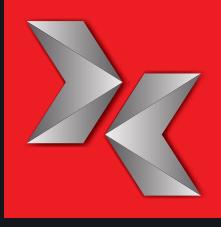


295



Dağıtım Kanalı

Ev Aletleri Sektöründe Türkiye'nin Uzman Dergisi

Ayda bir yayınlanır / Ocak 2024 / Yıl: 25 / ISSN 1302 308X

www.dagitimkanali.com.tr

YENİ

SOLARA

Şarjlı Dik Süpürge
Rechargeable Vacuum Cleaner



RAHAT
KULLANIM,
ŞIK
TASARIM,
ETKİN
TEMİZLİK...



arnica™

HEPA 10
FİLTRE



1,4 L
TOZ HAZNESİ



45 DAKİKA
KULLANIM SÜRESİ

LED
IŞIKLI PANELLER



IŞIKLI & MOTORLU
SERT ZEMİN FIRÇASI



3 yıl
garanti





YENİ MODEL

Circular-Line USB-A / USB-C Modüler Şarj Ünitesi



Akıllı Şarj

Pil sağlığınıza zarar vermez, olası tehlikelere karşı cihazınızı korur.

Yüksek Kalite

ISO 9001, CE gibi uluslararası kalite standartlarına uygun olarak üretilir.

Uyumluluk

Cep telefonu, tablet, laptop gibi cihazlarda kullanılabilir.

Hızlı Şarj

Her bir soketten 20W (5V 4A), toplamda 40W şarj gücü sağlar.

YENİ MODEL

Power Charger USB-A / USB-C Modüler Şarj Ünitesi



KODU OKUY
DANIS FAYDALAN
KESİFET

Ürettiğimiz diğer modelleri görmek için
www.metalline.com.tr



Mutfakta Sınırları Aşın ve Lezzet Yolculuğuna Çıkın!

Chef Pastro Mutfak Şefi

Çırpma, yoğurma, karıştırma, kıyma ve makarna yapma işlemlerinde mükemmel sonuçlar sunan, Chef Pastro ile mutfak deneyiminizi yeniden tanımlayın.



fakirevaletleri | fakir.com.tr



Fakir
HAUSGERÄTE



DESIGNED, TESTED AND
APPROVED IN GERMANY



Kışın King'i



4 YIL
GARANTİ



İçindekiler

6 Söyleşi

Arnica olarak kaliteli ve iyi tasarıma sahip ürünlerimizle tüketicilerin hayatını kolaylaştırıyoruz

Senur Akın Biçer Arnica Yönetim Kurulu Başkanı

8 Kahve Kokusu

Türk Kahvesini sade içmeyi seviyoruz

Dünya Türk Kahvesi Günü'nün kahveleri Arzum OKKA'dan

Philips yeni Türk Kahvesi makinesini kahveseverlerin beğenisine sunuyor

12 Söyleşi

Beyaz eşya tarafında Black Friday'in yıldızı kurutma makineleri oldu

Serkan Bektaş

GfK Türkiye ve İsrail Perakendeci İlişkileri Direktörü

Kübra Öztürk

GfK Türkiye Perakendeci İlişkileri Müdürü

16 Sektör

"RAF'A İHRACAT"

"En kıymetli katma değer, perakende marjıdır"

Özhan EREM MEDYAFORS A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı

18 Toplantı

Yeni marka ve ürün gruplarını dahil ederek sürdürülebilir büyüme stratejimizi devam ettireceğiz

Altan Muşlu

Gürses Kurumsal Satış Genel Müdür Yardımcısı

26 Sektör Haberleri

38 Makale

2024...

Alpay Kajan

40 Dernek

TÜRKBEŞD: "İç piyasa dinamizminin 2024'te de devam etmesini temenni ediyoruz"

Gökhan Sığın

TÜRKBEŞD Yönetim Kurulu Başkanı

42 Ürünler

48 SinemaDem

En İyi Spider-Man (Örümcek Adam) Filmleri

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!





Electrolux

Moplara elinizi deędirmeden kapsamlı temizlięin keyfini sürün

Electrolux
700/800 Serisi
Kablosuz
Süpürgeler ve
Mop Başlığı
ile uyumlu



Otomatik
Mop Yıkama
Sistemi



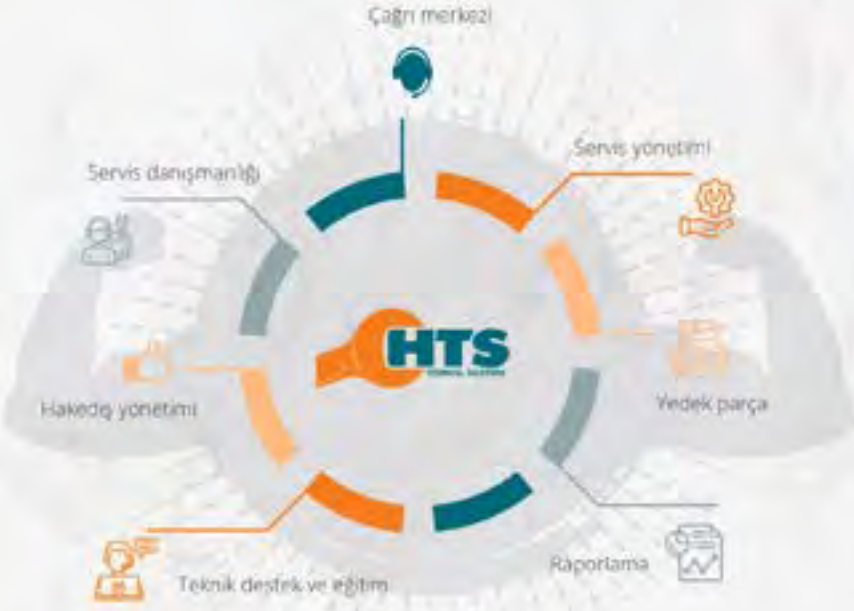
Kirli ve temiz suyu
ayırıştıran tasarım



Mop ile birlikte
kolay taşıma ve
saklama

EPPCS2
Mop Yıkama İstasyonu

Gücü Elinizde Tutun!



İş ortaklarımız faaliyet konularına odaklanırken, HTS, uzman kadrosu ve ileri teknoloji altyapısı ile, onlara ve müşterilerine 17 yıldır en iyi servis hizmeti vermeye devam ediyor.

HTS, klima, elektronik, beyaz eşya, ankastre ürünler ve küçük ev aletleri konularında Türkiye'nin en iyi hizmet veren 1200 servis noktası ile müşteri memnuniyeti ve sadakatı için çalışıyor. Siz de bu güce katılın...

HTS Teknik Hizmetler San. Tic. A.Ş.
Meclis Mah. Semih Sancar Caddesi
no:11/A Sancaktepe/ İST./TÜRKİYE

Telefon : (0216) 527 82 83
www.htsteknik.com



SUNUŞ



YILDIRIM SÖYLEMEZ
yildirim.soylemez@dagitimkanali.com.tr

2024 yılının ilk sayısından merhaba

Yeni bir yılın kapılarını araladığımız bu anlamlı günlerde, siz değerli okuyucularımıza en içten dileklerimizi iletiyoruz. Geçtiğimiz yılın tüm zorluklarına rağmen, birlikte yaşadığımız anıları, başarıları ve deneyimleri biriktirerek geride bırakıyoruz. Yeni bir başlangıç ve umut dolu bir yılı karşılamak için sabırsızlanıyoruz.

2024, umut, sevgi ve başarıyla dolu olsun! Yeni yıl, hayallerinizi gerçekleştirmeniz, başarılarınızı daha da artırmanız ve sevdiğinizle birlikte geçireceğiniz anılarla dolu bir yıl olması dileğiyle. Sizlere sağlık, mutluluk ve huzur getirmesi temennisiyle, yeni yılınız kutlu olsun!

2024 yılının ilk sayısını da sektörel haberler ve özel çalışmalarla dopdolu hazırladık.

Beyaz eşya tarafında Black Friday'n yıldızı kurutma makineleri oldu. Yıldızlaşan tek bir kategori seçmek gerekirse bunun için kesinlikle Kurutma Makinesi diyebiliriz. 2023 yılının, adetsel olarak %112 ile en çok büyüyen kategorilerinden olan Kurutma Makinesi, 47. haftada da geçen yılın aynı dönemine göre USD basında %195 artış gösterdi. Konuyla ilgili detayları ve Black Friday dönemine ait özel verileri GfK Türkiye ve İsrail Perakendeci İlişkileri Direktörü Serkan Bektaş ve GfK Türkiye Perakendeci İlişkileri Müdürü Kübra Öztürk bizimle paylaştı.

TCL ve Gürses Kurumsal, geleneksel hale gelen yıl değerlendirme ve lansman toplantısını bu yıl 28-30 Kasım tarihleri arasında Antalya Lara'da bulunan Trendy Hotel'de gerçekleştirdi. Özel davetli olarak katıldığımız lansmanda hem şirket yetkilileri hem de bayilerle özel röportajlar gerçekleştirdik. Etkinliğe dair tüm detaylar, yeni sunulan ürünlere dair bilgiler ve özel röportajlarımızı sektör sayfalarımızda bulabilirsiniz.

Arnica Yönetim Kurulu Başkanı Senur Akın Biçer, 2024 yılının ilk sayısına verdiği özel röportajda markanın air fryer ürünlerine dair detayları dergimizle paylaştı. Tüketiciler özelinde sağlıklı beslenme trendinin sürekli olarak arttığını pandemi döneminde evde kalma sürelerinin artması mutfakta daha vakit geçirilmesini sağladığını, bunun da herkesi daha kolay çözümlere yönelttiğini ifade etti. Biçer'in röportajına ilerleyen sayfalarda ulaşabilirsiniz.

Dergimizin bu sayısında 2024 yılına dair öngörülerini ve fikirlerini, özellikle ekonomik bir perspektifle yazan Alpay Kajan'a teşekkür ediyorum. Bu vizyoner ve geleceğe dair önemli ipuçları barındıran makaleyi ilgiyle okuyacaksınız.

İyi okumalar

2024

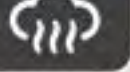
650m³
YÜKSEK
EMİŞ GÜCÜ



GÜÇLÜ
WOK BEK



BUHAR
DESTEKLİ
PIŞİRME



İSTER BUHARLA PIŞİRİN İSTER GÜÇLÜ WOK BEKLE UĞUR ANKASTRE SETLE KONTROL SİZDE!

Uğur Ankastre Setle buharda pişmiş dışı çıtır çıtır, içi yumuşacık lezzetler hazırlayın.
Güçlü wok bekle yiyeceklerinizi daha hızlı pişirin. Şimdi mutfakta seçenek çok!



UĞUR
ankastre

444 84 87

f X i y /UGURSOGUTMA

Arnica olarak kaliteli ve iyi tasarıma sahip ürünlerimizle tüketicilerin hayatını kolaylaştırıyoruz

“Air fryer, bizim yakından incelediğimiz, tüketicilerimizin yoğun talebi nedeniyle de Arnica markası ile sunduğumuz bir ürün oldu. Air fryer segmentindeki tüm ürünleri yakından inceledik, yurt dışında da bu konularda çalışmalarda bulunduk. Bundan sonraki süreçte de yine pazar dinamiklerini tahlil ederek bu ürüne yönelik politikamızı belirleyeceğiz.”

Air fryer ürünleri hayatımıza hızlı bir giriş yaptı. Son yıllarda çok popüler olan ürünün icadı aslında 2005 yılına dayanıyor. O günlerde bugüne neler oldu?

Air fryer Hollandalı bir mucit tarafından 2005 yılında çıtır çıtır patates kızartmanın yollarını ararken bulunmuş. Yapımı üç yıl süren ürün 2010 yılında uluslararası tüketici elektroniği ve teknoloji endüstrisinin önde gelen ticaret fuarı IFA Berlin’de ilk kez görücüye çıktı. Ardından da değişen tüketici alışkanlıklarının da etkisiyle air fryer ilgisi başladı.

Sizce tüketicinin yoğun ilgisi nereden kaynaklandı?

