldu. Aşı ile hızlı bir toparlanma süreci ve perakende sektöründe iyileşmeleri gözlemlemeye başladığımız süreçte birçok firma gibi bizde pandemi kazanımlarını gözden geçirerek, gündemimizi; kâr, zarar, ciro, maliyet gibi başlıklardan; ekosistem seferberliği, sürdürülebilir büyüme ve kalkınma çalışmaları, müşteri deneyiminin anlaşılması, buna uygun dijital dönüşüm gibi daha büyük ve önemli konulara taşındık. İhtiyaç ve beklentilere uygun, hızlı, güvenilir, verimli, yüksek performanslı çözümler ile bakış açımızı revize ettik. Teknolojiye ve tüketici ihtiyaçlarını göz önüne alarak 2022 yılı için birçok proje planladık. Yeni ürün kategorileri, enerji ve kaynak verimliliği, Ar-ge faaliyetleri, dijital dönüşüm, müşteri deneyimi odaklı konforlu ve şık tasarımı ürünler ile 2022 yılına giriş yapmayı hedefliyoruz.

Pandemi süreci sadece üretim ve tedarik sektöründe değil tüketici kanalında da önemli tanımlamalar yaptı. Bu süreçte ortaya çıkan

talep artışlarında, tüketicinin talep yönü de yeniden şekillendi. Artık tüketiciler, taleplerinde marka tercihi yerine ihtiyaçlar kapsamında uygun fiyatlı ürünü satın almayı, tercih olarak göz önüne serdi.

2022 yılında sizleri bekleyen fırsat ve tehditler nelerdir? Yeni yıldan genel olarak beklentileriniz nelerdir?

2022 yılında hem fırsatlar hem de tehditler açısından etkili olacak birtakım trendleri öngörebiliriz. Bu trendlerin ana sebepleri olarak karşımıza teknoloji, ekonomik gücün değişimi, demografik değişim, iklimsel ve çevresel sorunlar olarak sıralanabilir. Bunların yanı sıra bu gelişmelerin tetiklediği; yaşam şeklinin yeniden gözden geçirilmesi ile ortaya çıkan sağlıklı yaşam, sürdürülebilir yaşam, dijital yaşam gibi tüketici odaklı kavramlara ek olarak, tüketici deneyimlerinin ön plana çıkması, iş hayatında yeni çalışma modelleri, orta sınıf gelir düzeyinin yeniden tanımlanması, değişen alışveriş alışkanlıkları olarak da tedarik zinciri açısından yeniden gözden geçirilmesi gereken kavramlar önümüzde duruyor. Firma olarak işletme yapımız ve hizmetlerimizde hangi trendlere odaklanmamız gerektiğini, tüketicilere göre bu etkilerin nasıl ve ne ölçüde değiştiğini, yeni oluşmaya başlayan veya olgunlaşma döneminde olan trendleri doğru anlamaya çalışarak yeni yıl için projelerimizi şekillendiriyoruz. Geçtiğimiz yılda firma olarak, tüketicilerin daha kaliteli, daha uzun süre dayanan, ilave faydaları olan, çok yönlü özellikler ile hayatı kolaylaştıran bütçe dostu ürünler konusundaki talebine yanıt verdiğimiz gibi 2022 yılı için yine bu taleplere uygun üretime, dinamiklerimizi geliştirerek devam edeceğiz.

2021 yılını birçok pazaryerinde ürün çeşitlerimizi artırarak aktif olarak satışlarımıza

devam ettik bunun yanı sıra web sitemizi yenileyerek ve sürekli güncel tutarak tüketicilerimize ürünlerimize ve satış sonrası hizmetlerimize kolaylıkla ulaşabileceği bir alan yarattık. Ancak alışveriş sürecinin yeniden konumlandığını ve tüketicilerin e-ticaret kapsamındaki harcamalarının arttığı bu dönemde dijitalleşmenin bile yeterli olmadığı yeni düzen, tedarik zinciri içerisindeki kanallar açısından talep tehditleri oluşturacaktır. Ülkemize ve toplumu hizmet ettiğimiz farkındalığıyla, fırsatları ve tehditleri doğru kurgulayarak, yerli ve milli kaynaklarımızı doğru kullanarak 2022'de de fayda üretmeye devam edeceğiz.



Gürses Kurumsal Yönetim Kurulu Başkanı İrfan Gürses

GÜRSES

KURUMSAL

Gürses Kurumsal olarak 2021 yılını %100'e yakın büyüme ile kapatıyoruz

2021 yılı sonu itibarı ile yıllık satışlarınızı, pandemi sebebi ile tüketiciler nezdinde ortaya çıkan talep artışlarını ve kur artışı ile doğan fiyat istikrarsızlığını nasıl değerlendiriyorsunuz?

2020 yılında ortaya çıkan pandemi ile birlikte, tüketicilerin büyük kısmı zamanlarının çok büyük çoğunluğunu evlerinde geçirmek zorunda kaldılar. Bu durum da doğal olarak beyaz eşya ve tüketici elektroniği sektörünü olumlu etkiledi ve sektörde beklenenin üstünde büyüme ortaya çıktı. Gürses Kurumsal olarak 2021 yılını kısaca değerlendirdiğimde cirosal bazda %100'e yakın büyüme ile 2021 yılını kapatıyoruz gibi gözüküyor. Tabii ki bünyemize yeni katılan markaların ve genişleyen bayi ağıımızın, bu büyümedeki etkisini unutmamamız gerekir. Şunu açıkça ifade edebilirim ki, Gürses Kurumsal olarak öncelikli hedefimiz cirosal büyümeden ziyade bayi ağıımızın genişlemesidir. Tüm önceliğimizi ve konsantrasyonumuzu bu konu üzerine veriyoruz. Yılın son çeyreğinde ortaya çıkan kur dalgalanması ile birlikte fiyatlarda önceden öngörülmemeyen bir dalgalanma yaşandı. Şunu açıkça ifade etmem gerekir ki bizim gibi distribütör firmalar: üretici firmadan aldıkları ürünü en hızlı şekilde bayileri vasıtası ile nihai tüketicilere ulaştırma gayesindedir. Fiyat yapıcı veya düzenleyici bir rolümüz bulunmuyor. Piyasa da bu yaşananlar da bizi ziyadesi ile üzdü. Kurdaki dalgalanmanın da ortadan kalkması ile birlikte 2022 yılı Ocak ayından itibaren fiyatların oturmasını bekliyoruz.

2022 yılında sizleri bekleyen fırsat ve tehditler nelerdir? Yeni yıldan genel olarak beklentileriniz nelerdir?

2022 yılında artan aşılama oranları ile birlikte COVID 19 hastalığının etkisini azaltacağına inanıyoruz. Beyaz eşya ve tüketici elektroniği sektörünün 2022 yılında Türkiye büyümesine paralel yine cirosal bazda iki haneli büyüyeceği inancındayız. Tüm

planlamalarımızı buna göre yapıyoruz. Sektör üstündeki en büyük tehdidin: 2021 yılında ortaya çıkan ve halen tüm dünyada devam etmekte olan çip ve yarı iletken hammadde sıkıntısı: ne yazık ki piyasada mal arzının istenen seviyeye ulaşmasını etkiliyor. Bir de, bu konunun üzerine Uzakdoğu'dan gelen ürün ve yarı mamul ürünlerinin artan navlun ücretleri istenmeyen fiyat artışlarına sebep oluyor.



Seren Dayanıklı Tüketim Yönetim Kurulu Üyesi **Selim Gizer**

2022 genel olarak ekonomiye güvenin ticarete yön vereceği bir yıl olacak

2021 yılı sonu itibarı ile yıllık satışlarınızı, pandemi sebebi ile tüketiciler nezdinde ortaya çıkan talep artışlarını ve kur artışı ile doğan fiyat istikrarsızlığını nasıl değerlendiriyorsunuz?

2021 yılı dayanıklı tüketim sektöründe geçtiğimiz yıllara göre başarılı sayılabilecek bir yıl oldu. Buzdolabı ve klima özellikle sektörün hareketli kategorileri oldu. Derin dondurucu bölümü ise 2020 yılındaki çok ciddi büyümesinden sonra 2021'de bir miktar kayıp yaşadı. Temmuz ayı ile başlayan normalleşme insanların önceliği önce turizm harcamaları daha sonra okulların açılması ile eğitim harcamalarına vermesi de

en yüksek sezonumuzda adetsel azalmanın sebepleri oldu. Yıl sonuna doğru kurların hareketlenmesi ise esnafın biraz gelecek yıl için stok talep ederek kendini korumasına yol açtı. Gelecek yıl en iyi ihtimalle 2021 fiyatlarından %30-40 oranında artışlar olması kaçınılmaz. Burada son haftalarda yaşadığımız istikrarsız dönemin birçok firmanın ve beyaz eşya perakendecisinin maliyet hesaplamalarında dengesizlikler yaşaması gibi bir problemi ortaya çıkarmıştır.

2022 yılında sizleri bekleyen fırsat ve tehditler nelerdir? Yeni yıldan genel olarak beklentileriniz nelerdir?

2022 genel olarak ekonomiye güvenin

ticarete yön vereceği bir yıl olacaktır. Eğer tüketiciler istikrarlı bir ekonomik ortam olduğunu düşünürse ihtiyaçları için alım satıma yönelecektir aksi takdirde spekülasyon hareketler yüzünden birçok sektörde suni fiyatlar, düzensiz talep gibi durumlardan dolayı sıkıntılar yaşanabilecektir. Elbette böyle bir ortamda iyi planlama yapan, güçlü bayi olan firmalar daha az etkilenip belki ürün eksikliği gibi rekabeti azaltan durumlardan da avantajlar yakalayabilir. Biz kendi adımıza son yıllarda Şenocak markasının artan popülaritesi ile birlikte ürün gamımızı tamamlayan kendi üretimimiz olacak dikey dondurucuların lansmanı sonrası bu yıl da adetsel olarak çift haneli yüzdelerde büyüme beklentisindeyiz.



RAHATINIZA TOZ KONDURMAYAN **VESTEL V-BOT** **ROBOT SÜPÜRGE**



80 Dakika
Çalışma Süresi



HEPA 10
Filtre



Vestel Evin Akıllı
Mobil Uygulaması

Vestel Evin Akıllı mobil uygulamasıyla kontrol edilebilen
Vestel V-Bot Robot Süpürge sayesinde temizlik yapmak artık çok kolay.

Hava temizleme sektörü Türkiye pazarında 2022 yılında büyük fırsatlar sunacak

2021 yılı sonu itibarı ile yıllık satışlarınızı, pandemi sebebi ile tüketiciler nezdinde ortaya çıkan talep artışlarını ve kur artışı ile doğan fiyat istikrarsızlığını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Ana hatlarıyla pandemi süreci yüz yüze görüşmelerin zorlaşması, seyahatlerin kısıtlanması, evde ve ofiste geçen zamanın artması, toplantı ve görüşme zamanlarının azaltılması, etkinliklerin sorgulanması sebebiyle tüketici davranışlarını ciddi şekilde değiştirmiştir. Şöyle bir örnekle açıklamak gerekirse, şu anda bir alışveriş merkezine girdiğiniz zaman AVM yönetimi tarafından yapılan anonsta, gruplar halinde dolaşılması ve en fazla 3 saat içinde müşterilerinin alışverişlerinin yapılmasını tavsiye edilebiliyor. Hatırlayınız, pandemi öncesinde AVM içerisinde geçen sürenin fazla olması için AVM yönetimi elinden geleni yapıyordu. Hatta AVM mimarisinin merdiven yönlendirmeleri dahi sizi içeride daha çok dolaştırarak ihtiyaçlarınız haricinde bir talep yaratmaya ve içeride daha fazla zaman geçirmenizi sağlamaya yönelikti. Şu anda yaşadığımız alışveriş deneyimleri bu ana hedefin tam zıttı bir durum yaratmaktadır. Elbette bu tip yönlendirmelerin yapıldığı bir ortamda alışveriş alışkanlıklarının değişmesi kaçınılmazdır.

Bunun sonucunda artık tüketiciler alışveriş yapacakları zaman daha çok hedefe odaklı, daha planlı, daha bilgili ve bilinçli olarak alışveriş yapmaya gitmeyi tercih ediyor. Bu sebeple eski dönemlere kıyasla tüketiciler gerek yurt içinden gerekse yurt dışından online siteleri ve yorumları inceleyerek alışveriş yapmaya başladı. Tabii ki bu durum marka olarak bizlerin online kanallarda tüketicilerle veya iş ortaklarımızla iletişimde olacağımız zaman, gerek ürün özellikleri hakkında, gerekse içeriklerin hazırlanması konusunda daha objektif, daha güvenilir bilgi vermemiz gerekliliğini ortaya çıkartıyor. Biz bugüne kadar hep en doğru ve gerçek bilgiyi vermeye odaklandık. Ancak bazı markaların gereken hassasiyeti göstermediklerini de görüyoruz. Pandemiyle birlikte tüketiciler ister istemez vakit geçirdiği ortamdaki yaşam kalitesini arttırmak için özellikle dayanıklı tüketim, ev aletleri ve ofis malzemelerine yönelmeye başladı. Tabii ki bu durum da talebin artmasına neden oldu. Ancak talepteki bu artış ana üretim yerlerinden olan özellikle Uzakdoğu ve

Çin'den yapılan ithalatlarda, talebin istenen zamanda karşılanamamasına ve dolayısıyla tedarik zincirinde aksamalara neden oldu. Buna göre ithalatçılar "ne bulursak avantajdır" mantığıyla siparişler verdi. Tüm bunlara ilave olarak arka planda döviz kurundaki dalgalanmalar, markaların ithalat zamanına bağlı olarak yaptıkları ileri zamanlı kur tahminleri ve oluşan ekstra maliyetler, tavsiye edilen perakende fiyatlarında da dalgalanmalar olmasına neden oldu.

