

Söyleşi

“Türk kahvesini dünyaya yaymayı kendine misyon edinmiş bir şirketiz”

Mehtap Yıldız

Arzum Pazarlama ve Ürün Gelişmeden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı

6

Söyleşi

Fakir’in yeni ürünleriyle sağlıklı yaşam, teknolojiyle buluştu

Zümrüt Tamer

Fakir Hausgeräte Pazarlama ve E-Ticaret Direktörü

12

Söyleşi

Viomi, yapay zeka ve IoT teknolojisi ile akıllı evlerin önünü açıyor

Seyhan Köroğlu

Viomi Türkiye Satış Direktörü

28

274



Dağıtım Kanalı

Ev Aletleri Sektöründe Türkiye’nin Uzman Dergisi

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

www.dagitimkanali.com.tr

Türkiye’de bir ilk!

**Karıştırıcılı cezveli, sütlü Türk kahve makinesi:
Arzum OKKA Rich Spin M**

**SÜTLÜ
MILK COFFEE**

**KLASİK
CLASSIC**

**KÖZDE
SLOW BREW**

**SERT
STRONG**



arzum  **OKKA**

Bağımsız bir araştırma şirketi tarafından yapılan araştırmaya göre “Türkiye’de İlk ve Tek Karıştırıcılı Cezveli Sütlü Türk Kahve Makinesi”

metalline®

Electromechanic Systems

Slim-Line

GÖMME PRİZ SİSTEMİ



Online Katalog için QR kodu okutunuz.

Ürünü

www.teknolojimagazasi.com'dan
online satın alabilirsiniz!

8 Farklı Renk Seçeneği, 2 Farklı Model

Slim-Line USB Şarj Sistemi; modüler çiftli USB-A soketli şarj sistemi, kolay kullanımı, kolay montajı, hızlı şarj özelliği ve oldukça şık tasarımı ile her alanda ihtiyaçlarınızı karşılar. Sert zeminlerde olduğu gibi yumuşak yüzeylerde de kolaylıkla kullanabilirsiniz. Keskin köşeli ve oval köşeli olmak üzere 2 farklı model ve 8 farklı renk seçeneği ile sizlerin beğenisine sunuyoruz.

- 2 Yıl Garantili
- Güvenli Alışveriş
- Özel Üretim



+90 (216) 481 33 33



info@metalline.com.tr



metallinecomtr



www.metalline.com.tr



Perfetto, çekirdekten fincana.

De'Longhi 'çekirdekten fincana' kahve makineleri ile favori kahveniz evinizde sizi bekliyor. Taze öğütülmüş, tek dokunuşla hazır, özenle demlenmiş, mükemmel köpüklü: Yani, perfetto. shop.delonghi.com.tr

De'Longhi



Tüm ütülenebilir kumaşlarda kırışıkları kolayca gidermek için pratik çözüm



Otomatik Kapanma



3 Metre Kablo



1000 Watt

**4 YIL
GARANTİ**

www.king.com.tr / KingEvAletleri

İçindekiler

6

Söyleşi

“Türk kahvesini dünyaya yaymayı kendine misyon edinmiş bir şirketiz”

Mehtap Yıldız

Arzum Pazarlama ve Ürün Gelişmeden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı

8

Kahve Kokusu

Üçüncü nesil kahve demleme yöntemi aslında nedir? Robot Barista Melfa Assista, Türk kahvesi hazırlıyor 2022 kahve festivalleri takvimi belirlendi Karaca'dan yeni Hatır Barista

12

Söyleşi

Fakir'in yeni ürünleriyle sağlıklı yaşam, teknolojiyle buluştu

Zümrüt Tamer

Fakir Hausgeräte Pazarlama ve E-Ticaret Direktörü

18

Sektör Haberi

28

Söyleşi

Viomi, yapay zeka ve IoT teknolojisi ile akıllı evlerin önünü açıyor

Seyhan Köroğlu

Viomi Türkiye Satış Direktörü

32

Söyleşi

Tüketicilerin beklentisi çevre ve tüketici dostu, sağlıklı yaşam odaklı ileri teknolojiye sahip ürünler

Bülent Bülbül

LG Electronics Türkiye Ev Eğlencesi Elektronik ve Beyaz Eşya Ürün Grupları Satış Başkanı

34

Bayi

“Toprağında patatesten başka bir şey çıkmayan bir yerde ticaret yapıyoruz”

Rıdvan Mutlu

Tophane DTM Ltd. Şti. Ortağı ve Yöneticisi

36

Araştırma

Türkiye’de Sürdürülebilirlik Algısı nasıl?

38

Teknoloji

Teknolojinin yeni trendi sanal gerçeklik oldu

40

Makale

Küresel Isınma..!

42

Dernek

“TÜRKESD üyesi firmalar olarak bu yıl 2021’e kıyasla %31 daha fazla yatırım yapmayı planlıyoruz”

44

Ürünler

48

SineMadem

En İyi Film Oscar’ı kazanmış En İyi 6 Film

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!



ON'dan iyisi Yok

Şenocak

Çekmeceli Derin Dondurucularda

Tam 10 Yıl Garanti

6200 Inox Serisi



7300 Serisi



ŞENOCAK

senocak.com.tr

444 0789



Enerjinizi İşinize Harcayın Hizmeti Bize Bırakın

- 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

SUNUŞ



YILDIRIM SÖYLEMEZ
yildirimsöylemez@dagitimkanali.net

Sürdürülebilirlik ama nasıl?

Sürdürülebilirlik şu anda tüm dünyada konuşulan en önemli ve güncel konulardan biri. Birçok alanda yapılan çalışmalar, dünyanın sınırlı kaynaklarının giderek tükendiği ve yanlış kullanımlara bağlı olarak gelecek nesillere aktarılamayacak duruma geldiğini gösteriyor. Bu durumda ülkeler başta olmak üzere sektörlere, firmalara ve hatta bireysel olarak bizlere önemli görevler düşüyor. Araştırma firması Twentify, Türkiye temsili 1.250 kişiyle Bounty mobil uygulamasını üzerinden Ocak 2022'de sürdürülebilirlik kavramının toplum tarafından nasıl algılandığını gösteren bir araştırmaya imza attı. Katılımcılara iklim değişikliğinin yarattığı kaygılar, sorumlular ve alınabilecek önlemlere dair düşüncelerini sorularak oluşturulan araştırmada marka ve tüketim tercihleri konusunda ilginç detaylar ortaya çıktı. İlerleyen sayfalarda dikkate değer bilgiler sizleri bekliyor.

Fakir Hausgeräte, pandemi ile birlikte hızlandığı sağlıklı yaşam ürünleri kategorisini büyümeye devam ediyor. Bu alandaki teknolojileri farklı yatırımlar yapan şirket, ürünlerini Fakir Sağlık Teknolojileri adı altında bir kategoride birleştirdi. Konuyla ilgili dergimize konuşan Fakir Hausgeräte Pazarlama ve E-Ticaret Direktörü Zümrüt Tamer, şirketin bu alandaki teknolojilerini çeşitlendirerek büyüyeceğini ifade etti. Ürünler hakkında detaylar ve röportajımızı ilerleyen sayfalarda bulabilirsiniz.

Türkiye'de robot süpürge pazarına merhaba diyen yeni ürünlerden biri Viomi. Yapay zeka özellikleri ve nesnelerin interneti teknolojileri ile dikkat çeken ürün, pazara yeni bir soluk getirmeye hazırlanıyor. Biz de bu sayımızda Viomi Türkiye Satış Direktörü Seyhan Köroğlu bir söyleşi gerçekleştirdik ve hem ürünün detaylarını aldık hem de satış ve pazarlama stratejilerini konuştuk. Kendisine değerli görüşleri için teşekkür ediyoruz.

Arzum, Türk Kahvesi'nin dünyada tanıtımı için yaptığı çalışmalara son hızla devam ediyor. Özellikle Okka ürün ailesi ile fark yaratan çalışmalara imza atan şirket, yeni lansmanını gerçekleştirdiği Arzum OKKA Rich Spin M ile kategoriye yeni bir soluk getiriyor. Biz de bu yeni ürünle ilgili bilgileri Arzum Pazarlama ve Ürün Gelişmeden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Mehtap Yıldız'a sorduk. İlerleyen sayfalarda röportajımızı bulabilirsiniz.

DELTA



BÜTÇENİZİ KORUYAN TEKNOLOJİ



444 75 25



deltasogutma.com.tr



/deltasogutma



“Türk kahvesini dünyaya yaymayı kendine misyon edinmiş bir şirketz”

“Arzum olarak Türkiye’de Sıcak İçecek Hazırlama pazarının önemli oyuncularından biriyiz. Bu pazarda Türk kahvesi makineleri segmentindeki başarımızla öne çıktığımızı söyleyebilirim. 2014 yılında lansmanını gerçekleştirdiğimiz Arzum OKKA, fincana servis yapabilen tek ev tipi ‘Türk kahvesi makinesi’ olma unvanını koruyor ve rekabette ayrışan bir ürün olarak dikkat çekiyor. Ayrıca bu pazarda e-ticarete olan odaklanma neticesinde sadece online kanaldaki pazar payı göz önüne alındığında Arzum lider oyuncu olarak öne çıkıyor.”



Mehtap Yıldız Arzum Pazarlama ve Ürün Gelişmeden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı

Arzum OKKA Ailesi’nin yeni ürünü olan Arzum OKKA Rich Spin M’in genel özelliklerinden bahsedermisiniz?

Bizi çok heyecanlandıran, Arzum OKKA ailemizin en yeni üyesi Arzum OKKA Rich Spin M ile Türk kahvesi keyfini yeniden yorumluyoruz. Bağımsız bir araştırma şirketinin yaptığı çalışmaya göre Türkiye’de bir ilk olan; karıştırarak sütlü Türk kahvesi pişirme özelliğine sahip Arzum OKKA Rich Spin M’de bulunan klasik, sert, sütlü ve közde Türk kahvesi pişirme seçenekleriyle her damak zevkine uygun tatlar sunuyoruz. Dört farklı modda kahveyle, ‘Dünyaya Türk

kahvesini sevdiren marka: Arzum OKKA Rich Spin M’in karıştırıcı ve paslanmaz metal cezvesi, tek parçalı özel iç yüzeyi ile kolay temizlik sağlıyor. Arzum OKKA Ailesi’nin diğer üyelerinde olduğu gibi, közde Türk kahvesi keyfi için yavaş pişirme özelliği bulunan Arzum OKKA Rich Spin M, 5 fincan kapasitesine sahip. Karıştırma özelliği sayesinde sütlü Türk kahvesinin yanı sıra sütlü ve Türk kahveli çok farklı tarif ve içecekler hazırlanabilen Arzum OKKA Rich Spin M ile ayrıca Menengiç Kahve, sahle, sıcak çikolata gibi her damak zevkine uygun tatlar hazırlamak mümkün. Arzum OKKA Rich Spin M de, patentli Akıllı Auto Brewing Altitude

Detection teknolojisi sayesinde bulunduğu ortamın ideal pişirme sıcaklığını tespit ederek dünyanın her yerinde aynı lezzette Türk kahvesi yapılabilmesine olanak sağlıyor.

Arzum OKKA Rich SpinM, sütlü Türk kahvesi yapabilme özelliği ile Türkiye’de bir ilk. Bu ürünün tasarımı ve geliştirilmesi aşamasında nelere dikkat ettiniz? Sütlü Türk Kahvesi ülkemizde ne kadar tercih ediliyor?

Türk kahvesi pek çoğumuz için ortak tutku. 500 yıllık köklü bir geçmişe sahip Türk kahvesi, yönetim kurulu başkanımız Murat



Kolbaşı'nın da yönetim kurulu üyesi olduğu Türk Kahvesi Kültürü Araştırmaları Derneği'nin çabalarıyla 5 Aralık 2013'te UNESCO tarafından 'Türkiye'nin somut olmayan kültürel bir değeri' olarak tescillenen önemli bir miras. Anadolu'da yüzyıllardır yaşayan farklı kahve kültürleri olduğunu biliyoruz. Mardin'de dibek, Şanlıurfa'da mirra, Gaziantep'te menengiç, Karabük'te safranlı, Nevşehir'de közde, Ankara'da kumda, İzmir'de damla sakızlı ve İstanbul'da geleneksel Türk kahvesi şeklinde çoğaltabileceğimiz çok zengin bir kültür; Türk kahvesi. Türkiye'de geleneksel, bol köpüklü, okkalı Türk kahvesi tercih edenler çoğunlukta olsa da, kahveyi yumuşatmadan içemeyen, azımsanmayacak büyüklükte bir kitle de var. Türk kahvesini sade içemeyenlerin ilk tercihi de sütle yumuşatarak içmek. Biz toplumun nabzını çok iyi tutan bir markayız. Trendlerin, müşteri profilinin ve tercihlerinin hızlı değişimine aynı şekilde uyum sağlayarak her türlü ihtiyaca cevap veren ürünler tasarlıyoruz. İlk olarak 2014 yılında doğrudan fincana kahve servisi yapan ilk cihazımız olan Arzum OKKA Türk kahvesi makinesinin tüketicimizle buluşmasının üzerinden 8 yıl geçti. O günden bu yana OKKA Ailemizi farklı ihtiyaçları gözeterek geliştirdik, zenginleştirdik. Arzum OKKA Rich Spin M'imize gösterilen yoğun ilgiden de hareketle sütlü Türk kahvesi tüketiminin arttığını rahatlıkla söyleyebiliriz.

Arzum OKKA Rich Spin M'in yurt dışında pazarlanması konusunda nasıl bir yol izleyeceksiniz?

Türk kahvesini dünyaya yaymayı kendine misyon edinmiş bir şirketiz. Bunun için de sürekli yenilediğimiz Arzum OKKA ailemizle 'Dünyaya Türk kahvesini sevdiren marka:

Arzum OKKA' sloganımızla var gücümüzle çalışıyoruz. Bu doğrultuda, Türkiye'de Ocak ayında raflarda yerini alsa da Arzum OKKA Rich Spin M'i ilk kez geçen yıl 23-26 Eylül'de gerçekleştirilen Londra Kahve Festivali'nde tüketicilerle buluşturmştuk. Ardından Arzum OKKA Rich Spin M'i, ev eşyaları endüstrisinin dev şirketlerinin katıldığı, Amerika'nın Chicago eyaletinde 5-7 Mart arasında gerçekleştirilen The Inspired Home Show'da (İlham veren ev şovu) tanıttık. 2022'nin ikinci yarısında ürünümüzü Amerika'da da satışa sunmayı planlıyoruz. 31 Mart-3 Nisan tarihlerinde Londra Kahve Festivali'nde de Arzum OKKA Rich Spin M'i meraklılarıyla buluşturuyoruz. Önümüzdeki dönemde dünyanın farklı ülkelerindeki önemli fuar ve organizasyonlara katılarak Arzum OKKA Rich Spin M'i yurtdışındaki tüketicilerimizle buluşturmayı sürdüreceğiz.

Türk Kahvesi pişirici pazarının durumu nedir? Bu kategorinin dünyadaki konumu nasıl ilerliyor? Siz marka olarak bu alanda neler yapmayı hedefliyorsunuz?

Arzum olarak Türkiye'de Sıcak İçecek Hazırlama pazarının önemli oyuncularından biriyiz. Bu pazarda Türk kahvesi makineleri segmentindeki başarımla öne çıktığımızı söyleyebilirim. 2014 yılında lansmanını gerçekleştirdiğimiz Arzum OKKA, fincana servis yapabilen tek ev tipi 'Türk kahvesi makinesi' olma unvanını koruyor ve rekabette ayrıran bir ürün olarak dikkat çekiyor. Ayrıca bu pazarda e-ticarete olan odaklanma neticesinde sadece online kanaldaki pazar payı göz önüne alındığında Arzum lider oyuncu olarak öne çıkıyor. Arzum olarak 2021'de Türk Kahve Makinesi pazarında adette ve ciroda pazar payı aldığımızı söyleyebilirim. Türk kahvesi kültürünü dünyaya yayma misyonumuza uygun olarak önümüzdeki dönemde de 'Dünyaya Türk kahvesini sevdiren marka: Arzum OKKA' sloganımızla daha fazla insanın Türk kahvesiyle tanışabilmesi için çalışmalarımızı sürdüreceğiz. Gittiğimiz ülkelerde Arzum OKKA'larımızla raflarda yerimizi alacağız.

Arzum'u bu yeni cihazın üretimine iten ana motivasyon kaynağı ne oldu? Bu kararı alırken sizleri etkileyen unsurlar nelerdi?

Biz 55 yıllık tecrübemizle müşterilerimize en iyi teknoloji ve ürünleri sunmayı ilke edindik. İnovasyon odağımızla hayata geçirdiğimiz yeniliklerle her zaman tüketicilerimizin memnuniyetini artırmayı hedefledik. Arzum OKKA Rich Spin M de bu hedefimizin

bir ürünü. En yeni OKKA'yı tasarlarken geleneksel yöntemle yapılan Türk kahvesinde karıştırmanın öneminden ilham aldık ve bunu, çok güçlü olduğumuz bir özelliğimiz olan inovasyona taşıdık. Tabii sürekli değil ara ara karıştırarak tüketicilerimizin bol köpüklü, sütlü Türk kahvesi yapabilmesine imkân sağladık. Günümüzde sütlü Türk kahvesi de Türkiye'de keyifle tüketilen içeceklerden biri olarak ayrı bir kültürün parçası. Biz, Arzum OKKA Rich Spin M ile tüketicilerimize karıştırma işlemi için hiç ek çaba göstermeyecekleri, otomatik şekilde hem sütlü hem köpüklü Türk kahvesi lezzeti hazırlayabilecekleri bir makine sunduk. Arzum OKKA Rich Spin M ile Sütlü Türk kahvesinin yanı sıra sütlü ve Türk kahveli çok farklı tarif ve içecekler, sahlep, sıcak çikolata gibi lezzetler hazırlamak mümkün. Karıştırıcı özelliğiyle Türkiye'de bir ilk olarak sektöre öncülük etmek de en çok önemseydiğimiz konulardan biri. Hayallerimizi gerçekleştirebilmek için marka ve AR-GE yatırımlarımıza hiç ara vermiyoruz. Her dönem Arzum'un marka değerine değer katmayı hedefledik. Arzum OKKA Rich Spin M'in de değerimize değer katacağına yürekten inanıyoruz.

Arzum OKKA Rich Spin M'in satışlarının normal kahve makinelerini geçeceğini düşünüyor musunuz? Üründen satış beklentiniz ne düzeyde?

Bugün olduğu gibi, önümüzdeki dönemde de göz bebeğimiz olan Arzum OKKA markamızla Türk kahve makinesi pazarının en önemli oyuncularından biri olmayı sürdüreceğimize inanıyoruz. Tabii ki, Arzum OKKA Rich Spin M için televizyon, radyo ve tüm dijital platformlarda başlattığımız yoğun reklam kampanyamızın sonuçlarını alıyoruz. Satış rakamlarımızın her geçen gün daha da arttığını rahatlıkla söyleyebilirim. Bu artışı çok önemsemekle birlikte, ürün portföyümüzde dengeli büyüme hedefimizden de vazgeçmiyoruz



Üçüncü nesil kahve demleme yöntemi aslında nedir?

Son yıllarda üçüncü nesil kahve demleme yöntemlerinin popülerliği giderek artıyor. Endüstriyel makinalar yerine manuel olarak, elle yapılabilen bu demleme yönteminin ayrıntılarını ve püf noktalarını 30 yıllık Kahve Gurusu ve Authorized SCA Trainer Sam Çeviköz anlattı.



Üçüncü nesil demleme olarak adlandırılan yöntemin aslında 1900'lü yılların başında kullanıldığını ifade eden Kahve Gurusu Sam Çeviköz, "Bu yöntem dünya genelinde sıklıkla kullanılan ve çok tercih edilen bir yöntemken Türkiye'de son birkaç yıldır kullanılıyor ve meraklısı da günden güne artıyor" şeklinde konuştu. Üçüncü nesil demleme yönteminin gerçek anlamını ve lezzetini kazanması için nitelikli kahvelerle buluşması gerektiğinin önemle altını çizen Çeviköz, "Bir kahvenin nitelikli olarak isimlendirilebilmesinde kahve çekirdeklerinin yetiştiği coğrafya, yetiştiği rakım ve hasat yöntemi gibi etkenler büyük önem taşıyor. Kahvenin niteliği, tadım testleri yapan degüstatörler tarafından puanlanıyor. Üçüncü nesil demleme yöntemiyle kaliteli bir kahve elde etmek isteniyorsa bu puanın 90 ve üzeri olması gerekiyor" ifadelerini kullandı.