Sağlıklı beslenme trendi hızla yükseliyor. Ayrıca pandemi döneminde evde kalma sürelerinin artması mutfakta fazla vakit geçirmeyi sevmeyen kişileri daha kolay çözümlere yöneltti. Bu nedenle özellikle pandeminin hemen ardından air fryer ürünlerine yoğun talep yaşandı. Sıcak havayı bünyesinde sirküle ederek içinde bulunan fan sistemi yardımıyla yiyecekleri pişirmek üzerine kurgulanan air fryer sistemi, yaşam konforunu artırmak isteyen tüketicilere çok cazip geldi. Ayrıca yoğun iş hayatı nedeniyle yemek yapmaya fazla zaman ayıramayan, buna karşın sağlıklı beslenmeye özen gösterenler de bu ürüne yöneldi.

Arnica olarak air fryer ürünlerine yönelik nasıl bir yol izlediniz?

Kaliteli ve iyi tasarıma sahip ürünlerimizle tüketicilerin hayatını kolaylaştırıyoruz. Bu nedenle air fryer da bizim yakından incelediğimiz, tüketicilerimizin yoğun talebi nedeniyle de Arnica markası ile sunduğumuz bir ürün oldu. Air fryer segmentindeki tüm ürünleri yakından inceledik, yurt dışında da bu konularda çalışmalarda bulunduk. Bundan sonraki süreçte de yine pazar dinamiklerini tahlil ederek bu ürüne yönelik politikamızı belirleyeceğiz.

Arnica markası ile beş farklı air fryer ürününü tüketiciye sunuyorsunuz. Neden böyle bir farklılaşmaya gittiniz ve bu ürünlerin özellikleri nedir?

Tüketiciler, kaliteli, kolay kullanılabilen ve şık ürünler tercih ediyor. Ortak talepleri bu. Ancak tüketici grubu tek, homojen, aynı özelliklerle sahip bir yapı değil. Yaşam koşulları, beklentileri, kullanım sıklıkları ve tercihleri farklı. Biz de pazar araştırmalarımızın ortaya koyduğu sonuçlara göre beş tip air fryer sunuyoruz. Büyük aileler için daha geniş hazneli ürünler sunuyoruz, küçük mutfaklı evlerde de ailelerin ihtiyaçlarını karşılayacak özellikte ürünlerimiz var.



Senur Akın Biçer Arnica Yönetim Kurulu Başkanı



Bundan sonraki süreçte air fryer pazarının nereye doğru evrileceğini düşünüyorsunuz?

Tüketicilerin kullanımı kolay, enerji tasarruflu ve inovatif ürünlere olan ilgisi artarak devam edecektir. Bu da elbette ürünlerin çeşitlenmesine, daha iyi versiyonlarının pazara sunulmasına neden olacak. Biz de müşteri deneyimleri, pazar araştırmalarımız ve Ar-Ge çalışmalarımızın sonuçlarına göre tüketicilerin hayatlarını kolaylaştıran ürünler sunacağız elbette.

Peki, air fryer alırken nelere dikkat edilmeli?

Dikkat edilecek en önemli noktalardan biri ürünün kapasitesi. İki kişilik air fryer da var, 8 kişilik de. İhtiyaca göre en uygun büyüklükte ürünün seçilmesi gerekiyor. Alınan ürünün kolay temizlenebilir olması ise asla gözden kaçırılmaması gereken bir nokta. Kolay yıkanabilen, parçaları birbirinden kolay ayrılabilen ürünlerin tercih edilmesini öneririm. Air fryerların pişirme gücü değişiyor. Güç arttıkça elektrik tüketimi de fazlalaşiyor. Buna dikkat edilmeli. Bir de elbette garanti ve servis sorunu yaşanmaması için güvenilir bir satıcıdan ürün alınmalı.

Her zevke ve ihtiyaca uygun bir Arnica air fryer var

Arnica'nın tüketiciye sunduğu air fryer modelleri farklı büyüklüklerde ve çeşitli özelliklere sahip. Yapışmaz yiyecek hazneleri ve 80-200 derece arasında pişirme özelliği ile bu ürünler, yiyeceklerin lezzetini koruyarak pişirme deneyimi sunuyor.

Az yağ kullanarak ya da yağsız yemek hazırlama olanağı veren **Arnica AirFryer - GH22240** geleneksel kızartma yöntemlerine karşı sağlıklı bir alternatif sunuyor. Ayarlanabilir kontroller ve geniş iç hacmiyle mutfakta geçirdiğiniz süreyi keyifli kılan bu ürün ile yemeklerinizi çok pratik şekilde hazırlayabilirsiniz.



Tüketiciler, **Arnica AirFryer - GH22230 Sıcak Hava Fritözünün** sunduğu yağsız pişirme teknolojisi sayesinde favori atıştırmalıklarını ve en sevdikleri yemekleri daha hafif ve sağlıklı bir şekilde hazırlayabiliyor.



Sevdiğiniz yiyecekleri sağlıklı bir şekilde kızartma deneyimi için tasarlanan **Arnica AirFryer - GH22220 Sıcak Hava Fritözü** geniş iç hacmi, kullanımı kolay arayüzü ve özelleştirilebilir ayarları ile mutfakta pratik bir yaklaşım sunuyor. Yapışmaz kabının bulaşık makinesinde yıkanabilir olması sayesinde hem yemeklerinizi daha hijyenik bir şekilde hazırlamanızı hem de cihazını en iyi şekilde korumanızı sağlıyor.



Arnica AirFryer - GH 22210 Sıcak Hava Fritözü ise ısıyı etkili bir şekilde dolaştıran sıcak hava teknolojisi ile yemekleri pişiriyor. Aynı zamanda içten dışa eşit bir şekilde kızartarak dışının çıtır çıtır ve içinin yumuşak olmasını sağlıyor. Bu ürünle az yağ kullanarak sağlıklı ve lezzetli ürünler hazırlayabilirsiniz.



Türk Kahvesini sade içmeyi seviyoruz



Sosyal medyada büyük ilgi gören anket serileri ile tüketici alışkanlıkları, beğeni ve tercihlerini ölçümleyen Kahve Dünyası, 5 Aralık Dünya Türk Kahve Günü öncesinde 8000 kişinin katılımıyla bir anket gerçekleştirdi. Anket sonuçlarına göre katılımcıların yüzde 70'i Türk kahvesini sade tüketirken, yüzde 46'sı 10 günde bir Türk kahvesini taze olarak çektirdiğini belirtti.

Kahve Dünyası, tüketici alışkanlıklarına yönelik gelenekselleşen araştırma ve anketlerine bir yenisini daha ekledi. 5 Aralık Dünya Türk Kahvesi Günü kapsamında sosyal medya üzerinden 8000 kişinin katılımıyla bir anket gerçekleştiren Kahve Dünyası, Türk kahvesi tüketim alışkanlıklarına ışık tuttu. Ankete katılanların yüzde 47'si günde 1-3 fincan Türk kahvesi içtiğini söyledi. Günde 1 fincan Türk kahvesi tüketenlerin oranı yüzde 43, 3 fincandan fazla tüketenlerin oranı ise yüzde 3 oldu. Katılımcıların yüzde 70'i Türk kahvesini sade içmeyi tercih ettiğini söylerken, orta şekerli diyenlerin oranı yüzde 24, şekerli diyenlerin oranı ise yüzde 5'te kaldı.

Türk kahvesi bizim için keyif demek

Ankete katılanlara "Türk kahvesi sizin için ne anlama geliyor"

sorusu da yöneltildi. Katılımcıların yüzde 55'i soruya keyif yanıtını verdi. Keyif yanıtını yüzde 28 ile dinlenmek, yüzde 17 ile karşılıklı sohbet yanıtı izledi. Anket sonuçları Türk kahvesinin yanında tatlı atıştırmalıkları tüketmeyi sevdiğimizi de ortaya koydu. Katılımcıların yüzde 97'si Türk kahvesinin yanında tatlı atıştırmalıkları tercih ettiğini belirtti.

Kahve Dünyası, mağazaları ve online mağazasından sipariş üzerine taze çekilmiş Türk kahvesi satın alınabiliyor. Ankette katılımcılara "Siparişiniz üzerine hazırlanan taze çekilmiş Türk kahvesini ne sıklıkta çektirirsiniz?" sorusu soruldu. Katılımcıların yüzde 46'sı 10 günde, yüzde 35'i ayda bir, yüzde 18'i ise 20 günde bir Türk kahvesi çektiririm yanıtını verdi.



Tefal | ingenio



BUGÜN

2013

**Az yer kaplar,
çok anı saklar**

1996

10 YIL
GARANTİLİ
ÇIKARILABİLİR SAP!

Dünya Türk Kahvesi Günü'nün kahveleri Arzum OKKA'dan

Arzum OKKA, Türk kahvesinin İstanbul'da ilk kavrulduğu yer olan Beta Yeni Han'da düzenlenen bir etkinlikte kurduğu stant ile katılımcılara birbirinden lezzetli kahve ikramında bulundu. Etkinlikte Türk Kahvesi Hikayesi paneline konuşmacı olarak katılan Arzum Yönetim Kurulu Başkanı Murat Kolbaşı Dünya Türk Kahvesi Günü başarısını anlattı.

Arzum OKKA, UNESCO'nun Türk kahvesini, Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi'ne dahil edilişi ve 5 Aralık'ın "Dünya Türk Kahvesi Günü" olarak kutlanışının 10. yılına özel düzenlenen etkinliklere desteklerini sürdürüyor. Bu yıl "Beta Yeni Han'da Türk Kahvesi ile Geleneksel Yeni Nesil Yolculuk" temasıyla düzenlenen etkinlikte Arzum OKKA, kurduğu özel standı ile kahveseverleri birbirinden lezzetli Türk kahvesi çeşitleri ile buluşturdu. Türk kahvesinin tarihine ve Türk kahvesine ait hikayeler eşliğinde değinilen etkinlikte, alanında uzman isimlerin katıldığı seminerler, workshop ve paneller gerçekleştirildi. Türk Kahvesi Hikayesi paneline konuşmacı olarak katılan Arzum Yönetim Kurulu Başkanı Murat Kolbaşı, Türk kahvesine olan tutkusunun yanı sıra 5 Aralık'ın Dünya Türk Kahvesi Günü olarak kutlanışının hikayesini anlattı.

"Bu özel gün gelecekte de yaşayacak olan kültürümüzün en değerli mirası olacak"

5 Aralık'ın "Dünya Türk Kahvesi Günü" olarak kutlanmasında özel çabalarının olduğunu altını çizen Murat Kolbaşı, "Türk kahvesinin kültürel değerinin ulusal ve uluslararası bilinirliğine katkıda bulunmak isteyen gönüllülerin bir araya gelmesiyle 2008 yılında kurulan Türk Kahvesi Kültürü ve Araştırmaları Derneği (TKKAD) ile Türk kahvesini 2013 yılı

sonunda UNESCO'ya götürdük. UNESCO, 5 Aralık 2013'te Türk kahvesini, 'Türkiye'nin somut olmayan kültürel bir değeri' olarak tescilledi ve 'Bu kahvenin ince çekilmesi ve pişiriliş şekli Türkiye'ye aittir' dedi. Türk kahvesine tutkulu birisi için son derece önemli bir başarı. Derneğimizin de katkılarıyla birlikte bu yıl Türk kahvesi ve onun değişmez geleneğinin, UNESCO tarafından tescilinin yıl dönümü olan 5 Aralık Dünya Türk Kahvesi Günü'nün 10. yılını kutluyoruz. Bu özel gün gelecekte de yaşayacak olan kültürümüzün en değerli mirası olacak. Böylesi bir güne adımı yazdırdığım için son derece büyük bir gurur duyuyorum." şeklinde konuştu.

"Yurt dışında hangi restoran ya da kafeye giderseniz gidin mutlaka bir Türk kahvesi isteyin"

Türk kahvesi ve kültürünü dünyaya tanıtımını marka olarak misyon edindiklerini de kaydeden Kolbaşı, "Bu kültür ve Dünya Türk Kahvesi Günü altında yatan başarı, sadece bir kurum ya da bir kişinin eseri değil. 500 yıllık yaşamışlıkla gelişen, hayatın, en önemli kararların merkezinde kendine yer edinen kültür hepimizin. Bu kültürü, başarıyı ve özellikle bu özel günü herkesin sahiplenmesi gerekiyor. Kültürümüzün tanıtımı için herkesin yurt içinde ya da yurt dışına kahvemizi temsil etmesi son derece önemli. İstiyorum ki tüm dünya, Türk kahvesinden haberdar



Murat Kolbaşı
Arzum Yönetim Kurulu Başkanı

olsun. Kahvesini içerken de benim yaşadığım hazzı, keyfi yaşasın. Bunun için de katıldığım her konferans ya da panelde, yurt dışında hangi restoran ya da kafeye giderseniz gidin mutlaka bir Türk kahvesi isteyin diyorum. Bugün menüde o kahve olmayabilir ancak o menüye girmesini bu bilinçle sağlayabiliriz. Yine aynı şekilde ülkemizde kafe, restoran ya da otel sektöründe hizmet veren firmalar, misafirlerine Türk kahvesi ikram etsinler. Yabancı turistleri kültürümüzle kahvemizle tanıştırsınlar." dedi.