Biz, Blueair ürünlerimizle Türkiye'de 2021 yılından itibaren raflarda yerimizi aldık. Bu süreçte çalışma arkadaşlarımızla ve Blueair global ekibimizle birlikte haftalık olarak sürekli durum değerlendirmesi yaparak bu durumdan minimum etkilenmeye çalıştık ve bunu da büyük oranda başardık. Özellikle talebin yüksek olduğu dönemde, uzun tedarik süreçlerindeki dezavantajları ortadan kaldırmak amacıyla Avrupa depomuzdan ürünleri tedarik ettik ve bu sayede oluşabilecek olumsuzlukları minimuma indirdik. Bu noktada Unilever ailesinin bir markası olan Blueair'in gerek finansal gerekse lojistik anlamda global ölçekte büyük bir oyuncu olmasının avantajını net bir biçimde yakalıyoruz.

Türkiye pazarı için ürünlerimizin çok yeni olmasına rağmen özellikle 2021 yılı dördüncü çeyrekteki satışlarımızdan oldukça memnunuz. Ancak bu noktada en önemli konu bize direkt veya dolaylı olarak gelen geri bildirimlerde ürünlerimizden tüketicilerin son derece memnun olmasıdır.

Açıkçası bu bizim işimizi yaparken daha fazla özveriyle çalışmamızı ve işimize daha fazla odaklanmamızı sağlıyor. Sonuçta biz bir yandan markamızı temsil edip "Temiz hava herkesin hakkı" mantığıyla daha fazla son kullanıcıya hava temizleme cihazlarımızı ulaştırmaya çalışırken diğer taraftan ürünlerimizle tüketicilerin sağlıklı yaşamlarına destek olmaya çalışan bir firmayız. Aslında bu bizim için en büyük motivasyonu oluşturuyor.

2022 yılında sizleri bekleyen fırsat ve tehditler nelerdir? Yeni yıldan genel olarak beklentileriniz nelerdir?

2021 yılı özellikle tüketici alışkanlıklarının belirginleştiği bir yıl oldu demiştik. Hem Türkiye'de hem de Dünya'da tüm dinamikler buna göre hızla değişiyor. Samimi olmak gerekirse, bu kadar belirsizliğin olduğu bir dönemde kesin bir öngörü yapmak oldukça zor. Ancak genel anlamda kronolojik olarak bakarsak değişim dönemleri her zaman fırsatları içinde barındırmıştır. Örneğin tarihte yaşanan sanayi devrimindeki fırsatlar buna güzel bir örnektir. Şahsen içinde olduğumuz bu dönemin de sanayi devriminden sonraki en büyük değişim dönemi olduğunu ve bunun etkilerinin de her alanda devam edeceğini düşünüyorum. Yanlış anlaşılmasın için belirtmekte fayda var, ben önümüzdeki döneme oldukça pozitif bakıyorum. Bu dönemde faaliyetlerinize ara vermeden ve ana hedeflerinizden ayrılmadan ilerlemenin fırsatlar yaratacağını düşünenlerdenim.

Pandemi döneminin biraz daha devam edecek olması öngörüsüyle, tedarik zincirinde yaşanan sıkıntıların ve buna bağlı fiyatlardaki istikrarsızlığın, 2022 yılında da devam edeceğini öngörüyoruz.

Hava temizleme sektörü Türkiye pazarı için oldukça yeni. Bu nedenle 2022 yılı doğru marka, doğru planlama ve doğru iş modelleriyle bu alanda büyük fırsatlar sunacak. Bu noktada önümüzdeki yılın belirttiğim kriterlere uygun olan Blueair markamızla birlikte bizim için de fırsatlarla dolu olacağını düşünüyorum. Öte yandan 2022 yılında konusunda deneyimli iş ortaklarımızla, etkin iş modelleriyle, etik ve doğru bilgilendirme yaparak tüketicileri yönlendirmek bizim ana hedeflerimizden birisi olacak.



KUMTEL®

Isıtıcılar ile Bu Kış Sıcacık Geçecek!

Kalite Standartlarına
Uygun

Şömine Isıtıcı



Dikey Isıtıcı



Fanlı Isıtıcı



2022 yılında daha uzun vadeli bağlantı talepleri ve siparişler ile karşılaşacağız

2021 yılı sonu itibarı ile yıllık satışlarınızı, pandemi sebebi ile tüketiciler nezdinde ortaya çıkan talep artışlarını ve kur artışı ile doğan fiyat istikrarsızlığını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Firma hedeflerimizin yakalanması adına yaptığımız çalışmaların sonuçlarını istenilen düzeyde almış bulunuyoruz. Pandemi boyunca, dünya adeta dev bir köy görünümüne bürünmüş, dünyanın her hangi bir yerinde meydana gelen bir politik ve ekonomik olay büyük - küçük, zengin - yoksul, güçlü-güçsüz tüm ülke ve bölgeleri etkiler hale gelmiştir. Hızla yayılan küreselleşme ülke ekonomilerini hem üretim hem de tüketim yönüyle derinden etkilemiştir. Bu etkileşimin en çarpıcı sonuçlarından birisi de toplumda her alanda dışa açılmayla birlikte rekabetin artması olmuştur. Artan rekabet ekonomik sistemde üretim sistemini ve tüketim alışkanlıklarını da değiştirmiştir. Günümüz tüketicileri tüketim tercihlerinde fiyat, kalite, ihtiyaca uygunluk, çevreye duyarlılık, hijyenik olmaya duyarlılık, satış sonrası hizmetler gibi unsurlara daha çok dikkat eder hale gelmişlerdir. Firmalar arasında pazarda fiyat rekabeti daha da artmıştır. Bu süreçte; dünya üzerinde göreceli olarak daha ucuz üretim faktörlerine sahip gelişmekte olan ülkeler bu avantajlarını kullanarak uluslararası piyasalarda yer edinmeye uğraşmış ve böylelikle ekonomik yönden gelişmelerini sağlamaya çalışmışlardır. Döviz kurlarındaki hızlı artış, ekonomiyi temelde iki yönden etkilemektedir. Bunlardan birincisi fiyat etkisi, ikincisi ise bilanço etkisidir. Bu iki etkinin enflasyon, cari işlemler dengesi ve ekonomideki büyüme üzerinde çeşitli yansımaları olmaktadır. Fiyat etkisi ithal mallarının fiyatını döviz cinsinden artırmakta, ihracat ürünlerinin de TL cinsinden fiyatlarını düşürmektedir. Fiyat etkisi enflasyonu olumsuz etkilerken, cari işlemler dengesini olumlu etkilemektedir. Kurların hızla yükseldiği dönemlerde şirketler

dövizde açık pozisyonda olmaları nedeni ile TL cinsinden daha fazla kaynak ayırarak vadesi gelen borçlarını ödemek amacıyla yatırımlara daha az kaynak ayırmaktadırlar. Bu durum ise ülkede üretimden, büyümeye ve işsizliğe kadar ekonomiyi olumsuz etkilemektedir. Bu olumsuz etkilerin yanında kurlardaki yükseliş ihracatı arttırırken ithalatı düşürecektir. Döviz kurlarındaki hızlı artış ekonomiye talep düşüşü olarak yansımaktadır. Ülke siyasi belirsizlik, yüksek döviz kuru, enflasyon baskısı, yatırım ertelenmesi ve 2023 yılı seçim gündemiyle 2022 yılına gireceğiz. İşsizlik oranları yatırımlardaki düşüşe bağlı olarak artacaktır. Bu ekonomik durum dahilinde tüm enerjimizi yeni yılda ihracata ayırmayı planlıyoruz.

2022 yılında sizleri bekleyen fırsat ve tehditler nelerdir? Yeni yıldan genel olarak beklentileriniz nelerdir?

2022 yılına ilişkin Türkiye'yi de yakından ilgilendiren bir başka gelişme alanı, küresel tedarik zincirlerindeki yeniden yapılanma olacaktır. 2021 yılında Asya'ya olan bağımlılığın azaltılması, yakından tedarik, tedarik güvenliği ve tedarik çeşitlendirmesi gibi eğilimler güçlenmişti. Türkiye de bu eğilimlerden en çok yararlanan ülke olmuştur. Bu eğilimler 2022 yılında da devam edecektir. Tedarik zincirlerinde yeniden yapılanma, 2022 yılında kalıcı olarak tamamlanmış olacaktır. Türkiye rekabetçi tedarik ile 2022 yılında daha uzun vadeli bağlantı talepleri ve siparişler

ile karşılaşacaktır. 2022 yılında beklenen tehditler yüksek enflasyon, işsizlik oranında yükseliş, daralan iç pazar talepleri. 2022 yılında yeni ilave yatırım üretimlerimizle satış adetlerimizde ihracat payını ciddi oranlarda yükseltmek, mevcut istihdam gücümüzü, üretim hareketliliğimizi kaybetmeden istikrarlı büyümeyi hedefliyoruz.



HTS Genel Müdürü Chibeb İsmail

Yedek parçaların dövizle satılması bizi zor durumda bıraktı

2021 yılı sonu itibari ile yıllık satışlarınız pandemi sebebi ile tüketiciler nezdinde ortaya çıkan talep artışlarını ve kur artışı ile doğan fiyat istikrarsızlığını nasıl değerlendiriyorsunuz?

2021 yılının son günlerini yaşadığımız bu süreç de ülkemizin yaşadığı ekonomik sorunlar sebebiyle biz de HTS olarak bazı sıkıntılar yaşıyoruz. Fakat biz bildiğiniz üzere hizmet sektörü olduğumuz için, yıllardır çalıştığımız, hizmetlerimizden memnun olan, bizim de onlarla çalışmaktan memnun olduğumuz şirketlerimizle yolumuza devam ediyoruz. 2021 yılı pandemi sebebiyle hizmet verdiğimiz sektörlerimize hava temizleyiciler de dahil oldular. Sektöre tamamen Türkiye'de üretilen yerli bir ürün güçlü bir şekilde giriş yaptı ve satış sonrası hizmetler konusunda da şirketimiz den hizmet almaya başladı. Bunun dışında, pandemi sürecinde hijyenin öneminin

artması sebebiyle, robot süpürgelerin satış ve satış sonrası hizmetler konusunda diğer ürünlerin önüne geçti. Halihazırda Türkiye'nin robot süpürge konusundaki 2 lider markaya hizmet veriyoruz. Son aylardaki fiyat istikrarsızlığı kısmına gelecek olursak, hizmet verdiğimiz bazı markaların yedek parçalarının ithal olup döviz üzerinden satışı yapılması sebebiyle bizi de fiyat verirken zor durum da bıraktı ve bırakmaya devam edecek gibi görünüyor. Umarız bu istikrarsızlık en kısa süre de yerini istikrara bırakır.

2022 yılında sizleri bekleyen fırsat ve tehditler nelerdir? Yeni yıldan genel olarak beklentileriniz nelerdir?

2022 yılı için genel bir ümitsizliğin hakim olduğunu biliyoruz. Fakat biz HTS olarak "Güçü Elinizde Tutun" sloganımızla çalışanlarımızın da bize verdiği güçle



bünyemize yeni, bizimle güçlerine güç katacak şirketler katarak devam edeceğiz. HTS olarak uzun vadeli stratejik hedeflerimize göre ilerlememizi sağlayacak yepyeni projelerimizle 2022 yılında da atılımlarımızı sürdüreceğiz. 2022 yılının sektörümüze ve ülkemize yeni umutlarla gelmesini temenni ediyorum. Dağıtım Kanalı dergisi aracılığı ile herkesin yeni yılını en içten dileklerle kutlarım.

KESİD Genel Sekreteri - Conti Aş Yönetim Kurulu Başkanı Bülent Durlanık

2022 yılında altı çizilmesi gereken faktör öngörülebilirlik olacak

2021 yılı sonu itibari ile yıllık satışlarınızı, pandemi sebebi ile tüketiciler nezdinde ortaya çıkan talep artışlarını ve kur artışı ile doğan fiyat istikrarsızlığını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Pandeminin başlangıç yılı olan 2020'de küçük elektrikli ev aletlerinde satışların düşeceği konusunda çoğunlukla hemfikir idik. Ancak satışlar artmaya başlamış ve 2019 yılının üzerine çıkmıştı. Bu artış 2021 yılında anneler gününden itibaren göreceli olarak düşüş başladı. Salgın sırasında bir fırsat olarak ortaya çıkan tüketim artışı ana sebep olarak insanların evlerinde daha fazla zaman tüketmesi ve ev eksiklerini tamamlanmasına bağlı olmuştur. Bu değişim zaman zaman klasik satış kanallarını da değiştirmiş ve e-ticaretin hızlı bir şekilde öne çıkmasına sebep oldu. Şirketlerimiz bu dönemde dijitalleşme yolunda çalışmalarına başlamış ve sağlanan ciro artışları da yatırıma döndürülmeye başlanmıştır. Bu fırsat bir süre sonra tehditlere dönüşmüş ve Üretim ciddi boyutta etkilenmeye başlamıştır.

Önce malzeme ve parça temini darboğaza girmeye başlamış, buna bağlı olarak fiyatlar artmaya başladı. Artan talep daha sonra lojistik fiyatlarını çok yukarlara çekmiştir. Bunun üstüne artan ve değişken döviz kurları, pazarda ciddi bir istikrarsızlık yaratmıştır. Şu andaki en büyük sıkıntılardan bir tanesi öngörülebilirlik neredeyse tamamıyla kaybolmuş vaziyette. Kur artışı ihracatta olumlu gibi görülüyor olsa bile, kısa vadedeki iç enflasyon maliyetleri eşitleyecektir. Bu konjonktür altında risk arttığından yatırım hızı azalacaktır.