Endüstriyel makinalar mı yoksa analog demleme ekipmanları mı?

Yüksek maliyetli endüstriyel makinalarla elde edilen kahve ve üçüncü nesil demleme yöntemleri ile demlenen kahve arasındaki farka açıklık getiren Kahve

Gurusu ve Authorized SCA Trainer Sam Çeviköz "Makinalarla hazırlanan kahveler espresso bazlı kahvelerdir. Latte, mocha, cappuccino gibi kahvelerin bazı da espresso'dur. Üçüncü nesilde ise gerçek bir filtre kahve elde edersiniz. Bu sebeple aslında tercihinizi yaparken demleme yöntemi değil kahve çeşidi tercih etmiş olursunuz" ifadelerini kullandı. Coffee HQ mağazalarında üçüncü nesli destekleyen V60 Drip ve Chemex demleme ekipmanlarını kullandıklarını belirten Sam Çeviköz, bu sayede kahve severlere berrak, doymuş ve lezzetli kahveleri deneyimleme fırsatı sunduklarını söyledi.

Nesillere göre kahve

Birinci, ikinci ve üçüncü nesil demleme yöntemlerini anlatan Çeviköz, "Birinci nesil dediğimiz yöntem Türk Kahvesi ve türevlerinde gördüğümüz kahve yapım yöntemleridir. İkinci nesil, makinalarla elde edilen espresso ve espresso bazlı kahveler iken üçüncü nesil ise demleme ekipmanlarına verilen isimdir. Coffee HQ Akademi'de düzenlediğimiz workshoplarda meraklısına tüm ekipmanları ve makinaları deneyimleme fırsatı sunabiliyoruz." dedi.



Evde üçüncü nesil demleme yöntemiyle kahve yapmanın incelikleri

Üçüncü nesil kahve yapmanın inceliklerine değinen Çeviköz: "Üçüncü nesil demleme yönteminin kabul edilen en iyi oranı 1'e 16'dır, yani 1 gr kahveye 16 ml su kullanılabilir. İçecek kişinin damak tadına göre bu ölçekler değişiklik gösterebilir. Suyun ısısı, suyun akıtma tarzı ve akıtma hızı demleme ekipmanlarına göre değişmektedir. En iyi kahveyi deneyimleyebilmek için kahve workshoplarına katılabilir ve üçüncü nesil demleme yöntemleriyle nitelikli kahveleri bir araya getiren kafeleri tercih edebilirsiniz." ifadelerini kullandı.



Robot Barista Melfa Assista, Türk kahvesi hazırlıyor

Mitsubishi Electric, sofr, mutfak, küçük ev aletleri, dekorasyon ve ev tekstili alanında Türkiye'nin önde gelen markalarından Karaca ile iş birliğine imza attı. Bir barista gibi Türk kahvesi yapan MELFA ASSISTA cobotunu Galataport Karaca mağazasında sergileyen Mitsubishi Electric, pek çok farklı sektöre çözüm sağlayan robot teknolojisi ile ezberleri bozmaya devam ediyor.



Mitsubishi Electric, insan eline yakın hassasiyet ve kabiliyetteki robotlarıyla endüstriyel üretime çağ atlatıyor. Teknoloji ve yazılım dünyasında meydana gelen gelişmelere paralel olarak geliştirilen MELFA ASSISTA cobotlar ile üretime esneklik kazandıran şirket, insanlarla beraber çalışabilen cobot teknolojisi ile şaşırtıcı işlere imza atıyor. Bunun en güzel örneklerinden birini ise Galataport Karaca mağazasında yer alan ve Türk kahvesi hazırlayan MELFA ASSISTA cobot sunuyor. Mağazada ziyaretçilerinin yoğun ilgisiyle karşılaşan yetenekli kolaboratif robot, marifetleriyle lezzetli bir kahve deneyimi sunuyor.

Barista MELFA ASSISTA önce siparişi alıyor, sonra kahveyi hazırlıyor

Kolay programlama ve sistem konfigürasyonu sayesinde en basit işlerden en kompleks yapıdaki uzmanlık gerektiren faaliyetlere kadar her alanda çalışan MELFA ASSISTA, pratik bir şekilde komut alarak insanlarla iş

birliği içinde çalışabiliyor. Karaca'nın Hatır Mod serisinde yer alan iki adet Türk kahvesi makinesini kullanabilen bu cobot, kahve ve şeker için dozajlama üniteleri sayesinde isteğe göre kahve hazırlayabiliyor. İlgili fonksiyonlar, Mitsubishi Electric Servo ve FX5U PLC ile gerçekleştiriliyor ve kontrol ediliyor. Yetenekli MELFA ASSISTA, boş cezveyi önce kahve dozajlama ünitesinin altına getiriyor, ardından PLC'ye "dök" sinyali göndererek kahvenin dökülmesini sağlıyor. Sonra ise şeker dozajlama ünitelerinin altına getirerek aynı şekilde PLC'ye "dök" sinyali gönderiyor. PLC ekranından seçilen sade, orta veya şekerli seçeneklerine göre şeker dozajı ayarlanıyor.

Yetenekleriyle şaşırtan MELFA ASSISTA, bu işlemlerin ardından muslukların altına gidiyor. Eğer kahve pişirme özelliği közde seçilmişse sadece su, sütlü seçilmişse su ve sütü alıyor. Ardından karıştırıp makinenin içine yerleştiriyor. Makinenin düğmesine basan MELFA ASSISTA, kamera ile makinenin kahve pişirme ışığının sönmesini takip ediyor. Işık söndüğünde, yani kahve piştiğinde sinyal alıyor, cezveyi alıp fincana servis yapıyor ve cezveyi muslukta yıkayıp tekrar makinenin içine yerleştiriyor.

MELFA ASSISTA ile güvenlik kaygısı ortadan kalkıyor

Pek çok farklı sektörde kullanılarak üretimde esneklik, sezgisellik, hız ve verimlilik sağlayan MELFA ASSISTA ile fark yaratan Mitsubishi Electric, Türk kahvesi yapabilecek

kadar hassas ve yetenekli bu cobotlar ile üretimde iş birliği dönemini hızlandırmayı hedefliyor. MELFA ASSISTA, aynı zamanda güvenlik ekipmanları olmadan çalışabiliyor ve insan iş gücünü asiste edebiliyor. Görsel destekli öğretim ara yüzü sayesinde uzman olmayan kişiler tarafından bile pratik şekilde kullanılabilen MELFA ASSISTA, RT VisualBox ile özel program bilgisine ihtiyaç duymuyor. En önemlisi de grafik şifrelerle tüm parametreleri kolayca ayarlama özelliği sunuyor.



2022 kahve festivalleri takvimi belirlendi

Etkinlik endüstrisinde nitelikli ve ses getiren projelere imza atan Dream Sales Machine'in 2022 Festival takvimi belli oldu. Türkiye'nin marka festivali Coffee Festival'ler bu yıl Bodrum, İzmir, Diyarbakır, Ankara ve İstanbul'da gerçekleştirilecek.

Dream Sales Machine tarafından düzenlenen ve Türkiye'nin marka festivali konumunda bulunan kahve festivalleri kapılarını kahve severlere açmaya hazırlanıyor.

İlk Coffee Festival 6-7-8 Mayıs tarihleri arasında Zai Bodrum'da kapılarını kahve severlere açacak. Ardından 27-28-29 Mayıs'ta İzmir'de, 3-4-5 Haziran'da Diyarbakır'da, 23-24-25 Eylül'de Ankara'da, 6-7-8-9 Ekim'de de İstanbul'da Coffee Festival gerçekleştirilecek.

Dream Sales Machine Başkanı Alper Sesli, pandemiyle birlikte en çok zarar gören sektörlerin başında etkinlik sektörünün geldiğini belirterek, "Turizm ve etkinlik sektörü çok zor günler geçirdi. Pandemiyle birlikte sektörlerin de, bireylerin de alışkanlıkları değişti. Bu dönemi çok iyi değerlendirdik, çok çalıştık. Yeni ve yenilikçi festivallerle sektörü daha da



geliştiriyoruz. Etkinlik endüstrisinde yine büyük fark yaratacağımız festivallerimiz için geri sayım başladı. Coffee Festival'ler kahve endüstrisinde dünyanın en büyük life style etkinliği olarak kabul ediliyor. Bodrum, İzmir, Ankara, Diyarbakır ve İstanbul'da şimdiden heyecan dorukta." dedi.

Yeni döneme uzun zamandır soluksuz çalıştıklarını da vurgulayan Sesli, "İlk durağımız Bodrum olacak. 6-7-8 Mayıs'ta

Zai Bodrum'da olacağız. Ziyaretçilerimizi sürpriz etkinlikler ve çok zengin bir program bekliyor. Her festivali belli bir konsept kapsamında gerçekleştirerek kahvenin sınırsız dünyasında yenilikçi açılımlar yapıyoruz. Nitelikli kahve etrafında markaları ve katılımcıları ağırlayacağız. Bu yıl tüm kahve festivallerimizle 150 bin kişiye ulaşmayı hedefliyoruz." şeklinde görüşlerini dile getirdi.

Karaca'dan yeni Hatır Barista

Karaca, tüketicinin evde farklı kahve lezzetlerini yapma arzusundan yola çıkarak tasarladığı Hatır Barista'yı kahveseverlerle buluşturuyor. Farklı İtalyan kahvesi lezzetlerini Türk kahvesinin benzersiz tadıyla yeniden yorumlayan Hatır Barista ile kahve keyfi artık evinizde. Dünyada ilk defa latte, cappuccino ve americano gibi kahveleri Türk kahvesi bazı ile hazırlayan Hatır Barista, Latte Türk ve Cappuccino Türk kahveleri ile evinizdeki kahve keyfinizin vazgeçilmezi olacak.

Hatır Barista ile başta Latte Türk ve Cappuccino Türk olmak üzere közde Türk kahvesi ve sütlü Türk kahvesi yapabilir, süt ısıtma özelliğiyle farklı sütlü içecekler hazırlayabilirsiniz. İsterseniz közde Türk kahvesi, sıcak çikolata, sütlü Türk kahvesi ve sütlü içecekler yapabilir ya da sadece süt ısıtmak için kullanabilirsiniz.

Hatır Barista'nın iki yıldızı: Latte Türk ve Cappuccino Türk

Karaca'nın yeni kahve makinesi Hatır Barista, Türk kahvesinin zengin aromasını İtalyan kahveleri lezzetleri ile buluşturuyor.



Bu iki kahve kültürünün sentezi ile ortaya çıkan Latte Türk ve Cappuccino Türk kahvelerini yapmak Karaca'nın yeni Hatır'ı ile çok kolay ve keyifli. Farklı lezzetler deneyimlemek isteyenler ise bu makine ile barista becerilerini ortaya koyuyor.

Dripper'da damıtma tekniği ile süzülen Türk kahvesi, latte, cappuccino gibi

kahvelerin bazını oluşturuyor. Espresso yerine kullanılan Türk kahvesi bazını lezzetli bir Latte Türk, Cappuccino Türk'e dönüştürmek için tek yapılması gereken süt köpürtme yoğunluğunuzu tercihinize göre ayarlamak. İdeal lezzeti yakalamak isteyenler için makinenin altında bulunan bilgilendirme çekmecesini ise elinizin hep altında, yanınızda.

Tefal | ingenio



AZ YER KAPLAR ÇOK İŞ YAPAR!



OCAKTA
KOLAYLIK



FIRINDA
KOLAYLIK




DOLAPTA
KOLAYLIK



Fakir'in yeni ürünleriyle sağlıklı yaşam, teknolojiyle buluştu

“Tüketicilerimizin ihtiyaçlarına göre sahip olduğumuz teknolojiyi her geçen gün bir adım öteye taşıyarak diğer kategorilerimize de ekleyeceğimiz yeni ürünlerle daha sağlıklı bir yaşama adım atmak isteyen tüketicimizin yanında olmaya, bu alanda ön plana çıkmaya devam edeceğiz. Hatta şimdiden bizi heyecanlandıran bir planı aktarayım; bu kategoriyi Fakir Sağlık Teknolojileri çatısı altında toplayarak daha fazla çeşitle Fakir kullanıcılarına sunacağız.”



Zümrüt Tamer Fakir Hausgeräte Pazarlama ve E-Ticaret Direktörü

Son dönemlerde sağlıklı yaşam teknolojileri alanındaki ürünlerinizle dikkat çekiyorsunuz. Bu kategorideki ürünlerinizden bahsedebilir misiniz? Stratejik olarak bu alanda ürün geliştirmeye sizi ne yöneltti?

Fakir Hausgeräte 1988'den bu yana küçük ev aletleri alanında Türkiye'nin en bilinen markalarından biri olmayı başarmış bir

teknoloji markası. Hayatı kolaylaştıran, tüketicilerimizin yaşam kalitesini artıran kısacası “iyi yaşamı destekleyen” ürünler geliştiriyoruz. Bu nedenle söylem olarak #SiziAnlayanTeknoloji sloganıyla yolumuza devam ediyoruz. Tüketicimizin ihtiyacı neyse o ihtiyacı en kaliteli, teknolojik ve güvenilir şekilde karşılamak bizim için oldukça önemli. Gelişmeyi kendine hedef olarak belirlemiş bir marka olarak sağlıklı yaşam trendleri bizi, sağlıklı yaşamı

teknolojiyle buluşturan ve iyi bir yaşamı desteklemeye yardımcı ürünler geliştirmeye yönlendirdi. Çünkü hitap ettiğimiz tüketici kitlesi teknolojiyi takip ediyor, performansı önemsiyor, metropol yaşamında hayatlarına katma değer sağlayan ürünleri keşfetmeyi ve sofistike deneyim yaşamayı seviyor.

Elbette bu kategoriye girmemizde pandemi dönemiyle birlikte sağlığımızın kıymetini daha çok anlamamızın etkisi büyük. Artık yaşam alanlarında ve dış mekanlarda hijyen koşullarına daha çok önem veriyoruz. Evlerde geçirilen vakitte insanlar bulunduğu ortamı daha temiz tutmaya yöneldi diyebiliriz. Yapılan araştırmalara göre pandemiyle birlikte yeni “hijyen rutinlerimiz” oluştu. Ev temizliği %78 oranında artış gösterirken dezenfektan kullanımı ise %82 gibi bir oranda artış gösteriyor. Özellikle evlerde geçirilen vaktin artmasıyla birlikte dünya çapında yapılan bir başka araştırma neticesinde, ülkemizde ev temizliği konusunda her 5 kişiden 2'sinin haftada 5 ila 7 kez evini temizlediği, her 5 kişiden 4'ünün de ayda en az bir kez derinlemesine temizlik yaptığı ortaya çıktı.

Fakir Hausgeräte olarak bu içgöründen yola çıkarak geliştirilen sağlıklı yaşam kategorimizle bu alandaki yeni trendlere cevap veriyoruz. Bizim için sağlık sadece sağlıklı beslenmek değil hayatın her alanında içten dışa sağlığı hayatın içine dahil etmek anlamına geliyor. Dönemsel değil sürdürülebilir bir sağlıklı yaşam anlayışı edinmek isteyenlerin hayatına dahil olup teknolojimizle bu konforu onlara sağlıyoruz. Elbette pandeminin

etkisinin geçtiğimiz yıllara göre azaldığı şu dönemlerde yeni trendleri takip etmeye devam ediyoruz. Önümüzdeki günlerde duyurmaya hazırlandığımız yeni güzellik kategorimiz de bunun en büyük göstergesi olacak.

Sağlıklı yaşamı mümkün kılmak adına bunu hangi teknolojilerle sağlıyorsunuz?

Covid-19 kapsamında Sağlık Bakanlığı'nın özellikle altını çizdiği hijyen konusundaki hassasiyetin etkisiyle dezenfektan kullanımı oldukça arttı. Kısacası bu maddelerin faydasının yanı sıra kimyasal içerdiğini de unutmamak gerekiyor. Fakir olarak, bu farkındalıkla geliştirdiğimiz Hypo Clean ürünümüz ise sadece çeşme suyu ve tuz ile oldukça doğal bir solüsyon oluşturmanızı sağlıyor. Bu ürünümüz meyve ve sebze temizliğinde, evdeki eşyalardan patili dostlarımızın temizliğine kadar her şeyi hijyenik hale getirerek virüs ve bakterilere karşı bir kalkan oluşturuyor. Hem de bunu sadece çeşme suyu ve sofraya tuzu ile bir dakikadan kısa bir sürede hipokloröz asit bazlı bir solüsyona çevirerek yapıyor. Bu sayede kullanıldığı her alanda %99,9 hijyen sağlıyor. Hypo Clean'i sektörde ayrıştıran en önemli özellik Sağlık Bakanlığı Biyosidal ruhsatına sahip olması. Yani insan sağlığına zarar veren hiçbir etken madde üretmiyor. Aksine gıdaya temas edebiliyor. Yani meyve ve sebze yıkayabiliyorsunuz veya bebeğinizin emziğini bile hızlıca dezenfekte edebiliyorsunuz. Dezenfektanların içeriğindeki zararlı maddelerden korunurken, sadece su ve tuz gibi bütçeyi sarsmayan ürünlerle istediğiniz kadar solüsyon oluşturabiliyorsunuz.

Dezenfektanların yanı sıra sağlıklı yaşam için soluduğumuz havanın kalitesi de oldukça önemli. Unicef'in Covid-19 sürecinde virüsü evlerimizden uzak tutmak adına almamız gereken önlemleri aktardığı kılavuzunda özellikle de evin içerisindeki havanın temiz olması konusuna dikkat çekiliyor. Ayrıca Sağlık Bakanlığı'nın 14 kural olarak belirlediği maddeler arasında da "Bulunduğunuz ortamı sık sık havalandırın" deniliyor. Kısacası soluduğumuz havanın kalitesi sadece pandemi sürecinde değil genel olarak oldukça önemli.

Altı filtreli hava temizleme teknolojisine sahip ürünümüz Luminoso Smart, soluduğumuz havayı kirleten partikülleri hapsediyor ve bu sayede sağlıklı yaşam için gerekli olan temiz havayı kullanıcılarına sunuyor. Ortamın havasını temizlerken kötü kokuları da yok edebiliyorsunuz. Elektrostatik filtresi ile de 0,3 mikrondan küçük toz ve partikülleri hapsedebilen Luminoso Smart; ortamı havada bulunan ince tozlardan, organizmalardan, polenlerden, alerjenler ve zararlı maddelerden arındırıyor diyebiliriz. Tam da bu noktada Nisan ayında yapmayı planladığımız lansmanımızda daha detaylı olarak ilkleri nasıl başardığımızı aktaracağız.

Dikkat çeken bir diğer ürününüz ise Aqua Gio. Özellikle hidrojenli suyun önemine dikkat çektiğiniz bu ürün ne gibi avantajlar sağlıyor?

Sağlıklı yaşamı konuşurken su içmenin önemine değinmemek olmaz. Sağlıklı bir bireyin kilosuna ve ihtiyacına göre günde en az 2-2,5 litre su içmesi doktorlar tarafından hep söyleniyor. Özellikle içtiğimiz suyun kalitesi arttıkça sağlıklı yaşama olan yakınlığımız bir o kadar artıyor. Bunun için son dönemlerde yapılan araştırmalar da gösteriyor ki hidrojenli suyun sağlığımız için çok fazla faydası bulunuyor. Yorgunluğu azaltmaya, alerjik reaksiyonları baskılamaya, zayıflamaya ve yaşlanma belirtilerine karşı yararlı olan hidrojenli su özellikle bağışıklık sistemi üzerinde oldukça etkili.

İçme suyunu elektroliz ederek içindeki hidrojen moleküllerini arttıran ve bu şekilde serbest hidrojen açısından zengin içme suyu üretebilen ürünümüz **Aqua Gio**, sağlığına dikkat edenlerin ilk tercihlerinden. Yapılan araştırmalara göre ise hidrojenli su insan vücudu için ekstra yararlı. Başta da dediğim gibi teknolojiyi keşfetmeyi ve hayatına dahil etmeyi seven tüketicimiz bu ürünümüzün içme suyundan ürettiği hidrojenli suyla yaşam kalitesini artırıyor. Çünkü hidrojenli su bağışıklığı desteklemek, alerjenlere karşı vücudu korumak gibi kanıtlanmış etkilere sahip. Böyle bir zengin kaynağı sadece su ve teknolojimizi birleştirerek sağlıyoruz.