Philips yeni Türk Kahvesi makinesini kahveseverlerin beğenisine sunuyor

Versuni, yeni Philips Türk Kahvesi Makinesi'ni, kahve tutkunlarının beğenisine sunuyor. Philips kalitesi ve kahve konusunda uzmanlığı, yeni Philips Türk Kahvesi makinesinde buluşuyor.

Philips Türk Kahvesi Makinesi közde pişirme özelliği sayesinde özellikle geleneksel Türk kahvesi sevenlere hitap ediyor. Ayrıca, tek seferde 4 fincan kahve sunma kapasitesiyle hem pratik hem de zamandan tasarruf etmenizi sağlıyor. Yeni Philips Türk Kahvesi Makinesi dokunmatik kontrol paneli ve taşma önleyici sensörleri sayesinde de rahat ve güvenilir bir kullanım sunuyor.

Şık ve kullanışlı tasarımı ile dikkat çeken Philips Türk Kahvesi Makinesi, evde Türk kahvesi keyfini bir ileri boyuta taşımaya hazırlanıyor.

Konuyla ilgili Versuni Pazarlama Lideri Nil Şahinbaşoğlu: "Bu topraklar için oldukça kıymetli bir hazine niteliği taşıyan Türk kahvemiz, UNESCO tarafından da "İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası" olarak kabul görüyor. Bu kıymetli hazinenin tüm dünyada kutlandığı 5 Aralık Dünya Türk Kahvesi Günü'nde ise Philips markamızla yeni Türk Kahvesi Makinemizi kahveseverlerle buluşturduğumuz için çok mutlu ve gururluyuz. Faaliyet gösterdiğimiz pazarlar ile de kıyasladığımızda Türkiye, Versuni ekosisteminde öncü ve lider konumda yer alıyor. Bu vesileyle; Türk kültürü için önemli bir miras olan Türk kahvesinin de evlerde en iyi şekilde deneyimlenmesi için çok titiz davrandık ve Philips Türk Kahve Makinesi'ni tüketiciyle buluşturduk. Versuni olarak hedefimiz ise dünyanın dört bir tarafındaki tüketicileri bu eşsiz lezzetle buluşturmak." şeklinde konuştu.





Endüstriyel Mutfak Soğutucularında da Tecrübenin ve Kalitenin adı

★ "Yenilikler, yeni başlangıçlar,
yeni umutlar ve her şeyin daha iyi olduğu,
yeni bir yıl olsun..."

Müşterilerimizin
ticari stratejilerini destekleyen
çözümler ve son teknoloji ürünü
tasarımlar ile, Klimasan ve
Şenocak tecrübesini birleştirerek,
profesyonel mutfaklarda da
yerimizi aldık.



 **KLİMASAN**

444 0789

Tüm Türkiye'de Etkili Servis Ağı

Beyaz eşya tarafında Black Friday'ın yıldızı kurutma makineleri oldu

"Yıldızlaşan tek bir kategori seçmek gerekirse bunun için kesinlikle Kurutma Makinesi diyebiliriz. 2023 yılının, adetsel olarak %112 ile en çok büyüyen kategorilerinden olan Kurutma Makinesi, 47. haftada da geçen yılın aynı dönemine göre USD basında %195 artış gösterdi."

Black Friday dönemi ticaretin hem online hem de offline tarafta canlandığı yılın en önemli zamanlarından biri. Son dönemde genel olarak satışlarda nasıl bir hareketlilik yaşandı?

Ülkemizde Black Friday döneminin, sektör verilerimizde ciddi anlamda çıkışını gördüğümüz ilk yıl, 2020 yılı diyebiliriz. 2023 yılına geldiğimizde ise 47.hafta yani Black Friday haftasında oluşan satış hacmi, Amerikan doları (USD) bazında 2020 yılına göre 4,5 kat arttı. 3 yıl içinde bu kadar büyük bir artış görmemiz, Türk tüketicisinin bu dönemden beklentisinin çok yükseldiğini bize gösteriyor.

Tüm dünyada ve özellikle Avrupa'da 2021 yılı Black Friday satışlarında zirvenin görüldüğü yıldır, sonraki yıllarda aynı hacim yakalanamadı. Türkiye'de ise 2021'de bir önceki yıla göre büyük bir sıçrama yaşanmasına rağmen artış devam ediyor. 2022'de bir önceki yıla göre USD bazlı %14, 2023'te ise, 2022 yılına göre %17 daha fazla satış cirosu üretildi.

Son yıllarda ülkemizde gördüğümüz diğer bir gelişme ise satışların sadece online tarafta değil mağazalar tarafında da artış göstermesi. 2020 ve 2021 Black Friday dönemi pandemi koşulları altında gerçekleşmişti ve online tarafın ağırlığı çok yüksekti. Son 2 yıldır ise mağaza fiziki satışlarında da bu dönemde ciddi bir canlanma gördük. 2023 yılında 47. hafta mağaza satışları, 2023 yılı ortalama bir hafta satışının %50 üzerinde gerçekleşti. Her ne kadar online olarak baktığımızda bu artış %113 yani iki katın üzerinde de olsa artık bu dönemin sadece online tarafa değil tüm piyasaya hacim kazandırdığını net bir şekilde belirtebiliriz.

Yine son yıllarda oluşan diğer bir faktör da satış artışlarının 47. haftadan ziyade, tüm Kasım haftalarına yayılması. 2020 yılında 47. hafta ile sınırlı kalan çıkış, 2021 ve 2022'de 11.11 haftası olan 45. haftada da görülürken 2023'te yani bu yıl tüm Kasım haftalarında canlılık görüldü.

Geçen yıllara kıyaslandığında öne çıkan kategori ve ürünler neler oldular?

Ülkemizde önceki yıllarda IT ve Telekom kategorilerinin bu dönemde öne çıktığını görüyorduk. Sonraki yıllarda mutfak aletleri



Kübra Öztürk

GfK Türkiye Perakendeci İlişkileri Müdürü

Serkan Bektaş

GfK Türkiye ve İsrail Perakendeci İlişkileri Direktörü

ve elektrikli süpürgeler de dikkat çekti. Bu yıl ise beyaz eşya kategorilerinin de artık bu döneme dahil olduğunu söyleyebiliriz. Avrupa'da ise bu yıl artışlar, sanal gerçeklik gözlükleri, bluetooth hoparlörler gibi elektronik ürünler ile birlikte yeni nesil fritözler, kahve makineleri gibi mutfak ürünlerinde görüldü.

Bu Black Friday döneminde beyaz eşya ve küçük ev aletleri segmentlerinde hangi ürünler öne çıktı, daha çok satıldı ve rağbet gördü?

Bu yıl küçük ev aletlerinden, bu dönemde en çok ciro üreten kategoriler, ilk olarak elektrikli süpürgeler, ikinci olarak yeni nesil fritözler ve üçüncü olarak da çay/kahve makineleri oldu. Bu grupların alt segmentlerine indiğimizde ise öne çıkanlar şarjlı dik süpürgeler, robot süpürgeler ve tam otomatik espresso makineleriydi.

En fazla büyüme gösteren KEA kategorilerine bakarsak, %200 büyüme ile lazer epilasyon cihazları önde geliyor. Onun arkasından şarjlı dik süpürgeler %193 ve espresso makineleri %133 büyüme ile pazarda yer aldı. (2022 yılı 47. haftaya kıyasla USD bazında)

Beyaz Eşya tarafında ise Kurutma Makineleri hem ciroya katkı hem de büyüme açısından önde gelen ürün oldu bu dönemde. Onun ardından ise Çamaşır Makineleri ve Klima cihazları yer aldı.

Bu kategorilerde yıldızlaşan bir ürün oldu mu?

Yıldızlaşan tek bir kategori seçmek gerekirse bunun için kesinlikle Kurutma Makinesi diyebiliriz. 2023 yılının, adetsel olarak %112 ile en çok büyüyen kategorilerinden olan Kurutma Makinesi, 47. haftada da geçen yılın aynı dönemine göre USD basında %195 artış gösterdi. 2022 yılının 47. haftasında tüm kategoriler içinde (ki buna akıllı telefon, IT ürünleri gibi tüm kategoriler dahil) 19. Sırada iken, bu yıl ilgili haftada en çok ciro üreten 10. kategori haline geldi.

Tüketicilerin bu iki segment özelindeki satın alma eğilimi geleneksel kanallarda mı, e-ticarete mi daha fazla oldu?

Günümüzde omnikanal kavramı perakende dünyasında önde gelen kavramlardan. Gerek bayilik yapısı ile çalışan büyük markalar gerekse teknoloji zincirleri de son yıllarda bu alanda çok fazla yatırım yaptı. Bunun sonucu olarak da Black Friday döneminde artık tüketicilerin sadece online perakendecilere değil, tüm kanallara yöneldiğini görüyoruz. İlk bölümde de değindiğimiz gibi 47. hafta fiziki satışlarında dahi ortalama bir haftaya göre %50 artış gördük. Bu da bize markaların ve perakendecilerin bu dönemde yaptıkları pazarlama aktivitelerinin sadece online kanalda değil tüm kanallarda etkili olduğunu gösteriyor.



An NIQ
Company

Beat uncertainty with unbiased insights
for any market and any audience.

Independent and trusted.

Visit our website



SCAN QR CODE

Türkiye Liderpanel haftalık trend (haftalık USD ciro)

Türkiye'de Kasım haftalarının performansı her geçen yıl artıyor.

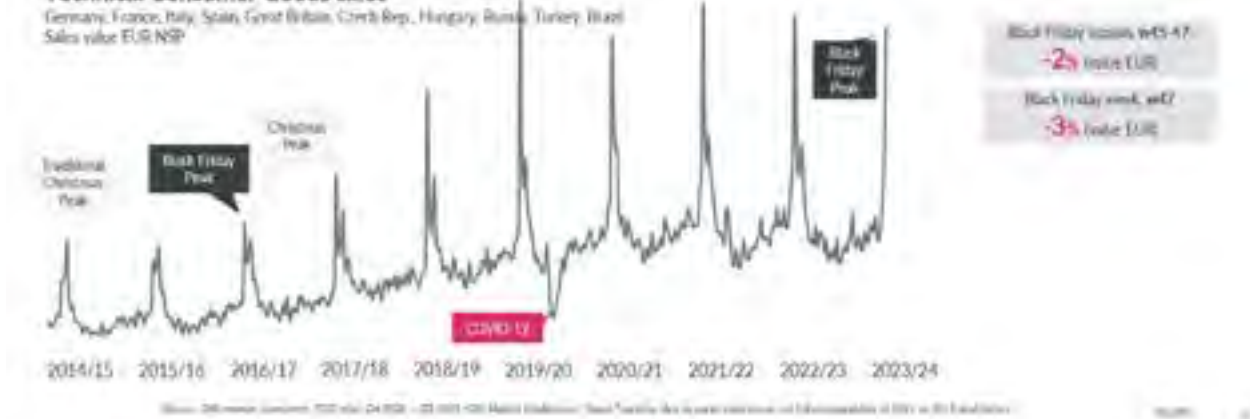


10 ülke toplamı haftalık satış ciro (Euro) verileri

Pandemi sonrası Black Friday haftasının performansı az da olsa geriledi.