2022 yılında sizleri bekleyen fırsat ve tehditler nelerdir? Yeni yıldan genel olarak beklentileriniz nelerdir?

2022 yılında altı çizilmesi gereken faktör öngörülebilirlik olacaktır. Ekonomik dalgalanma sona eriyor olsa çıkacak resim çok farklı bir şekilde gözükme ihtimaline sahiptir. Bu durumda ihracat ve imkanımız hızlı bir şekilde artacak beklentisine sahibiz.



Bu durum aynı şekilde devam ederse ve enflasyon bu artışla olsa, iç tüketim ciddi boyutta azalacaktır. Orta vadedeki kur artışı avantajına rağmen maliyetler artacak ve iyi bir yıl geçirmeme riski ortaya çıkacaktır.

Altus,
yaşam tarzınıza uygun
teknolojiler sunmaktan

iyi anlar

✓ALTUS

Arçelik
Servis
Garantisi



altus.com.tr
0850 210 0 888



GÜRSES
KURUMSAL

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

WhatsApp Hatı / 0532 413 43 63

/ gurseskurumsal

/ gurseskurumsal



Arçelik
Servis Garantisi

0850 210 0 888

altus.com.tr

/altustr



SABA

Gerçek Renkler, Yaşayan Kareler

Saba TV ile 4K görüntülerin gerçek netliğini evinize taşıyın, uluslararası başarılarla imza atan dünya markası ile tanışın.



GÜRSES
KURUMSAL

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

www.gurseskurumsal.com.tr
gurseskurumsal
gurseskurumsal
0532 413 43 63

MEHMET ATMACA
HOLDİNG

Zincir Mağazalar Derneği Yönetim Kurulu Başkanı **Serhan Tinastepe**

2022'de mağaza açma hızımızda bir düşüş bekliyoruz

2021 yılı sonu itibarı ile yıllık satışlarınızı, pandemi sebebi ile tüketiciler nezdinde ortaya çıkan talep artışlarını ve kur artışı ile doğan fiyat istikrarsızlığını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Gıda dışı modern perakendenin her alt kategorisinden önemli perakendecileri bünyesinde bulunduran Zincir Mağazalar Derneği, bu geniş üye yapısıyla 320 milyar TL seviyesinde bir ciroyu, 50 bin satış noktasında istihdam edilen 300 binden fazla çalışanı temsil ediyor. Bu rakamlar derneğimizin ülke ekonomisi içindeki önemini de gösteriyor.

2021 yılında perakende sektörü dalgalı bir seyriz izledi. Kategorilere göre değişen bir şekilde 2021 yılını nispeten iyi geçirdiğimizi söyleyebiliriz. Ancak satışlardaki hacmin artışının adet bazlı değil fiyat bazlı gerçekleştiğini söyleyebiliriz. Müşteri trafiğimiz ise halen 2019 yılının gerisinde. Özellikle trafiğe dayalı kategorilerde bu nedenle ciro kayıpları da halen önemli seviyede seyrediyor.

Son dönemde içinde bulunduğumuz ekonomik durum neticesinde alım gücünün zayıflaması sektörü olumsuz etkiledi. Pek çok alanda olduğu gibi bizim de girdi maliyetlerimiz çok yükseldi, tedarik sıkıntısı yaşadığımız ürün gruplarımız oldu. Dövizdeki dalgalanma ve fiyatlardaki hızlı değişkenlik müşteri trafiğimizi de olumsuz etkiledi. Döviz kurlarında yön tersine dönse de tedarik zinciri sıkıntısının elektronikten hazır giyime, mobilyadan kozmetiğe birçok grupta fiyat artışını beraberinde getireceğini görüyoruz. Tüketicinin mutfağına yansıdığı için gıdadaki artışlar çok fazla gündem oldu doğal olarak. Ama görüyoruz ki tüm ürün gruplarında fiyat artışları kaçınılmaz olarak geliyor. Ürünlerimizi fiyatlamada, yeni siparişlerimizi çekmekte sorunlar yaşıyoruz. Sattığımız ürünün yerine koyacak ürün bulamadığımız kategoriler oluyor. Bununla beraber müşterilerimizin kampanya talebi artıyor, ancak yeterli ürün tedarik etmede sıkıntılar yaşıyoruz. Bir süredir dile getirdiğimiz tedarik zinciri sorununun 4-6 ay daha sürmesi bekleniyor. Bu da 2022'nin ilk çeyreğinin sıkıntılı geçeceğini gösteriyor bizlere.

2022 yılında sizleri bekleyen fırsat ve tehditler nelerdir? Yeni yıldan genel olarak beklentileriniz nelerdir?

Satışlarımız toparlanmaya başlasa da 2 yılda yaşadığımız kayıpların telafisi maalesef sadece satışlarla karşılanacak gibi görünmüyor. Bununla beraber, ekonomik gidişatı da göz önüne aldığımızda satışlardaki artış hareketinin adetlere bağlı değil maalesef fiyat artışlarının etkisiyle gerçekleştiğini gözlemliyoruz. Bildiğiniz üzere tüm dünyada enflasyonist bir hava hakim. Emtia fiyatlarındaki artışlar, petrole bağlı ürünlerdeki fiyat artışları, artan lojistik maliyetleri, enerji maliyetlerindeki artışlar, bazı yarı mamullerdeki arz sıkıntısı, kimi sektörlerdeki işçilik maliyetlerinin artması dolaylı olarak bizim maliyetlerimizi olumsuz yönde etkiliyor. Bunun ötesinde, yaşanan tedarik sıkıntısı da sektörü olumsuz etkiliyor ve sıkıntıya sokuyor.

Sektör olarak 2022'de mağaza açma hızımızda bir düşüş beklemek olası. Yatırım planlarımızı iptal etmiyoruz ancak hızımızı mecburen düşürüyoruz. Pandemi döneminde pazar payını artıran e-ticaret yatırımlarımız da devam ediyor. Mağazalara gitmekten kaçınan müşterimizi e-ticaret kanallarımızla karşılamaya çalışıyoruz. Bildiğiniz üzere 2020 ve 2021'de hızlı bir ivme ile e-ticaret arttı. Bu hızın azaldığını görüyoruz

ancak artık e-ticaret olmadan perakende düşünülemez. Omnichannel çözümleriyle ve yeni teknolojileri süreçlerimize dahil ederek verimlilik yolunda devam etmemiz gerekiyor.

Perakendenin başrol oyuncusu tabii ki tüketicimiz. Sektörümüz için, sıkıntılı bir dönemden çıkan hane halkının da desteklenmesi, ticarete ve tüketime yansıtacak ek gelirler yaratılması önem taşıyor. Sadece şirketlerin değil bu dönemde hane halkının doğrudan desteklenmesi, sektörün sürekliliği açısından hayati önem arz ediyor. Gelir dağılımı adaletsizliği bu gibi olağanüstü dönemlerde daha da artıyor. Orta ve alt gelir gurubuna sahip hane halkı bu süreçte oldukça zorlanıyor bildiğimiz üzere. Asgari ücret artışının beraberinde tüm çalışanların da gelirlerinin yükselmesi, iç talebi bir miktar artıracak diye düşünüyoruz.

Görüldüğü üzere perakende, ilk etapta aklımıza gelmeyen birçok etkenden çok hızlı bir şekilde etkileniyor. Bu olumsuzluklara karşı yetkililerin hızlı ve etkin önlemler almasını bekliyoruz. Pandemi etkisinden çıkıp normal hayata dönmek, sadece işlerimizi büyütmeyle uğraşmak, tüketicimizle yeniden yakın temas kurabilmek, herkes gibi bizlerin de en önemli isteği.





®



H-DISH 700 Pro

*Akıllı bağlantılarıyla konforu,
ileri motor teknolojisiyle verimliliği yaşayın.*

- 16 kişilik geniş kapasite
- 12 standart ve hOn uygulamasıyla ilave programlar
- B enerji verimlilik seviyesi
- BLDC motor teknolojisi
- FlexiCare geniş 3. sepet

Beyper Başkanı Ali Yıldız - İstanbul / Forum Avm

Cirolarda ortalama %30 artış var

2020 yılında 7.200.000 adet iç piyasa satışları gerçekleşmişti. pandeminin etkisiyle mutfak malzemeleri (hamur makineleri, çay kahve makineleri ve kişisel bakım ürünleri) ve çamaşır ve bulaşık makinelerinde artış olmuştu. 2021 yılında ise bu sayının altında gerçekleşecek gibi görünüyor. Cirolarda ortalama %30 artış var. Dövizdeki artış daha fazla olduğu için fiyat artışlarındaki olumsuz etki 2022 yılın ilk çeyreğinde kendini daha fazla hissettirecektir. Yılın ilk çeyreğinde %25-30 fiyat artışları olacaktır. Yılın 2. çeyreğinde ise fiyat istikrarı biraz daha oturacaktır.



Ali Bayraktaroğlu - Sivas / Zara

Biriken taleplerin 2022 yılında karşılanacağını öngörüyorum

2021 yılı sonu itibarı ile yıllık satışlarınızı, pandemi sebebi ile tüketiciler nezdinde ortaya çıkan talep artışlarını ve kur artışı ile doğan fiyat istikrarsızlığını nasıl değerlendiriyorsunuz?

2021 yılı itibarıyla hacmimizin küçüldüğünü ifade edebiliriz. Satışlarımızda bir daralma söz konusu. Dönem içerisinde bazı markaların bazı ürünlerinde çeşitli tedarik sorunları yaşadık. Markaların 2021 yılında daha çok ihracat bazlı çalıştığını gördük.

2022 yılında sizleri bekleyen fırsat ve tehditler nelerdir? Yeni yıldan genel olarak beklentileriniz nelerdir?

Pandeminin hayatımızdan uzaklaşması diliyoruz. Ayrıca müşteri nezdinde biriken taleplerin 2022 yılında karşılanacağını öngörüyorum. Ancak kur dalgalanmalarının önüne geçilmez ve fiyat istikrarsızlığı sürerse 2021 yılındaki olumsuz havanın 2022 yılında da süreceğine inanıyorum.



Altay Akvardar - İstanbul / Kocamustafapaşa

Alışveriş kültürünün internet kanalından çok perakende kanalına yöneleceğini düşünüyoruz

2021 yılı sonu itibarı ile yıllık satışlarınızı, pandemi sebebi ile tüketiciler nezdinde ortaya çıkan talep artışlarını ve kur artışı ile doğan fiyat istikrarsızlığını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Mevcut ekonomik koşullar ve pandemi 2021 yılında bizi olumsuz etkiledi. Ancak insanlar pandemi ile yaşamaya alıştı ve 2021 yılının ikinci çeyreğinde adet bazlı satışlarımızda artış yaşandı. Kur artışları ile ortaya çıkan fiyat istikrarsızlığı ise hem bizleri hem de nihai tüketiciyi tedirgin etti diyebilirim. Bu noktada gelen ve gelecek olan zamlardan korkan müşteriler satın alma davranışına yöneldi. Kurun aşağıya

çekilmesi sonucunda ise satışlarımız bir anda durdu. Aralık ayı beklentilerimizi karşılayamadık.

2022 yılında sizleri bekleyen fırsat ve tehditler nelerdir? Yeni yıldan genel olarak beklentileriniz nelerdir?

2021 yılına göre daha fazla büyüme olacağını ve satışlarımızın artacağını düşünüyoruz. Alışveriş kültürünün internet kanalından ziyade eskisi gibi perakende kanalına yöneleceğini düşünüyoruz. Kur istikrarı sağlanırsa 2022 yılının beyaz eşya sektörü için olumlu bir hava yaratacağını düşünüyorum.



pozitera® 15.YIL

Başarıya giden zorlu yolda
markanızı hedefine ulaştıran yol arkadışınız.



www.pozitera.com

Cafer Yıldız - Karabük / Merkez

2022 yılının nasıl geçeceği piyasalara bağlı

2021 yılı sonu itibarı ile yıllık satışlarınızı, pandemi sebebi ile tüketiciler nezdinde ortaya çıkan talep artışlarını ve kur artışı ile doğan fiyat istikrarsızlığını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Bu yıl satışlarımız oldu fakat sattığımız ürünü yerine koyabilmek adına ekstra para harcamak zorunda kaldık. Müşteriler dolardaki istikrarsızlık nedeniyle satın alma davranışına yöneldi. İhtiyacı olmayan kesim zamlardan etkilenmemek adına alışveriş yaptı. Özellikle asgari ücretin yükselmesi ile birlikte satışlarımızda bir artış olduğunu söyleyebilirim.

2022 yılında sizleri bekleyen fırsat ve tehditler nelerdir? Yeni yıldan genel olarak beklentileriniz nelerdir?

2022 yılının nasıl geçeceği biraz da piyasalara bağlı. Kurda dalgalanmalar olduğu sürece satışlarda da dalgalanmaların olacağını düşünüyorum. Tüketiciler birkaç aylık ihtiyaçlarını şimdiden karşıladılar. Ancak pandeminin de etkisiyle bu kışı atlatırsak önümüzdeki dönemin daha aydınlık olacağını düşünüyorum. Kurdaki dalgalanmalar da kontrol altına alınırsa bu durum sektörümüze olumlu yansıtacak diyebilirim.