Tüketicilerimizin ihtiyaçlarına göre sahip olduğumuz teknolojiyi her geçen gün bir adım öteye taşıyarak diğer kategorilerimize de ekleyeceğimiz yeni ürünlerle daha sağlıklı bir yaşama adım atmak isteyen tüketicimizin yanında olmaya, bu alanda ön plana çıkmaya devam edeceğiz. Hatta şimdiden bizi heyecandıran bir planı aktarayım; bu kategoriyi Fakir Sağlık Teknolojileri çatısı altında toplayarak daha fazla çeşitle Fakir kullanıcılarına sunacağız.

Sağlık teknolojilerine yönelik ürünlerin dışında, ürün yelpazenizde dikkat çeken diğer ürünlerden bahsedebilir misiniz?

Teknolojinin günden güne gelişmesiyle birlikte hayatımız da bundan fazlasıyla etkileniyor. Teknoloji geliştikçe, tüketicilerin satın alma alışkanlıkları da değişiyor. Kullanılan süpürgelerin yıllar içindeki değişimi de bunun aslında en büyük örneği. Rakamlarla ifade etmem gerekirse- 2021 yıl sonu raporlarında robot süpürge de ciro bazda %777 adet bazında ise %592'lik bir büyüme gerçekleşti. Kısacası robot süpürgelere ciddi bir talep söz konusu. Kategori hızlı bir ivmeyle büyüyor ve büyümeye de devam edecek. Biz de Fakir Hausgerate olarak robot süpürgemiz Robert RS770 modelimizi 2021 Haziran ayında kullanıcılarımızla buluşturduk. Pazar büyümesiyle birlikte biz de büyümeye devam ediyor ve bu anlamda sadece

ürünümüzle değil teslimat ve kurulumla tüketici deneyimini son derece konforlu hale getiriyoruz. Tüketicilerimize olan hizmetimiz sadece satışla sınırlı değil aynı zamanda sonraki çözümler için de tüm Türkiye çapında hizmet veriyoruz. Ürünlerimizin kullanımı her ne kadar kolay olsa da teknik bilgi gerektiği için hızlı ve ücretsiz olarak destek sağlıyoruz.

2022'nin ikinci yarısında yeni robot süpürge lansmanlarıyla sektöre yeni bir soluk getireceğimize inanıyoruz.

Geleceğe yönelik büyüme planlarınız nelerdir?

Fakir Hausgerate Saruhan Holding bünyesindeki markalardan bir tanesi ve küçük ev aletleri markasının ötesinde bir teknoloji şirketi. Bu doğrultuda 2022 yılının son çeyreğinde ileri teknoloji ürünlerin üretileceği 30 milyon dolarlık yatırımla faaliyete geçirilecek yeni bir üretim tesisi hayata geçirilecek. Bunun için artırılmış gerçeklik, biyoteknoloji, Bluetooth ve IOT (nesnelerin interneti) teknoloji ürünlerin üretimi bu tesisle gerçekleşecek. Elbette üretilen ürünleri Avrupa ve Amerika başta olmak üzere çeşitli farklı pazarlarda da konumlandırmak için adımlar atıyoruz.

Öte yandan marka olarak bizi oldukça heyecandıran bir süreçten geçiyoruz. Fakir Hausgerate olarak oldukça köklü ve aynı zamanda yenilikleri takip eden bir markayız. Günümüzde geleceğin şartlarına ayak uyduracak adımları atabilme becerisini ve kararlılığı gösterebilen markaların, ön plana çıktığına inanıyoruz.

Deloitte Dijital ile olan partnerliğinizin detaylarından bahsedebilir misiniz?

Ağustos 2021'de markamızı daha da ileriye taşımak adına Deloitte Digital'in yol arkadaşlığı ile "Büyüme Odaklı Dönüşüm Progamı" mızı başlattık. Köklü geçmişimiz ise bu gücü her zaman hissederek geleceğe uzanacağımız bu yolcuğu tanımlayan #KöklerdenGeleceğe söylemimiz için bize ilham oldu.

Sürekli değişen tüketici davranış, beklenti ve ihtiyaçları doğrultusunda markamızı gençleştirme kararlılığı ile Türkiye ve yurt dışı pazar stratejilerimiz, çok-kanallı (omnichannel) dönüşüm stratejimiz ve bunların organizasyonumuzda uygulanmasını ve sürdürülebilmesini mümkün kılacak bir "hedef operasyon modeli tasarımı" üzerine çalışmalarımızı yürütüyoruz.

Bugün hem iş sonuçlarımızda yeni başarılar görmek hem de iş yapışımızdaki büyük dönüşümü başlatmak için cesaretle, açıklıkla ve başarımıza olan büyük inancımızla çıktığımız bu yolculuğun ilk sonuçlarını da görmeye başladık.

Fakir Hypo Clean ile hem evinize hem sağlığınıza yatırım yapın!

Pandemiyle birlikte hijyen her alanda çok daha önemli bir nokta haline geldi. Eve giren poşetten, meyve ve sebzelere, evdeki eşyalardan evcil hayvanlara kadar her şeyi temizleyip, hijyenik hale getirmek artık çok daha fazla önem taşıyor.

Etkin teknolojisi sayesinde çeşme suyu ve sofraya tuzu gibi ayrıştırılması zor bileşenleri bir dakikadan kısa bir sürede hipokloröz asit bazlı bir solüsyona çeviren Hypo Clean, elde edilen suyu püskürtme yöntemi ile eşyaları, yüzeyleri, mobilyaları, meyve ve sebzelerdeki tarım ilacı kalıntılarını ve hatta evcil hayvanların patilerini bile temizliyor. Kullanıldığı ortamdaki kötü kokuların giderilmesini ve genel sterilizasyonunu sağlayan Fakir Hypo Clean, birçok alanda güvenle kullanılabilir. Emzik ve biberonların temizliği ve sterilizasyonunu da etkin bir biçimde sağlayan Hypo Clean deri, kumaş gibi hassas yüzeylere zarar vermeden rahatça kullanılabilmesinin yanı sıra süs bitkilerinin yapraklarını da temizliyor. Ayrıca bu ürün Sağlık Bakanlığı tarafından verilen ve ürünün insan sağlığına zararsız olduğunu tescilleyen Biyosidal ruhsatına sahip olduğu için rahatlıkla kullanılabilir.



Kimyasal kullanımı azaltma zamanı

Fakir Hypo Clean, teknolojisi sayesinde püskürtüldüğü ortamı dezenfekte ederken kimyasal yüzey temizleyicileri kullanımının da azalmasını olanak sağlıyor. Doğanın sürdürülebilirliği ve insan sağlığı için önemli olan bu durum, Fakir'in elektro aktif su teknolojisi ile çözülüyor. Elektroliz teknolojisi sunan Hypo Clean, üç katmana sahip elektrotlarıyla musluk suyunu steril bir su haline getiriyor. Sofra tuzu için de geçerli olan

reaksiyon bir dakika içerisinde hazır oluyor ve ekstra bir kimyasal veya ürüne gerek kalmadan arzu edilen temizliği sağlıyor.

Ortaya çıkan hipokloröz asit ise isminin aksine bilinen asit içerikli maddeler gibi zarar vermiyor. Mikropları çevreleyen koruyucu bariyere etkili bir şekilde nüfuz eden hipokloröz asit içerikli solisyon sayesinde kullanılan yüzeyde veya kullanan kişide tahribat yaratmıyor. Klor bazlı geleneksel temizlik ürünlerinin aksine pH değeri 6.5 ile 7.5 arasında oluyor

HYPO CLEAN KULLANIM ALANLARI



Evcil Hayvan Temizliği



Cilt Temizliği



Kötü Kokuların Giderilmesi



Banyo & Mutfak Temizliği



Bitki Bakımı



Yiyeceklerin Üzerindeki Tarım İlaçlarının Giderilmesi



Bebek & Çocuk Eşyalarının Temizliği



Halı, Döşeme ve Perde Temizliği



Hypo Clean

TEMİZLİĞİN EN DOĞAL HALİ



CİLT TEMİZLİĞİ



KÖTÜ KOKULARIN GİDERİLMESİ



EVCİL HAYVAN TEMİZLİĞİ



OTOMOBİL TEMİZLİĞİ



BANYO & MUTFAK TEMİZLİĞİ



BİTKİ BAKIMI



YİYECEKLERİN ÜZERİNDEKİ
TARIM İLAÇLARININ GİDERİLMESİ



BEBEK & ÇOCUK
EŞYALARININ TEMİZLİĞİ



HALI, DÖŞEME VE
PERDE TEMİZLİĞİ



%99.99

VİRÜS ve BAKTERİLER ÜZERİNDE ETKİLİDİR*

* Sağlık Bakanlığı tarafından onaylı Biyosidal rapora sahiptir.

Aqua Gio ile iyi yaşamın sırrı içtiğiniz suda saklı!

Hidrojenli su ile sağlıklı yaşamda bir adım öne geçmenizi sağlayan ürün Aqua Gio

Vücudumuzun sağlıklı kalması için her gün düzenli olarak su tüketmemiz gerekiyor. Ayrıca içinde bulunduğumuz bu kritik dönemde sağlıklı kalmak ve gerekli önlemler almak her zamankinden daha da önemli bir hale geliyor. Fakat içtiğimiz sudaki hidrojen oranının bedenimiz, genel sağlığımız ve günlük hayatımız üzerindeki etkilerini bir çoğumuz ilk defa duyuyor olabilir. İçme suyunun elektrolize edilerek içindeki hidrojen moleküllerini artırılmasıyla elde edilen içme suyunu hidrojenli su olarak oluşturan Aqua Gio, suyun vücudumuza olan faydalarını artırıyor. Tıbben hiçbir yan etkisi olmayan hidrojenli suda bulunan moleküller, yaşlanma ve sağlık sorunlarının kaynağı olan serbest radikallerin nötralize edilmesine yardımcı oluyor. Ayrıca, zararlı serbest radikalleri yüksek oranda minimuma indirmeye özelliğine sahip olan Hidrojenli su yorgunluğun azalmasını sağlarken enerjide artış yaratıyor. Kilo vermek isteyenler için de destekleyici işlevi olan hidrojenli suyun düzenli kullanımında ciltteki yaşlanma belirtilerini azaltıyor. Hafızayı güçlendiren, bağışıklığı artıran ve alerjik reaksiyonların baskılanmasına yardımcı olan hidrojenli suyu Aqua Gio ile elde etmek oldukça kolay.

Hidrojenli su ve normal su arasındaki farklar nelerdir?

İçtiğimiz normal su iki hidrojen ve bir oksijen atomunun birleşimi ile oluşur ve hepimizin bildiği gibi H₂O formülü ile ifade edilir. Hidrojenli suda ise fazladan çözülmüş hidrojen gazı bulunur ve kokusu olmayan hidrojen ile zenginleştirilmiş bu suyun, içeriği dışında, tat ve görüntü anlamında diğer sulardan bir farkı yoktur. Hidrojenli su, gaz halindeki hidrojenin yüksek basınç ya da elektroliz işlemi ile çözülmesi ve moleküler düzeyde suya karışması ile elde edilir.

Fakir Aqua Gio'nun sağladığı faydalar nelerdir?

- Hidrojen açısından zengin içme suyu üretir.
- Suda bulunan ve yaşlanma kaynağı olan güçlü serbest radikalleri nötralize ederek içme suyundaki yabancı maddeleri ortadan kaldırır.
- Su içerisinde bulunan yabancı ve zararlı maddeleri yok ederek tüm orijinal mineralleri muhafaza eder ve oksijen içeriğini artırır.



NEDEN HİDROJENLİ SU?



Yorgunluğu azaltır ve canlılığı artırır



Alerjik reaksiyonların baskılanmasına yardımcı olur



Diyabetin kontrol altında tutulmasını destekler



Düzenli olarak kullanıldığında yaşlanma karşıtı etki gösterir



Zayıflamaya yardımcı olur



Hafızayı güçlendirir ve bilişsel işlevi geliştirmeye yardımcı olur



Bağışıklık sisteminin güçlenmesine yardımcı olarak hastalıklardan korur

Fakir
HAUSGERÄTE

HİDROJENLİ SU ÜRETEBİLEN
AQUA GIO
İLE DAHA SAĞLIKLI YAŞA



Yorgunluğu azaltır



Alerjik reaksiyonları baskılar



Anti Aging etki yaratır

Kilo vermeye yardımcı olur



Hafızayı güçlendirir



Bağışıklık sistemini güçlendirir



Fakir Aqua Gio'nun sağladığı faydalar nelerdir?

Hidrojen açısından zengin içme suyu üretir.

Suda bulunan ve yaşlanma kaynağı olan güçlü serbest radikalleri nötralize ederek içme suyundaki yabancı maddeleri ortadan kaldırır.

Su içerisinde bulunan yabancı ve zararlı maddeleri yok ederek tüm orijinal mineralleri muhafaza eder ve oksijen içeriğini artırır.

Koç Holding, Office Free projesini devreye aldı

Kişiselleştirilmiş hibrit bir çalışma deneyimi sunan Office Free uygulaması, Koç Topluluğu çalışanlarına kendi çalışma ortamlarını seçme ve kişiselleştirme imkânı da sağlıyor.

Çalışanlar, işlerinin gerekliliklerine göre tercihinine göre evden, kafeden, kendi ofislerinden veya isterlerse farklı bir Koç şirketinin ofisinden çalışabiliyorlar. Bu tercihlerini herhangi bir yönetici onay mekanizması olmadan, Office Free rezervasyon platformu üzerinden günlük, haftalık ya da aylık şekilde kolayca organize edebiliyorlar.

Çalışanlar istedikleri ofisten masa ve donanım tercihlerine kadar kişiselleştirebiliyor

Office Free uygulamasıyla birlikte çalışanlar, işlerinin gerekliliklerine göre uzaktan çalışacakları günleri kendileri belirlerken, uygun roller 5 güne kadar uzaktan çalışabiliyor. Ofisten çalışmak istedikleri günlerde, toplu taşımaya yakın ya da otoparkı olan, spor salonlu ofislerden, manzaralı masa, cam kenarı masa, çift monitörlü masa gibi en detay ihtiyaçlarına kadar seçim yaparak çalışacakları

ofise karar verebiliyorlar. Toplamda 25'ten fazla şirketin farklı noktalarında 45 adet Office Free çalışma alanı bulunurken, bu sayının yurt dışındaki ofisleri de kapsayacak şekilde 100'ün üzerine çıkarılması hedefleniyor. Çalışanlar, Office Free platformu üzerinden aynı ekipte çalıştıkları arkadaşlarının çalışma planlarını görüntüleyebiliyor ve onlarla birlikte çalışmak, sosyalleşmek istediklerinde buna göre rezervasyon yapabiliyorlar. Uygulama kapsamında çalışanlara günlük öğle yemeği desteği ile aylık internet paketi de sağlanıyor. Önümüzdeki dönemde, Office Free platformu üzerinden servis, iş yeri hekimi, spor salonu, kuaför, otopark ve toplantı odası rezervasyonu gibi yeni özelliklerin de devreye alınması hedefleniyor.

Konuya ilişkin değerlendirmede bulunan Koç Holding İnsan Kaynakları ve Endüstri İlişkileri Başkanı Özgür Burak Akkol, "Koç Topluluğu olarak çalışma arkadaşlarımızın ihtiyaçlarını ve beklentilerini anlamak; bu ihtiyaçlara yönelik yenilikçi çözümler sunmak için birçok alanda çalışmalar yürütüyoruz. Uzaktan çalışmayı farklı şirketlerimizde uzun yıllardır deneyimliyoruz. Bu alandaki pratiklerimiz sayesinde, pandeminin en başında çalışma arkadaşlarımızı hızlıca uzaktan çalışmaya yönlendirdik. Dijitalleşmede attığımız adımlar, teknoloji ve inovasyon yatırımlarımız ve çevik



çalışma modelini son birkaç yıldır aktif bir şekilde uygulamamız, bu alandaki adaptasyon hızımızı önemli ölçüde artırdı. Uzaktan çalışma deneyimini en üst seviyeye taşıyacak projeler geliştirmeyi de sürekli odağımızda tutuyoruz. Bu doğrultuda uygulamaya aldığımız Office Free ile çalışma arkadaşlarımız işlerinin gerekliliklerine göre uzaktan çalışacakları günleri kendileri belirliyor. Office Free ile çalışma arkadaşlarımıza uzaktan çalışma tercihlerini yapabilme özgürlüğünün yanı sıra, istedikleri herhangi bir şirket ofisinde çalışma imkânı da sağlayarak, alışlagelmiş hibrit çalışma modelinin ötesinde bir deneyim sunuyoruz. Hali hazırda 45 noktada ortak çalışma alanları oluşturduk. Bu sayıyı yurt dışı ofislerimizle birlikte 100'e çıkarmayı hedefliyoruz. Sadece Koç Topluluğu Spor Kulübü yerleşkemizde 3 adet Office Free alanımız var, bu lokasyona 2 ofis daha ekleyeceğiz." dedi.

BSH, dijital boyahane projesi ile su tüketimini %40, elektrik sarfiyatını %50 azalttı

Avrupa'nın en büyük ev aletleri üreticisi BSH, sürdürülebilirlik odağıyla dijital teknolojilerden yararlandı, Çerkezköy Buzdolabı fabrikasındaki boyahanesinde üretimi artırırken, su ve elektrik tüketiminde rekor seviyede iyileştirmeler sağladı.

Bu başarısıyla, globaldeki Soğutucu Üretim Ödülleri 2021'de 'En İyi Sürdürülebilirlik' ödülüne layık görülen BSH'nin Boyahane Deniz Feneri projesi, endüstride dönüşüme öncülük edecek sonuçlara imza attı.

BSH, Çerkezköy Buzdolabı Fabrikası'nın beyaz ve renkli olmak üzere iki boyahane tesisini kapsayan projede, üretim kapasitesi iyileştirme çalışmaları ile %10 artış sağladı. Bu kapasite artışı ile birlikte kullanılabilirlik, üretkenlik ve kaliteye odaklanan BSH, genel ekipman verimliliğini (OEE) %70'ten %90 seviyesine çıkardı.



Verimlilik ve sürdürülebilirlik odaklı bir yaklaşımla BSH, yenilikçi teknolojilerden yararlandı. Tesis içerisinde RFID sistemi ile stok yönetimi ve takip edilebilirlikte iyileştirme için intra-lojistik uygulamalarına imza attı. Aynı zamanda teknik arıza kaynaklı problemlerini analiz ederek, bu arızaların tekrarlanmaması ve böylece iş kaybını önlemek için veriye dayalı yeni nesil bir plan oluşturdu. Üretim kapasitesinde



ek artış talebine yönelik de yenilemeler ve iyileştirmeler gerçekleştirdi. Tüm bu çalışmalar sonucunda ise BSH, tesisin su tüketimini %40 oranında iyileştirmeler sağladı.

BEYAZ EŞYADA
**SİYAH ŞIKLIĞI
REGAL'DE**



Fakir Hausgeräte ürünleri AR teknolojisiyle her yerden ulaşılabilir oldu

Fakir Hausgeräte, web sitesi ve mobil uygulamasında hayata geçirdiği AR teknolojisi sayesinde artık kullanım alanlarında ürün deneyimleme ve 360° inceleme imkânı sunuyor.

Tüm endişe ve deneyimleme ihtiyacının yanı sıra pandemi ile artan online satın alma alışkanlığı da bazı ihtiyaçları beraberinde getirdi. Online satış sürecinde sorun yaratan bir faktör olan ürünü inceleme aşaması AR teknolojisi ve 360 derece inceleme imkânıyla çözümlendi. Fakir Hausgeräte'nin gıda hazırlama, sağlıklı yaşam teknolojileri, kişisel bakım, süpürge ve kahve makineleri kategorilerindeki seçili ürünler AR teknolojisi sayesinde istenilen ortamda istenilen renkte sanal olarak görüntülenebiliyor. fakirshop.com.tr web sitesi ve mobil uygulamasında bulunan 360° görüntüleme teknolojisi sayesinde mağazaya gitmeden ürünü inceleme fırsatı da sunuyor. Bu teknolojiyle ürünler telefondan veya tableten istenilen ortamda deneyimleniyor. Renk seçenekleri,



ürüne yaklaşıp uzaklaşarak veya etrafında dolanarak ürünün seçilen kullanım alanında nasıl duracağı test edilebiliyor.