Technical Consumer Goods sales

Germany, France, Italy, Spain, Great Britain, Czech Rep., Hungary, Russia, Turkey, Brazil
Sales value EUR MSP



2023 Ortalama haftalık verisine göre en fazla büyüme gösteren kategoriler

Seçilmiş 10 ülke toplamı (Euro) Black Friday haftası



2023 Black Friday dönemi en fazla büyüme gösteren KEA ve Büyük Beyaz Eşya kategorileri

Türkiye USD ciro



Source: GfK Market Intelligence Sales Tracking, comparison Black Friday 2023 to 2022 sales value (USD), USD of all weekly selected product groups for all product categories.
Validated product groups differ between countries.
Black Friday Dynamics 2023

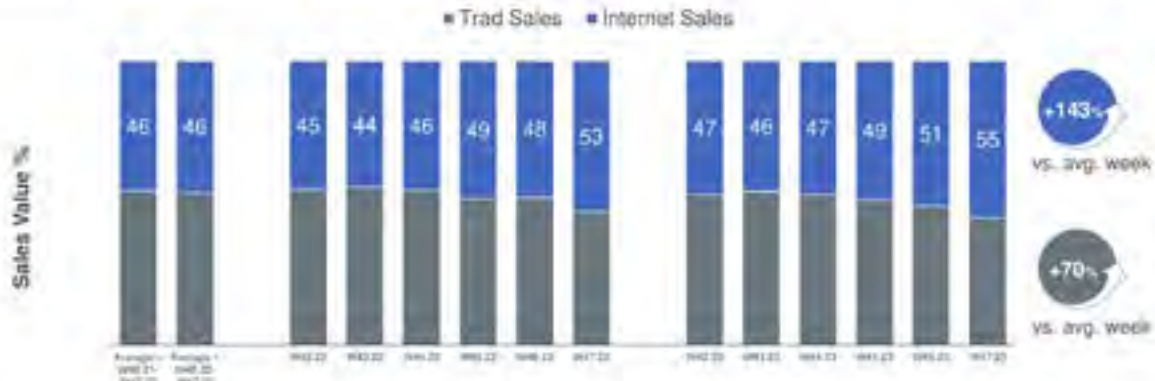
Dec-23

0208

14

Haftalık Online/Offline satış oranı (yıllık ortalama ile 2022 ve 2023 Kasım haftaları kıyas)

Seçilmiş 10 ülke toplamı (EU5, CZ, HU, RU, TR, BR)



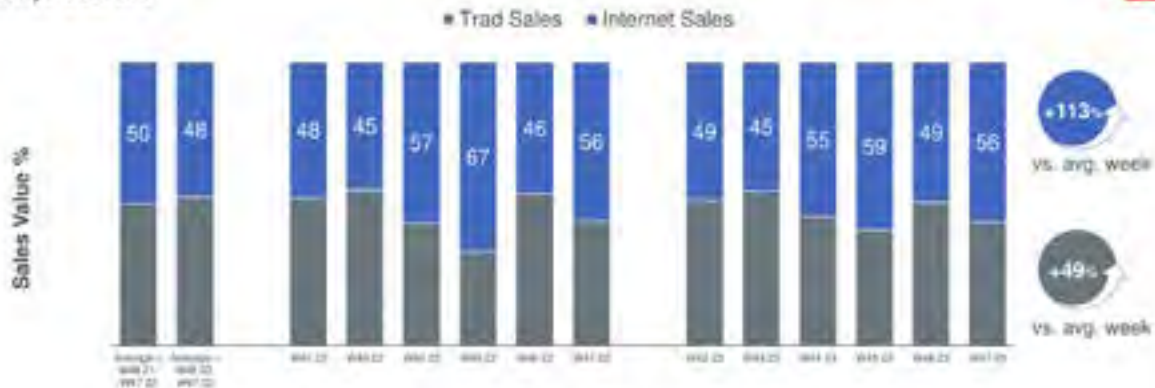
Dec-23

0208

15

Türkiye Haftalık Online/Offline satış oranı (yıllık ortalama ile 2022 ve 2023 Kasım haftaları kıyas)

Türkiye USD ciro



Dec-23

0208

16

“RAF’A İHRACAT”

“En kıymetli katma değer, perakende marjıdır”

Özhan EREM

MEDYAFORS A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı

Yurt dışında kendi perakende raflarımıza sahip olalım, ihracatımızı da direkt kendi raflarımıza yapalım... Dünya genelinde franchise modeliyle yayılarak, yerel pazarların ihtiyaçlarına uygun çeşitlilik ve esneklikle, markanın geniş bir coğrafyada tanınmasını ve tercih edilmesini sağlayalım.

Konu ihracat olunca son yılların en moda iki söylemi şöyle; “Yurt dışında markalaşmalıyız”, “Katma değerli ürün üretip ihraç etmeliyiz”...

İki söylem de kendi içinde tutarlı gözükse de, bunun geleneksel küresel ticari çarkların içinde gerçekleşmesi çok zor ve maliyetli... İhracata yönelik onca devlet desteği, teşvik ve masrafa karşın, dış pazarların dağıtım kanalı dinamikleri sebebiyle ihracat hamlelerimiz başarısızlık hikâyeleriyle dolu!

Yurt dışında bir ürünü perakende rafına sokabilmek için, uluslararası rekabetin en yoğun yaşandığı, aracı/satın almacı tarafının, yani Dağıtım Kanalı’nın eleğinden geçebilmek çok zor, kalıcı olabilmek daha da zor.

Peki, ne yapalım?

Yurt dışında kendi perakende raflarımıza sahip olalım, ihracatımızı da direkt kendi raflarımıza yapalım.

Bir mağaza konsepti olarak, beyaz eşya, küçük ev aletleri, züccaciye, ev tekstili ve mobilya aksesuarlarını aynı çatı altında sunan bir yapı düşünün. Bu mağazalar, evin her ihtiyacını tek bir yerden karşılayarak müşterilere zaman ve konfor sağlar. Hedef pazarlarda bu tür bir franchise modeli, özellikle ev ve mutfak ürünlerine yönelik artan talebi göz önüne alındığında oldukça verimli olabilir. Her bölgenin kendi kültürel ve ekonomik özelliklerine uygun ürün yelpazesi sunarak, geniş bir müşteri kitlesine ulaşabilir. Ayrıca, online satış ve evlere teslimat hizmetleri ile dijitalleşmeyi de entegre eden bir iş modeli, daha fazla müşteriye ulaşarak markanın tanınırlığını ve erişilebilirliğini artırabilir. Bu konseptin başarısı, etkili pazarlama stratejileri, rekabetçi fiyatlandırma ve yüksek müşteri memnuniyetine bağlı olacaktır.

Mağaza konseptimizdeki ürün gamı şu şekilde detaylandırılabilir:

- 1. Beyaz Eşya:** Çeşitli marka ve modellerde buzdolapları, çamaşır makineleri, bulaşık makineleri, kurutma makineleri, fırınlar ve ocaklar.
- 2. Küçük Ev Aletleri:** Mikrodalga fırınlar, tost makineleri, kahve makineleri, blenderlar, su ısıtıcılar, hava temizleyiciler ve elektrik süpürgeleri gibi günlük kullanım ürünleri... Bu kategori, pratiklik ve konfor sağlayan ev işlerini kolaylaştıran cihazları içerir. Müşterilerin günlük yaşamını zenginleştirmek için tasarlanmış, teknolojik ve kullanışlı ürünler sunar. Her ürün, modern evlerin ihtiyaçlarına uygun olarak seçilir ve müşterilere geniş bir seçenek yelpazesi sunar.
- 3. Züccaciye:** Mutfak gereçleri, yemek takımları, bardaklar, tencere ve tava setleri, mutfak aksesuarları.
- 4. Ev Tekstili:** Yatak örtüleri, perde ve storlar, havlu ve bornoz setleri, masa örtüleri, yastık ve yorganlar.
- 5. Mobilya Aksesuarları:** Dekoratif objeler, duvar süslemeleri, aydınlatma üniteleri, küçük mobilya parçaları ve ev düzenleme ürünleri.

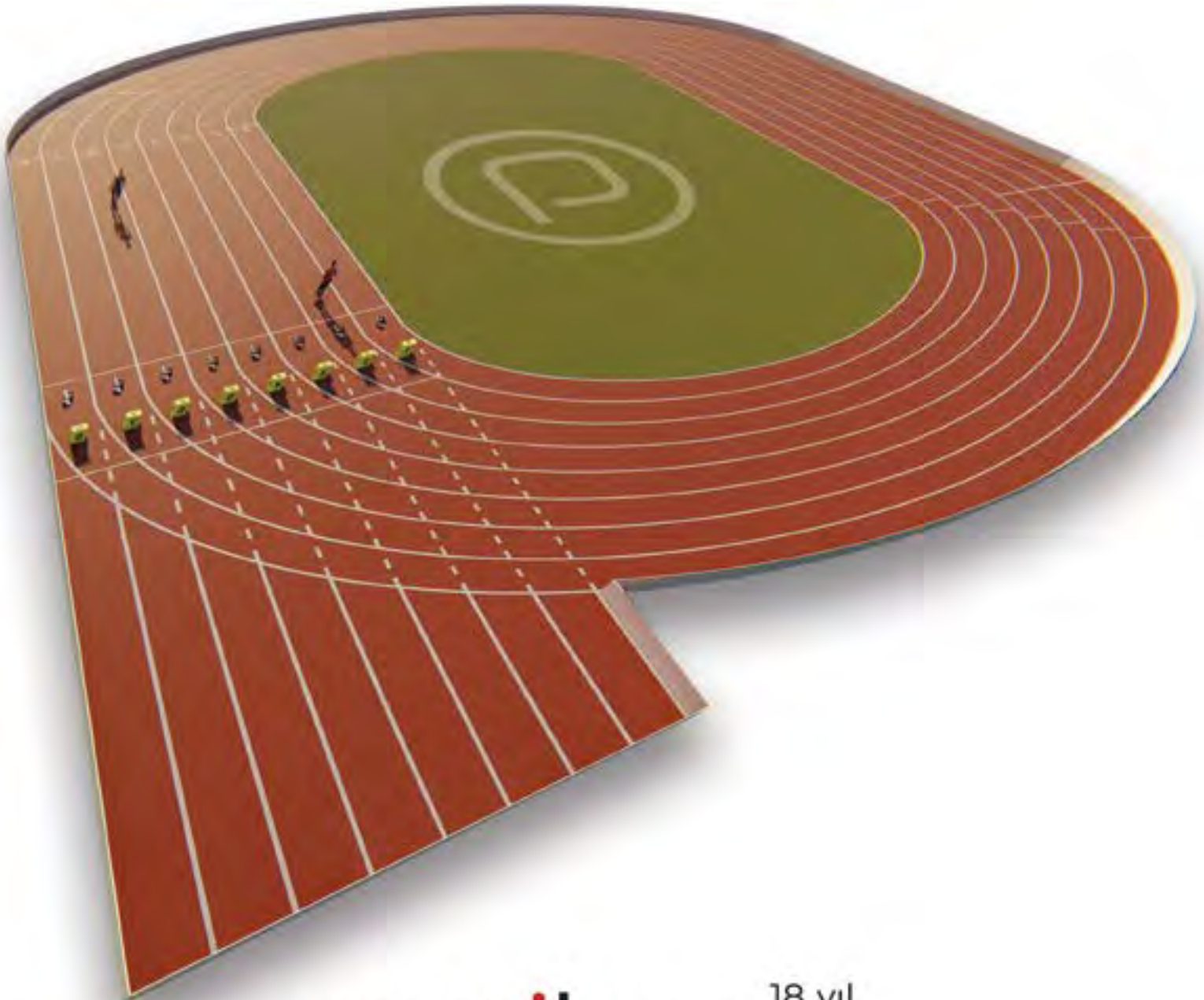


Özhan EREM

Bu geniş ürün yelpazesi ve genişletilmiş mağaza konsepti, müşterilere her türlü ev ihtiyacını bir arada sunarak alışveriş deneyimini kolaylaştırır ve zenginleştirir. Mağazalar, farklı tarz ve bütçelere hitap eden ürünlerle her müşterinin ihtiyacını karşılar. Ek olarak, kişiselleştirilmiş müşteri deneyimleri ve sadakat programları, müşterilerin mağazaya bağlılığını artırır. Eğitimli personel ve ürün demonstrasyonları ile müşterilere bilgilendirici bir alışveriş deneyimi sunulur. Dünya genelinde franchise modelinin yayılması, yerel pazarların ihtiyaçlarına uygun çeşitlilik ve esneklik sunarak, markanın geniş bir coğrafyada tanınmasını ve tercih edilmesini sağlar. Bu entegre mağaza modeli, hem fiziksel hem de online platformlarda güçlü bir varlık göstererek, müşterilere ulaşım kolaylığı ve geniş ürün yelpazesi sunar.