Ercan Aygün - Kahramanmaraş

Akıllı bayilerin depolarını karlı yönetmesi menfaatlerine olacak ve sermayelerini koruyacaktır

2021 yılı sonu itibarı ile yıllık satışlarınızı, pandemi sebebi ile tüketiciler nezdinde ortaya çıkan talep artışlarını ve kur artışı ile doğan fiyat istikrarsızlığını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Adette önceki yılı yakalayamasa da Geçtiğimiz yıl ciro olarak mağazalarımız ve sektörümüz büyüdü. Tüketicilerin alım güçlerinin düşmesi, eski cihazlarını tamir ettirme veya daha ucuz ürünlere yönelmesi gözlemlendi. Sektörümüzün dünyanın ikinci büyük üreticisi ve yerli sermayeli olması sebebi ile üretici ve pazarlama firmalarımız kur artışlarının yarısı gibi ürünlere fiyat artışı yansıttı. Kur stabil olduğunda sektörde beklediğimiz %30'lar gibi zamların ilk çeyrekte yansıtılacağı kanaatindeyim. İşletme giderlerimizin artması ve ürün temininde zorlanmamıza rağmen bizler stoktaki ürünlerimize zamları yansıtmayıp, geçişlerde karlılık gözetmeyerek yatay büyümeyi tercih ettik. Pandemiden dolayı artışların globalde olduğunu da hatırlatmak isterim Avrupa'da ilk defa Üfe %22 oldu. Asgari ücretli memur ve emeklilere bu ay yapılan zamlar piyasayı olumlu yönde rahatlatacak, insanların alım gücünü artıracak öteledikleri ihtiyaçlarını evlerine taşıyacaklar.

2022 yılında sizleri bekleyen fırsat ve tehditler nelerdir? Yeni yıldan genel olarak beklentileriniz nelerdir

İhracatın büyümesi yapılacak yeni yatırımlarla birlikte istihdamların ve işsizlere iş imkanlarının artması, tüketici gelirlerinin iyileşmesi, iki yıldır ertelenen düşüncelerin bu yıl yapılabilir olması, ikinci yarı yıldan sonra seçim atmosferinin ekonomiyi canlandıracak olması perakendeci için bir fırsat iken çarpan yükselmeye devam ederse gelecek zamlar piyasaya tehdit. Baharla bitmesini istediğimiz pandeminin mutasyona uğramaması en büyük dileğimiz. İlk çeyrekte biz offline bayilerin stoklarındaki ürün fiyatları değişkenlik gösterecek, aynı üründen bir bayide eski fiyatlı, diğerinde yeni fiyatlı olacak, perakendede bazı ürünlerde %20'ye yakın fiyat farkı oluşacak. Akıllı bir bayinin deposunu karlı yönetmesi menfaatine olacak ve sermayesini koruyacaktır.



Goldmaster
KIVAM

Türk Kültürüne Uygun Kahve Lezzeti



Erhan Kızılcı - Ankara

Ülkenin üretim gücünün korunması ve arttırılması için ilave tedbirlerin alınması gerekiyor

2021 yılı sonu itibarı ile yıllık satışlarınızı, pandemi sebebi ile tüketiciler nezdinde ortaya çıkan talep artışlarını ve kur artışı ile doğan fiyat istikrarsızlığını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Ülkemiz ve dünyada pandemi ile başlayan süreç tüketiciler nezdinde değişikliklere yol açsa da değişen bu şartlar ve koşullar nedeni ile bireysel ihtiyaçların karşılanması bakımından elektronik ve beyaz eşya sektöründe taleplerde artışla başladı. Devam eden süreç içerisinde ise, yaşam alanlarında konforu arttırmak, kolay erişilebilir olmak adına elektronik, gıdayı takip eden ve en çok ivme kazanan sektörlerin başında yer almaktaydı.

Lakin yılın 3. ve 4. çeyreğinde yaşanan kur farklarından kaynaklı artış bir önceki yıla göre rakamlar artsa da ürün adedinde düşüşler olduğunu göstermektedir. Bu durum hem tüketici hem de üretici açısından zorlayıcı bir süreci de başlatmış oldu. Tüketici ihtiyaç duyduğu ürüne erişemez hale gelirken, üreticilerde sattığı ürünün yerine yenisini aynı maliyetlerle üretememektedir.

Kutup Şirketler Grubu olarak, tüm dünyada mücadele verdiğimiz pandemi ve konjonktürel dalgalanmalar nedeni ile tüzel kişi olarak, üzerimize düşen sorumlulukları belirleyip, imkanlarımız doğrultusunda, çözüm ve destek odaklı ilerlemeyi hedefledik. İlk hedefimiz istihdamı; pandemi baş gösterdiğinde bir çok firma hemen personel azaltma seçeneğini hayata geçirirken, biz; tüm ekibimizle el ele, kol kola hep birlikte mücadele etme kararı aldık hedefimizi bir adım da ileriye taşıyarak, bu zorlu süreçte istihdama destek olabilmek adına yeni yatırımlar yaparak ülkemize, ekip sayımızı arttırarak istihdama destek olabilmek için çalışmalarımıza devam ediyoruz.

Kutup Şirketler Grubu olarak, pandemi sürecinin uzama ihtimalinin yüksek olması kaygısı ile, şirket merkezimizi, Ankara'nın merkezi Eskişehir yolu üzerinde, tüm ekibin daha özenle çalışacağı ve pandemi önlemleri göz önünde bulundurularak 8 ay süren uzun bir çalışma ile inşaa ettiğimiz 3.500 metrekare büyüklüğünde KUTUPPLEX Yerleşkesine taşıyarak, hem ekibimiz için tüm pandemi önlemlerini aldık, hemde çalışan sayımızı arttırdık. Buna ilave olarak, KUTUPPLEX yerleşkemizde 4.000 metrekarelik alanda tadilat ve hazırlıkları bitmek üzere olan 11 adet mağaza ile de hem yatırıma, hem istihdama katkı sağlayacağız. Herşey planladığımız gibi ilerlediği takdirde; 2022 yılında hizmete girecek 11 adet mağaza ile sevgili Ankaralıları KUTUPPLEX'te teknoloji ile buluşturmadan büyük memnuniyet duyacağız.

Ekonomik dalgalanmaların arttığı, üretimde yaşanan sıkıntı, ürün temininde ki zorlanmalarda ve alım gücündeki daralmada, tüketiciye alım için farklı reçeteler sunmak için çalışmalarımızı devam ettiriyoruz.

2022 yılında sizleri bekleyen fırsat ve tehditler nelerdir? Yeni yıldan genel olarak beklentileriniz nelerdir?

2021 yılının son günlerin de asgari ücrette yapılan olumlu değişiklik hepimiz için bir nebze moral oldu. Bununla birlikte ülkenin üretim gücünün korunması ve arttırılması için ilave tedbirlerin alınmasının zorunluluğuyla karşı karşıyayız. Türkiye ekonomisinin ivme kazanarak,

doğru kararlarla ve istikrarlı bir kur oranında olması ise en büyük temennimizdir. Kişi olarak da, şirket olarak da, elimizden geldiğince ekonomiye, istihdama, pandemi mücadelesine, millet olarak sağlık ve esenlik dolu yarınlara ulaşmak için çalışmalarımıza devam edeceğiz. 2022 yılının şimdiden tüm insanlığa sağlık ve mutluluk getirmesini dilerim.



DELTA

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



Faruk Seydan - İstanbul / Üsküdar

İlk 6 ay pazar daralacak, sonrasında cirolarımız artacaktır

2021 yılı sonu itibarı ile yıllık satışlarınızı, pandemi sebebi ile tüketiciler nezdinde ortaya çıkan talep artışlarını ve kur artışı ile doğan fiyat istikrarsızlığını nasıl değerlendiriyorsunuz?

2021 yılı son ayların da döviz kurlarındaki yükselme sebebiyle tüketicilerimiz taleplerini öne çekerek sektörümüzde bir hareketlilik sağladı, Bunun sektörümüze etkisini 2022 ilk üç ayında beraberce tecrübe edeceğiz.

2022 yılında sizleri bekleyen fırsat ve tehditler nelerdir? Yeni yıldan genel olarak beklentileriniz nelerdir?

2022 yılında sabit gider maliyetlerimizin artışı sebebiyle maliyetlerimizin bizim için tehdit olduğunu düşünmekteyim. 2022 yılı ilk 6 ayda pazarın daralması ile sonraki aylarda cirolarımızın artacağını düşünmekteyim.



Fatih Köprülü - Konya / Selçuklu

Satışlarımızın yeniden artacağını düşünüyorum

2021 yılı sonu itibarı ile yıllık satışlarınızı, pandemi sebebi ile tüketiciler nezdinde ortaya çıkan talep artışlarını ve kur artışı ile doğan fiyat istikrarsızlığını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Gerçek anlamda 2021 yılında ürünlerin fiyatları yükseldi. Kurun düşmesi durumunda fiyatların da düşeceğini düşünüyorum. Müşterilerimiz ve biz kurdaki dalgalanmalardan memnun değiliz. Bu noktada devlet müdahalesinin şart olduğunu ifade edebilirim. Firmaların da bu anlamda yeni düzenlemeler yapması gerekiyor.

2022 yılında sizleri bekleyen fırsat ve tehditler nelerdir? Yeni yıldan genel olarak beklentileriniz nelerdir?

Yeni yıldan olumlu beklentilerimiz var.

Fiyatların düşmesini bekliyoruz. Pandemi ve kur dalgalanmalarına bağlı fiyat istikrarsızlığı satışlarımızı azalttı. Fakat 2022 yılında bu durumun tam tersine döneceğini ve satışlarımızın yeniden artacağını düşünüyorum.



Fırat Turan - Edirne

2022 yılında piyasalar için bir rahatlama olacak

2021 yılı sonu itibarı ile yıllık satışlarınızı, pandemi sebebi ile tüketiciler nezdinde ortaya çıkan talep artışlarını ve kur artışı ile doğan fiyat istikrarsızlığını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Pandemi nedeniyle işlerimizin hızında herhangi bir kesinti olmadı. Bazı ürünlere talep arttı. Artan kurlar ise insanlarda güvensizlik oluşturdu ve müşterilerin alışverişlerinin ötelemesini sağladı. Ayrıca kur artışları sonucunda piyasa olumsuz etkilendi

ve bizim satışlarımız da bıçak gibi kesildi diyebilirim.

2022 yılında sizleri bekleyen fırsat ve tehditler nelerdir? Yeni yıldan genel olarak beklentileriniz nelerdir?

2023 yılında bir seçim planlandığı için birkaç ekonomik paketin daha açıklanacağını öngörüyorum. Dolayısıyla 2022 yılında piyasalar için bir rahatlama olacak. Bu her seçim öncesi böyledir. Bizler de bu olumlu havadan nasibimizi alacağız.



İslam Özaltın - Gaziantep

Fiyatlara %30 zam beklentim var

2021 yılı sonu itibarı ile yıllık satışlarınızı, pandemi sebebi ile tüketiciler nezdinde ortaya çıkan talep artışlarını ve kur artışı ile doğan fiyat istikrarsızlığını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Genel anlamda 2021 yılı eylül ayına kadar başarılı bir şekilde gitti. Eylül ayından sonra malum kur döviz ve piyasadaki dalgalanmadan durağan bir şekilde yerini aldı.

2022 yılında sizleri bekleyen fırsat ve tehditler nelerdir? Yeni yıldan genel

olarak beklentileriniz nelerdir?

2022 yılında yüksek modelli değil de bence orta ve giriş seviyelerindeki ürünlerde satışlar olacak. Dönen bir çark ve %50 asgari ücrete yansıyan fark var. Bence işler devam edecek ama fiyatlara Ocak ve Şubat aylarında yükselen döviz ve gelen ücret artışlarından %30 zam beklentim var. 2022 yılında dalgasız bir denizde yol alıp kamaralarımızdan artık molekül bir piyasa değil aydınlık bir rota piyasa istiyoruz. Tüm sektörümüzün, temsilcilerimizin ve mevkidaşlarımızın yeni yılını kutluyorum.



Kemal Çınar - Ankara / Çankaya

2022'de firmaların bizlere vade desteği ile ürün satması büyük önem taşıyor

2021 yılı sonu itibarı ile yıllık satışlarınızı, pandemi sebebi ile tüketiciler nezdinde ortaya çıkan talep artışlarını ve kur artışı ile doğan fiyat istikrarsızlığını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Piyasaların oldukça dengesiz olduğunu ve güven oluşturmadığını ifade edebilirim. Dolayısıyla satışlarımız da bu anlamda olumsuz etkilendi. Ayrıca 2021 yılında küçük ev aletlerinde online satışlara yönelme oldukça arttı. Pandemi bu durumun pekişmesine katkı sağladı. Büyük ev aletlerinde ise halen perakende satış yöntemleri tercih ediliyor.

2022 yılında sizleri bekleyen fırsat ve tehditler nelerdir? Yeni yıldan genel olarak beklentileriniz nelerdir?

2022 yılında da piyasaların belirsiz olacağını düşünüyorum. Satışlarımız kesildi ve 2022 yılında da çok büyük beklentilerimiz yok. Önümüzü göremiyoruz. Burada firmaların bizlere vade desteği ile ürün satması büyük önem taşıyor. 2022 yılında firmalarımızdan bu şekilde bir beklentimiz var.



Mehmet Özmen - Kocaeli / Gölcük

Döviz istikrarı korunursa 2022 yılı bizim açımızdan iyi geçer

2021 yılı sonu itibarı ile yıllık satışlarınızı, pandemi sebebi ile tüketiciler nezdinde ortaya çıkan talep artışlarını ve kur artışı ile doğan fiyat istikrarsızlığını nasıl değerlendiriyorsunuz?