AR ve 360 derece görüntüleme teknolojisi Culina Chef, Retroplex, Guvech, Robert

RS 770, Filter Pro, Inovax, Kaave Dual Pro, Kaave Uno Pro, Hypo Clean, Dynamic, Powermix, MrChef Quadro, Pro Chromite, Lyric Voice, Luminoso Smart Hava Temizleyici, Technosphere Smart Hava Temizleyici ürünlerinde kullanıma sunuldu.

Ticaret Bakanlığı'ndan Samsung Türkiye'ye ödül

Samsung Türkiye bünyesinde yer alan Servis ve Müşteri Hizmetleri Departmanı tarafından hayata geçirilen 'Kesintisiz İletişim' stratejisi, Ticaret Bakanlığı tarafından düzenlenen 25. Geleneksel Tüketici Ödülleri'nde ödüle layık görüldü.

Şirket, satış sonrası servis ve hizmetler için uyguladığı müşteri odaklı çözümler ile 'Tüketici Memnuniyetini İlke Edinen Firma' ödülünün sahibi oldu.

Samsung Türkiye, müşterilerin tüm ihtiyaçlarının hızlıca giderileceği bir deneyim yolculuğu olarak tasarlanan "Kesintisiz İletişim" stratejisi ile 'Tüketici Memnuniyetini İlke Edinen Firma' ödülünü almaya hak kazandı. Gerçekleştirilen törende Samsung Türkiye'nin ödülü Ticaret Bakanı Yardımcısı Sezai Uçarmak



tarafından Samsung Türkiye Servis ve Müşteri Hizmetleri Direktörü Erbil Topgöl'e takdim edildi.

Çağrı merkezinden dijital kanallara, servis merkezlerine kadar çok çeşitli kanallarda yürüttüğü müşteri odaklı hizmetler ile Samsung Türkiye, satış sonrası servis ve hizmetlerde de en iyi deneyimi yaşamasına

imkan sunuyor. Ödülün alınmasında Samsung Türkiye'nin Akıllı Servis Merkezlerinde hayata geçirdiği, bir saatte çözilemeyen konularda 10 iş gününü beklemeden yedek cihaz verilmesi, değişim gerektiren durumlarda kanuni süreyi beklemeden anında değişim hizmetleri gibi kanunen tüketicilere verilen haklardan daha ileri düzeydeki müşteri dostu uygulamalar da etkili oldu.



retail development|



pozitera

www.pozitera.com

LG, Red Dot ödülü kazandı

LG Electronics (LG), prestijli yıllık tasarım ödülleri programında başarısını bu yıl da sürdürerek Red Dot'tan 25 ödülle döndü. LG'nin RED DOT Jurisini etkileten ürünleri arasında, Üç Best of the Best ödülüne layık görülen yükseltilebilirlik seçeneğine sahip LG çamaşır makinesi ve kurutma makinesi, yeni LG OLED TV ve LG DualUp Monitor Ergo bulunuyor.

LG çamaşır ve kurutma makinesi çiftleri olağanüstü performans, minimalist bir "düz" tasarım sunuyor ve hatta her müşterinin benzersiz ve değişen ihtiyaçlarını karşılamak için versiyonu yükseltilebiliyor. Best of the Best Ödülü alan ürünlerden bir diğeri, bu yıl piyasaya sürülmesi planlanan yeni LG lifestyle OLED TV modeli. LG'nin Lifestyle OLED TV serisinin bir parçası olan bu çarpıcı yenilik, maksimum çok yönlülük, sık mekansal entegrasyon ve işleri halletmek için daha uygun yollar sunuyor.



LG'nin bu yıl üçüncü Best of the Best Red Dot ödülüne layık görülen LG DualUp Monitör Ergo, daha fazla ergonomik konforla üstün bir ekran deneyimi sunmak için tasarlandı. 16:18 en boy oranı, 2.560 x 2.880 çözünürlüklü ekran, sık, pratik tasarım ve gelişmiş bağlantı özelliklerine sahip DualUp Monitor Ergo, çoğu masaya güvenli bir şekilde kenetlenen ultra ayarlanabilir ve yerden tasarruf sağlayan LG Ergo standı ile kullanıcı konforunu artırıyor.

Ayrıca LG PuriCare AeroTower hava temizleyici ve LG tiion, Yenilikçi Ürün kategorisinde ödüllendirildi. Bu yılki ödüllerde



onurlandırılan diğer LG ürünleri arasında, estetik açıdan hoş ve kullanıcı odaklı olmaları nedeniyle övülen LG One:Quick Flex hepsi bir arada ekran çözümü, LG UltraGear™ oyun dizüstü bilgisayar, LG OLED evo Gallery Edition ve diğer OLED evo TV modelleri yer alıyor.

Ürün tasarımı, iletişim tasarımı ve tasarım konseptleri için en prestijli yarışmalardan biri olan Red Dot Ödülü'nün Red Dot kazanan logosu, dünya çapında saygın bir kalite işareti olarak görülüyor. Bu yıl yaklaşık 7.800 ürün jürinin değerlendirmesine sunuldu.

BEYPER Genel Kurulu yapıldı, yeni Yönetim Kurulu belirlendi

Türkiye de cadde ve alışveriş merkezlerinde bulunan beyaz eşya bayilerinin gelişmesine ve güçlenmesine katkı sağlamak, geleneksel bayiliğin ve mağazacılığının avantajlarını duyuracak ortamlar hazırlayarak tanıtımını yapmak ve bayilik teşkilatının yaşaması için üyelerine çeşitli destekler sağlamak amacı ile 2012 yılında kurulan Dayanıklı Tüketim ve Beyaz Eşya Perakendecileri Derneği BEYPER, 2022 yılı Genel Kurul'unu gerçekleştirdi.

Kurucu başkan Şahin Mersin'den iki dönem önce görevi devralan Ali Yıldız, üçüncü dönemde yine başkan seçilerek görevine devam etti. Ali Yıldız Genel Kurul seçiminden sonra şunları söyledi; "Yönetim kuruluna katılan



yeni arkadaşlarımızla birlikte 3 yılına bir kere daha seçilmenin mutluluğu içinde görevimizin başındayız. Arkadaşlarımızla birlikte yeni dönemde daha başarılı çalışmalara imza atacağımıza gönülden inanıyoruz."

arnica™

SİL SÜPÜR ROBOT SÜPÜRGE



UZAKTAN KONTROLLÜ AKILLI YAŞAM



Yüksek
Performans



Nemli
Silme



Uzaktan
Kontrol



Akıllı
Haritalama



Güçlü
Batarya



Lazer
Navigasyon

3 yıl
garanti



SAMSUNG

WindFree™ klimalarla rüzgarsız serinlik



GÜRSES
KURUMSAL

Samsung Sistem Klimaları Satış Partneri

Birlik Mah. Akif İnan Cad. No: 4 Gürses Plaza Kat: 2 Esenler / İstanbul
Tel: 0212 429 40 00 | www.gurseskurumsal.com.tr

*Görseller temsildir.

PRO-1^{EVO}

**Basit ve zahmetsiz
tasarımıyla en ideal
günlük kullanımı sağlar.**



8.5" inç
Şişirilebilir Lastik



Arka Disk
Fren



350W Fırçasız
Motor



36V, 7.8Ah
280Wh Batarya



Renkli LED
Ekran



Ön ve Arka
LED Işıklar



**Teknolojiyi
cebinizde gezdirin!**

Ducati Urban e-Mobility
uygulamasını indirin,
scooterınızı tek tuşla
yönetin.



Urban
e-Mobility

GÜRSES
KURUMSAL

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

/gurseskurumsal

Whatsapp Hattı:
0 532 413 43 63

Arçelik 8 yılda 10 milyon hanenin günlük tüketimine eşdeğer su tasarrufu sağladı

Sürdürülebilirliği yaptığı her işin odağına koyan Arçelik, dünyada su güvenliğinin sağlanmasına yönelik çalışmalara öncülük edecek.

Arçelik, iş liderlerini su yönetimi konusunda harekete geçirmeyi hedefleyen CEO Water Mandate'in Türkiye'de sayılı destekçilerinden biri oldu. Arçelik sürdürülebilirlik vizyonu ve iklim krizi ile mücadele çabaları kapsamında hem ürün hem de üretimde su verimliliği üzerine yoğun çalışmalar gerçekleştiriyor. 22 Mart Dünya Su Günü'nde su verimliliğine vurgu yapan Arçelik, Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi'nin girişimi olan ve iş liderlerini su yönetimi konusunda harekete geçirmeyi hedefleyen CEO Water Mandate'in destekçisi olduğunu açıkladı. Dünya çapında 210 şirketin destek verdiği CEO Water Mandate; su yönetimi üzerine stratejiler geliştiriyor. CEO Water Mandate'e destek veren şirketler, su yönetimi konusunda hem kendi operasyonlarında hem de tüm değer



Hakan Bulgurlu Arçelik CEO'su

zinciri boyunca çalışmalar yapıyor, su yönetimi konusunda iş birlikleri geliştiriyor. Dünyanın karşı karşıya kaldığı su sorununa ilişkin çözümler geliştirmeyi hedefliyor.

Arçelik CEO'su Hakan Bulgurlu, 22 Mart Dünya Su Günü mesajında şunları söyledi: "Su kaynaklarının azalması bugün dünyanın birçok yerinde yaşamı tehdit edecek boyutlara ulaşmış durumda. Her yıl dünya nüfusunun yarısından fazlası susuzluk tehlikesi ile karşı karşıya kalıyor. Canlılar için bir yaşam

kaynağı olan suyun sürdürülebilir kullanımı için biz de Arçelik olarak, sorumlu üretim ve tüketim anlayışımız doğrultusunda önemli adımlar atıyoruz. Ar-Ge ve inovasyon gücümüz ile enerji ve su verimliliği daha yüksek ürünler geliştiriyoruz. Son 8 yılda eski teknolojiye sahip ürünleri çevre dostu yeni ürünlerle değiştirerek 8,1 milyon ton su tasarrufu sağladık; bu 10 milyon hanenin günlük su tüketimine eşit. Ayrıca son 12 yılda işletmelerimizde gerçekleştirdiğimiz su verimliliği ve yağmur suyu geri kazanımı çalışmalarımız ile 2,17 milyon m³ su tasarruf ettik; bu miktar da yaklaşık 2,7 milyon hanenin günlük su tüketimine denk. 2030'a kadar Türkiye, Romanya, Rusya, Tayland, Güney Afrika ve Pakistan üretim tesislerimizde ürün başına su çekimini 2015 baz yılına göre %45 oranında azaltmayı hedefliyoruz. Sürdürülebilir bir gelecek için su kaynaklarının doğru kullanımı hayati önem taşıyor. Bu nedenle Küresel İlkeler Sözleşmesi (UNG) girişimi olan CEO Water Mandate destekçilerinden biri olarak; tüketicilerimize doğa dostu teknolojiler sunmaya devam edecek, su yönetimi alanındaki yenilikçi çalışmalarımızı daha da ileriye taşımak için çalışacağız."

James Dyson Ödülü artık Türkiye'de

James Dyson Vakfı tarafından 29 ülkede düzenlenen ve genç mühendisleri destekleyen uluslararası tasarım yarışması James Dyson Ödülü artık Türkiye'de.

16 Mart itibarıyla başvuruların başladığı ve Türkiye'den de mühendis ve tasarımcı öğrenci ve yeni mezunlarının katılabildiği yarışmada ulusal kazananlar 5 bin, uluslararası kazananlar ise 30 bin Sterlin'e kadar para ödülü kazanabilecek. James Dyson Vakfı tarafından yürütülen ve her yıl öğrenci ve yeni mezunlar için düzenlenen tasarım yarışması James Dyson Ödülü başvurulara açıldı. Bu sene ilk defa Türkiye'den de yarışmacı kabul edecek organizasyon, genç mucitlerin katılımını bekliyor. Mühendislik ve tasarım bölümlerinde okuyan ya da mezuniyetinin üzerinden dört yıldan fazla geçmemiş herkesin projesi ile katılabildiği yarışmanın 2022 para ödülü miktarları da açıklandı. Son yıllardaki etkileyici başvuruların ardından girişimciliği desteklemek için bu yılın Eylül ayında açıklanacak ulusal kazananlar, buluşlarını geliştirmek için önceki yıllarda verilen miktarın iki katından fazla olarak 5 bin Sterlin kazanma hakkı elde edecek. Yarışma, bugüne kadar 285'ten fazla buluşa para ödülü ile destek oldu.

James Dyson Ödülü, 2005 yılından bu yana, girişimci ruha sahip lisans öğrencilerine ve yeni mühendislik ve tasarım mezunlarına

"Problem çözen bir şey tasarlama" konusunda meydan okuyor. Geçtiğimiz yıllarda geri dönüşüm için plastik maddeleri tanımlama, bıçak yaralanmalarında aşırı kan kaybını önleme ve evde tıbbi teşhislerin iyileştirilmesi gibi projelerin çıktığı yarışmada ulusal kazananları yerel jüri, uluslararası kazananları ise Sir James Dyson bizzat kendisi seçiyor. James Dyson Ödülü kazananlarına önemli bir yatırım desteği ve yüksek profilli bir medya görünürlüğü sağlanarak mucitlerin fikirlerini gerçek hayata uyarlayabilmeleri için ilk önemli kariyer fırsatı yaratılıyor.

Kazananları neler bekliyor?

1. Para ödülü. Ulusal kazananlar buluşlarının gelişiminde bir sonraki aşamaya geçmek için 5.000 Sterlin, uluslararası kazananlar ise 30.000 Sterlin'e kadar para ödülü elde ediyor.
2. Medyada görünürlük. James Dyson Ödülü kazananları açıklandığında, ürün geliştirmeyi ve sosyal çevre edinmeyi desteklemek için kapılar açılıyor. Görünürlük arttığında kazananlar medyadan, kamudan ve endüstri profesyonellerinden daha çok ilgi görüyor.
3. Geçmiş kazananlardan destek. Ödül bu yıl, icatlarını ticarileştirenler için bir sosyal çevre ağı da başlattı. Geçmişte Ödülü kazananların bağlantı kurmaları, deneyimlerini paylaşmaları ve kazananlar arası mentorluk yapmaları için etkinlikler ve fırsatlar yaratıldı.

Son iki yılda rekor sayıda başvuru...
Son iki yılda rekor sayıda başvurunun yapıldığı



James Dyson Ödülü kapsamında 2021 yılında ilk kez her biri 30 bin Sterlin değerinde para ödülü alan üç uluslararası kazanan seçildi.

Yarışmaya katılan her ülke ve bölge bir ulusal kazanan (5.000 Sterlin) ve iki ulusal ikinciye ödül verecek. Ulusal kazananlar, bir Dyson mühendisiyle iş birliği içinde bağımsız bir jüri tarafından seçiliyor. Ödül, bu sene Türkiye ve Tayland'da ilk kez düzenleniyor. Ulusal ödülü kazananlar, James Dyson'ın uluslararası kazananları seçtiği Uluslararası Top 20 Listesi'ne girmeye ve uluslararası arenada değerlendirilmeye hak kazanıyor.

James Dyson Ödülü'nün Türkiye ayağı için jüri grubunda ODTÜ EÜTB ve TMMOB Mimarlar Odası Endüstriyel Tasarımcılar Komisyonu Başkanı Prof. Dr. Gülay Hasdoğan, İstanbul Bilgi Üniversitesi'nde, Pazarlama İletişimi, Reklam ve Dijital Pazarlama dersleri de veren gazeteci Dr. Fatoş Karahasan ve farklı branşlarda Dyson'da mühendis olarak görev yapan kişilerin de yer aldığı bir temsilci grubu yer alıyor.

Goldmaster
KIVAM

Türk Kültürüne Uygun
Kahve Lezzeti



Paslanmaz
Çelik
Cezve ve
Gövde Paneli



5 Fincan
Kahve Yapma
Kapasitesi



Çift
Taraflı Ağız
Tasarımı



Akıllı Taşma
ve Kontrol
Sistemi



Normal
ve Közde
Kullanım



Akıllı
Yerleştirme
Tasarımı



Sesli ve
Işıklı Uyarı
Sistemi



Cezve İçini
Aydınlatan
LED

Viomi, yapay zeka ve IoT teknolojisi ile akıllı evlerin önünü açıyor

“Akıllı robot süpürgelerle özellikle pandemi döneminde büyük bir atılım gerçekleştiren Viomi IoT@Home’un ürün gamı içerisinde televizyon, akıllı su arıtma sistemleri, mutfak ürünleri, beyaz eşyalar da yer alıyor.

Türkiye’de Xiaomi ekosistemi içinde yer alan Viomi, aslen bir yazılım şirketi olması nedeniyle tüm yazımlarını nesnelerin internet teknolojisine uyarlıyor. “



Seyhan Köroğlu Viomi Türkiye Satış Direktörü

Viomi ve Viomi Türkiye’nin kuruluş hikayesinden bahseder misiniz?

Viomi IoT@Home, kuruluşu 2015 yılına uzanan genç bir IoT ev aletleri şirketi. 2015 yılında Çin’de kurulduğu ilk günden bu yana yenilikçi ve kullanıcı dostu ürünleriyle tüketicilerin hayatını kolaylaştırıyor ve “Nesnelerin İnternet Teknolojisi” vizyonu ile geleceğin evlerini tasarlıyor. Dünyaca ünlü teknoloji şirketi Xiaomi ekosistemi içinde yer alan Viomi, yazılımlarını MI Teknolojisiyle geliştirerek, ürünlerin mobil uygulama üzerinden her yerden kolayca kullanılmasını sağlıyor. Marka, güçlü iş birlikleri, araştırma, geliştirme çalışmaları ve hizmetleri ile çalışmalarına kısa zamanda büyük bir ivme kazandırırken, teknolojik ve ergonomik tasarımı IoT (Nesnelerin İnterneti) özellikli akıllı ev ürünleri ile benzersiz bir ekosisteme sahip akıllı evler yaratıyor.

Akıllı robot süpürgelerle özellikle pandemi döneminde büyük bir atılım gerçekleştiren Viomi IoT@Home’un ürün gamı içerisinde televizyon, akıllı su arıtma sistemleri, mutfak ürünleri, beyaz eşyalar da yer alıyor. Nasdaq’a kote olan bir firma olan Viomi bir yazılım şirketi olması nedeniyle de tüm yazılımlarını, nesnelerin internet teknolojisine uyguluyor. Yani bir evin kapısını açmaktan, buzdolabının içindeki eksilen ürünleri tespit etmeye kadar

her türlü teknolojiyi ürünlerine entegre eden bir teknoloji markası.

“Nesnelerin İnterneti” ile evlerde benzersiz bir ekosistem yaratan Viomi IoT@Home’un “Gelecek Evimizdir” mottosuyla pazara sunduğu tüm cihazlar ev ortamlarında hem birbirleriyle hem de kullanıcılarıyla konuşarak günlük yaşamı daha verimli ve daha eğlenceli hale getiriyor. En büyük hedefimiz Viomi’nin Türk tüketicisiyle buluşma serüveninde onları mümkün olduğunca farklı ve tüketici dostu ürün grupları ile buluşturmak. Türkiye’de imzaladığımız üretim anlaşmaları ile bu amacımızı gerçekleştirme yönünde büyük adımlar atıyoruz.

Yapay zeka teknolojisi beyaz eşya ve küçük ev aletlerinde hali hazırda var. Viomi ne tür farklılıklar sunuyor?

Birbirleri ile konuşan ve bağlanan internet teknolojisi olarak bilinen bu teknoloji birçok farklı üründe kullanılıyor. Viomi, bu teknolojiyi bir tık daha öteye taşıyarak ve nesnelerin internetini kullanarak ev aletlerinin birbiriyle olan bağlantısını kuruyor.

İnsanların yaşam kalitelerini yükselten bir ekosistemin mimarlığını yapıyorlar. Biz şu anda 2022’de yaşıyoruz ama Viomi çoktan

10 yıl ötesini düşünerek çalışmalarını yapıyor, ürünlerini tasarlıyor.

Viomi’nin Atmaca Elektronik ile yapmış olduğu yatırım çözüm ortaklığı ile birlikte ürünlerin, üretim, dağıtım ve satış sonrası servisine kadar her alanda katma değerli bir hizmet sunuyoruz. Aynı zamanda kurumsal web sitemiz, online alışveriş sitemiz, sosyal medya ve youtube kanallarımızla da tüketicilerin ihtiyaç duyduğu her alanda onlara destek sağlıyoruz.