Perakende Dünyasının Lideri Pozitera ile Sahaya Hükmedin

Türkiye'nin **81** ilinde, aylık **50.000**'den fazla mağaza ziyareti, **1.500**'den fazla çalışanı ve perakende dünyasındaki öncü rolüyle sahadaki partneriniz



pozitera^{18.yıl}

444 50 70
www.pozitera.com

Yeni marka ve ürün gruplarını dahil ederek sürdürülebilir büyüme stratejimizi devam ettireceğiz

Altar Muşlu

Gürses Kurumsal Satış Genel Müdür Yardımcısı



Altar Muşlu

Gürses Kurumsal Satış Genel Müdür Yardımcısı

Barış Arda

Gürses Kurumsal Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı

Sektörümüzün önemli tedarikçi firmalarının başında gelen Gürses Kurumsal A.Ş. bayileri ile Antalya'da buluştu. 28-30 Kasım tarihleri arasında Trendy Hotel Antalya'da TCL & Gürses Kurumsal firmalarının ortaklaşa düzenlediği toplantıya Türkiye genelinden 400'e yakın Bayi ve Servis katıldı. 2 gün süren toplantıda bayiler keyfli anlar yaşadı. Toplantı sırasında TCL Türkiye CEO'su Timo XU hoşgeldiniz konuşması yaparken, Gürses Kurumsal firmasının pazarlamadan sorumlu Genel Müdür yardımcısı Barış Arda'da 2023 ve 24 yılının bir değerlendirmesini yaptı. Toplantıda 2024 yılında pazara sunulacak yeni ürünler sergilenirken bayilerin sorularıda tüm şeffaflığı ile cevaplandı. Dağıtım Kanalı dergisi olarak bizde toplantıya katıldık ve toplantı sonunda Gürses Kurumsal A.Ş. nin satıştan sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Altar Muşlu sorularımızı cevapladı.

Gürses Kurumsal olarak gerçekleştirdiğiniz toplantıyı değerlendirir misiniz?

Genel olarak değerlendirmem gerekirse; TCL ve Gürses Kurumsal olarak gerçekleştirdiğimiz lansman toplantımız

çok başarılı oldu. Daha önce TCL ve Bilkom ile ortaklığa başladığımız 2023 yılı Ocak ayında İstanbul, İzmir ve İstanbul'da bayi toplantıları yapmıştık. Bu toplantımızda 2023 yılının genel değerlendirmesi, 2024 yılı beklentilerini konuştuk. Ayrıca bayilerimize Gürses Grubun en yeni şirketi olan Gürses Mobilite firmasının yeni elektrikli aracı olan Carver'ı tanıtmaya şansına da sahip olduk

Kaç kişi davet ettiniz, kaç kişi katıldı, nasıl geçti, konuşmacı olarak kimler katıldı, neler konuşuldu?

Toplantımıza tüm Türkiye'den 400'e yakın bayimizi davet ettik. 330'un üzerinde bayimiz ve TCL servisleri toplantımıza icap etti. Bildiğim kadarıyla bugüne kadar sektörümüzde yapılmış en büyük toplantılardan birini gerçekleştirdik.

Toplantımızda konuşmacı olarak:

- TCL Türkiye CEO'su Timo XU' TCL'in Dünya'daki ve Stratejisi üzerine
- GfK Türkiye Perakende Grup Müdürü Serkan Bektaş 2023 yılı Beyaz Eşya ve Tüketici Elektroniği pazarındaki gelişmeleri üzerine,

- TCL Türkiye Klima Yöneticisi Murat Yatan, TCL Klima 2024 ürün gamı üzerine,
- TCL klimalarının TürkiyeServis Yönetimini Yapan HTS firması adına Chibab İsmail servis hizmetleri üzerine sunumlarını bayilerimiz ile paylaştılar.





Timo XU TCL Türkiye CEO'su

■ Gürses Kurumsal Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Barış Arda da sunumunda Türkiye ve Dünya ekonomisi, 2023 yılı sektörümüzde neler yaşandı ve 2024 'deki risk ve fırsatlar üzerine değerlendirmeler yaptı.



Beklentiniz neydi, ne gibi sonuçlar aldınız?

Gürses Kurumsal olarak bu tür toplantılardan en büyük beklentimiz bayilerimizi sektörümüz ile ilgili bir önceki yılı değerlendirmek ve bir sonraki yıl için de Türkiye ekonomisi ve sektörümüzdeki gelişmeleri paylaşmaktır. Bunun yanında özellikle TCL Klima operasyonunun nasıl daha başarılı olması için stratejilerimizi paylaştık.

Toplantı sonrası tepkiler nasıl oldu? Toplantı amacına ulaştı mı?

Toplantımız sırasında ve sonrasında birçok bayi ile görüşme şansına sahip oldum. Görüştüğüm tüm bayilerden son derece olumlu geri bildirim almak beni ve ekibimi çok mutlu etti. Ayrıca Gürses Mobilité firmasının Hollanda'dan ithal ettiği Carver elektrikli aracının bayiler tarafından

test edilmesi sonrası aracı beğendikleri yönünde olumlu yorumlar aldık.

TCL firmasını bize kısaca tanıtır mısınız? Nasıl bir iş birliği içinde olacaksınız?

TCL her ne kadar Türkiye'de yeni yeni tanınmaya başlasa da tüm dünya da tanınırlığı son derece yüksek olan bir firma. TCL, klima ürün grubunda dünyanın en büyük 3. üreticisi durumunda iken, pane TV'de dünyanın en büyük firmalarından biri konumunda. TCL ürünlerinin Türkiye dağıtımını Koç Grubu'na bağlı Bilkom firması yaparken, klima ürünlerinin satışı Gürses Kurumsal tarafından yapılmaktadır.

TCL-Bilkom ve Gürses kurumsal arasındaki çok güçlü bir bağ bulunurken bu iş birliğinin her geçen gün daha da büyüyeceğini inanıyorum.

Gürses Kurumsal firmasındaki gelişmelerden bahsedebilir misiniz?

2023 yılı son derece başarılı geçti. 2022 ile karşılaştığımızda bünyemizde bulunan tüm markaların adetsel bazda büyüdüğünü görüyoruz. Biliyorsunuz Gürses Kurumsal firması esasında bir tedarik şirkettir. Sektörde bulunan tüm beyaz eşya mağazalarının mal tedarikini sağlamaya çalışmaktadır.

2023 yılında bünyemizde bulunan Altus, Samsung, Miele, TCL, Cucinox, markalarının yanında satışına yılın sonunda Blaupunkt küçük ev aletleri grubunu' da dahil ederek ürün gamımızı geliştirdik. Yeni markamıza gelen ilk tepkilerde gayet olumlu oldu.

2024 yılı beklentileriniz nedir?

2024 yılının 2023 yılına göre çok da kolay geçmeyeceğini düşünüyoruz. Hükümetimizin enflasyon ile mücadele programı ile sıkışan para politikası sonucu pazarın adetsel bazda büyümesinin yavaşlayacağını hatta bazı ürün gruplarında da daralacağını düşünüyorum.

Bununla birlikte Gürses Kurumsal olarak çok kolay geçmeyeceğini düşündüğümüz 2024 yılında bünyemize yeni marka ve ürün grupları dahil ederek sürdürülebilir büyüme stratejimizi devam ettireceğiz.

Bayilerinize ve tedarikçilerinize buradan vereceğiniz mesaj nedir?

Yukarıda da ifade ettiğim gibi 2024 yılında pazarın sıkışacağını öngörmüştüm. Böyle dönemlerde stok yönetimi son derece önemli hale gelmektedir. Bayilerimizin stoklarını çok iyi takip etmeler ve optimum stok seviyelerini iyi belirlemelerinin menfaatlerine olacağını düşünüyorum.



Bayilerle tanışma ve fikir alışverişinde bulunma fırsatımız oldu

Chiheb İsmail / HTS Teknik A.Ş.

26-28 Kasım tarihleri arasında gerçekleşen TCL klima bayiler toplantısına hem HTS'nin klimadan sorumlu personelinin hem de kırka yakın yetkili servis yöneticisinin katılma fırsatı oldu.

Bu buluşmada yetkili servislerimizin bir kısmı ile bir araya gelme fırsatımızın dışında bayilerle tanışma ve fikir alışverişinde bulunma fırsatımız oldu. Bunun dışında, toplantıda 30 dakikalık bir sunum yapma olanağımız oldu. Sunum esnasında HTS'yi tanıttık, TCL klima için yapılanları anlattık ve önümüzdeki dönemde planladığımız faaliyetleri aktardık.

Toplantıda katılımcılara Gürses ve TCL hakkında detaylı bilgiler verildi. Gürses yönetimi önümüzdeki dönemin pazarlama stratejisini paylaştı. TCL ekibi ise IoT teknolojisi ve ürünlerin öne çıkan diğer teknik özelliklerini tanıttı. Bu toplantıya katılanlar ayrıca GFK yetkilisinden dayanıklı tüketim pazarı hakkında çok değerli bilgiler aldı.

İki günlük süren konferansımızda katılımcılar önemli konular hakkında bilgi almanın yanı sıra otelde geçirdikleri vakitten fazlasıyla keyif aldılar.

HTS personeli ve yetkili servislerinin adına bu buluşmanın gerçekleşmesine katkıda bulunan Gürses, TCL ve Bilkom çalışanlarına teşekkürlerimizi sunuyoruz.



İbrahim Eldem Eldem A.Ş. ESKİŞEHİR

TCL ve Gürses Grubu'nun toplantısı, seçilen otelden yapılan sunumlara kadar her şey güzeldi. TCL markasının büyüklüğünü ve global pazardaki paylarını öğrendik. Barış Arda Bey'in sunumu bize 2023 ve 2024 kıyaslaması yapmamızı sağladı. Avrupa'da satışlar gerilerken Türkiye pazarının iyi olduğunu, diğer sektörlere göre beyaz eşyanın %65'ler civarında fiyat artışı olduğunu, kışın sert geçeceğini klima ve ısıtıcı pazarının büyüyeceğini, yazın geç geleceğini ama yine sıcakların artacağını belirten sunumu çok faydalı oldu.



Çağan Türkan Yüksel Ticaret BURDUR

Toplantı verimli ve güzel planlanmıştı hem ülke ekonomisi hem de TCL markası hakkında bilgiler verildi. Gelecek sene ile ilgili ön görüşleri paylaşıldı. Emeği geçenlere teşekkür ederim.



Hasan Bayrak NBM Ekolüks Dtm.Ltd. Şti ANTALYA

TCL markalı klimaları 2023 yılında satmaya başladık. Yaz sezonu çok iyi geçti ürünler hem kaliteli ve hem de üstün özellikli ayrıca 48 saat te montaj hizmeti, satışları hızlandırdı. İyi bir sezon geçirdik.

Lansman ve yeni ürünlerin merakı ile toplantıya katıldım Gürses Kurumsal A.Ş.'ye yakışır bir şekilde otel titizlikle seçilmiş. Toplantıya katılım çok kalabalıktı. Merak ettiğim klima, ısı pompası, multi klimalar, beyaz eşya ve elektronik gibi yeni ürün çeşitleri hakkında bilgiler aldık. 2024 yılında bu yeni ürünleri satabileceğimizi bize aktardılar. Gürses Kurumsal A.Ş.'nin değerli patronları, müdürlerimiz ve saha ekibi toplantıda baştan sona kadar bizimle ilgilendiler hepsine buradan ayrı ayrı teşekkür eder, başarılar dilerim.



Yunus Çiçek Gökalp Dayanıklı Tüketim Ltd. Şti. DİYARBAKIR

Son dönemlerde sektörümüzde organize edilen lansman programlarından en iyi ve en harika organizasyona sahip olanı diyebilirim. Harika bir lansman gerçekleşti. Gürses'in TCL grubunda güneydoğudaki partneri olarak hem markamızın lansmanı hem servis ağı ile ilgili soru işaretlerinin ortadan kalkması adına HTS yönetiminin sunumu harikaydı. Ayrıca GFK'nın verileri ve Gürses yöneticilerinin talep ve problemleri karşılamak adına yaptıkları sunumu çok kıymetliydi.