2021 yılında beyaz eşya sektörüne yönelik dengesiz bir talep oluştu. Müşteri nezdinde arz dengesizleşti. Ayrıca yaşanan çip krizi ile birlikte özellikle bulaşık makinelerinde sıkıntı yaşadık. Ancak diğer ürünlerde tedarik sıkıntısı yaşamadığımızı düşünüyorum.

2021 yılında satışlarımızın stabil seyrettiğini ifade edebilirim.

2022 yılında sizleri bekleyen fırsat ve tehditler nelerdir? Yeni yıldan genel olarak beklentileriniz nelerdir?

Dövizdeki dalgalanma ve fiyat istikrarsızlığı 2021 yılında satışlarımızı olumsuz etkiledi. Firmalar zaman zaman satışı durdurdu. Müşteriler ise panik alımları yaptı. Döviz istikrarı korunduğu takdirde 2022 yılının bizim açımızdan iyi geçeceğini ve satışlarımızın artacağını düşünüyorum.



Mehmet Sevinç - İstoç Ticaret Merkezi / İstanbul

2022 yılından ilk beklentimiz dengeli fiyat politikasının yakalanması

2021 yılı sonu itibarı ile yıllık satışlarınızı, pandemi sebebi ile tüketiciler nezdinde ortaya çıkan talep artışlarını ve kur artışı ile doğan fiyat istikrarsızlığını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Kurdaki dalgalanmalar nedeniyle 2021 yılında dengeli bir fiyat politikası yakalanamadı. Art arda gelen zamlar nedeniyle nihai tüketici gelecekteki ihtiyaçlarına göre alışveriş yaptı ve bu da bizim satışlarımızın artmasına

neden oldu. Kurdaki dalgalanmalar nedeniyle ürün tedarikinde çeşitli sıkıntılar yaşadığımızı söyleyebilirim.

2022 yılında sizleri bekleyen fırsat ve tehditler nelerdir? Yeni yıldan genel olarak beklentileriniz nelerdir?

2022 yılından ilk beklentimiz dengeli fiyat politikasının yakalanması ve 2010'lu yıllardaki kurdaki dalgalanmaların durdurulmasıdır. Sektördeki arkadaşlarıma da 2022 yılında

başarılar diliyorum. 41 yıldır bu sektörün içerisinde yer alıyoruz. 36 yıl Profilo, 28 yılı Beko ve 16 yıldır da Uğur Derin Dondurucu'nun bayisiyiz. Arkadaşlarımızın kredi çekmediği, vadeli ürün almadığı ve öz kaynağını kullanarak karlı satışlar yaptığı bir döneme girmesini temenni ediyorum.



Necmi Gür - Çanakkale / Ezine

Müşterilerin farklı yatırım araçlarına yöneleceğini düşünüyorum

2021 yılı sonu itibarı ile yıllık satışlarınızı, pandemi sebebi ile tüketiciler nezdinde ortaya çıkan talep artışlarını ve kur artışı ile doğan fiyat istikrarsızlığını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Nihai tüketiciler zamlardan kaçınabilmek adına ürünleri ihtiyaç fazlası olsa da daha önceden almaya ve stoklamaya başladı. Farklı yatırım araçları günümüzde sıklıkla kullanılmaya başlandı. Fiyat istikrarsızlığı müşterilerin çekimser kalmasını ve satın alma davranışında geri durmasını sağladı. Ancak zamlara yönelik tedbir alan müşteriler ciro bazlı satışlarımızı da yükseltti diyebilirim.

2022 yılında sizleri bekleyen fırsat ve tehditler nelerdir? Yeni yıldan genel olarak beklentileriniz nelerdir?

Devlet kanadından yapılan açıklamalar kur artışını bir nebze de olsa frenlemeyi başardı. Ancak ben yine kurun artacağını ve müşterilerin farklı yatırım araçlarına yöneleceğini düşünüyorum. 2022 yılında da kurda dalgalanmalar yaşanacak diyebilirim.



Ömer Ataulusoy - Kastamonu / Barutçuoğlu Avm

Zor bir yıl bizleri bekliyor

2021 yılı sonu itibarı ile yıllık satışlarınızı, pandemi sebebi ile tüketiciler nezdinde ortaya çıkan talep artışlarını ve kur artışı ile doğan fiyat istikrarsızlığını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Piyasadaki dengesizlik ve nihai tüketiciye doğru şekilde cevap vermeme durumlarından doğan kayıplar yaşadık. 2021 yılında ciro olarak bir artış yakaladık, fakat adet bazında aynı durum söz konusu değil. Ayrıca tüm dünyada yaşanan çip krizinden dolayı da zaman zaman ürün tedarikinde sorunlar

oluşt. Bu noktada çeşitli sıkıntılar yaşadık.

2022 yılında sizleri bekleyen fırsat ve tehditler nelerdir? Yeni yıldan genel olarak beklentileriniz nelerdir?

Zor bir yılın bizleri beklediğini düşünüyorum. Çip krizinin devam edeceğini, fiyatların istikrarsız bir şekilde düşeceğini veya yükseleceğini ifade edebilirim. Kur dalgalanmalarıyla ise şu anda konuşmanın çok erken olduğunu söyleyebilirim. İlerleyen günlerde kur ile ilgili geline noktaı hep birlikte göreceğiz.



Taner İnci - İstanbul / Emar Avm

Yapılacak her agresif rekabet bayi teşkilatının sermayesine tehdit oluşturuyor

2021 yılı sonu itibarı ile yıllık satışlarınızı, pandemi sebebi ile tüketiciler nezdinde ortaya çıkan talep artışlarını ve kur artışı ile doğan fiyat istikrarsızlığını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Öncelikle umarım yeni yıl sağlıklı ve bol kazançlı bir yıl olur. Sektörümüz bu zorlu pandemi koşullarında birçok sektöre göre güvenli ve şanlı konumunu yıl genelinde korudu diyebiliriz. Yılın sonunda bahsettiğiniz kur dalgalanmaları ve yaşanan fiyat artışları özellikle alım gücünü zorlaması gibi sonuç ortaya çıkarabilir. Sektörel olarak baktığımızda

da güçlü üreticilerin yer aldığı iç pazarda bu süreci en sıkıntı atlatılması için hepimize görevler düştüğünü söyleyebilirim.

2022 yılında sizleri bekleyen fırsat ve tehditler nelerdir? Yeni yıldan genel olarak beklentileriniz nelerdir?

Her yeni yıl ya da her zorluk içinde fırsatları da barındırmaktadır. 2021 yılında üretim anlamında gördük her ürün çok değerli. Yapılacak her agresif rekabet bayi teşkilatının sermayesine tehdit oluşturmaktadır. Bu yüzden tüm meslektaşlarımızın bu deneyimi fırsat görüp karlılık politikasına ağılık vermeleri büyük önem teşkil ediyor.



Tayyip Ünsal - Bolu / Mudurnu

Ticari anlamda 2022 yılını kayıp yılı olarak değerlendirebilirim

2021 yılı sonu itibarı ile yıllık satışlarınızı, pandemi sebebi ile tüketiciler nezdinde ortaya çıkan talep artışlarını ve kur artışı ile doğan fiyat istikrarsızlığını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Dünya çapında kabul edilmiş iktisat kurallarına göre fiyat artınca talep düşüyor. Bizim sektör için de bu kural geçerli oldu. Ancak Aralık ayı sonu itibarıyla ürün fiyatlarının çok fazla arttığını ifade edebilirim.

Şu an sektöre olan talep yüzde 50 oranında düştü diyebilirim. Bayi olarak bu durumdan oldukça fazla etkilendik.

2022 yılında sizleri bekleyen fırsat ve tehditler nelerdir? Yeni yıldan genel olarak beklentileriniz nelerdir?

2022 yılı dünya literatüründe enflasyon yılı olarak geçiyor. Yılbaşından sonra mal ve hizmetlere yönelik fiyat artışlarının olacağını düşünüyorum. Ticari anlamda 2022 yılının

kayıp yılı olarak değerlendirebilirim. Bu noktada insanların taleplerini kısacağını düşünüyorum. Alım gücü düştükçe ihtiyaç fazlası ürünlere yönelik tüketici nezdinden bir uzaklaşma oluyor.



Yasin Özçelik - İstanbul / Zeytinburnu

Firmalar daha belirleyici bir rol üstlenmeli

2021 yılı sonu itibarı ile yıllık satışlarınızı, pandemi sebebi ile tüketiciler nezdinde ortaya çıkan talep artışlarını ve kur artışı ile doğan fiyat istikrarsızlığını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Piyasaların belirsiz olması aslına bakarsanız oldukça kötü bir durum. Bizler önümüzü göremiyoruz. Yalnızca biz değil, müşterilerimiz de aslında önünü göremiyor. Satışlarımızın arttığı söyleyebilirim. Fakat tedarik anlamında çeşitli sıkıntılar yaşadık. Bu sıkıntıları yaşamasaaydık 2021 yılını çok

daha yüksek cirolarla kapatabileceğimizi ifade edebilirim.

2022 yılında sizleri bekleyen fırsat ve tehditler nelerdir? Yeni yıldan genel olarak beklentileriniz nelerdir?

Yarının bize ne getireceğini bilmiyoruz. Yaşanan gelişmeler karşısında bireysel çabalarımızla ayakta durduk. Firmalarının dokunabildiği mevkiilerin yüksek olduğunu biliyoruz. Bu noktada firmalar daha belirleyici bir rol üstlenmeli. Ayrıca firmalar bizlere yaşanan olumsuz gelişmeler karşısında



destek vermeli. Firmaların buradaki en büyük görevi piyasayı ve bizi yönlendirmektir.

Samsung, CES 2022 kapsamında “Together for Tomorrow” vizyonunu açıkladı

Samsung, “Together for Tomorrow” vizyonu kapsamında, çevresel etkiyi en aza indiren, farklı yaşam tarzlarına hitap eden ve akıllı ev deneyimlerini gerçek anlamda kusursuz hale getirmeyi hedefleyen yeni ürün ve hizmetlerle; daha sürdürülebilir, kişiselleştirilebilir ve bağlantılı bir gelecek inşa etme planlarına vurgu yaptı.

Samsung, Las Vegas'ta gerçekleşen Tüketici Elektronik Fuarı - CES 2022 öncesinde düzenlenen açılış etkinliğinde “Together for Tomorrow” isimli gelecek vizyonunu duyurdu. Herkesi olumlu değişime katkı sağlamaya davet eden “Together for Tomorrow”, dünyanın en acil sorunlarına çözüm arayan işbirliklerine öncülük eden bir vizyon olarak öne çıkıyor.

Samsung Electronics Başkan Yardımcısı, CEO ve Samsung'un DX (Cihaz Deneyimi) Bölümü Başkanı Jong-Hee (JH) Han, etkinlikte gerçekleştirdiği açılış konuşmasında tüketicilerin değişen yaşam tarzlarını karşılayabilen, kişiselleştirilebilir deneyimler ile topluma ve dünyaya katkı sunan inovasyonları içeren yeni bir dönemi başlatmak üzere yürüttükleri çalışmalara vurgu yaptı. Han “İnovasyonun olumlu değişimi ne şekilde ortaya koyabileceğini görmek üzere sizlerin bu vizyonun bir parçası olmanız çok önemli. Gelecek için sizlerle çalışacak olmak son derece heyecan verici. Bu gelişmeler, sürdürülebilirliği ürün deneyiminizin bir parçası haline getirirken, yaşamlarımızı da daha sürdürülebilir kılacak” diye konuştu.

Sürdürülebilir bir gelecek inşa etmek

Samsung'un gelecek vizyonu kısaca şirketin “Her An Sürdürülebilirlik” olarak nitelendirdiği kavram üzerinde şekilleniyor. Bu kavram, sürdürülebilirliği tüm faaliyetlerinin merkezine yerleştirme konusunda Samsung'a ilham veriyor. Şirket bu vizyonunu yeni, düşük etkili imalat uygulamalarını, ayak izini azaltan ambalajları ve daha sürdürülebilir bir müşteri deneyimini benimseyerek ve ürünleri yaşam



döngülerinin sonunda sorumlu bir şekilde elden çıkararak uygulamaya geçiriyor.

Samsung'un üretim döngüsü boyunca karbon emisyonlarını azaltma konusunda yürüttüğü faaliyetler, karbon ayak izi konusunda dünya çapında öncü bir kuruluş olan Carbon Trust tarafından da tescillendi. Şirketin geçtiğimiz yıl kullandığı Carbon Trust sertifikalı bellek yongaları, karbon emisyonlarının yaklaşık 700.000 ton daha düşük miktarda gerçekleşmesini sağladı.

Ayrıca Samsung, 2025 yılına kadar tüm TV'lerinin ve telefon şarj cihazlarının beklemedeyken tükettiği enerjinin sıfıra yakın olmasını sağlayacak. Böylece ürünler kullanılmadıklarında neredeyse hiç enerji tüketmeyecek. Şirket elektronik endüstrisinin

önündeki bir diğer önemli konu olarak öne çıkan e-atıklar konusunda da 2009'dan bu yana beş milyon tondan fazla e-atığın toplanmasını sağladığını duyurdu. Şirket, geçtiğimiz yıl mobil ürünler alanındaki iklim önlemlerini somut hale getirmek ve cihazların yaşam

döngüleri boyunca çevresel ayak izlerini en aza indirmek için 'Galaxy for the Planet' sürdürülebilirlik platformunu kurmuştu.

Samsung'un bu teknolojileri herkese açık hale getirme kararı, sektörlerin ötesinde inovasyonu ve günlük yaşamda sürdürülebilirliği destekleme konusundaki kararlılığının bir yansıması. Samsung'un açılış konuşmasında duyurduğu Patagonia işbirliği, farklı sektörlerden de olsalar şirketlerin çevresel sorunları ele almak için bir araya geldiklerinde nasıl bir inovasyona imza atabileceklerini ortaya koyuyor. Bu işbirliğiyle geliştirilen yenilikçi çözümler sayesinde, Samsung çamaşır makinelerinde çamaşır yıkama esnasında suya karışan mikroplastik miktarı en aza indirilerek plastik kirliliğiyle mücadeleye katkı sağlanacak.