Verdiğimiz hizmet kalitesi kadar ürünlerimizin farklılığı ile de öne çıkıyoruz. Atmaca Elektronik ile iş birliğimiz kapsamında Türkiye pazarına sunduğumuz üç ürün farklı özellikleri ile öne çıkıyor. Viomi ürünlerinde arasında bir ilk olan dörtlü laser lidar sensörlere sahip Viomi V5 Pro ve Alpha 2 Pro, engel tanımayan özellikleri ve güçlü emiş gücüyle dikkat çekiyor. Her eve bir Viomi söylemiyle çıkarttığımız fiyat performans ürünümüz olan yüksek emiş gücüne sahip Viomi V5 sayesinde de Viomi’siz ev kalmayacağına inanıyoruz.

Viomi Türkiye’nin Atmaca Elektronik ile iş birliği hakkında neler söyleyeceksiniz? Bu iş birliğinin Viomi açısından önemi sizce nedir?



Pandemi ile birlikte profesyonel yaşamın evlere evrilmesi evlerin birer ofise dönüşmesi beraberinde birçok yeniliği de getirdi. Evlerinde uzun saatler bilgisayar başında kalanlar, evlerine yardımcı alamayanlar için akıllı robot süpürgeler bir kurtarıcı oldu. Bir anda hayatımıza giren bu akıllı ürünler kısa zamanda evlerin vazgeçilmezi oldu. Türkiye’de 2 yılda akıllı robot süpürge pazarının oranı toplam süpürge pazarı içinde %3’ten %20’lere çıktı.

Türkiye Avrupa ve Asya coğrafyasında lojistik avantajının olması, verimli iş gücü ve dinamik pazar altyapısı ile çok önemli bir lokasyonda yer alıyor. Türkiye’de kısa zamanda ürünleriyle benimsenen Viomi markası olarak daha geniş kitlelere ulaşmak adına Atmaca Elektronik ile üretim, servis ve dağıtım anlaşması gerçekleştirdi.

Atmaca Elektronik sektöründe yenilikçi ve katma değerli yatırımlara değer veren ve bu yönde çalışmalarını yürüten bir firma olarak pazarın önde gelen oyuncularından biri. Bu vizyoner bakış açısı sayesinde Akıllı Robot dışında elektronik, beyaz eşya ve diğer ürün gruplarında da üretim anlaşmalarını devam ettirmeyi hedefliyoruz. Türkiye pazarı için özel olarak üretilen V5 Pro – Alpha 2 Pro ve V5’in üretimleri Atmaca Elektronik’in bünyesinde yapılıyor. Aynı zamanda bu üç ürünün yakın coğrafyaya ihracatı da yine Türkiye üzerinden yapılacaktır.

Viomi Türkiye vermiş olduğu satış sonrası hizmetler açısından Robot Süpürge pazarına ne gibi artı değerler getirecek?

Viomi Türkiye olarak Robot Süpürge pazarı gelişirken en önemli ihtiyacın satış sonrası hizmetler, yedek parça ve aksesuarlar olduğunu gördük. Bu nedenle çıkış noktamız tüketiciye katma değer sağlayan teknolojik

ürünleri satış sonrası hizmet kalitemizle birlikte sunarak bu pazarı kurumsal yapıya uygun hale getirmek. Şu anda Viomi Türkiye servis çalışmalarımız Atmaca Elektronik tarafından Sunny Yetkili Servisleri ile karşılanıyor. Bu sayede tüketicilerimiz, Türkiye garantili tüm Viomi ürünlerini iki yıl ücretsiz servis garantisi, yedek parça – aksesuar hizmeti ile birlikte alabiliyor.

Viomi Türkiye’nin önümüzdeki dönem planları neler olacak?

Önümüzdeki dönem planlarımız içinde belki de en önemlisi Türkiye Beyaz eşya ve elektronik pazarını tüketiciyi anlayan, nesneleri internetle buluşturan ve hayatlarımızı kolaylaştırdığına inandığımız ürün ailesiyle buluşturmak. Bu ürünleri Türkiye pazarında öncelikli olarak shop in shop, sonrasında Viomi Shop olarak tüketicilerimizle hayata geçirmek istiyoruz.

Hangi ürünleri Türkiye’ye getirmeyi planlıyorsunuz?

Önümüzdeki dönem Robot Süpürge ailesiyle birlikte Akıllı Hava Temizleme, Cyber Dikey Şarjlı Islak – Kuru Süpürge, Su ısıtıcılar, Su arıtma, Ventilator ürün grupları geliyor. Uzun vadede hedefimiz, Televizyon ve beyaz eşya alanında da Viomi’yi mağazalarda Türk tüketicisiyle buluşturmak.



Seyhan Köroğlu kimdir?

İş hayatına 1992 yılında atılan Seyhan Köroğlu beyaz eşya sektöründe yaklaşık 30 yıllık iş tecrübesine sahip bir isim. Bu tecrübenin son 21 yılı BSH’da Siemens Marmara Bölge Satış Müdürü olarak geçen Seyhan Köroğlu bu süre zarfında bayi ve kanal yapılandırılması alanlarında çalışmalar yaptı ve 300’den fazla satış noktasının kuruluş ve gelişim süreçlerinde yer aldı. Geleneksel kanal, çeyiz ve zincir mağazalar ve teknoloji mağazaları konusunda önemli çalışmalar gerçekleştirdi.

BSH’daki görev süresini tamamladığı 2020 yılında Köroğlu Viomi’nin Türkiye yapılanmasının kurucu üyelerinden biri olarak Viomi Türkiye’nin satış ve satış kanalları yönetim görevlerini üstlendi. Beyaz eşya sektörünün Türkiye’de ağırlıklı olarak geleneksel kanal olarak adlandırılan mağazacılık sistemi ile yapılan bir ticaret olduğunu vurgulayan Seyhan Köroğlu; uzun vadedeki en büyük amacının, Viomi markasını ve Viomi ürünlerini geleneksel kanalda mağazacılık alanında geliştirmek olduğunu ifade ediyor.

Türkiye'nin en teknolojik markaları belirlendi

NielsenIQ Türkiye ve Pazarlamasyon iş birliği ile gerçekleştirilen Tech Brands Turkey'de Türkiye'nin en teknolojik markaları ödülleri kavuştu. NielsenIQ Türkiye'nin bu yıl üçüncü kez markaların teknoloji alanındaki tüketici-marka algısını ölçtüğü program kapsamında ülkemizin en teknolojik markaları, toplam 40 farklı kategoride ödüllendirildi.

NielsenIQ Türkiye, dijital bir yöntemle online anket uygulayarak Türkiye'nin en teknolojik markalarını belirledi. NielsenIQ Türkiye Tüketici Araştırmaları Direktörü Nur Serenli, araştırmanın detaylarına ilişkin yaptığı açıklamada, anketin Aralık 2021'de, Türkiye temsili 12 ilde (İstanbul, Ankara, İzmir, Tekirdağ, Bursa, Adana, Kayseri, Samsun, Trabzon, Erzurum, Malatya, Gaziantep, / Kadın-Erkek, 15-64 yaş arası, 1.000 kişi ile) gerçekleştiğini belirtti. Serenli, 40 kategoride

açık uçlu sorular ile yapılan araştırmada, Türkiye'nin en teknolojik markalarının sorulduğunu söyledi.

NielsenIQ Türkiye Genel Müdürü Didem Şekerel Erdoğan, Tech Brands Turkey hakkında "Teknoloji, dünyanın pandemi ile karşı karşıya kaldığı 2020 yılından bu yana, hiç olmadığı kadar hayatımızda ve teknolojinin hayata entegrasyonu her geçen gün daha da artarak devam edecek. Eğitimden sağlığa, alışverişten spora kadar her türlü aktiviteyi bugün teknolojiyi kullanarak yapıyoruz. Pandeminin getirdiği değişim ve dönüşüm yolculuğunda, markaların da teknolojiye ciddi yatırım yaptıklarını, gerek ürün ve hizmetlerinde gerekse iletişimlerinde görüyoruz. Biz de NielsenIQ olarak, bu amaçla yola çıkan Tech Brands Turkey girişimine, araştırmanın gerçekleştirilmesinde ve en teknolojik markaların belirlenmesinde destek olduk." şeklinde konuştu.

Didem Şekerel Erdoğan, Tech Brands Turkey'de kazanan markaları da açıkladı.

Tech Brands Turkey'de kazananlar şu şekilde:

Arçelik

Türkiye'nin En Teknolojik Markası

Arçelik	Beyaz Eşya
Gratis	Kişisel Bakım
Opet	Akaryakıt
Ziraat Bankası	Banka
Türkiye İş Bankası	Mobil Banka
AXA	Sigorta
Türk Telekom	Telekomünikasyon
Acıbadem	Sağlık Kurumu
Migros	Süpermarket
Migros Sanal Market	Online Alışveriş Market
Arzum	Küçük Ev Aletleri
Yurtiçi Kargo	Kargo
THY	Havayolu
Casper	Bilgisayar
Cif	Ev Temizlik Malzemeleri
Adidas	Spor Giyim
AVIS	Araç Kiralama
Kiğılı	Erkek Giyim
IKEA	Ev Dekorasyon
İGA	Havalimanı
Demirdöküm	Isıtma
Penti	İç Giyim
İstikbal	Mobilya
Honda	Motosiklet
Trendyol	Online Alışveriş Moda
Sahibinden.com	Online Alışveriş İlan
Lassa	Otomobil Lastiği
Renault	Otomotiv Üreticisi Binek
Ford	Otomotiv Üreticisi Ticari
Etstur	Tur Operatörü
Yataş Bedding	Yatak
Domino's	Hızlı Servis Restoranı Pizza
Burger King	Hızlı Servis Restoranı Hamburger
Mutlu Akü	Akü
Uğur	Soğutma
Hilton	Zincir Otel

Arzum'un inovatif ürünlerine Plus X Award'dan prestijli ödüller

Arzum, dünyanın en prestijli teknoloji ve tasarım yarışması Plus X Award'da iki ürünüyle ödüle layık görüldü.

Inovatif teknolojilerin ödüllendirildiği, dünyanın farklı ülkelerinden çok sayıda markanın aday gösterdiği Plus X Award 2022'de Arzum; OKKA ailesinin en yeni üyesi ve bağımsız bir araştırma şirketinin yaptığı

çalışmaya göre Türkiye'de bir ilk olan; karıştırarak sütlü Türk kahvesi pişirme özelliğine sahip Arzum OKKA Rich Spin M ile Design and Ease of Use (Tasarım ve Kullanım Kolaylığı) ödülünü aldı. Arzum, kablosuz ve pratik kullanımıyla öne çıkan Magiclean Neo ile ise Design, Ease of Use and Functionality (Tasarım, Kullanım Kolaylığı ve İşlevsellik) ödülüne hak kazandı.





Growth
from
Knowledge

We are revolutionizing real-time
access to critical knowledge.

Independent and trusted.

Visit our website



SCAN QR CODE

Tüketicilerin beklentisi çevre ve tüketici dostu, sağlıklı yaşam odaklı ileri teknolojiye sahip ürünler

Pandemi tüketicilerin tercih ve alışkanlıklarını çok yönlü olarak değiştirdi. Yaşam şekli kökten değişen, daha fazla ev odaklı yaşamaya başlayan tüketiciler, beslenme tercihlerinden temizlik alışkanlıklarına, teknolojik ürün seçimlerine kadar birçok tüketim kaleminde değişime gitti. LG Electronics'in de faaliyet gösterdiği tüketici elektroniği ve beyaz eşya alanı da bu değişimden payına düşeni aldı.



Pandemi öncesi tüketiciler ürün tercihinde bulunurken, ileri teknoloji olmasını, günlük hayatlarına hız getirmesini ve işlerini kolaylaştıracak ürünler olmasını isterler, bu özellikleri taşıyan teknoloji ürünlerine yönelirlerdi. Pandemiyle birlikte, tüketicilerin hayatının tam ortasına "çok fonksiyonluluk" ve "hijyen" kavramı da girdi. Artık tüketiciler

satın aldıkları cihazların çok fonksiyonlu olmasını, temel fonksiyonunun yanı sıra, hayatlarını kolaylaştırıcı ya da daha eğlenceli hale getirici ek özellikler sunmasını ve özellikle beyaz eşya ve iklimlendirme grubu ürünlerinde pandeminin gerektirdiği hijyen koşullarını fazlasıyla sağlamasını bekliyorlar. Ancak, yaşam şekli gibi, neredeyse kökten

değişen ekonomik koşullar altında bu da yeterli olmuyor ve tüketicilerin arayışlarına bir özellik daha ekleniyor; satın aldıkları ürünün tasarruf sağlayan, tüketici dostu bir ürün olması.

Biz de, LG Electronics Türkiye yetkilileri ve bayileri ile değişen tüketici taleplerini ve LG Electronics'in bu yöndeki planlarını konuştuk.

Bülent Bülbül

LG Electronics Türkiye Ev Eğlencesi Elektroniği ve Beyaz Eşya Ürün Grupları Satış Başkanı



Pandemiyle birlikte tüketici talep ve ihtiyaçlarında ne gibi bir değişim gözlemliyorsunuz?

Pandemi döneminin başladığı günden günümüze kadar tüketim alışkanlıklarında belirgin değişiklikler tespit ettik. Tüketiciler ihtiyaç gidermekten ziyade, ürünlerin

fonksiyonel olmalarına daha fazla önem veriyor oldu. Özellikle sağlık ve hijyen konuları öne çıkmaya başladı. Akabinde enerji tasarrufu belirleyici etkenlerden biri oldu. Evde geçen sürelerin artması ve evden çalışma nedeni ile daha teknolojik cihazlara yönelik ihtiyaç arttı. Pandeminin ilk dönemlerinde eğitimin evden olması da akıllı TV'lere yönelimi artırdı. Yine evde geçirilen zamanın artması hem sportif aktivitelerin hem de dizi, film izleme sürelerinin artmasına neden oldu. LG olarak, webOS tabanlı akıllı televizyonlarımızla tüketicilerimizin memnuniyetini maksimuma çıkartarak keyifli zamanlar geçirebilmelerini sağladık.

LG bu değişime yönelik nasıl bir strateji geliştirdi?

LG Electronics, her zaman için tüketicilerinin ihtiyaçlarını ölçümlemenin yanı sıra, ileride oluşabilecek ihtiyaçları da göz önünde bulundurarak geleceğe yatırım yapar. Öncelikli amacımız teknoloji üretmek. Her yıl katıldığımız fuarlarda aldığımız ödüllerle teknolojiye "inovasyon" alanında pazarda liderlik yaptığımızı tescilliyoruz. Önceliğimiz her zaman daha konforlu, maksimumda

tüketici ihtiyaçlarına cevap verecek, minimum enerji sarfiyatı sağlayacak, aynı zamanda kolay kullanımı olan ileri teknolojiye sahip cihazlar üretmek. Bu noktada trend oluşturan ve takip edilen bir marka olarak yolumuza devam ediyoruz. Kullanıcı memnuniyetini artırıp pazardaki satış ağıımızı daha da geliştirerek yolumuza emin adımlarla devam ediyoruz.

Önümüzdeki dönemde tüketicilerin taleplerinin ne yönde evrileceğini düşünüyorsunuz?

Tüketiciler önümüzdeki dönemde daha fazla kullanım kolaylığı sağlayan, özellikle maksimum fonksiyonellik sunabilen ürünlere yönelecekler.

LG olarak bu yeniliklere nasıl hazırlanıyorsunuz?

Her zaman daha yenilikçi ve inovatif ürünlerimizle tüketicilerimizde merak uyandırmaya ve mevcut ve gelecekteki ihtiyaçlarını karşılayabilecek ürünler sunmaya devam edeceğiz. Teknolojinin her zaman bir adım önünde ve teknoloji yaratıcısı olarak temel misyonumuzu koruyacağız.

Gürak Aşunkoca
LG Electronics Türkiye
Geleneksel Kanal Satış Birim Müdürü



LG'nin Mağazalaşma süreci ile ilgili bilgi alabilir miyiz?

Özellikle mağaza sayılarımızdaki hızlı artışla birlikte daha fazla müşteriye ulaşarak LG ürünlerini en iyi şekilde deneyimleyebilecekleri Brandshoplarımızı arttırıyoruz. 2022 başında 19 şehide bulunan Brandshoplarımızı 2022 sonunda 35 şehire çıkarmayı hedefliyoruz. 2022 yılında açılacak 60 yeni mağazamız ile daha fazla tüketiciye ulaşip, bu mağazalarımızda televizyonlardan, gaming monitörlere, klimalara, beyaz eşya ürün gruplarına kadar son teknolojiye sahip LG ürünlerini deneyimlemek istiyoruz. Bunlara ek olarak bölge ve tüketici analizleri yaparak müşteri ihtiyaçlarına göre mağazalarımızda bulunan ürün çeşitliliğimizi arttırıyoruz.

LG Bayilerine ne gibi katkılarda bulunuyor?

Bayilerimizin, LG'nin tüketicilerle temas eden yüzü olduğu bilinciyle hareket ederek mükemmel bir takım çalışması sergiliyoruz. Öncelikle, mağaza açılışlarımızda yatırımcılarımıza destek olmak için açılış sürecinde çok ciddi PR çalışmaları yaptığımızı söyleyebilirim. Kendilerini, sosyal medya duyuruları, Google reklamları, açılış kampanyalarıyla destekliyoruz. Bayi kanalımızla temasımızı hiç koparmadan sürdürüyor, gerek yeni teknolojilerimiz gerekse iş plan ve hedeflerimiz hakkında kendilerini sürekli güncelliyor, gerekli durumlarda workshop ve eğitimlerle bayi kanalımızın sektörün bir adım ilerisine geçmelerine destek veriyoruz.

Lemi Paksoy
LG Brandshop Trada - Sahibi



Tüketicilerin son iki yıllık satın alma davranışlarını düşündüğümüzde, nasıl bir değişim söz konusu?

Son 2 yılda hem ülkemizin hem de dünyanın gündemine giren pandeminin de etkisiyle tüketici davranışlarında ciddi değişiklikler oldu. Öncelikle evlerde daha çok vakit geçmesinden dolayı daha önce satışları yavaş olan hava temizleme, robot süpürge gibi cihazların satışlarında artış oldu. İnternet'e bağlanabilen akıllı cihaz satışlarına olan talep de her geçen gün artıyor. Özellikle beyaz eşyada bu tip ürünlere olan talepte de yükseliş var. TV ürün grubunda ise tüketici talebi yeni teknoloji olan OLED TV'lere doğru hızlı bir şekilde kayıyor.

Siz bu değişime ayak uydurabilmek adına hangi ürünleri ön plana çıkartıyorsunuz?

Değişen tüketici davranışlarına uygun olarak bizler de öncelikle akıllı cihazlarımızı ön plana çıkartıyoruz. Dünyanın en büyük OLED TV üreticisi olarak LG, bize en geniş OLED TV yelpazesini sunma şansı veriyor. Pandemi sonrası artan taleple doğru orantılı olarak dik süpürge, hava temizleme cihazı gibi ürünlere biz de ağırlık veriyoruz.

LG bu değişimi takip etmeniz size nasıl destek oluyor?

Dünyanın en büyük teknoloji şirketlerinden biri olarak LG'de bu değişen taleplerle uyumlu yeni cihazlar üreterek bizlere destek oluyor. Özellikle OLED TV ve akıllı beyaz eşyalarda ürün yelpazemizi çok genişlettik. Mağazalarımızın tasarılarını bu ürünleri doğru sergileyip tüketicilerimizin müşteri deneyimlerini en üst seviyeye ulaşmasını sağlayacak şekilde değiştirdik.

Yasin Koç & Yavuz Koç
LG Brandshop Koç - Sahibi



Tüketicilerin son iki yıllık satın alma davranışlarını düşündüğümüzde, nasıl bir değişim söz konusu?