Bülent Mataracı Mataracı Dayanıklı Tüketim İSTANBUL

Gürses Kurumsal ve TCL iş birliği, sektörümüz için güzel bir gelişme olmuştur. Bu yolculuk, yoğun bir ilgiyle Antalya da taçlandırıldı, orada olmaktan son derece keyif aldım. Sektörde 24 yıl Kurumsal yöneticilik, sektörün 3 ayrı STK'sının kuruculuğu ve yöneticiliği, on yılı aşkın mağazacılık deneyimim. Dağıtım Kanalı sektör dergisinde yayınlanmış makalelerim ve sektörel TV program yapımcısı ve moderatörlük tecrübemle sektörümüzde birçok organizasyonda ev sahipliği, kimilerinde davetli olarak bulundum bu bakımdan her açıdan izleyip, notlarımı da alarak toplantıyı değerlendirdim. Gürses Kurumsal -TCL ortak lansmanı, hafızalarımızda iyi izler bıraktığını söyleyebilirim. Bu tür organizasyonların genelde bayilerin ürün siparişlerine yönelik olduğunu biliyoruz. Bunun aksine Gürses Kurumsal'da; marka temsili, konuklarına gösterdikleri misafirperverlik, eylem planlaması, araç ve amacın ele alınmasındaki profesyonel ruh, sektörün geçmişiyle geleceğinin istatistiki değerlendirilmesi gibi konular çok güzel işlendi.

Ayrıca 2024 yılında ekonomik daralmanın sektöre etkileri ve atılacak adımların işaret edilmesinde, Barış Arda'ya, satışın daha da etkin ve ilkeli yönetilmesinde, olağanüstü hassasiyet ve dürüstlükte ele alınması konusundaki yaklaşımıyla Altar Muşlu'ya, bayi teması ve yönlendirmede, üstün gayretleriyle Murat Gümrükçüoğlu'na, lansman süresince gözü ve yüreği tüm davetlilerin üzerinde olan Şermin Kaya Hanımefendiye, GfK Araştırma adına, sektör analizleriyle, pazarın istatistik değerleri, pazarın gelecek yılın fırsatlarına yönelik önemli ölçüde bilgilendirmelerinden dolayı Serkan Bektaş'a, TCL markasına Satış Sonrası Hizmetler iş birliği sağlayan HTS Servis İşletmeciliği adına Chiheb İsmail Bey ve ekibine, sektörümüzün yazılı basın organı, Dağıtım Kanalı dergisinin 25 yıldan beri özenle yayınladığı haber ve sektör gelişmelerini takip edebilme olanağını sunmada üstün başarılarından dolayı editör ve imtiyaz sahibi Yıldırım Söylemez ve Funda Söylemez'e, son olarak en büyük alkışı hak eden ve böylesine kurumsal bir yapıyı sektörümüze kazandıran Gürses Kurumsal Yönetim Kurulu Başkanı İrfan Gürses Bey'e teşekkürlerimizi sunarız.

Bu lansmanda daha çok, bilgilendirme, bilgi birikim paylaşımı ve motivasyon amaçlandığını fark ettik. Bu dayanışmadan dolayı, tüm ekibe tekrar teşekkür ediyorum, saygılar sunuyorum.

Başarılar "Gürses Kurumsal"

Yolunuz açık olsun...



Uğur Nergiz

Parkom Mağ. Hiz. Paz. Ltd. Şti.
İZMİR

Gürses Kurumsal A.Ş nin 28-30 Kasım da Antalya Trendy Lara Hotel 'de düzenlediği toplantıda; 2023 analizi ve 2024 piyasa beklentileri hakkında aydınlatıcı sunumlar yapıldı. TCL klima ve hava temizleme cihazlarını yakından deneyimleme fırsatı bulduk. Firmanın TCL iş ortaklığı 2023 yılında sıcaklıkların artması ve klima talebinin çoğalması nedeniyle klima pazarına hızlı bir giriş yaptı. Sıkışık kurulum takvimine rağmen servis hizmetleri aksamadı. Tüketiciler TCL teknoloji ve servis kalitesinden memnun kaldı. 2024'te de Gürses &TCL ortaklığı adından söz ettirmeye devam edeceğe benziyor. TCL nin 2028 yılına kadar klima pazarında hatırı sayılır bir pay hedeflemesi, ürünlerine ne kadar güvendiklerini gösteriyor. Her geçen gün hava kirliliğinin artmasıyla hava temizleme cihazlarının yakın zamanda daha da yaygın kullanılacağını düşünüyorum. Gürses Kurumsal geleceğe yönelik yatırımlar yapmaya devam ediyor. Firmanın yeni Markası Blaupunkt ürünlerindeki inceleme ve deneyimleme fırsatı da buldum. Ürünler muhteşem ama benim favorim şarjlı süpürgeler, bu kanalda daha çok ilerleyeceklerini düşünüyorum. Organizasyon başından sonuna kadar çok iyiydi. Her şey çok ince düşünülmüş ve hazırlanmış. Gürses Kurumsal Ailesine teşekkür eder, 2024 yılında Başarılar dilerim.



Mehmet Gümüscü

Gümüscü DTM Ltd. Şti.
ANKARA

Gürses Kurumsal & TCL iş birliği ile yapılan 28- 30 Kasım tarihindeki toplantıya davetlerinden dolayı mutluluk duyduk. Öncelikle otelin çok güzel seçildiğinden bahsetmek isterim. Hizmet, sunum ve odalar çok güzeldi akabinde Gürses Kurumsal ekibinin gösterdiği ilgi ve hizmet için ayrıca teşekkür ediyorum. Her şey düşünülmüş tüm ürünler çok güzel bir şekilde görsele sunulmuştu. Yöneticilerin ürün gamını detaylı anlatması ve ekonomi hakkındaki görüşleri ayrıca keyif verdi. Güzel hazırlanmış bir lansman olduğunu düşünüyorum. Son gece için düşünülen Gala gecesi de toplantı sonrası çok mutlu etti. Tüm emeği geçen arkadaşlara bu platformdan teşekkür ediyorum.

Altus,
yaşam tarzınıza uygun
teknolojiler sunmaktan

iyi anlar



GÜRSES
KURUMSAL

Birlik Mah. M. Akif İnan Cad. No: 4 Gürses Plaza K: 2 Esenler / İstanbul • Tel: +90 444 95 96 • www.gurseskurumsal.com.tr

WhatsApp Hattı
/ 0532 413 43 63
/ gurseskurumsal
/ gurseskurumsal



Arçelik
Servis Garantisi

0850 210 0 888

altus.com.tr

f /altustr



Blaupunkt Küçük Ev Aletleri: Yarının Dünyasını Şekillendiren Alman Teknolojisi



**+1 YIL
GARANTİ**

Kayıt tamamlanan
2 yıl garantili
tüm ürünlerimizde,
+1 yıllık ek garanti geçerlidir.

Dünyanın 1 numaralı beyaz eşya markası* Haier şimdi Türkiye’de

Dünyanın 1 numaralı beyaz eşya markası olan Haier, Türkiye’de premium tasarım ve akıllı bağlantılı teknolojileri ile beyaz eşya deneyimini bir üst seviyeye taşımak için tüketicileriyle buluşmaya başladı. Ankastre fırın, ocak, çok kapılı buzdolabı, çamaşır makinesi, bulaşık makinesi, kurutma makinesi, şarap soğutucu ve geniş tamamlayıcı ürün grupları ile Haier; artık Türkiye’de.



30 yılı aşkın süredir Haier, tecrübesini ve enerjisini en seçici tüketicileri memnun edecek en iyi ürünleri geliştirmeye adanmıştır. Kullanıcılarının kendilerine ve sevdiklerine daha fazla zaman ayırmasını sağlayacak ileri teknoloji, premium tasarımlı ve kişiye özel bir deneyim sunan ürünler geliştirerek; yapay zeka destekli ve akıllı bağlantılı ürün ekosistemiyle Haier, kullanıcılarının daha iyi ve verimli bir hayat yaşamalarını hedefliyor.

Kullanıcılara en iyi deneyimi sunmak için Haier, “En iyi gelişim alanının gerçek evler” olduğuna inanıyor ve “Sıfır Mesafe” anlayışı ile kullanıcılarına zaman kazandıran, hayatlarına konfor katan çözümler sunuyor. Tüketicilerine daima yakın olan, onların ihtiyaç ve isteklerini dinleyerek ürün gamını sürekli güncelleme ve genişletme taahhüdünde bulunan Haier; en gelişmiş ve yenilikçi teknolojileri sunarak, tüketicilerinin güvenilir çözüm ortağı olmayı başardı. Bu çerçevede Haier; 10 yılı aşkın süredir, dünya çapında bir numaralı beyaz eşya markası haline geldi.

* **Euromonitor International Ltd. 2022 verilerine göre beyaz eşya kategorisi adet cinsinden perakende satış hacmi.**

Gıda korumada en gelişmiş asistan Cube 90 Series 9 Buzdolabı

Dört kapısı ve şık tasarımıyla bu buzdolabı, gıda saklama ihtiyacınızı karşılayan ötesine geçiyor, aynı zamanda mutfağınıza kusursuz bir şekilde uyum sağlayarak ortamını güzelleştiriyor. Bununla birlikte, buzdolabının tüm işlevlerini parmaklarınızın ucuna getiren entegre bir büyük dokunmatik ekran ile onu özelleştirilebilir bir dijital kontrol paneline dönüştürebileceksiniz. Aynı zamanda Cube 90 Series 9, sahip olduğunuz her Haier cihazını

bir Intelligent Hub içerisinde birbirine bağlayan My Smart Home özelliği sayesinde tam bir ev ekosistemi yaratma potansiyeline sahiptir. hOn Uygulaması sayesinde Bağlantılı ve Yapay Zeka Destekli Teknolojiler yiyeceklerinizi daha uzun süre taze tutmanıza yardımcı oluyor. Buzdolabının sıcaklığını hava koşullarına ve alışveriş lokasyonuna göre ayarlayan Proaktif Sıcaklık Fonksiyonundan, tüm envanterlerinizi gösteren İç Görüş Kamerasına kadar, tazelik ihtiyaçlarınız her zaman karşılanacak. Dahası: yardımcı tarifler hem buzdolabınızı hem de hOn Uygulamasını ihtiyaçlarınıza göre sıcaklığı ve zamanı ayarlayarak; soğuk tariflerin hazırlanmasında size rehberlik edecek. Üstelik Cube 90 Series 9, yiyeceklerinizin daha uzun süre taze kalmasını sağlamak için tasarlanmış bir dizi gelişmiş teknolojiye de sahiptir. Haier’in Fresher Techs’i sayesinde gıda muhafazası en üst seviyeye getirildi. Kendi ayarlanabilir sıcaklık seviyesine sahip özel My Zone Çekmecesinden, dondurulmuş gıdaların tazeliliği ve sululuğunu %99,4’e kadar koruyan Fresher Shield’a ve meyve ve sebzelerin ideal muhafazası için Humidity Zone Çekmecesine kadar her tür gıda, hak ettiği ilgiyi görecektir.

Bağlantı, gelişmiş gıda koruma teknolojileri ve Yapay Zekanın bu buluşması, Cube 90 Series 9’u zahmetsiz profesyonel sonuçlar için mutfağınızda mükemmel bir yardımcı haline getiriyor.

X11 serisi ile üst düzey yıkama ve kurutma deneyimi

Yapay zeka desteği ve Triple Inverter Motor Teknolojisi ile kıyafetleriniz en hassas şekilde kullanıma hazır hale geliyor.

Bulaşık makinelerinde ileri verimlilik

Patentli teknolojiler ve A Enerji Sınıfına sahip bulaşık makinelerimizle çevreye duyarlı verimli yıkama deneyimi sunuyoruz.