Han bu konuyla ilgili olarak şunları söyledi: “Bu işbirliği bizi çok heyecanlandırıyor ve çalışmalarımız bununla bitmeyecek. Gezeganimizin karşı karşıya olduğu zorluklara çözüm aramayı amaçlayan yeni ortaklıklara ve işbirliklerine imza atmaya devam edeceğiz.”

“Bu ciddi bir sorun ve tek başımıza çözebileceğimiz bir konu değil” diyen Patagonia Kurumsal Felsefe Direktörü Vincent Stanley de, Samsung mühendislerinin özverisinin altını çizdi. Stanley, işbirliğini “İklim değişikliğini tersine çevirmek ve doğaya sağlığını geri kazandırmak için hepimizin ihtiyaç duyduğu mükemmel bir işbirliği örneği” olarak nitelendirdi.



Türk iklimlendirme sektörü 2021'i 6,2 Milyar Dolar ile kapattı

Türk İklimlendirme Sektörü, 2021 yılının başında, yıl sonu için hedef olarak koyduğu 5 Milyar dolarlık ihracat hedefini 1,2 milyar dolar daha artırarak 6 milyar 196 milyon dolarlık ihracat büyüklüğü ile yılı kapattı.

Sektörün ihracatı bir önceki yıla göre yüzde 32,9 büyürken 2021 yılbaşından bu yana Türkiye ihracatından aldığı pay yüzde 2,7 olarak gerçekleşti. Ülkemizin 2020 yılında ihracatın ithalatı karşılama oranı %83,4 iken 2021 yılında iklimlendirme sektörünün ihracatının ithalatı karşılama oranı ise %96,1'e yükseldi.

Tüm alt ürün gruplarında ihracatını artıran Türk İklimlendirme Sektörü, 2021 yılında 2020 yılına göre, Isıtma Sistem ve Elemanları alt sektöründe yüzde 34,5, Soğutma Sistem ve Elemanları alt sektöründe yüzde 31,7, Klima Sistem ve Elemanlarında yüzde 21,8, Tesisat Sistem ve Elemanlarında yüzde 30,4, Havalandırma Sistem ve Elemanlarında ise yüzde 47,8, Yalıtım Malzemelerinde ise yüzde 53,3 ihracat artışı sağladı. 2021 yılında ihracatın en yüksek olduğu ülkeler sırasıyla Almanya, Birleşik Krallık, İtalya, Fransa ve Romanya oldu. Sektörün kilogram birim fiyatı

2020 yılında 4,28 dolar iken 2021 yılında 4,64 dolara çıktı.

İklimlendirme Sanayi İhracatçıları Birliği (İSİB) Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Şahal, sektör olarak 2021 yılında ihracatın tüm kalemlerinde rekorlar kırarak ilerlediklerini ifade ederek şunları söyledi: "Sektör olarak 2021 yılı sonu için hedef koyduğumuz 5 milyar dolarlık ihracat büyüklüğünü 1,2

milyar dolar daha artırarak 6,2 milyar dolar seviyelerinde kapattık. Ülkemiz ihracatı adına her geçen gün büyüyor ve uluslararası piyasalarda etkinleşiyoruz. Pazarlamadan satışa, iletişimden uygulamaya kadar Türk İklimlendirme sektörü, tüm paydaşları ile koordineli, verimli ve istahlı bir şekilde ilerliyor. Hemen hemen Dünya'nın her coğrafyasında yaptığımız yoğun mesainin karşılığını alıyoruz."



İklimlendirme Sanayi İhracatçıları Birliği (İSİB) Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Şahal

Vestel salgın sürecinde geliştirdiği ürünler ile Türkiye'de öncü olmaya devam ediyor

Türkiye'nin lider teknoloji üreticilerinden Vestel, tüketici ihtiyaç ve beklentilerine uygun ürünler geliştirmeye devam ediyor. Vestel'in pandemi döneminde geliştirdiği iklimlendirme ürünleri kapalı mekanlarda üst seviyede hijyen imkanı sunuyor.

Vestel, tüketici ihtiyaçlarına uygun yüksek teknolojik ürünler geliştiriyor. Vestel özellikle pandemi döneminde geliştirdiği hijyen sağlayan iklimlendirme çözümleriyle öne çıkıyor. Vestel'in geliştirdiği ve UV-C ışınlarıyla dezenfeksiyon sağlayan klimaları AVM, işyerleri, hastaneler ve restoranlar gibi toplu zaman geçirilen kapalı mekanlarda üst seviyede hijyen imkanı sunuyor. Vestel'in geliştirdiği UV-C ışın sistemi bulunan Gün Işığı Pro Klima serisi ve VRF Kaset Tipi Klima UV Dezenfeksiyon Kitleri Sağlık Bakanlığı onay süreçlerini tamamladı. Vestel tarafından geliştirilen bu dezenfeksiyon sistemi, Sars CoV-2 (Covid-19) virüsünü yüzde 99,99 oranında etkisiz hale getirerek toplu vakit geçirilen kapalı alanlar için güvenlik ve hijyen sağlıyor.



Samsung 1 saatte onarım ve dijital hizmet çeşitliliği ile 3 ödül kazandı

Samsung Türkiye Müşteri Hizmetleri çeşitli müşteri ihtiyaçlarına uygun şekilde tasarladığı müşteri deneyimi yolculuğu ile ödüller almaya devam ediyor. Çağrı merkezinden dijital kanallara, servis merkezlerine kadar çok çeşitli kanallarda yürüttüğü müşteri odaklı hizmetler ile Samsung, "International Customer Experience Awards 2021" yarışmasında "En İyi Müşteri Hizmetleri" kategorisinde Altın Ödüle layık görüldü.

Günlük yaşantımızda hayati bir öneme sahip cep telefonlarının değerini bilerek kesintisiz iletişim ilkesini benimseyen Samsung, bu

doğrultuda, müşterilerin tüm ihtiyaçlarının hızlıca giderileceği bir deneyim yolculuğu tasarladı ve ihtiyaç halinde iletişimin sürekliliği adına müşterine yedek cihaz teklif süreçlerini hayata geçirdi.

Samsung'un "Kesintisiz İletişim" stratejisi ile mobil ürünler yetkili servis merkezlerinin "Akıllı Servis" noktalarına dönüşümü, müşteri ihtiyaçlarında yeni bir dönemin başlangıcı oldu. Randevusuz bir şekilde hizmet sunulan Akıllı Servis merkezlerine gelen müşteriler geliştirilen yazılım sayesinde hızlıca bir danışman tarafından karşılanıyor, kendisine isimleri ile hitap edilerek hizmet alacakları

masalara davet ediliyor. Danışman tarafından ilgiyle karşılanan müşterilerin cihazlarıyla ilgili taleplerinin genellikle ortalama yüzde 25'i 10 dakika içinde çözülüyor. Müşteri ve danışman yüz yüze iletişim halinde olduklarından cihaz müşteri ile birlikte kontrol ediliyor ve müşteri de çözümün bir parçası olabiliyor. Onarım gerektiren durumlarda müşterilerin taleplerinin ortalama yüzde 90'ı 1 saat içinde çözülebiliyor. Cihazın onarımı eğer 1 saati aşarsa kesintisiz iletişim stratejisi gereği müşterilere yedek telefon sunuluyor. Cihaz değişimi gerektiren durumlarda ise, eski cihaz tüm aksesuarları barındıran ve kutusu kapalı kullanılmamış yeni bir cihazla değiştiriliyor. Tüm bu uygulamalar Samsung Türkiye Müşteri Hizmetleri'nin "Müşteri Deneyimi Dönüşümü" kategorisinde ve total müşteri deneyimi açısından ise "En İyi Müşteri Hizmetleri" kategorisinde Gold Award ödülüne layık görülmesini sağladı.

Samsung Çağrı Merkezi'nin Çözüm Odaklı Yaklaşımı Müşteri Memnuniyetini Artırdı

Samsung Çağrı merkezi tarafından müşterilere sunulan hızlı hizmet, müşteri hizmetleri ekibinin uzmanlığı, çözüm ekiplerinin müşteri odaklılığı, her müşteri tarzına ve sorununa göre farklılaşan dijital kanalların çeşitliliği ve bu sayede artan müşteri memnuniyeti, Samsung'a "Çağrı Merkezi" kategorisinde de Silver Award kazandırdı.



Yorglass yıl bitmeden ikinci ödülünü kazandı

Yorglass, güvenilir ve global tedarikçi vizyonuyla 60'a yakın ülkeye ürünlerini ulaştırıyor. Türkiye'de beş lokasyonda yer alan altı fabrikasıyla üretimini sürdüren Yorglass'ın Türkiye'deki pazar payı yüzde 50'ye, Avrupa'daki pazar payı ise yüzde 25 seviyesine ulaştı. Yorglass'ın bu başarısı hem büyümeyi hem de ödülleri beraberinde getiriyor. Daha önce yılın global tedarikçisi seçilen Yorglass, şimdi de dünyanın önde gelen vergi ve yönetim danışmanlığı firması Deloitte tarafından açıklanan Türkiye'nin en iyi yönetilen şirketleri arasında yer aldı.

Ülke ekonomisine katkı

Yorglass CEO'su Semavi Yorgancılar, kazandıkları ödülle ilgili bilgiler verdi. Yorgancılar, "Deloitte, Türkiye'de üçüncü kez gerçekleştirdiği ödüller kapsamında iyi yönetim konusunda şirketlerin farkındalığının artırılması, ülke ekonomisinin değerleri haline gelmiş Türk şirketlerinin hikâyelerinin ortaya çıkarılması ve bu öykülerin ulusal ve uluslararası platformlarda iş dünyasına



Yorglass CEO'su
**Semavi
Yorgancılar**

Yorglass Kurumsal İletişim
ve Marka Yöneticisi
**Merve Yorgancılar
Işıtmak**

tanıtılmasını hedefledi. Yorglass olarak strateji, yetkinlik ve inovasyon, kültür ve adanmışlık, yönetim ve finansallar olmak üzere dört temel başlıkta değerlendirildik ve 'En İyi Yönetilen

Şirketler' kategorisinde ödülün sahibi olduk. Deloitte'a teşekkür ediyoruz. 1974 yılında kurulan köklü bir şirket olarak etkin yatırımlar ve global başarılarımıza devam edeceğiz." dedi.

arnica™

YENİ

sofa

ŞARJLI EL SÜPÜRGESİ



KÜÇÜK VE HAFİF



SAKLAMASI KOLAY



NORMAL EMİŞ



YÜKSEK EMİŞ



ÇİFT KADEMELİ
HIZ SİSTEMİ

HER ZAMAN ELİNİZİN ALTINDAKİ GÜÇ



3 yıl
garanti



facebook.com/Arnica.Senur



twitter.com/ArnicaEvAletler



instagram.com/ArnicaEvAletleri



“Küresel Hijyen Araştırması”: İç mekan havalarının kalitesinden endişe duyanların oranı

Dyson, bu yıl da gerçekleştirdiği küresel hijyen araştırmasıyla insanların tuvalet kullanımı, genel el hijyeni alışkanlıkları ve ortak kullanım alanlarıyla ilgili tutumlarına dair etkileyici sonuçlar ortaya koydu. Global çapta ikincisi gerçekleşen araştırmaya bu sene Türkiye de dahil oldu ve Türkiye’de yaşayanların hijyen alışkanlıkları tespit edildi.



Araştırmaya göre, Türkiye’de yaşayanlar el hijyeni konusuna fazlasıyla önem veriyor ve pandemi koşulları devam ederken umumi tuvaletlerin kullanımı konusunda hassas davranıyor. Umumi tuvaletlerde yer alan geleneksel ve kirli hava yayan el kurutma makinelerini kullanmaya çekinen Türk katılımcılar, geleneksel teknolojiler yerine temassız el kurutması sağlayan ve temiz hava filtresine sahip son teknoloji cihazları tercih ediyor. Kapalı ve ortak kullanım alanlarındaki hava kalitesi konusunda endişelerini belirten Türkiye’den araştırmaya katılan kişiler, iş yerlerinin yanı sıra okullarda da hava temizliğinin çok önemli olduğunu vurguluyor. Tek kullanımlık ürünlerin kullanımı konusundaysa ülkemizde eğitimle daha da artabilecek genel bir bilinç düzeyi olduğu görülüyor.