Pandemi sürecinde, Tüketicilerin eski alışkanlıklarında ciddi yönde bir değişim oldu. Fiziki olarak mağazalarda müşteri trafiğinde ciddi yönde azalma yaşanırken

tüketiciler daha çok mağazalarımızı telefon ile arayıp ürünlerimiz hakkında bilgi almaya başladılar. Mağazaları ziyaret etmek yerine online alışverişe yöneldiler; mağazaya gelen misafirlerimizin ise direkt akıllarındaki ürünü alıp çıkma eğiliminde olduğunu gözlemledik. Mağazaların açılması ve tüketicilerin salgın sürecini daha net algılamasından sonra, LG ile birlikte yapmış olduğumuz başarılı açılış kampanyaları ile geniş metrekareli mağazalarımızda müşterilerimize tekrar LG ürünlerini deneyimleme şansına ulaştık. LG Electronics bu dönemde yapmış olduğu müşteri trafiğini artırıcı birçok aktivite ve çalışmalar ile iş hacmimizin artmasında önemli destekler sağladılar. Sadece markaya değil aynı zamanda biz yatırımcıların bilinirliğinin artmasında da bu süreçte önemli çalışmalar yapıldığını gözlemledik.

Siz bu değişime ayak uydurabilmek adına hangi ürünleri ön plana çıkartıyorsunuz?

Pandemi döneminde tüketiciler evde vakit geçirmeye başladıkça konfor alanlarını genişletmeye başladılar. Özellikle mutfakta ve salonda vakit geçirdikçe bu alanlardaki beyaz eşya ve elektronik ürünlerinde eksikler

göze çarptı. Televizyon izlenme oranı yükseldi. Teknolojiye ayak uydurup daha fonksiyonlu, daha özellikli cihazlar talep görmeye başladı. Özellikle Youtube, Blu TV, Exxen, Netflix vb dijital platformların kullanımının artması ve LG televizyonlarımızın buna uygun olması tv satışlarımızı olumlu yönde etkiledi. Ayrıca geniş hacimli buzdolaplarının satışlarındaki artışın tüketici alışkanlıklarının değişmesinden kaynaklandığını düşünüyorum. Aslında tüketiciler beyaz eşya ürünlerini bu süreçte yenilenme gerekliliğini fark ettiler.

LG bu değişimi takip etmeniz size nasıl destek oluyor?

LG her zaman ilklere ve yeniliklere imza atmış bir marka. Bu liderliğini bayiler kanalında da sürdürerek, açtığımız yeni mağazalarımıza önemli destekler veriyor. Gerek dijital ve sosyal medyada, gerek yazılı ve görsel basında mağazalarımızı tanıtarak bayilerini en iyi şekilde ön plana çıkartıyor. AVM içerisinde bulunan mağazalarımıza destek olmak adına, büyük alanlar kiralarak LG kullanıcılarını davet etmesi, ürün tanıtım ve deneyimleme alanları oluşturup indirimler yaparak bayii satışlarının yükselmesine destek olması bizler için çok önemli.

“Toprağında patatesten başka bir şey çıkmayan bir yerde ticaret yapıyoruz”

Bu ayki konuğumuz uzaklardan bir firma, Erzurum Yakutiye ilçesinde toptan pazarlama işi yapan Tophane DTM Ltd. Şti. firmasının ortağı ve yöneticisi Rıdvan Mutlu. Kendisi ile Antalya’da düzenlenen Şenocak Bayi Toplantısı’nda tanıştık, bölgesi hakkında ve işi ile ilgili bilgiler aldık. Mutlu hem bölgesini hem de bölgesel sıkıntıları açık bir şekilde bizimle paylaştı.



Rıdvan Mutlu Tophane DTM Ltd. Şti. Ortağı ve Yöneticisi

Kısaca firmanızdan ve çalıştığınız markalardan bahseder misiniz?

Firmamız olan Tophane DTM Ticaret Sanayi Ltd. Şti.’ni 2003 yılında Erzurum Yakutiye ilçesinde dayım Ümit Güler ile birlikte kurduk. Ben firmanın satış yöneticisiyim. Erzurum ili merkez ve ilçeleri, Doğu Anadolu Bölgesi, Doğu Karadeniz Bölgesi, İç Anadolu Bölgesi olmak üzere 20’ye yakın ilde müşterimiz bulunmakta. Satışa ben ve yardımcım olmak üzere 2 kişi çıkıyoruz. Depo ve muhasebe

departmanlarında çalışan 6 kişilik ekibimiz var. 20 yıldan beri toptancılık yapıyoruz. Beyaz ev eşyaları ve küçük ev aletleri sektörüne çalışıyor ve bu alanda ticaret yapıyoruz. Regal, Fakir, Gazelle, Ferre, Goldmaster, Şenocak, Samsung, LG ve Telefonken gibi markaların ürünlerini satıyoruz.

Bölgenizden ve bölge sorunlarından kısaca bahseder misiniz?

Bölgede kış mevsiminin uzun sürmesi,

nüfusun azlığı ve ilçeler arasındaki mesafelerin uzunluğundan dolayı, 20 kadar vilayete gittiğimiz halde, örneğin batı illerinde 5 yılda yapacağımız ticarete göre aynı ticareti biz ancak 20 yılda yapmış oluyoruz. Özellikle akaryakıt ve lastik masraflarımız çok yüksek. Araçlarımızın lastiklerini her yıl yenilemek zorundayız. Dolayısıyla bunlar da maliyetlerimizi artırıyor, buna rağmen çalışıyor çabalıyoruz ama yine de mutluyuz. Bizim bölgenin en büyük sorunu nüfusun olmayışı, nüfus çok az, ekonomik durum da çok düşük. Toprağımızdan bellidir, bizim doğuda patatesten başka bir şey çıkmaz, sadece patates ekersin, patates biter. Coğrafyamız maalesef çok ağır ama batıya doğru örneğin Amasya, Tokat gibi illere doğru gittikçe buralarda her türlü meyve-sebze çıkıyor.

Size göre bölge perakendecilerinin gücü nasıl?

Perakendecinin gücü kışın oldukça düşüyor, taksitler aksıyor, açık hesap veren mağazalar daha çok ticaret yapıyor. Nakit ve kredi kartı oranı bizim bölgede oldukça düşük, zaten kredi kartı ve nakitle alacak vatandaş internette girip ürünü alıyor. Yani bizim bölgemizde de internete dönüş var. Kredi kartlarındaki taksit sınırlandırılması açık hesap mağazaların işine çok yarıyor ve işleri çoğalıyor. Zaten bizim bölgenin %70’i açık hesaptır %30 kısmı kredi kartı ile alışveriş yapar. %30 kısmın da %20’si internette alışveriş yapar. Yani %10’luk dilim kredi kartı ile bayilerden alışveriş yapmaktadır.

Hangi ürünler daha çok tercih ediliyor? Batıya göre farklılık gösteren ürün çeşitlilikleri neler?

İnternette olsun, perakendeci olsun bölgemizde beyaz eşyaya nazaran küçük ev aletleri grubu daha çok satıyor. İnternette beyaz eşya alımına tüketici kargo masrafından dolayı fazla rağbet göstermiyor. Özellikle beyaz eşyayı müşteri görerek almak istiyor. Küçük ev aletlerinde öyle bir problem olmuyor, daha çok internette satın almayı gençler talep ediyor.



Beyaz eşya ve küçük ev aletleri perakendecileri 2022 yılına birçok soru işareti ve endişelerle başladı. Siz perakendecilerle çok yakınsınız onların bu zamlar karşısındaki durumlarını daha iyi biliyorsunuz, bölgesel manada sizin görüşleriniz nelerdir?

Önceden doğalgazı dert ederdik. Şimdi elektriği de dert etmeye başladık. Örneğin esnafın kirası 10 bin liraysa neredeyse 10 bin liralık elektrik faturası gelen işletmeler oldu. Bizim derdimiz burada kirayı ödedikten sonra ticari anlamda işimize bakmak ama artık kirayı verdikten sonra, bu ay elektrik, doğalgaz ne kadar gelecek derdine düşmeye başladı esnaf. Tabi bu da çok olumsuz etkiliyor piyasaları. İnşallah hükümet gerekli işlemleri yapar. Masrafların düşmesi ve hükümetin destek vermesi gerek, eğer destek vermezse bölgedeki çoğu esnaf kapatır.

Yeni yılda bir yandan bu fiyat yükselişlerine bağlı olarak ürün satışlarında azalma beklense de cirolarda eş zamanlı artışların olmasıyla yılın dengeli geçeceği düşünülüyor. Sizin bu konudaki görüşleriniz nelerdir?

İhtiyaç hiçbir zaman bitmez. Eğer bir vatandaşın ihtiyacı varsa o ürünü ucuz-pahalı bakmadan kesinlikle alıyor ama ihtiyacı olan ürünü almayı erteliyor. Örneğin "Bahara alırsın, doğalgaz ihtiyacım bitmiş olur" diye düşünüyor. Bu bölgemizin bir özelliği tabi. Bizim bölgede doğalgaz harcaması bittikten sonra millet biraz rahatlıyor, alışverişe başlıyor. Baharın gelmesi ve çiftçinin meyve-sebze ve gıda maddeleri gibi mevsim sebzelerinin üretiminin başlaması satışlarımızı da olumlu yönde etkiliyor.

Satışlarınız nasıl yapıyorsunuz sıcak satış olarak mı gerçekleştiriyorsunuz?

Direk adrese teslim yapıyoruz. Önce siparişimizi alıyoruz, daha sonra depomuzda sevk ediyoruz. Depodan sevk %5'lik bir oran %95'lik dilimi ise direk firmaların depolarından sevk ettiriyoruz. Şu an nakliye bedelleri çok yüksek. Korkunç şekilde fiyatları arttı. Örneğin kâr marjımız %10 ise nakliye masrafına neredeyse yarısı gidiyor. Büyük bir sorun. Bu yüzden firmaların depolarından adres teslimi çalışmak bizim için çok daha avantajlı. Bütün firmalarla da bağlantılı çalışıyoruz.

Bildiğiniz gibi bayi kanalı dışındaki satış kanallarının da büyümesi söz konusu. Discount marketler ve internet kanalları Geleneksel bayi kanalını tehdit ediyor. Size göre bayiler ne yapmalı?

Bahsettiğiniz alternatif satış kanalları karşısında bayinin yapabileceği fazla bir şey yok. Devlet olarak kısıtlama getirmesi lazım. Eğer kısıtlama getirmezse çoğu esnaf perişan olacak. Kimin gücü yeter bir kalem de 10 bin tane televizyon almaya, kimsenin gücü yetmez. Fabrikaların bile gücü yetmiyor.

Sizin kendi bölgenizde bu konuda esnaflar ya da bayiler arasında herhangi bir birlik beraberlik söz konusu mu?

Bölgemizin komple nüfusunu toptasan bir Kadıköy etmez. Bu nüfusta ne kadar birleşirse birleşin bir şey olmaz, zaten esnaf da böyle bir şeye girmek istemiyor. Umutları tüketiyor gitgide, kimin gücü yetebilir ki yani bugün 10 bin tane televizyonu 100 tane esnaf da birleşse yüzer tane alsa taş patlasa bir defa alır. Sonra 10 bin televizyonu kime satacak bölgede. Devletin özellikle bu discount market satışlarına bir sınır getirmesi lazım. Çiçekçi bile muzdarip, üç harfli marketlerde çiçek satmanın ne anlamı var, bırak da çiçekçi dükkanında çiçek satılsın. Çiçek zaten sevgililer günü zamanı satılıyor bırak onu da çiçekçi satılsın. Yazın bisiklet satılıyor, yine o marketler bisiklet getiriyor böyle saçma şeyler oluyor, yani küçük esnaf yok olmaya mahkûm. Kim olursa olsun karşısında duramaz bunların. Yarın öbür gün eğer bu küçük esnaf biterse büyük fabrikalar bunların oyuncağı haline gelecek.

Niye mi? Zincir marketler şimdi gidiyor bir markaya, bu ürün kaç para diyor. Fabrika diyor ki 1000 lira. Bundan 10 bin istiyor. Fabrikanın bize verdiği maliyet 1500 TL, onlara verdiği maliyet 1000 lira. Zincir market yarın bu malı 1000 liraya değil 700 liraya vereceksin, 1500 TL'ye ben satacağım diyecek. İşte o zaman film değişecek ama inşallah iş isten geçmeden devlet buna bir an önce el atar.

Bu konuda üretici firmaların da dikkat etmesi gerekiyor mu?

Başka bir örnek vereyim. Zincir market, firmanın birisine senden 20 bin ton pirinç istiyorum diyor. Bu firmada buna göre fabrikasını tasarlıyor ve üretiyor. Ertesi yıl geliyor pirinç miktarı 50 bin tona çıkıyor, sonra 100 bin tona çıkıyor. Ondan sonraki yıl geliyor bir daha pirinç almayacağım diyor. 100 bin ton kapasiteye çıkan fabrika sahibi işçisinden tut da üretimine kadar her yerde büyümüş oluyor. Pirinç alımı birden kesince ne hale geliyor. 100 bin tonluk ürünü kime satacak. Büyük zincir market dönüp fabrikadan adamın fabrikasını satın alıyor. Adam yoksa batacak, krize girecek. Bizim sektörümüzdeki fabrikaların da başına gelebilir bu. Fabrikaların yapacağı şey ona 100 liradan veriyorsan dönüp bize de 100 liradan vermeli ki biz de satabilelim. Bizim yerel halkımız bizleri tercih eder ama fiyat farkı uçurum olduktan sonra niye tercih etsinler.

E-ticarete durumu ve bölge esnafına etkisi nasıl?

Aslında esnaf internet satışlarına ayak uydurmaya çalışıyor ama karşıdaki tüketici art niyetli olabiliyor. Ürünü alan tüketici keyfine hiçbir kusuru yokken aldığı ürünü iade edebiliyor. Bu iade sürecinde o yerel esnaf hem kargodan dolayı hem de ürünün hasar görmesinden dolayı zarar ediyor. Etnaf ürünleri geri gelme ihtimali olur diye internetten korkarak satıyor. Kar oranları da düşük olduğundan iade gelen bir ürün sattığı 20 tane ürünün karını götürüyor. Bir daha 20 tane ürün satacak ki o ürünün karını elde edebilsin diye.

2022 yılında bölgenizdeki beyaz eşya sektörünü etkileyecek ve meşgul edecek konu sizce nedir?

Ekonomi sorun, zamlar ve nüfusumuzun azlığını sayabiliriz.



Türkiye’de Sürdürülebilirlik Algısı nasıl?



Araştırma firması Twentify, Türkiye temsili 1.250 kişiyle Bounty mobil uygulamasını üzerinden Ocak 2022’de sürdürülebilirlik kavramının toplum tarafından nasıl algılandığını gösteren bir araştırmaya imza attı. Katılımcılara iklim değişikliğinin yarattığı kaygılar, sorumlular ve alınabilecek önlemlere dair düşüncelerini sorularak oluşturulan araştırmada marka ve tüketim tercihleri konusunda ilginç detaylar ortaya çıktı.

Sürdürülebilirlik kavramı genel olarak çevreyle ilgili olarak görülse de aslında bu kavram ekolojik, ekonomik ve toplumsal boyutları da bir arada bütünsel olarak ele alıyor. Sürdürülebilirlik üç ana bileşenden oluşuyor ve bu bileşenlerden en büyüğü ekolojik dengeyi koruma olarak adlandırılıyor. Diğer bileşen olan toplumsal duyarlılıkta çevrenin korumasını dengede tutan bir diğer faktör oluyor.

Günümüzde ekolojik açıdan kaygılarımıza baktığımızda ilk aklımıza gelen iklim değişikliği. Katılımcılar bu konuda çoğunlukla makro düzeyde kaygılı olduklarını belirtiyor. İklim değişikliğine dair en fazla endişe yaratan konuların başında dünyadaki açlık ve yetersiz beslenme geliyor (%38). Ormanların yok olması, iklim değişikliğinin hem sonucunu hem de sebebi olarak düşünülüyor (%35).

Ayrıca enerji ve gıda israfı, açlık ve tarım alanlarının azalması, doğal kaynakların, toprak ve suyun aşırı kullanımı da endişe yaratıyor. Buna karşın, taşımacılıkta kullanılan yakıt miktarı veya ürünlerin ambalaj

miktarları en son sırada yer alıyor. Bu karışıklık bize iklim değişikliğinin çoğunluğun zihninde israfı ilişkili olduğunu, daha dolaylı sebeplerin önem açısından da geride olduğunu düşünülüyor olduğunu gösteriyor.

İklim değişikliğinin Türkiye’ye olan etkileri konusunda farkındalık yüksek. Bu konuda en büyük endişe unsuru, tarım ürünlerinde azalma olarak görülüyor. Ardından susuzluk ve açlık sorunu dile getiriliyor. Kadınlar bu üç konuda da daha endişeliler.

Bu noktada markalar yönünde meselemiz iklim değişikliğine veya “sürdürülebilir seçeneklerin” gerekliliğine ikna etmek değil, tüketici ile birlikte bu olumsuzlukların üstesinden nasıl geleceğimizi göstermek olmalıdır.

İklim değişimi endişesi

İklim değişikliğinde payı olduğunu düşünenlerin oranı %43. Yani her 10 kişiden 4’ü iklimsel değişikliklerde kişisel payı olduğunu düşünüyor. Bu “sorumlu” bireyler iklim değişikliğinin etkilerini daha çok hissediyor, alabilecekleri önlemlerin etkinliğine daha çok güveniyor. Ayrıca Türkiye’de iklimsel değişikliklere yönelik olarak yeterince önlem alınmadığı düşünülüyor.

İklim değişikliğinde, bireylerin tüketim alışkanlıklarıyla devlet ve firmalara göre daha fazla sorumlu olduğu düşünülüyor. Ancak bireylerin alacağı önlemlerden ziyade firmaların alacağı önlemlerin daha etkili olacağı düşünülüyor. Bu durum da iklim değişikliğinin tüketici tarafındaki israf ile ilişkilendirilmesine rağmen firmalardan sürdürülebilirlik konusunda etkin olmalarının beklendiğini gösteriyor.

Markalar

Sektörlerin çevreye zararı açısından teknik analizler ile tüketici değerlendirmeleri arasında önemli farklar olduğu görülüyor. Örneğin yanlış tüketim ve israf sebebiyle en yüksek zarar veren alanlardan olan gıda sektörü tüketici nezdinde çevreye uyumlu değerlendiriliyor. Daha çok fabrikasyon üretim süreci daha çok çevreye zarar algısı ortaya çıkıyor. Araştırmada yer alan 272 marka ve 9 kategoriden dikkat çeken sonuçlar şöyle;

Vestel, Samsung, Philips, Arzum, Bosch, Arçelik, Beko gibi markaların bulunduğu elektrikli ev eşyaları kategorisi %53’ün görüşü ile duyarlı algılanmıyor. Fakat bu kategoride bazı markaların daha öne geçtiğini ve daha iyi algılandığını görülüyor.