Chef@Home fırın ile yemek yapmaktan mükemmelliğe

Haier’in yapay zekadan güç alan Chef@Home Series 6 ankastre fırını ile yemek pişirme deneyiminizi mükemmelliğe taşıyın. Yapay zeka destekli teknolojilerle geliştirilen Chef@Home serisi fırın ile fırının kapağını açmadan fırın ekranından ya da telefonunuzdan fırın içindeki pişirme sürecini izleyerek yönetebilme imkanı sunuyor. Yapay Zeka Destekli Entegre Kamera sistemi olan Preci Taste sayesinde, hazırladığınız yemeğinizin türünü algılar, otomatik olarak ideal pişirme ayarlarını gerçekleştirir ve yemek hazır olduğunda size bir bildirim gönderir. Preci Probe adlı gelişmiş yiyecek termometresi, yiyeceklerin iç sıcaklığını en doğru dereceye kadar ölçmenizi ve Bluetooth bağlantısı sayesinde pişirme döngünüzün sıcaklığını kontrol etmenizi sağlar. Ayrıca, Climated Technolojisi ile yemeklerinizin içi eşit ve dengeli pişerken dışı şaşırtıcı derecede taze kalır, ideal hava dağılımı sağlayan özel bir form ve değişken fan hızı ile tasarlanmıştır. hOn Uygulaması, bağlantı özellikli Haier cihazlarınızı uzaktan kontrol etmenizi, yönetmenizi ve profesyonel şefler tarafından hazırlanmış 300’ün üzerinde tarif ve video ile leziz yemek tariflerine erişmenizi sağlar.



Haier

DÜNYANIN **1** NUMARALI
BEYAZ EŞYA MARKASI *
Türkiye'de!



*Euromonitor International Ltd. 2022 verilerine göre beyaz eşya kategorisi adet cinsinden perakende satış hacmi.

Arzum'un yeni İnsan Kaynakları Direktörü Bilge Çetin oldu

Türkiye'nin önde gelen elektrikli ev aletleri markası Arzum, Türkiye ve yurt dışında büyüyen organizasyon yapısıyla birlikte insan kaynakları yatırımlarına da devam ediyor. Bu doğrultuda finans, yapı ve tüketim ürünleri, sağlık, gıda gibi birçok farklı sektörde 20 yılı aşan insan kaynakları deneyimi olan Bilge Çetin, Arzum'un yeni İnsan Kaynakları Direktörü olarak atandı. Eylül ayı ile birlikte göreve gelen Çetin, Arzum'un yurt içi ve yurt dışı tüm insan kaynakları süreçlerinden sorumlu olacak.

Bilge Çetin kimdir?

Orta Doğu Teknik Üniversitesi Eğitim Fakültesi Kimya Bölümü mezunu olan Çetin, yüksek lisans eğitimini Marmara Üniversitesi İnsan Kaynakları Bölümü'nde tamamladı. Kariyer hayatına, 1999 yılında Yapı Kredi Bankası'nda İnsan Kaynakları Bölümü'nde görevinde başlayan Çetin, 2007 ila 2019 yılları arasında Eczacıbaşı Holding'de Yetenek Yönetimi ve Liderlik Gelişimi Müdürü görevini üstlendi. Çetin, Arzum İnsan Kaynakları Direktörü görevine gelmeden önce 2019 yılından günümüze Eti Gıda'da Yetenek Yönetimi Direktörü olarak çalışıyordu. TEGEP Eğitim ve Gelişim Platformu Yönetim Kurulu Üyesi de olan Çetin'in, ATD Uygulamada Mükemmellik-Entegre Yetenek Yönetimi, Brandon Hall Mükemmellik Ödülleri Entegre Yetenek Yönetimi, Corpu Öğrenmede Mükemmeliyet ve Yenilik Ödülleri Liderlik Programları, Stevie Ödülleri Liderlik Programları kategorilerinde de ödülleri bulunuyor.



Bilge Çetin Arzum İnsan Kaynakları Direktörü

Bosch Home Comfort Group İş Güvenliğinin Yıldızı Ödülü'nü aldı

Bosch Home Comfort Group, iş sağlığı ve güvenliği kültürünün en önemli parçası olan iletişim konusunda hayata geçirdiği 'İletişimde Kelebek Etkisi - Psikosoğbet' projesiyle MESS İş Güvenliğinin Yıldızları Yarışması'nda ödül kazandı.

İklimlendirme sektörünün önde gelen şirketlerinden Bosch Home Comfort Türkiye, bu yıl sekizincisi gerçekleştirilen MESS İş Güvenliğinin Yıldızları Yarışması'nda, Davranış Odaklılar kategorisinde 'İletişimde Kelebek Etkisi - Psikosoğbet' projesiyle ödüle layık görüldü. Ödül, 27 Kasım tarihinde Divan Kuruçeşme'de gerçekleştirilen bir törende, Bosch Home Comfort Group Ticari Genel Müdür Akın Kazak ve Bosch Home Comfort Group İş Sağlığı ve Güvenliği Müdürü Ebru İçci'ye takdim edildi.

Odağında 'iyi iletişim' var

'İletişimde Kelebek Etkisi' projesi, şirketin benimsediği davranış odaklı iş sağlığı ve güvenliği kültürünün en önemli bileşeni olan iletişime odaklanıyor. Proje, çalışanlar arasında iyi iletişim kurmak yoluyla potansiyel tehlikelerin fark edilebilmesini amaçlıyor. Bosch Home Comfort Türkiye İş Sağlığı ve Güvenliği ekibi tarafından yürütülen proje kapsamında, 2022 Aralık ayında Psikolog Hande Cesur Akın'ın da katılımıyla gerçekleşen iki günlük eğitimlerde, konu, 'İletişimde Kelebek Etkisi' başlığı çerçevesinde ele alındı. Eğitime katılan çalışanların tehlikeyi fark ederek geri bildirimleriyle çözümün bir parçası olabileceklerinin altı çizildi. Eğitime katılanlar hem iş hem özel hayatlarından verdikleri örneklerle eğitime büyük katkıda bulundu.



**SÖZLEŞMENİZİ YAPIN,
Fiyat Artışlarından Etkilenmeyin!**

Bayim
Olur musun
Aradığınız fırsatlar, yıllardır bizde var.
**22. Franchising &
Markalı Bayilik Fuarı**

Be My FRANCHISE



22. yıl

Markaları globale taşıyan yatırımcılar bizde var.

GIDA DIŞI BAYİLİK / FRANCHISE FUARI

Non - Food Franchise Exhibition

18-21 Nisan 2024

İstanbul
YENİKAPI
AVRASYA GÖSTERİ & SANAT MERKEZİ
Dr. Mimar Kadir Toptas Gösteri ve Sanat Merkezi



ÖZHAN EREM

MEDYAFORS Yönetim Kurulu Başkanı

“RAF'A İHRACAT”

“En kıymetli katma değer, perakende marjıdır”

Yurt dışında kendi perakende raflarımıza sahip olalım, ihracatımızı da direkt kendi raflarımıza yapalım... Dünya genelinde franchise modeliyle yayılarak, yerel pazarların ihtiyaçlarına uygun çeşitlilik ve esneklikle, markanın geniş bir coğrafyada tanınmasını ve tercih edilmesini sağlayalım.

MEDYAFORS

Kazandıran Buluşmalar Ayarlar.

#bemyfranchise | www.bemyfranchise.com.tr | 0533 935 46 69 Özlem SARAÇ | 0549 741 64 09 Aslı IŞIK

BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ (TOBB) DENETİMİNDE DÜZENLENMEKTEDİR.



Arçelik'ten yenilenebilir enerji atılımı

Ev teknolojileri sektörünün lider şirketi Arçelik, yenilebilir enerji dönüşümüne ivme kazandıracak önemli bir adım daha attı. Güneş paneli, inverter ve enerji depolama sistemlerinin ardından yerli üretim elektrikli araç şarj cihazlarının da üretimine başlayan şirket; bayileri ve yetkili servisleri ile tüm Türkiye'ye yayılacak yenilenebilir enerji dönüşümü hamlesi başlattı.



Arçelik, yerli güneş paneli üretiminden sonra stratejik bir adım daha atarak Türkiye'nin dört bir yanına uzanan bayi ve yetkili servisleriyle yeşil enerji dönüşümünü başlattı. Şirket, 81 il ve Kıbrıs'tan bayileri ve yetkili servisleriyle İzmir'de bir araya geldi. Yeşil enerji dönüşümü zirvesiyle ülke çapındaki harekete öncülük eden Arçelik, Güneş Enerjisi Sistemi (GES) kurulumunda; inverter, batarya ve All-in-One enerji depolama sistemleri ile uçtan uca bir çözüm sunmanın yanında, elektrikli araç şarj cihazlarıyla da portföyünü genişletiyor.

“Enerjiniz İyi Olsun” diyerek yenilenebilir enerji dönüşümü hamlesini hayata geçiriyoruz

2050 yılına kadar tüm küresel operasyonlarında net sıfır emisyon taahhüdünde bulunan şirketin sunduğu sürdürülebilir çözüm ve ürünlerle bu hedefe hızlı ama emin adımlarla ilerlediğini vurgulayan Arçelik Türkiye Genel Müdürü Can Dinçer “Türkiye'nin önümüzdeki 5 yıl içinde yenilenebilir enerji kapasitesi ile dünyanın önde gelen oyuncuları arasında yer alması bekleniyor. Dow Jones Sürdürülebilirlik Endeksi'nde 5 kez üst üste sektörünün lideri olan şirketimiz ülkemizdeki bu değişime ivme kazandırmak üzere sunduğu sürdürülebilir enerji çözümleriyle tüketicilerin evlerdeki dönüşümüne öncülük ediyor. Arçelik markamız ile gezegenimizin sorunlarına çözüm bulmak üzere geçtiğimiz yıl bilim insanları, sivil toplum kuruluşları, aktivistler gibi farklı disiplinlerin katılımıyla ortak akıl platformu İyi-Ge'yi kurarak “İklim Dostu Hareket” projesini başlatmıştık. 2023'te de “Enerjiniz İyi Olsun” diyerek yenilenebilir enerji dönüşümü hamlesini hayata geçiriyoruz. Yerli güneş paneli üretimine enerji depolama

sistemleri, inverter, ısı pompası ve elektrikli araç şarj cihazını da ekleyerek geniş ürün-hizmet portföyümüzü müşterilerimizle buluşturuyoruz. Şimdi bu dönüşüme Türkiye genelindeki bayilerimizi de dahil ederek yenilenebilir enerji dönüşümü atağı başlatıyoruz. Yenilenebilir enerji kullanımı bir tercih değil, gezegenimizin sürdürülebilirliği açısından bir zorunluluk haline gelmiş durumda. Biz de üründe, üretimde, bayide, sahada ve daha da önemlisi evlerde bu dönüşüme öncülük etmeyi hedefliyoruz” dedi.

2030'a kadar tüm üretim tesislerimizde %100 yeşil elektrik kullanacağız

Can Dinçer, şirketin yenilenebilir enerji kullanımı konusunda sağladığı ilerlemelere ise şu sözlerle dikkat çekti: “Sürdürülebilirlik hedeflerimiz kapsamında yenilenebilir enerji alanında kurulu kapasitemizi 20,3 MW'a çıkardık. 2022 yılında küresel operasyonlarımızın elektrik ihtiyacının %65'ini yeşil elektrikten karşıladık. 2030 yılına kadar ise üretim tesislerimizin bulunduğu tüm ülkelerde yeşil elektrik oranını %100'e çıkarmayı hedefliyoruz. Arçelik olarak güneş enerjisi alanındaki yatırımlarımız ve iklim krizi konusundaki farkındalığı artırmak üzere geliştirdiğimiz projelerimiz ile müşterilerimize günlük hayatlarında yapacakları değişikliklerle karbon ayak izini azaltmak konusunda ilham vermeyi amaçlıyoruz.”

Arçelik'in Yenilenebilir Enerji Çözümleri

Arçelik'in sunduğu All-in-One Enerji Depolama Sistemleri ile tüketiciler; güvenilir ve uzun ömürlü lityum demir fosfat bataryaları ister şebekeden ister solar panellerden şarj ederek ihtiyaç anında kullanabiliyor.

Arçelik'in ürettiği solar UPS'ler elektrik kesintisi anında devreye girerek cihazların elektrik kesintisine maruz kalmasını engelliyor ve bu sayede cihazlar kesintisiz olarak çalışmaya devam ediyor.

İklimlendirmede doğa dostu Arçelik Isı Pompaları evlerde hem ısıtma ve hem de soğutma ihtiyacını karşılıyor. Arçelik Inverter'lar ile tüketiciler güneşten üretilen DC (doğru akım) elektriği, AC (alternatif akım) elektriğe dönüştürüp düzenleyerek güvenli

bir kullanım sağlayabiliyor ve evlerindeki tüm enerjinin üretim ve tüketim dengesini izleyip, kontrol edebiliyor.