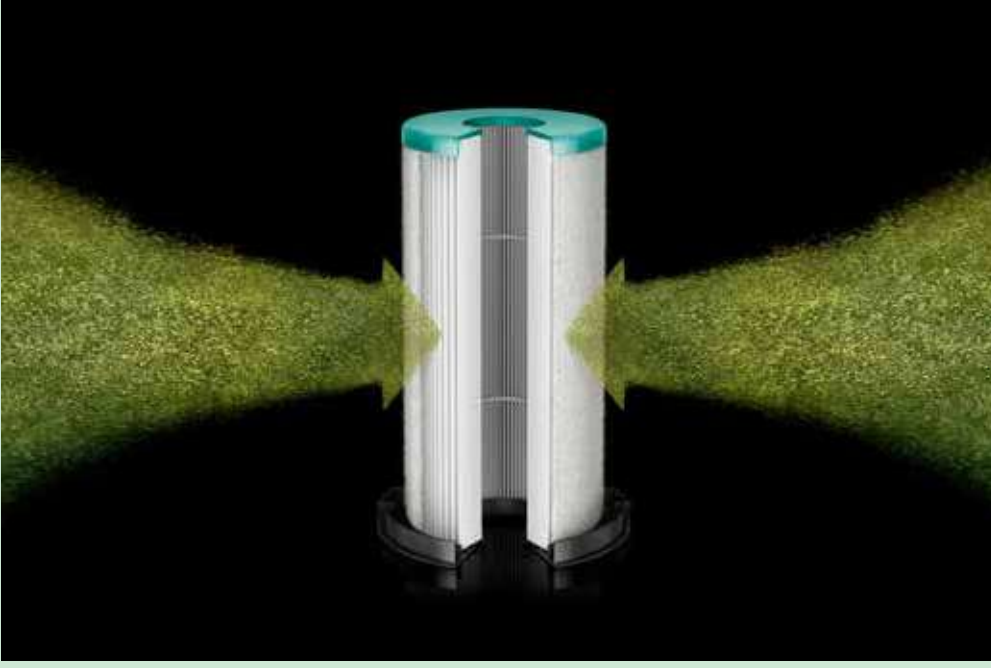
Türk halkı el yıkama konusunda titiz ve umumi tuvalet kullanma konusunda endişeli

Dyson’ın geçtiğimiz yıl ilkinin gerçekleştirdiği küresel hijyen araştırmasında ankete katılanların yüzde 84’ü, pandemi başladığından beri günde 5 veya daha fazla kez ellerini sabun ve suyla yıkadığını söylemiş, katılımcıların çoğunluğu bu sayının günde 8 veya daha fazla olduğunu belirtmişti. 2021 yılında yapılan araştırmaya göre, günde 5 veya daha fazla kez el yıkayanların oranının dünya genelinde yüzde 74’e düştüğü görülüyor. Türkiye, yüzde 86’lık oranla Meksika ve Birleşik Arap Emirlikleri’nden sonra bu konuda en yüksek sonuca sahip üçüncü ülke konumunda yer alıyor. ABD, İspanya, Çin ve Singapur ise el yıkama sıklığındaki oranıyla

2020 yılı sonuçlarına göre alt sırada yer alıyor.

Araştırmada, halka açık tuvaletleri kullanmaktan endişe duyanların oranının hala yüksek olduğu görülürken; küresel olarak ankete katılanların yüzde 65’i 2021 yılının Temmuz ayında, halka açık bir tuvaleti kullanma konusunda bir önceki yıla göre daha fazla endişe duyduğunu söylüyor. Meksika, Tayvan ve Türkiye’de katılımcıların en az yüzde 80’i 2021 yılında bu konuda daha fazla endişeli olduğunu belirtiyor.

2020 yılı araştırma sonuçlarına bakıldığında, el kurutma makinelerinin kullanımıyla ilgili hijyen endişelerini artırmaya devam eden teknolojiler, geleneksel el kurutma makineleriyle daha fazla ilişkilendiriliyor ve bu endişeler alternatif bir makine seçimi ile



önlenebilir durumda. İnsanlara el kurutma makinesi kullanırken en büyük çekincelerinin ne olduğu sorulduğunda, dünya genelindeki katılımcıların yüzde 32'si kirli havayla ellerini kurutmayı sebep gösterirken, yüzde 38'i fiziksel olarak düğmelere basmak zorunda kalmayı öne sürüyor. Ankete katılanların yüzde 45'i, el kurutma makinelerine, temiz havayla kurutma sağlayan, güvenilir hava temizleme filtrelerinin dahil edilmesi gerektiğini söylüyor. Katılımcıların yüzde 57'si güven veren temassız teknolojilerin kullanılması gerektiğini söylüyor. Her iki kullanıcı beklentisi de Dyson'ın HEPA filtreye sahip el kurutma cihazlarında sağladığı kriterler olarak dikkat çekiyor. Türkiye'den

araştırmaya katılan kişilerin yüzde 80'i Dyson tarafından geliştirilen el kurutma makinelerini kullanmak konusunda kendini daha rahat hissediyor.

Araştırmanın Türkiye ayağında, katılımcıların sadece yüzde 8'i el kurutma makinesini tuvaletin en hijyenik olmayan parçası olarak görüyor. El kurutma makineleriyle ilgili en büyük endişelerse, yüzde 44 oranla elleri kirli havayla kurutmak (dünya ortalaması olan yüzde 32'den önemli ölçüde yüksek), yüzde 43 oranla fiziksel düğmelere basmak zorunda kalmak ve yüzde 39 oranla temizlik eksikliği olarak belirtiliyor. El kurutma makinelerinin özellikleri hakkında fikir bildiren katılımcıların

yüzde 57'si temassız el kurutmanın, yüzde 57'si bakteri ve virüsleri öldüren hijyenik kaplamanın ve yüzde 52'si de hava filtrasyonunun önemli olduğunu düşünüyor.

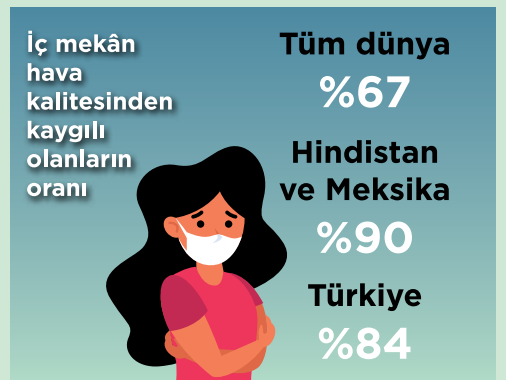
2021 yılı araştırmasında katılımcılara tek kullanımlık ürünlerin çevre üzerindeki etkisi konusunda ne kadar endişe duydukları soruldu. Yüz maskeleri, eldivenler, tek kullanımlık bardaklar ve kâğıt havlular gibi öğeleri dikkate almaları istendiğinde, 4 kişiden 3'ü, çevresel endişelerle yeniden kullanılabilir bardaklar, yıkanabilir maskeler ve el kurutma makineleri gibi daha sürdürülebilir çözümlere yönelmesi gerektiğini dile getiriyor. Türkiye'den katılan kişilerin yüzde 85'i tek kullanımlık ürünlerin mevcut kullanımından rahatsızlık duyduğunu belirtiyor.

Farkındalık artsa da eğitim şart!

Pandemi boyunca sağlık ve hijyene odaklanan eğitim kampanyalarındaki artışa rağmen, dünya genelinde insanların 3'te 1'den azı (yüzde 29) ellerini hijyen nedeniyle kuruttuklarını iddia ediyor veya bunu sadece alışkanlıktan yapıyor. Bu sayı, katılımcıların yüzde 40'ının hijyen amacıyla ellerini kuruttuğu 2020 yılına göre düşüş gösteriyor. Türkiye'den katılımcıların ise yalnızca yüzde 32'si ellerini hijyen amacıyla kuruttuğunu söylüyor.

2021'de yapılan araştırma aynı zamanda ev dışında çalışan katılımcıların iç mekân çalışma alanlarının hava kalitesi konusunda oldukça kaygılı olduğunu gösteriyor. Küresel anlamda katılımcıların yüzde 67'si bu konuda endişe duyduğunu belirtirken, bazı bölgelerde bu oran yüzde 90'a kadar çıkıyor (Hindistan ve Meksika). Türkiye'den katılanların yüzde 84'ü de kapalı çalışma ortamlarındaki hava kalitesi konusunda endişe duyduklarını söylüyor. Global çapta katılımcılara hem ofis hem de eğitim ortamları hakkında düşünceleri sorulduğunda ise yüzde 82 gibi büyük bir çoğunluk, her iki alanda da havayı temizlemenin önemli olduğunu belirtiyor. Türkiye'den araştırmaya katılan kişilerin yüzde 90'ı ise aynı şekilde okullarda ve üniversitelerde de bu konunun önemli olduğunu düşünüyor.

Araştırma Türkiye'de 2021 yılı Temmuz ayında 18 yaş ve üstü 500 katılımcıyla gerçekleştirildi. Küresel araştırmaysa 20 ülkede toplamda 15.100 kişiyle yürütüldü.



Beyaz eşya sektörü sağlık ve faydaya odaklanarak ülkemize değer yaratma hedefiyle çalışmaya devam ediyor



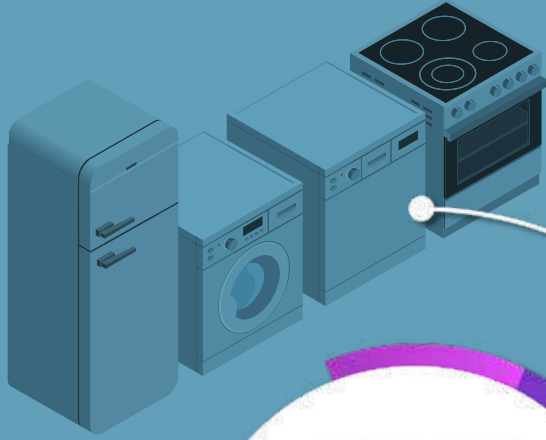
Türkiye Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği'ne üye firmalar olarak paydaşlarının sağlığını önceliklendirerek, karşılaştıkları sorunlara karşı çözümler üretmeyi ülkemiz için değer yaratmayı hedeflediklerini söyleyen TÜRKESD Yönetim Kurulu Başkanı Can Dinçer, zor bir yılı başarıyla atlattıklarını belirtti: "Türkiye'nin lokomotif sektörlerinden olan beyaz eşya sektörünün %90'ını temsil eden TÜRKESD'e üye firmalar olarak zor bir seneyi başarılı sonuçlarla geri bırakıyoruz. Kasım ayında Türkiye satışlarımız bir önceki yıl aynı döneme göre %7 oranında artarken, hem yüksek baz etkisi hem de ana pazarımız olan Avrupa'da yeni pandemi dalgasının etkisiyle ihracatta %3'lük bir daralma yaşadık.

Ocak-Kasım döneminde ise Türkiye satışlarımız geçen yıl aynı döneme kıyasla %9, ihracatımız %21 oranında arttı.

İç satış ve ihracat toplam satış adedimiz %18 oranında artarak 31.718.284 olarak gerçekleşti. Hem küresel ekonomi ve ülkemizin ekonomisindeki sıkıntıları hem de pandemi belirsizliğini göz önünde bulundurarak daha zor bir yılın bizleri beklediğini görüyoruz. Bu süreçte üretiminin %75'ini ihraç eden sektörümüzün rekabet gücünün desteklenmesi her zamankinden daha kıymetli olacaktır. AB Yeşil Mutabakatı doğrultusunda yol haritasının hızlıca belirlenerek harekete geçirilmesi kritik önem taşımaktadır. Öte yandan Türkiye pazarında alım gücünü destekleyecek adımlar atılmasının yararlı olacağına inanıyoruz. Tüm bu gelişmeler ışığında ek vergilerin en azından geçici süre için kaldırılması önerimizi tekrar dile getirmek isterim. 2022'nin tüm paydaşlarımıza ve ülkemize sağlıklı, hayırlı bir yıl olmasını dilerim."



Can Dinçer
TÜRKESD Başkanı



4 ANA ÜRÜN

Buzdolabı
Çamaşır Makinası
Bulaşık Makinesi
Fırın

ÜRETİM

	Kasım 2021	Kasım 2020
Adet / Yıl	2.647.297	2.495.765
Yüzde değişim	% 6	
	Ocak-Kasım 2021	Ocak-Kasım 2020
Adet / Yıl	26.882.239	22.108.103
Yüzde değişim	% 22	

İÇ SATIŞ

	Kasım 2021	Kasım 2020
Adet / Yıl	589.903	521.381
Yüzde değişim	% 13	
	Ocak-Kasım 2021	Ocak-Kasım 2020
Adet / Yıl	6.614.905	6.047.282
Yüzde değişim	% 9	

İHRACAT

	Kasım 2021	Kasım 2020
Adet / Yıl	1.826.157	1.897.601
Yüzde değişim	-% 4	
	Ocak-Kasım 2021	Ocak-Kasım 2020
Adet / Yıl	20.003.408	18.303.666
Yüzde değişim	% 22	

İTHALAT

	Kasım 2021	Kasım 2020
Adet / Yıl	117.331	5.227
Yüzde değişim	% 2145	
	Ocak-Kasım 2021	Ocak-Kasım 2020
Adet / Yıl	258.334	118.794
Yüzde değişim	% 124	



6 ANA ÜRÜN

Buzdolabı
Çamaşır Mak.
Bulaşık Mak.
Fırın
Derin Dondurucu
Kurutucu

ÜRETİM

	Kasım 2021	Kasım 2020
Adet / Yıl	3.125.041	2.960.880
Yüzde değişim	% 6	
	Ocak-Kasım 2021	Ocak-Kasım 2020
Adet / Yıl	31.513.119	26.345.011
Yüzde değişim	% 20	

İÇ SATIŞ

	Kasım 2021	Kasım 2020
Adet / Yıl	631.942	590.030
Yüzde değişim	% 7	
	Ocak-Kasım 2021	Ocak-Kasım 2020
Adet / Yıl	7.949.185	7.272.988
Yüzde değişim	% 9	

İHRACAT

	Kasım 2021	Kasım 2020
Adet / Yıl	2.270.425	2.339.748
Yüzde değişim	-% 3	
	Ocak-Kasım 2021	Ocak-Kasım 2020
Adet / Yıl	23.769.099	19.707.063
Yüzde değişim	% 21	

İTHALAT

	Kasım 2021	Kasım 2020
Adet / Yıl	144.135	30.958
Yüzde değişim	% 366	
	Ocak-Kasım 2021	Ocak-Kasım 2020
Adet / Yıl	626.704	402.740
Yüzde değişim	% 56	

Beko'dan yeni teknoloji IronFinish Kurutma Makinesi

Beko, IronFinish teknolojisine sahip kurutma makinesi ile tüketicilerini ütü derdinden kurtarıyor. Kurutma makinesinde yer alan IronFinish teknolojisi ile çamaşırlar buharın doğru zamanda ve doğru miktarda kullanılması ve optimum hava akışı sayesinde ütüye ihtiyaç kalmadan giyime hazır halde kuruyor.