KUMTEL®

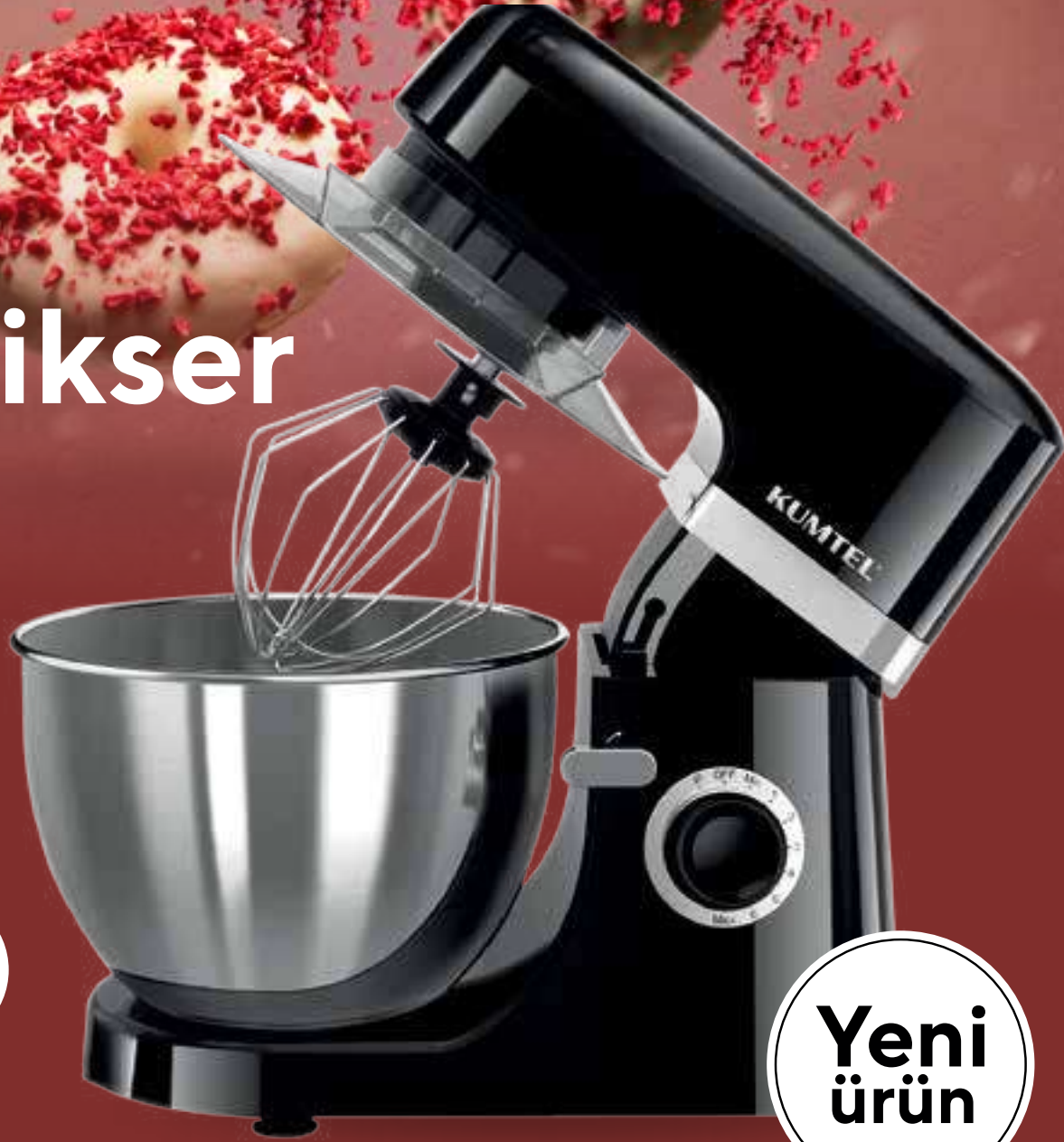
Kumtel Stand Mikser 3ü1arada

kariştırması kolay
yoğurması kolay
çırpması kolay



#tamkıvamında

Ürün Kodu: HSM-01



**Yeni
ürün**

Teknolojinin yeni trendi sanal gerçeklik oldu

Sanal gerçeklik, 2021 yılının sonlarına doğru, teknoloji gündeminin zirvesine oturan ve sanal evren olarak tanımlanan metaverse kavramı ile birlikte, yeniden teknoloji gündeminin baş köşesinde yerini aldı. Yapay biçimde yaratılan iletilerle, beyinde gerçeklik algısı yaratarak kişiyi bu sanal ortama dahil etmeye yardımcı olan sanal gerçeklik gözlükleri, sanal gerçeklik AR ve arttırılmış gerçeklik VR deneyimini yaşatan giyilebilir teknoloji ürünleri.



AR ve VR yeknolojilerinin giriş kapısı

Kullanıcılarına, oyun ve video ortamının bir parçası olma fırsatı sunan sanal gerçeklik gözlüklerini, AR ve VR teknolojilerinin giriş kapısı olarak tanımlayan İncehesap.com'un Kurucu Ortağı Nurettin Erzen, yaygınlaşma noktasının oyun ve video sektörü olan sanal gerçeklik gözlüklerinin, ilk olarak 1990'lı yıllarda dünyaca ünlü teknoloji firmaları tarafından piyasaya sürüldüğünü belirtiyor.

Yazılımsal bir evrene giriş

Sanal gerçeklik gözlüklerinin, yazılımsal olarak oluşturulmuş bir evrene giriş yapmaya destek olduğunu söyleyen Erzen, sanal gerçeklik gözlükleri sayesinde yaşanan deneyimi şöyle özetliyor: "Bu cihazlarda bulunan jiroskopik sensörler, manyetometreler ve stabilizasyonu sağlayan ekipmanlar, vücut hareketlerinin sanal gerçeklik evrenine aktarılmasına destek olur. Bu sayede, kafanızı sağa çevirdiğinizde,

dijital evrendeki yansımanız da aynı tepkiyi gösterir ve o tarafa doğru bakmanızı sağlar."

Sanal gerçeklik gözlüklerinde görsel içerik kadar, işitsel içeriğin de fazlasıyla önemli olduğunu söyleyen Erzen, bu konuda en iyi deneyimi sunmak adına, gözlüklerde çevresel ses sistemleri kullanıldığını ve bu sistem ile kullanıcılara da dijital evrende oluşan sesleri aynı yönden duyma imkanı sağlandığını belirtiyor.

"Metaverse kavramı, önümüzde dönemde de karşımıza çıkacak"

"2014 yılında, Oculus VR adlı sanal gerçeklik

teknolojisi ve ürünleri üreten firmayı satın alan Facebook, yıllar içinde bu sektördeki yatırımlarını da arttırdı. 2021 yılının sonunda ise, ismini Meta olarak güncelleyerek şirket odağını metaverse eksenine kaydırıldığını belirtti" açıklamasında bulunan Erzen, sözlerine şöyle devam etti: "2021 yılına damgasını vuran metaverse konusunun, önümüzdeki dönemde de sıklıkla karşımıza çıkacağını ve bu alandaki gelişmelerin sanal gerçeklik gözlükleri alanında da yansımaları olacağını söylememiz mümkün."

En güzel börekler Simfer Midi Fırın'da pişer



Simfer 4502 Beyaz 45 Litre
Turbo Midi Fırın



Eşit Pişiren
Turbo Fan



Sağlıklı ve Doğal
Ev Yoğurdu



Krom Çemberli
Yuvarlak Tepsisi

simfer

www.simfer.com.tr



KÜRESEL ISINMA..!



2022 de beklenen İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ RAPORU SINIFTA ÇAKTI !..

2014 YILINDA AÇIKLANAN ve 2022 yılında baş göstereceği yayınlanan felaket raporu...

Yıl, 2022, bekliyoruz...

Son 72 yılın en yoğun kar yağışıyla karşı karşıya kaldık.

Kuraklıklarla mücadele, barajlarda günden güne azalan su oranları ve tabiat elden gidiyor kaygıları, yaygaraları ve yağmur duaları...

Yılın henüz 3. ayı ve barajlardaki su oranının taşkın seviyesinde doluluklar...

Gelelim asıl meseleye... Bu kaynaklara bir göz atalım;

KAYNAK; Avrupa İklim Vakfı CEO'su Laurence Tubiana de, "Bu rapor, iklim değişikliğinin zaten insanları öldürdüğünü, doğayı yok ettiğini ve dünyayı daha fakir hale getirdiğini acımasızca hatırlatıyor.

Üç ay önce Glasgow'da COP26'da tüm büyük ekonomiler iklim hedeflerini güçlendirme konusunda anlaştılar - ve iklim ile ilgili tehlike bölgesine girerken, 2022'de yeni iddialı hedefler içeren planlar sunmaları hayati önem taşıyor. Artık mazeret ve yeşil badana olamaz." açıklamasını yaptı.

İklim Değişikliği Paneli (IPCC), Çalışma Grubu II'nin Altıncı Değerlendirme Dönemi (AR6), "İklim Değişikliği 2022: Etkiler, Uyum ve Kırılganlık" raporu yayınladı.

270 yazar ve 195 hükümet tarafından nihai hale getirilen ve onaylanan II. Çalışma Grubu raporu, IPCC'nin AR5'i 2014'te yayınlamasından bu yana iklim değişikliğinin etkilerine ve buna uyum sağlama stratejilerine ilişkin en büyük değerlendirme. Raporun yazarlarıyla diyalog halinde hükümet temsilcileri tarafından onaylanmak üzere satır satır incelenen metin, 14 Şubat ile 26 Şubat tarihleri arasında fiilen gerçekleştirilen genel kurul oturumunun tamamlanmasıyla yayınlandı. Rapor, iklim değişikliğinin ekosistemler ve toplumlar üzerindeki etkilerini, bunların kırılganlıklarını ve mevcut ve gelecekteki değişikliklere uyum sağlama kapasitelerini göz önünde bulundurarak inceliyor. Artan emisyonların insanlar ve çevre için oluşturduğu riskleri vurguluyor ve farklı bölgelerin ve doğal sistemlerin güvenlik açıklarını analiz ediyor.

Bu ve benzer kaynaklardan da görüleceği üzere;

Uluslararası Komisyonlarca; 195 hükümetin yetkilileri, üniversiteler, çalışma grupları, sektör otoriteleri ve 270 yazarın katılımıyla çıkan rapora göre;

2014 yılında yayınlanan ve 2022 de beklenen iklim değişikliğinin etkilerine şöyle bir göz atalım.

2022 de bizi bekleyen felaketler raporunda özetle neler var?

- İklim değişikliklerinin hayati önem taşıdığı
- Eko sistem ve toplumlar üzerindeki etkileri
- İnsan ve doğanın uyum sağlayamayacağı riskler
- İnsan refahının göreceği zararlar ve ölümler...
- Bitki ve hayvan türlerinin yok olma tehlikesi
- Canlılar ve çevre için oluşturduğu riskler
- Mevcut ve gelecekteki değişiklikler
- İnsan kaynaklı sera gazı emisyonları
- Daha fazla ısınma
- Doğal dengenin bozulması
- Doğayı yok etme
- Kırılganlıklar
- Yangınlar
- Katlanılmaz ve geri döndürülemez riskler
- Gezegen için tehditler
- Sıcaklık artışına bağlı gıdada üretim düşüklüğü
- Su kaynaklarının azalması
- Kıyı yerleşkelerinin riskleri
- Ulusal ekonominin olumsuz yönde etkilenmesi.
- Aşırı hava olayları
- Kıtıklar
- Sağlık sorunları ve daha da fazlası

2014 yılında açıklanan İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ BİLİMSEL RAPORU'nu da incelediğimizde, 2022 yılında beklenen sonuçları düşündürücüdür. Henüz yılın 3 aylık diliminde gördük ki, 72 yıl öncesinde de yaşanmış, benzer doğa olayları yer yer gerçekleşmiş ve yoğun yağışlarla tabiat olaylarını yaşamışız. Kendi sektörümlerle ilgili sivil toplum çalışmalarının başlatılması, kurumsal kimlik kazandırılması, sürdürülebilir çalışmaları kamu kurumları ve özel kuruluşlara taşımak, birlikte çözümler sağlamak, sektörel alanda AB kriterlerine uyumlu meslek edindirme ve sektörün disipline edilmesine katkı, ulusal basın, yazılı ve görsel basında yayıncılık, paneller ve daha niceleri...

Çevre bilincine katkı amacıyla Çevre Bakanlığının Ankara çalıştayına bizzat katılarak Atık Elektrikli Ev Aletleri (AEEE Yönetmeliği) nin (belediyeler tarafından toplanması) engellenmesine, çok emek verdiğimiz Satış Sonrası Hizmetler Derneği misyonuyla katkı sağlamış olduk. Aksi durumda, belediyelerde dönen rüşvet çarklarına teslimiyet anlamına gelecekti ve tabiatın katlinin kendi ellerimizle fırsata dönüştürülmesine göz yummuş olacaktık.

Diyeceğim o ki!...

Bilimsel çalışmalar bir proje niteliğindedir ve yetkin uzmanların görüşleri, know - how kaynakları, harmanlanır sonuçlarıyla kamuoyu bilgilendirilir. Bu çalışmalar, kamu destekleriyle ve de basın yoluyla ilan edilir.

Sivil Toplum temsilcisi olarak alanımıza giren konuları, diğer alanlarda olduğu gibi, bu alanlarda da takipçisi olmaktayız.

Bu rapor ve sonuçlarını ayrıca değerlendirdiğimiz, İSEDA - İklimlendirme Soğutma Eğitim Danışma Araştırma Derneği (sektörel alanda bilince katkı bakımından değerli çalışmalarıyla yakından takip ederim) görüşlerini paylaşmadan geçemeyeceğim.

İSEDA' ya göre; Kış şartlarının ağırlaşması, yaz ve kış aylarının mevsim normallerinin üzerinde seyretmesi, sera etkisine bağlı; hava akış dengesinin bozulması, yaz aylarındaki aşırı sıcak ve buharlaşma, kirli ve yoğun havanın yarattığı orantısız bloklar, yağış bulutlarının sıklığı ve dengesiz yağmur yükleri, metrekareye düşen yağmur suyu yoğunluğuna bağlı seller işaret edilmektedir.

Sonuç olarak;

Elbette atmosfere salınan gazların azaltılması, sanayileşmenin artmasıyla atıkların geri dönüşümleri, yenilenebilir enerji sistemlerinin geliştirilmesi kaçınılmazdır. Dünyada alınan tedbirlerin coğrafyamızdaki etkileri de izlenmeli, önlemleri alınmalıdır.

Genel veriler, 2022 yılı için öngörülen raporların açıklanmaya muhtaç olduğunu gördüğümüzü ve yılın kalan 9 aylık diliminde de bu raporların sonuçlarını yakından takip edeceğimizi belirtmeliyiz.

İnsanın aklına gelmiyor değil ya!...

Ancak ve ancak, yaşananı dünyayı felaket senaryolarıyla korku imparatorluğu ve yeni fırsatlar, emisyonların azaltılmasına yönelik önlemler, yeni iş sahaları ve fırsat startajileri iyiden iyiye abartılarak fırsata mı dönüştürülüyor?

Tabiat kendini, her gecenin sabahında yenilenmiş olarak bulur.

Umuda yolculukta, tabiatın ödülleri ve sevginin sonsuzluğunda kalın...

Saygılarımla.



H-FRIDGE 500

Verimli soğutma teknolojisi Total No Frost Air Care ile yiyeceklerinizi ilk günkü gibi taze saklayın.

- Ekstra içerik dünyasına erişebildiğiniz, Envanter Yönetici ve Soğuk İçecek Asistanı gibi özelliklerin yanında, yiyeceklerin son tüketim tarihlerini takip edebileceğiniz **hOn uygulaması**.
- Yiyeceklerin taze kalmasını, besleyiciliğini yitirmeden daha uzun süre saklanmasını sağlayan **Super Cooling** fonksiyonu.
- 100 farklı dizilim yapabileceğiniz **hareketli raflar** ve özel çekmeceler.

“TÜRKBESD üyesi firmalar olarak bu yıl 2021’e kıyasla %31 daha fazla yatırım yapmayı planlıyoruz”



İki yıldır mücadele edilen pandeminin belirsizliği sürerken Ukrayna'daki savaşla birlikte dünyanın olağanüstü koşulların yaşandığı bir başka dönemden geçtiğini söyleyen TÜRKBESD Yönetim Kurulu Başkanı Can Dinçer, mevcut durumdaki gelişmelerin ihracatı olumsuz etkilemediğini söyledi:

“İki yıldır mücadele ettiğimiz pandeminin belirsizliği sürerken Ukrayna'daki savaşla birlikte dünya olağanüstü koşulların yaşandığı bir başka dönemden geçiyor. Bildiğiniz üzere Türkiye, Avrupa'nın en büyük beyaz eşya üreticisi konumunda dolayısıyla bu bölgelerdeki gelişmeler sektörümüzü de yakından ilgilendirmektedir. Türkiye Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği'ne üye firmalar olarak bu bölgelerdeki önceliğimiz insani durumdur.

2022 Şubat ayına ilişkin verilerimiz, mevcut durumdaki gelişmelerin ihracatımızı olumsuz etkilemediğini ortaya koyuyor. TÜRKBESD üyelerinin 6 ana üründe ihracatı geçen yıl Şubat ayı ile karşılaştırıldığında %14 oranında arttı. Yılın ilk ayında gerçekleşen ihracatımızın ise geçen yılın aynı dönemine %4 arttığını görüyoruz. Pandeminin başından beri iç satışlarımızda büyük artış oranları kaydettik. 2022 ile birlikte yüksek baz etkisini hissediyoruz. Bu doğrultuda, Şubat

ayı iç satışlarımızda 2021 Şubat ayına göre %7'lik bir daralma söz konusu. İç satış ve ihracat oranımız ise bir önceki yılın aynı ayına göre %8 oranında arttı.

Sektörümüz son beş yılda toplamda 112 milyon adet, yılda ortalama 23 milyon adet ihracat gerçekleştirdi. TÜRKBESD üyesi firmalar olarak bu yıl 2021'e kıyasla %31 daha fazla yatırım yapmayı planlıyoruz.

2020'de pandemi nedeniyle yaşanan kapanmalar, 2021'de de çip krizi ve hammadde tedarik sıkıntıları gibi zorlukları, güçlü yan sanayimizle birlikte çok başarılı bir şekilde yönettik. Savaş ile birlikte zaten artış eğilimindeki enerji ve hammadde maliyetleri daha da artacaktır. Diğer sektörler gibi sektörümüz açısından da 2022 yılının zorlu bir yıl olacağını düşünüyoruz. Türkiye beyaz eşya sektörü olarak 15 bin bayimiz, 3500 yetkili servisimiz, 60 bin doğrudan ve 600 bin



Can Dinçer TÜRKESD Başkanı

dolaylı istihdam ve tedarikçilerimizle birlikte çok büyük bir ekosistemi temsil ediyoruz. Teknoloji, istihdam, yan sanayi ve ihracat gücümüzle zorlukları aşacağımıza dünyanın ikinci büyük üretim üssü olan ülkemizi daha da iyi yerlere taşıyacağımıza inanıyoruz.

Hammadde tedarikinde ciddi sıkıntıların yaşandığı bir dönemde tedarik zincirinin çeşitlendirilmesi büyük bir önem arz etmektedir. Bu noktada, Ticaret Bakanlığımızın AB ve Güney Kore meşeli sıcak haddelenmiş yassı çelik ürünlere yönelik uygulamayı değerlendirdiği damping önlemleri sektörümüz ve diğer tüm imalat sektörleri için kaygı vericidir. Zira soruşturma konusu ürün sektörümüzün ana girdisini oluşturmaktadır. Özellikle AB'den tedarik edilen ürünlerin büyük oranda üst kalite sacların üretimine girdi oluşturduğu bilinmektedir. Ülkemizde istenilen kalitede

yeterli kapasitenin olmayışı fiyat artışlarına sebep olacaktır. Sac hammaddenin beyaz eşya maliyetlerindeki oranı düşünüldüğünde, bu durumun Türkiye'nin enflasyonunu artırıcı yönde etkisi olmaktadır.

Maliyetlerin daha da arttığı bu dönemde sektörü rahatlatmak için adımların atılması kritik önemdedir. Bu bağlamda, vergi düzenlemeleri ve teşvikler çok yararlı olacaktır. Ayrıca enerji verimliliğinin önem kazandığı bu dönemde, iç pazarda enerji verimliliği yüksek ürünlere geçişin hızlanabilmesi için KDV ve ÖTV muafiyeti getirilmesi, taksit sayısının artırılması, enerji sınıfı yüksek ürünlere daha düşük faizli kredi kullanımı gibi destekler verilmesi de yararlı olacaktır."

Can Dinçer
TÜRKESD Başkanı

TÜRKESD Beyaz Dünya Şubat 2022

Dört Ana Ürün

	ÜRETİM	
	Şubat 2022	Şubat 2021
Adet / Yıl	2.531.568	2.439.812
Yüzde değişim	% 4	
	İÇ SATIŞ	
	Şubat 2022	Şubat 2021
Adet / Yıl	4.572.972	4.653.177
Yüzde değişim	-% 2	
	İHRACAT	
	Şubat 2022	Şubat 2021
Adet / Yıl	584.399	556.024
Yüzde değişim	% 5	
	İTHALAT	
	Şubat 2022	Şubat 2021
Adet / Yıl	1.092.762	1.096.613
Yüzde değişim	% 0	
	İHRACAT	
	Şubat 2022	Şubat 2021
Adet / Yıl	1.837.777	1.599.419
Yüzde değişim	% 15	
	İTHALAT	
	Şubat 2022	Şubat 2021
Adet / Yıl	7.377	8.683
Yüzde değişim	-% 15	
	İHRACAT	
	Şubat 2022	Şubat 2021
Adet / Yıl	16.296	15.392
Yüzde değişim	% 6	

Altı Ana Ürün

	ÜRETİM	
	Şubat 2022	Şubat 2021
Adet / Yıl	2.954.783	2.915.314
Yüzde değişim	% 1	
	İÇ SATIŞ	
	Şubat 2022	Şubat 2021
Adet / Yıl	5.328.794	5.628.141
Yüzde değişim	-% 5	
	İHRACAT	
	Şubat 2022	Şubat 2021
Adet / Yıl	735.488	794.882
Yüzde değişim	-% 7	
	İTHALAT	
	Şubat 2022	Şubat 2021
Adet / Yıl	2.199.915	1.935.017
Yüzde değişim	% 14	
	İHRACAT	
	Şubat 2022	Şubat 2021
Adet / Yıl	4.089.302	3.937.042
Yüzde değişim	% 4	
	İTHALAT	
	Şubat 2022	Şubat 2021
Adet / Yıl	21.398	78.677
Yüzde değişim	-% 73	
	İHRACAT	
	Şubat 2022	Şubat 2021
Adet / Yıl	46.759	115.026
Yüzde değişim	-% 59	

Evinizin hava kalitesini Arzum Optima Air ile arttırın

İç mekanlardaki hava kalitesinin sağlığınıza, günlük enerjimize, hatta ruh halimize etkileri tartışılmaz. Türkiye'nin önde gelen küçük ev aletleri markası Arzum yeni ürünü Optima Air ile artık evinizin havasını değiştiriyor. Optima Air ile güne zinde başlayabilir, tüm günü kaliteli ve temiz hava ile enerjinizi hiç düşürmeden geçirebilirsiniz.