Beko IronFinish Kurutma Makinesi'nde kurutma sürecinde çamaşırın sıcaklık ve nem miktarı sürekli olarak gözlemleniyor ve çamaşıra doğru zamanda ve sıcaklıkta verilen buhar sayesinde kırışıklık önleniyor. Kırışıklık önlemek için 2. en önemli adımlardan biri olan buharın miktarı da çamaşır miktarına göre ayarlanıyor. Optimum hava akışı ise buharın çamaşırlara eşit ve homojen bir şekilde dağılmasını sağlıyor. Giyime Hazır programı %100 pamuklu, %100 polyester, %100 viskoz, %56 pamuk ve %44 polyester karışımı kıyafetlerde de başarılı sonuç veriyor. Beko Kurutma Makinesi Ironfinish teknolojisi sayesinde ütü işini kullanıcıdan alıyor ve zamandan tasarruf ettiriyor.



Arzum Superstar Touch saç düzleştirici fırça saçınıza istediğiniz şekli veriyor



Arzum Superstar Touch saç düzleştirici fırça ile soğuk kış günlerinde sıcak evinizde saçınıza istediğiniz modeli kendiniz verebilir, düz ve hacimli saçlara sahip olmanın mutluluğunu yaşayabilirsiniz. Arzum Superstar Touch saç düzleştirici fırça ile saçlarınızı tararken bir yandan da hızlı ve kolayca düzleştirebilirsiniz. Saçın doğal hacmini koruyan ve saçta kolayca kayan özel tasarımıyla öne çıkan Arzum Superstar Touch, turmalin iyon kaplaması sayesinde saçlarınızdaki elektriklenmeyi önler.

Her saç tipine uygun olarak 160 dereceden 220 dereceye kadar ayarlanabilir sıcaklığa sahip, hızlı ısınabilen Arzum Superstar Touch düzleştirici fırça, saçınızda ideal bir görünüm sağlar. Geniş tarak dişleri sayesinde saçı kavrayarak daha etkili sonuçlar veren Arzum Superstar Touch, 30 dakika sonra otomatik kapanma özelliğiyle güvenliğinizi de düşünür. Siz de saçına her zaman özen gösterenlerdenseniz siyah rengi ve zarif tasarımı ile dikkat çeken Arzum Superstar Touch'a mutlaka sahip olun.

Siemens IQ500 Toz Torbasız Süpürge teknolojisi ile fark yaratıyor



Temizliği konforlu hale dönüştüren iQ500 Toz Torbasız Süpürge quattroPower teknolojisinin sağladığı verimin temelinde highPower motorunun, yüksek performanslı başlığın, ideal hava contalarının ve yenilikçi powerProtect toz haznesinin benzersiz bileşimi var. Siemens'in bu yüksek performans teknolojisiyle temizlikte az enerji harcanarak maksimum sonuçlar elde ediliyor. Üstelik bu performansı ActiveSound Control ile sessiz çalışarak yapıyor. Süpürge başlığından hava çıkışına kadar, tüm süpürge sistemi, minimum ses seviyesine uygun olarak tasarlandı.

Entegre HEPA hijyen filtreleme sistemi de alerjisi olan kişiler için ideal. Süpürme

esnasında dışarı verilen hava filtreleme sayesinde oda havasından daha temiz olarak veriliyor. Yıkanebilir hijyenik HEPA filtre, A sınıfı toz emiş performansı sunuyor.

iQ500 Toz Torbasız Süpürge her yüzeye uygun tasarlanmış başlıklarla temizliği kolaylaştırıyor. Turbo Başlık halı üstü zorlu kirleri süpürebilir, ekstra güçlü temizlik performansı için sessiz SilentClean Premium Başlığı ve parke ile fayans gibi zeminlerin hassas temizliği için özel geliştirilmiş Sert Zemin Başlığını kullanabilirsiniz.



iRobot, temizlik alışkanlıklarını değiştiriyor

iRobot Roomba i7 ve i7+ ürünleri, Imprint Akıllı Haritalama özelliği sayesinde ev temizliğinde oda adlandırması ve oda seçimi yapılmasına imkan sağlarken, aynı zamanda 10 kata kadar farklı haritaların kaydedilmesi olanağını sunuyor. Roomba i7 ve i7+ akıllı robot süpürgeleri Türkçe uygulama üzerinden seçilen belli bir alana yönlendirilebiliyor veya yine uygulama üzerinden robotun girmesi istenmeyen alanlar belirlenebiliyor. Üstün özellikleriyle fark yaratan bu ürünler, temizlik rutinlerinin oluşturulmasına ve hatta ihtiyaçlar

doğrultusunda her bir oda için bir temizlik programı oluşturulabilmesine olanak veriyor.

Temizliğin sınırları aşıyor

Ev temizliğinin vazgeçilmezleri arasında yer alan Roomba i7 ve i7+ ürünleri, kir saptama (Dirt Detect) sensörleri sayesinde kirli alanların kolaylıkla saptanmasını sağlıyor. Kirli alanların tespit edilmesi ve detaylı bir şekilde temizlenmesini sağlayan ürünler, yenilikçi teknolojisiyle eksiksiz bir temizliği mümkün kılıyor. Otomatik kir boşaltma (CleanBase) özelliği ile de öne çıkan

Roomba i7+ akıllı robot süpürgeler, toz haznesinin pratik bir şekilde boşaltılmasını sağlıyor. 30 toz haznesi büyüklüğündeki Otomatik Kir Boşaltma istasyonu, haftalarca toza kire değmeden temizlik işleminin tamamlanmasını sağlıyor. Ayrıca toz ve atıkların otomatik olarak kir boşaltma istasyonuna aktararak kilitli alerjen torbalarında (AllergenLock toz torbaları) saklanmasını mümkün kılan ürünler, kilitli torbalar dolduğunda uyarı veriyor ve böylece alerjik hassasiyete sahip kişilerin sağlığını koruyor.



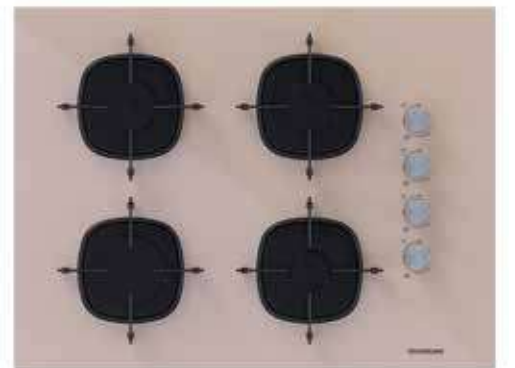
Silverline CS5610 Ocak aynı anda 4 yemek pişiriyor

Silverline, kullanıcı deneyimlerini esas alarak özenle hazırladığı tasarımlarıyla maksimum kullanılabilirliği sunmaya devam ediyor. Mutfakta zaman tasarrufu sağlamak amacıyla tasarlanan Silverline CS5610 ocak, dört tencerenin sığabileceği geniş kullanım alanı sayesinde tüm gözlerde aynı anda yemek pişirme imkanı sunuyor.

Standart dört gözlü ocaklara göre daha geniş olan ve 22 cm çapında dört tencereyi aynı anda kullanabilme imkanı sunan Silverline CS5610 ocak ile kısa sürede birden fazla yemek pişirmek mümkün. Türkiye'nin en geniş dört gözlü ocağı olma özelliğiyle diğer tüm ocaklardan ayrılan tasarım, 70 cm genişlik, 8



mm temperli cam ve tekli emaye ızgarasıyla mutfaklara fonksiyonel çözümler sunuyor. Siyah, beyaz ve gri renk seçenekleriyle her



mutfak dekorasyonuna uyum sağlayan ocak, yenilikçi ve modern çizgisiyle trendleri baştan yaratıyor.

Goldmaster Masterjet Ütü hayatınızı kolaylaştırıyor

Artık kıyafetlerinizi ütölemek zahmet olmaktan çıkıyor. Goldmaster Masterjet Ütü pratik çok buhar tetiği ile dakikada 180 gram çok 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.



Çeyrek Asırlık Hazineler

Alfabetik sıra ile 1997'in en iyi 7 filmi



Funny Games (Almanya)

Şok edici filmlerin yönetmeni Haneke'nin en vurucu filmlerinden biri. İnsan ruhunun karanlık dehlizlerinde turlar attıran bir seyirlik. Göl evlerine tatile gelen aileyi teröze eden iki psikopatın kara mizah soslu ama bolca tüy ürperten hikayesi. Suçluların aile ile oynadığı dehşet oyunlarını Haneke de izleyicisiyle oynuyor.



Lost Highway (ABD)

David Lynch'in bilinçaltının kayıp otobanında sizi son sürat bir yolculuğa çıkaran filmi üstadın başyapıtlarından. Karısını öldürmekten idama mahkum edilen adam, idamını beklediği hücrede açıklanamaz bir metamorfoz ile bambaşka bir adamın vücudunda bulur kendini. Gerisi entrika, kaos, aklınıza atırılan taklalar.



Gattaca (ABD)

Distopik bir gelecekte geçen film, insanoğlunun iradesiyle neler başarabileceğini hızlı bir tempo ve akıcı bir senaryo ile aktarıyor. Tek arzusu tüm engellere rağmen uzaya açılmak olan kahramanımızın hikayesi sizi kolayca içine alıyor. En zeki bilimkurgu filmlerinden biri.



Masumiyet (Türkiye)

Aşık olduğu hapisane kuşunun peşinde Anadolu'yu dört dönen pavyon kadınının peşinde aynı pervaneliği, ateşe düşeceğini bile bile yapan adam rolü Haluk Bilginer'in en unutulmaz rollerinden biri. Bir dizi kaybedenin, kaybedilmiş masumiyetlerinin, sessiz yenilgilerinin, çılgık çılgıca pişmanlıklarının eşsiz anlatımı. Zeki Demirkubuz, hikayenin öncesini "Kader" filminde anlattı ama bu kadar başarılı olamadı.



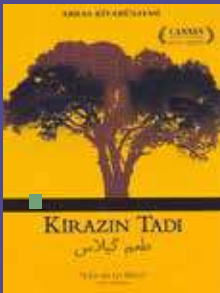
Hayat Güzeldir (İtalya)

Nazilerin 2. Dünya Savaşı'nda yarattıkları dehşeti komedi sosuyla verebilmek büyük bir cesaret işiydi. Roberto Benigni bu işten aktör-yönetmen olarak alnı ak olarak çıkmış. Oscar dahil sayılamayacak kadar ödüllere boğulan film, şöhretini tam anlamıyla hak ediyor. Finali yıllarca aklınızdan çıkmayacaktır.



Prenses Mononoke (Japonya)

Animenin en büyük ismi Hayao Miyazaki'den tam bir klasik. Çok güçlü bir çevreci mesajı müthiş bir aksiyonla veren film, yarattığı kanlı fantastik dünyayla yetişkinlere hitap ediyor sadece. Prenses ibaresini görüp sakın Disney filmleriyle karıştırmayın. "İyi-kötü" kavramlarına çarpıcı ve özgün bir bakış atan bir başyapıt.



Kirazın Tadı (İran)

İran sinemasının üstatlarından Abbas Kiarostami'nin Cannes Film Festivali şampiyonu filmi. Orta yaşlı bir adamın hayatına son verme isteği çevresinde dönüyor film. Mezarını hazırlamış. Tahrân sokaklarında intiharı sonrası para karşılığı üzerine toprak atacak birini arıyor. Son derece özgün bir fikir çerçevesinde gelişen sıradışı bir dram.



OCAK 2022 • SAYI: 271

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
Atatürk Mah. Ertuğrul Gazi Sok.
Metropol İstanbul
A Blok No.2E K.21 D.331
Ataşehir / İstanbul
Tel/(0216) 709 70 80 Faks: 0850 522 34 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 İske ve Etikleri'ne uymaya söz vermiştir.

Yeni Yılda Evinizi LUXELL İLE Yenileyin

36
GARANTİ

2022

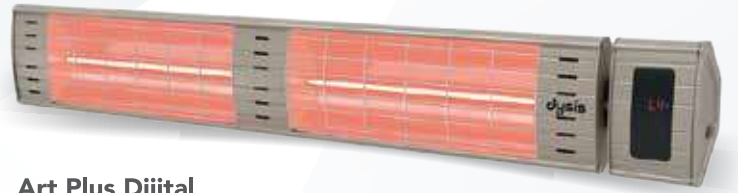




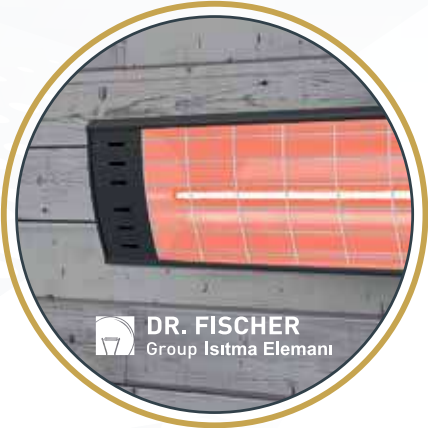
Sıcaklığımızla her yerdeyiz!



Art Plus Dijital
HTR7414.B.UK



Art Plus Dijital
HTR7414.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
INNOVATIONSHAUS