Arzum Optima Air, 360° hava temizleme sistemi ile temiz havayı odanın her köşesine hızlıca ulaştırır, ekstra büyük hava çıkışı ile güçlü hava sirkülasyonu sağlar. Yüksek temiz hava dağıtım hızına sahip Optima Air, 43 m²'ye kadar odanın her köşesini mükemmel şekilde temizler. HEPA filtre ve aktif karbon filtreleme sistemi olan Optima Air havadaki toz ve 0,3 mm ye kadar olan alerjenleri %99,9 oranında tutar; koku, duman ve polenlerin filtrelenmesine yardımcı olur. Filtrenin değişim zamanı geldiğinde ise sizi uyarır. Optima Air üzerinde yer alan sensörler



odadaki hava kalitesini anlık olarak ölçer ve fan hızını otomatik olarak ayarlar. Odadaki hava kalitesini Optima Air'in ekranı üzerinden gerçek zamanlı takip edebilirsiniz.

Optima Air ile temiz havada kusursuz bir uykudan enerjik ve mutlu uyanmak hayal değil. Uyku moduna getirildiğinde bir fısıltı kadar sessiz çalışan Optima Air'in güçlü motoru, uykunuzda sizi hiç rahatsız etmez. Ortam karardığında devreye giren akıllı gece modu sayesinde de ekran parlaklığı kısılarak size rahat bir uyku ortamı sağlar.

Silverline'ın yeni davlumbazı Eterno çok sessiz

Silverline, Eterno ile davlumbaz teknolojisindeki farkını bir kez daha ortaya koyuyor. Kullanım alanlarına göre alternatif çözümler üreten ve modern çağın mutfak dekorasyonuna özgünlük katan marka, davlumbaz ürün grubuna yeni eklediği Eterno ile mutfakta geçirilen zamanı daha keyifli hale getiriyor. Yenilikçi motor teknolojisi sayesinde mutfaklara konfor katan duvar tipi davlumbaz Eterno, sessiz çalışan motor teknolojisiyle keyifle yemek yapma imkanı tanıyor. Güçlü motor performansı ile sürekli temiz hava akışı sağlayan tasarım, mutfaklarda maksimum ferahlık sunuyor.

Eterno davlumbaz; alüminyum ve karbon filtresi sayesinde su buharı ile yağlı havada temizleyerek, daha hijyenik ve konforlu bir mutfak yaratıyor. Siyah ve beyaz renk seçenekleri bulunan davlumbaz, farklı mutfak dekorasyonlarına ve büyüklüklerine göre şık ve sessiz havalandırma çözümleri sunuyor. Uzaktan kumanda ile kontrol edilebilen Eterno, mutfağın atmosferini her an istenilen moda getirme imkanı sunuyor.



Vestel'den Mikrofiber Filtreli Çamaşır Makinesi



Türkiye'nin önde gelen teknoloji üreticilerinden Vestel, geliştirdiği faydalı teknolojilerle doğayı korumaya devam ediyor. Her yıl yarım milyon ton mikrofiberin denizlere karışmasının yarattığı tehditte yola çıkarak geliştirilen mikrofiber filtreli çamaşır makinesi, teknolojisiyle su kaynaklarını koruyor. Dünya Su Günü'ne yaklaşan bu günlerde suyun önemine dikkat çeken Vestel, yeni teknolojisiyle hem doğayı hem de insan sağlığını koruyor.

158 ülkeye ulaştırdığı teknolojisiyle bireylerin hayatına dokunurken aynı zamanda karbon ayak izlerinin de azaltılmasına destek oluyor. Günümüzde okyanuslarda kişi başı 200 milyon mikrofiber parçacık olduğu tahmin ediliyor. Gıda zincirine karışarak insan vücudu için de tehlike oluşturan bu parçacıkların yüzde 35'i çamaşır makinesi kaynaklı. 5 kilogramlık çamaşırdan yaklaşık 700 bin mikrofiber parçacık çıkabiliyor. Sonuç olarak her yıl yarım milyon ton mikrofiber, atık su arıtma tesislerince de ayrıştırılamadığından su kaynaklarına karışıyor. Avrupa'da mikrofiber filtre kullanımı ile ilgili regülasyon çalışmaları devam ederken bu soruna kalıcı bir çözüm üretmek için harekete geçen Vestel, mikrofiber filtreli çamaşır makinesi geliştirdi. Dünya Su Günü'ne yaklaştığımız bu günlerde suyu korumaya dikkat çeken Vestel, geliştirdiği teknoloji ile hem doğayı hem insan sağlığını koruyor.

ARZUM MUTFAK TEKNOLOJİLERİ GÖRÜNDÜĞÜNDEN ÇOK DAHA FAZLASI

Patentli ürünleri ve üstün özellikleriyle Arzum'un tüm mutfak teknolojileri her zaman kusursuz sonuçlar yaratır.

***Mutfak Kategorisinde Lider**



Arzum

*Bağımsız bir pazar araştırma şirketinin 2020-2021 sonuçlarına göre
Arzum, Gıda Hazırlama kategorisinde pazar lideridir.

Uğur UED 5218 DTK 196 litre geniş iç hacme sahip

Türkiye'nin ilk derin dondurucu üreticisi olan Uğur Soğutma, birbirinden farklı dikey derin dondurucu modelleriyle tüketicilerinin ihtiyaçları doğrultusunda üretim yapmaya devam ediyor. Uğur dikey derin dondurucular farklı renk ve boyut seçenekleriyle tüketicilere sunduğu faydalarla öne çıkıyor. Birbirinden farklı boyut, hacim ve renk seçeneklerine sahip Uğur dikey derin dondurucular arasındaki UED 5218 DTK, kullanışlı iç tasarımı sayesinde büyük avantajlar sunuyor. 196 litre geniş iç hacme sahip UED 5218 DTK ile bir evin tüm gıda ihtiyacını ve daha fazlasını uzun süre muhafaza edebilirsiniz. Derin dondurucunun en üst kısmında yer alan ve -12 derece sıcaklığa sahip

pratik bölme olarak adlandırılan bölüm sayesinde sık kullandığınız ürünleri kolayca çözündürerek kullanıma hazır hale getirebilirsiniz. Diğer çekmecelere göre daha büyük hacme sahip "Hangar" isimli çekmece ise daha büyük gıdalar için kullanışlı saklama alanı sunuyor. Sağlam gövde yapısı ve çekmeceleriyle uzun yıllar kullanım imkânı sunan UED 5218 DTK düşük enerji tüketimiyle de dikkat çekiyor. Tüm Uğur ürünlerinde kullanılan çevre dostu soğutma gazı sayesinde doğa dostu ürünler üretilerek çevre korunurken düşük enerji tüketimiyle de cepler korunmuş oluyor.



Noor Technology havayı temizliyor

Yeni nesil hava temizleme cihazları üzerine İtalya, Fransa ve Türkiye'de çalışmalarını sürdüren Noor Technology, iç ortamlarda bulunan havanın kalitesini arttırmak üzere yürüttüğü Ar-Ge çalışmalarını hız kesmeden sürdürüyor. En gelişmiş katalitik yüzeylerin formülasyonu için bilimsel ve endüstriyel araştırmalara dayanan Ar-Ge ve Ür-Geç çalışmalarını İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa ile iş birliği içerisinde sürdüren Noor Technology, fotokataliz teknolojisini kullanarak, havada ikincil kirlilik yaratmayan temizleme cihazları üretiyor.

Doç. Dr. Sadullah Öztürk, Doç. Dr. Arif Kösemen ve Prof. Dr. İsmail Boz denetimi altında uzman mühendis kadrosu tarafından geliştirilen hava arıtım cihazlarının laboratuvar çalışmaları İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa Nanoteknoloji ve Biyoteknoloji Enstitüsü'nde sürdürülüyor.



İnsanlar zamanlarının %90'ından fazlasını ev, ofis, araba ya da alışveriş merkezi gibi kapalı ortamlarda geçirmektedir. Günümüzde kötü iç hava kalitesi çevre ve insan sağlığına yönelik en ciddi tehditlerden biri olarak kabul edilmektedir. İç ortamlarda bulunan kirlenmelerin seviyesi, tipik bir dış ortam hava sahasından çok daha fazladır. İç hava ortamında bulunan sentetik yapı malzemeleri, mobilyalar, tüketici ürünleri, oda spreyleri, temizlik ürünleri ve sigara dumanı gibi zararlı uçucu bileşen

kaynaklarının bertarafını ikincil bir kirlilik oluşturmadan gerçekleştirmek gerekir. Noor Technology tarafından üretilen hava temizleme cihazları ortamda, ikincil kirlilikler bırakmadan havadaki mikrop ve bakterilerin %99'unu yok etmektedir.



Dyson, temiz hava ve pürüzsüz ses veren hava temizleyici kulaklığını duyurdu

Dyson Araştırma & Geliştirme Direktörü Jake Dyson, Dyson'ın giyilebilir teknolojiye ilk adımı olan Dyson Zone hava temizleyici kulaklığını tanıttı. Dyson Zone kulaklık seti, yüksek kalitede ses verip gürültü önleyebilirken, burun ve ağza temiz hava akışı sağlıyor. On yılı aşkın hava kalitesi Ar-Ge çalışmalarının sonucu olan Dyson Zone hava temizleyici kulaklıklar, şehrin hava ve gürültü kirliliği sorunlarının üstesinden aynı anda geliyor.

Dyson Zone hava temizleyici kulaklık, Dyson'ın hava akışı, filtreleme ve motor teknolojilerindeki 30 yıllık uzmanlığı ve iç ve dış mekân hava kalitesine ilişkin derin araştırmaları neticesinde ortaya çıktı.

Kulaklıktaki kompresörler, çift katmanlı filtrelerden hava çekiyor ve temassız vizörden kanalize edilen iki temizlenmiş hava akışını kullanıcının burnuna ve ağzına yönlendiriyor. Vizör üzerindeki şekillendirilmiş kanallar, temizlenmiş hava akışının burun ve ağza yakın tutulmasını ve rüzgârdan mümkün olduğunca az etkilenmesini sağlıyor. Dyson Zone, müzik veya sesi olduğu gibi pürüzsüz bir şekilde kullanıcıya aktarmak için gelişmiş Aktif Gürültü Engelleme (ANC) sistemini kullanıyor. Minimum bozulma ve nötr frekans tepkisi sayesinde zengin ve sürükleyici bir ses aktararak şehrin gürültüsünden kurtulmayı sağlıyor.



Yeni nesil Hoover H-FRIDGE 500 serisi verimli soğutma teknolojilerine, akıllı bağlantılara ve kullanışlı iç tasarım sahip

Her ihtiyaca uygun, kullanışlı ve tasarruflu Hoover H-FRIDGE 500 serisi buzdolapları mutfağınıza sıklıkla katarken, yiyeceklerinizin tazeliğini koruyor. hOn uygulaması aracılığıyla ekstra içerik dünyasına erişebileceğiniz H-FRIDGE 500, size özel kullanışlı özellikler sunuyor. Uygulama sayesinde Envanter Yönetici, Yiyecek Bulucu ve Soğuk İçecek Asistanı gibi günlük hayatınızda yardımcı olacak pek çok programa ulaşabilir, yiyeceklerin son tüketim tarihlerini takip edebilirsiniz. H-FRIDGE 500, akıllı bağlantılarıyla hayatınızı kolaylaştırıyor. Homojen hava akışı sağlayan Total No Frost Air Care sayesinde her hafta sıcaklık ve nem, yan çıkışlardan gelen hafif bir hava akımı sayesinde sürekli değişir. İçeride dolaşan hava, yiyeceklere doğrudan çarpmaz ve yiyecekler her zaman ilk günkü gibi taze ve sağlıklı kalır.

100 farklı dizilim sayesinde yüksek kullanım kolaylığı İhtiyaçlarınıza ve kullanım alışkanlıklarınıza göre düzenleyebileceğiniz raf sistemi sayesinde, yiyecek ve içeceklerinizi istediğiniz gibi yerleştirip, her zaman maksimum kullanım kolaylığı sağlarsınız. Hareketli raflar ve özel çekmecelerden 100 farklı dizilim kombinasyonu yapabilirsiniz.



Russell Hobbs retro koleksiyonuyla mutfaklarda nostaljik bir hava estiriyor



İngiliz mutfak gereçleri markası Russell Hobbs, eski trendleri modern dokunuşlarla yeniden yorumladığı "retro" serisiyle mutfakların havasını değiştiriyor. İşlevsel özellikleriyle hayatı kolaylaştıran kahvaltı koleksiyonu, birbirinden özgün tarzlarıyla dekoratif açıdan da mutfaklarda farklılık yaratıyor. Tasarımlarıyla mutfağınızı zamanda yolculuğa götüren koleksiyon; su ısıtıcısı, ekmek kızartma makinesi, gıda hazırlayıcı, el blenderi, sürahi blenderi, el mikseri ve cam sürahi kahve makinesinden oluşan geniş bir ürün çeşitliliğine sahip. Üstelik serinin kırmızı, siyah ve kremden oluşan üç farklı renk seçeneği de mutfağınızın şık bir tamamlayıcısı olmasına yetiyor da artıyor.

Kahvaltı kahvesiz olmaz diyenlerin favorisi



Russell Hobbs Retro Cam Sürahi Kahve Makinesi, günün her saati arzu edilen kıvamı tutturmak için özenle tasarlandı. Makine, kahvenin filtrede boşa gitmesini önleyerek daha zengin bir kahve aroması sağlayan gelişmiş duş başlığı ve püskürtme teknolojisine sahip. 1.25 litre hacmindeki cam sürahi



sayesinde özel günlerin kurtarıcısı olan makine 12 fincana kadar kahve pişirebiliyor. Sıcak tutma özelliği ise üçüncü fincana kadar sıcak içime imkan tanıyor. Retro kahve makinesi, demleme sürecini ve sıcak tutma sürecini gösteren retro tarzda

şık göstergeye de sahip. Böylece, demleme süreci kontrol altında tutuluyor ve sıcak tutma özelliğinin ne kadar süre aktif olduğunun görülmesi sağlanıyor. Demleme sürecini geçici olarak durdurmayı sağlayan 'durdur ve doldur' seçeneği de bu kahve makinesini eşsiz kılan diğer bir özellik.

En İyi Film Oscar'ı kazanmış En İyi 6 Film



1. PARAZİT - 2019

"Parazit" biz sinema yazarlarının işini kolaylaştıran bir film. Bazı müstehcen ve kanlı sahneler dolayısıyla 18+ bir film olduğunu ve son yılların en iyi filmi olduğunu yazmamız yetecek çünkü. "Parazit", sarsıcı yapısıyla çoğu Bong Joon Ho (G.Kore) filminde olduğu gibi ateşin altını giderek açarak, komediden trajediye doğru cesur bir yelken açıyor. Bunun meyvesini de Oscar kazanan ilk Asya filmi olarak ve dördü de Ho'ya ait dört Oscar kazanarak almıştı.



2. THE GODFATHER II - 1974

Aileye sadakat, fedakârlık Francis F. Coppola'nın "Baba" destanındaki ikinci bölümün ana temasını oluşturuyor. İlkinden daha iyi olan ender devam filmlerinden. İlk filmde sevdiğimiz her şeyi daha üst seviye bir anlatımla bir sinema şöleni haline getirmiş yönetmen. Al Pacino, rolünü ilk filmdeki gibi kusursuz oynarken; Robert De Niro ilk filmdeki Brando'nun gençliğini aynı mükemmellikte canlandırıyor (Oscar aldı). Film, toplam 6 Oscar ödülü almıştı.



3. ALL QUIET ON THE WESTERN FRONT - 1930

Erich M. Remarque'ın muhteşem anti savaş romanının muhteşem uyarlaması. I. Dünya Savaşı'nda yitip giden gençlik filizlerin trajik hayatları. Lewis Milestone'a en iyi yönetmen ödülünü getiren; yaklaşık bir asır sonra bile sapasağlam ayakta duran zamansız bir klasik. yönetmen.



4. THE GODFATHER - 1972

Francis F. Coppola'nın dev üçlemesinin (üçüncü film kötü) ilk ayağı. Mario Puzo'nun romanından uyarlama. ABD'nin en ünlü kurgusal mafya ailesi üzerinden mafya ve kapitalizm şiddetinin gerçekçi ama lirik anlatımı. Marlon Brando en iyi erkek oyuncu; M.Puzo ve F.F.Coppola da en iyi uyarlama senaryo ödülünü almıştı.



5. LORD OF THE RINGS: RETURN OF THE KING - 2003

Peter Jackson, Tolkien'in ölümsüz fantastik kurgu üçlemesini sinema tarihinin en iyi üçlemelerinden birine dönüştürmüştü. Bence ilk film daha iyiydi ama Oscar'ın yaşlı seçicileri dar kalıplı bakışlarından dolayı ilk iki filmi ıskaladıktan sonra final filmini es geçemediler. Film, en çok Oscar ödülü (11) kazanan film oldu (2 ayrı filmle beraber).



6. SCHINDLER'S LIST - 1993

II. Dünya Savaşı'nın korkunç yüzünü siyah beyaz unutulmaz görüntüler eşliğinde ve gerçeklerden esinlenen bir hikâye ile aktarmıştı Spielberg (Oscar aldı). Tipik bir kapitalist olan ve savaş esirlerinin üzerinden kâr sağlayarak filme ve kariyerine başlayan protagonistimiz Oscar Schindler'in yolculuğu çok sürükleyici. Nazi subayı rolünde Ralph Fiennes insanı diken üstünde tutan bir kötü portresi çiziyor. Film, toplam 7 Oscar ödülü almıştı.



NİSAN 2022 • SAYI: 274

İmtiyaz Sahibi
Dağıtım Kanalı Reklam Ajansı
Yıldırım SÖYLEMEZ

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Yıldırım SÖYLEMEZ
yildirimsöylemez@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 KILIÇ

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

DijitalKalem

ISSN 1302 - 308X

www.dagitimkanali.com.tr

Tüm yayın hakları Dağıtım Kanalı Reklam Ajansı'na aittir.

Dağıtım Kanalı, dayanıklı tüketim malları sektöründe aylık olarak yayımlanır. Basın kanununa göre yerel-sürelî yayındır.

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

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

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

15 PROGRAMLI YENİ OPALL ANKASTRE FIRIN

Bir Fırının
Ötesinde...



- Sebze/Meyve kurutma
 - 17 dakikada, hızlı kek pişirme
 - Ekmek pişirme
 - Yoğurt yapma
- ve daha birçok
özellği ile





Derin Dondurucunun Ustası Uğur



5+1

5 çekmece ve 1 rafıyla geniş depolama alanı sunar.



Hangar çekmece daha büyük gıdalar için kullanışlı saklama hacmi sunar.

-12°
Pratik Bölme

-12 C°de çalışan pratik bölme, sık kullandığınız ürünleri kolay çözdürmek için kullanım kolaylığı sağlar.



Düşük enerji tüketimiyle bütçenizi korur.

Instagram Facebook Twitter YouTube /ugursogutma

ugur.com.tr

UGUR
"Tazeliğin Güvencesi"