Arçelik'in ürettiği Elektrikli Araç Şarj Cihazları ile de tüketiciler, elektrikli araçlarını 7,4 kW ve 22 kW kapasiteli Arçelik by WAT Elektrikli Araç Şarj Cihazları ile şarj ederek, sadece karbon ayak izlerini azaltmakla kalmıyor fosil yakıt masrafını ortadan kaldırarak bütçelerinde tasarruf sağlıyor.

Türkiye'deki işletmelerinin elektrik ihtiyacının %61'ini güneşten sağlayacak

Yenilenebilir enerji dönüşümüne liderlik etmeyi hedefleyen Arçelik; İstanbul Beylikdüzü'nde 11 bin metrekare alan üzerine kurulan tesiste, yapay zekâ desteğinde yüksek kaliteli güneş paneli üretiyor. Tesis yıllık 300 MW değerinde güneş paneli üretim kapasitesine sahip. Bu da yıllık olarak ortalama 550.000 adet güneş paneline denk geliyor. Şirket, Türkiye'de Ankara, Eskişehir, Tekirdağ, Bolu ve Manisa işletmeleri ile Tayland, Güney Afrika, Romanya ve Pakistan'daki üretim tesislerinin çatılarında kurulu güneş santralleri ile GES kurulu gücünü 20,3 MW'a çıkarttı. İşletmelerinde kurulu bu güneş enerjisi santralleri ile yıllık 24 milyon kWh'lik elektrik üretimi gerçekleştirirken 11.014 ton CO2e sera gazı emisyonunu önlemeyi amaçlıyor. Ayrıca Aksaray, Kayseri ve Nevşehir bölgelerindeki marjinal tarım arazilerine toplam 55 MWp kurulu gücünde Güneş Enerji Santrali (GES) kurmayı hedefliyor. Toplam 59,6 hektarlık alanda yaklaşık 100 bin adet güneş panelinden oluşacak santrallerde yıllık 93 milyon kWh elektrik üretimi öngörüldüğü. Arçelik sadece bu üç arazi GES projesi ile Türkiye işletmelerinin elektrik ihtiyacının %45'ini karşılamayı hedefliyor. Tamamlanan ve planlanan çatı GES projeleri de eklendiğinde, Türkiye'deki toplam GES kurulu gücünü 82 MW'a çıkarmayı ve Türkiye'deki işletmelerinin elektrik ihtiyacının %61'ini öztüketime yönelik güneş enerjisi santrallerinden karşılamayı hedefliyor.

Önümüzdeki dönemde, geliştirdiği uçtan uca yenilenebilir enerji çözümleri ile bu pazarda %50'nin üzerinde pazar payı ile yer almayı amaçlayan Arçelik, Türkiye ekonomisi için katma değer yaratırken, sunduğu ürün ve hizmetlerle müşterilerine kendi ürettikleri enerjiyi tüketebilme fırsatı sunacak.

1400 W GÜÇLÜ MOTORA SAHİP CRUST MIX NEO İLE İŞLER KOLAYLAŞIYOR

Güçlü motoruyla Crust Mix Neo,
lezzetli tariflerinizin arkasındaki büyük yardımcı!



Arzum

Bağımsız bir araştırma şirketinin yaptığı Tech Brands isimli çalışmaya göre: "Arzum 2022 yılında Türkiye'nin en teknolojik küçük ev aletleri markası".

Tchibo Türkiye'nin Mağazalar Direktörü Erman Tutkun oldu

70 yılı aşan kahve uzmanlığı ve yenilenen temalardan oluşan özgün perakende iş modeli ile 2005 yılından bu yana ülkemizde hizmet veren Tchibo Türkiye'nin Mağazalar Direktörü Erman Tutkun oldu. İstanbul Üniversitesi İşletme Yönetimi bölümünden mezun olan Erman Tutkun, kariyerine Komşufırın'da Pazarlama Yetkilisi olarak başladı. Daha sonra Tchibo Türkiye'ye katılan Tutkun; Kahve Pazarlama Müdürü, Bölge Satış Müdürü ve Kurumsal Satış Müdürü pozisyonlarında görev yaptı. Ardından; Yves Rocher Türkiye'de Perakende Departman Yöneticiliği ve son olarak Doğu Perakende Grubu / Kiko Milano'da Perakende Satış Müdürü görevlerini yürüttü.

Tchibo Türkiye'deki yeni görevine dair açıklamada bulunan Tutkun: "Benim için Tchibo; yeni tanıdığım bir marka değil. 2013-2016 yılları arasında büyük bir keyifle çalıştığım Tchibo'nun 2027 global vizyonuna paralel olarak Türkiye'de de mağazacılık alanında büyüme kaydettiği bu dönemde mağaza operasyonunu yönetecek ve önümüzdeki 3 yıl yoğun mağaza açılışı yapacağımız döneme liderlik edecek olmak benim için heyecan verici. Geleceğin Tchibo'sunu beraber yaratacağımız takım arkadaşlarımızla birlikte müşterilerimize sunduğumuz Tchibo deneyimini her geçen gün artırmaya ve farklılaştırmaya devam edeceğiz." dedi.



Erman Tutkun Tchibo Türkiye Mağazalar Direktörü

Arçelik - LG, 2023 yılında bir milyon adet ev tipi klima üretti

Yüksek teknolojiye sahip ürünleriyle Türkiye ev tipi klima pazarında lider konumunda bulunan Arçelik-LG, 2023 yılı içerisinde bir milyonun üzerinde ev tipi klima cihazı üreterek önemli bir eşiğe ulaştı.

Arçelik LG Klima Sanayi A.Ş., 2023 yılında ev tipi klima üretiminde bir milyon adeti aştı. Şirketin 1 milyonuncu klima üretimi nedeniyle Koç Holding Dayanıklı Tüketim Grubu Başkanı Fatih Kemal Ebiçlioğlu, Arçelik Türkiye Genel Müdürü Can Dinçer, Arçelik Satın Alma ve Tedarik Zincirinden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Cem Kural, Arçelik Üretim ve Teknolojiden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Nihat Bayız, Arçelik Sürdürülebilirlik, Kalite ve Müşteri Hizmetlerinden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Fatih Özkadı, Arçelik Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Akın Garzanlı ve Arçelik-LG Klima Genel Müdürü Gökhan Yıldız ile ilgili yöneticiler ve fabrika çalışanlarının katılımıyla Gebze'deki üretim tesisinde bir tören gerçekleşti.

Arçelik-LG'nin Gebze fabrikası, toplamda 1,5 milyon adet ev tipi klima üretim kapasitesine sahip. Kuruluşundan bu yana



toplam 14 milyonun üzerinde klima üretimi gerçekleştiren fabrika ile tüketicilere hem ev tipi hem de ticari olmak üzere gücünü çevreci R32 soğutucu gazından alan geniş bir ürün seçkisi sunuluyor. Arçelik-LG'nin ev tipi split ürünleri A+++ / A+++ enerji verimliliği, Wi-Fi ile uzaktan kontrol ve programlama, hava kalitesini otomatik kontrol, hızlı soğutma, alerjen smart ve maksimum hijyen gibi yenilikçi özellikler

sunuyor. Ticari modeller ise işletmelerde yoğun olarak kullanılan kaset tipi klima ve değişken debili split tip klima seçeneklerini içeriyor. Arçelik-LG'nin entegre alerjen filtre ve PM sensör teknolojileriyle donatılmış ürünleri alerji hassasiyeti bulunan tüketiciler için hava kalitesini artırırken, Sağlık Bakanlığı onaylı hijyen teknolojisine sahip modeller ortamdaki bakteri ve virüslerin ortadan kaldırılmasına katkı sağlıyor.

TEMİZLİKTE DEVİR DEĞİŞTİ

VESTEL S70 G ŞARJLI
SÜPÜRGE'NİN DAKİKADA
2900+ DEVİR DÖNEN
FIRÇASIYLA TANIŞIN!

UV'LI
KOLTUK&YATAK
BAŞLIĞI

DAKİKADA
3800+ DEVİR DÖNEN
İÇ FIRÇA

LED
AYDINLATMALI
ZEMİN FIRÇASI

DAKİKADA
2900+ DEVİR DÖNEN
İÇ FIRÇA



Profilo enerjisini güneşten alan sürdürülebilir mağaza konseptini hayata geçiriyor

Doğaya, çevreye ve tüm canlılara olan sorumluluğu her zaman ön planda tutan Profilo, enerjisini güneşten alan yeni sürdürülebilir mağazası, Şerifoğulları Dayanıklı Tüketim Malları (DTM), 30 Kasım Perşembe günü İstanbul Ümraniye'de açılışı yapıldı.

Ünlü Şef Umut Karakuş'un tadım menüsü eşliğinde gerçekleşen yeni sürdürülebilir mağaza açılışına; Profilo Türkiye Kıdemli Satış Direktörü Mustafa Işkinci, BSH Türkiye Pazarlama Direktörü Burak Destici, Profilo Kıdemli Pazarlama Müdürü Ekin Alayat Sarfati, Profilo Marmara Bölge Satış Müdürü Ahmet Yıldırım katıldı.

Sürdürülebilir bir gelecek için doğaya dost ve tasarruflı Profilo ürünlerinin sergilendiği enerjisini güneşten alan 200 metrekarelik yeni mağaza, sürdürülebilirlik temasıyla tasarlandı.

Hayatı kolaylaştıran çözümleriyle aile bütçesine katkı sağlarken aynı zamanda doğaya dost ve tasarruflı ürünler sunan Profilo, su, enerji ve gıda israfını önleyen çevre dostu teknolojileri ve yeni sürdürülebilir mağaza konseptiyle yıllık karbon emisyon üretimini azaltmayı hedefliyor.



Simfer, FesKlima'yı tercih etti

Çevre dostu, yüzde yüz yerli, inovatif ve enerji verimliliğini ön planda tutan ürünleriyle ön plana çıkan Form Endüstri Tesisleri, Türkiye'nin önde gelen ev aletleri üreticilerinden Simfer'in iklimlendirme tercihi oldu.

Çevre dostu, yüzde yüz yerli, inovatif ve enerji verimliliğini ön planda tutan ürünleriyle dikkat çeken, Türkiye'de 6 milyon adet yıllık üretim kapasitesi ile ilk 500 sanayi kuruluşu arasında yer alan Simfer, 2000'den fazla çalışanına doğal serinlik sunmak için iklimlendirmesinde FesKlima'yı tercih etti. Simfer üretim tesisinin projelendirmesinde 30 FesKlima Evaporatif Soğutma Ünitesi ve 30 doğal havalandırma kapağı ile kullanılacak.

Hava ve suyu kullanarak mekanlarda doğal bir serinlik sağlayan FesKlima, mekanları filtre edilmiş yüzde 100 taze hava ile buluşturuyor. Kullanılmış havayı tekrar ortama vermeyip, mekanın temiz hava kalitesini yükseltirken, virüs ve mikropların yayılmasına da engel oluyor. Bunların yanı sıra, uzaktan kontrol teknolojisiyle kullanıcıların ünite üzerindeki kontrollerini kolaylaştırıyor.

Kompresör ve soğutma gazı olmadan sağladığı serinlik sayesinde endüstriyel tesisler, atölyeler, yemekhaneler ve tersaneler gibi yoğun çalışılan büyük hacimli mekanlarda iş verimliliğini de artırıyor.



Samsung Electronics Türkiye'de Başkanlık görevine Jeff Jo getirildi

Samsung Electronics Türkiye, yönetim kadrosunda önemli bir değişikliğe imza attı. 25 yıldan uzun süredir şirket bünyesinde çeşitli kilit roller üstlenen Jeff Jo, 11 Aralık 2023 tarihi itibarıyla Samsung Electronics Türkiye Başkanı olarak göreve getirildi.

Samsung Electronics Türkiye, yeni başkan olarak Jeff Jo'nun atandığını duyurdu. Görevi Philip Choi'den devralan Jeff Jo, 1997 yılında Samsung Electronics'in Güney Kore'deki genel merkezinde Kurumsal İlişkiler departmanında kariyerine başladı. Şirket içinde yükselerek 2004'te Mobil Dış Satışlar bölümünde görev aldı.

2009'da Tayland'da, ardından 2014'te ise Avustralya'da Mobil İş Birimi Müdürü olarak

başarılı bir performans sergileyen Jo, 2017 yılında Mobil Perakende Operasyonu Başkanlığı görevine getirildi. Bu görevde, şirketin mobil ürünlerinin perakende sektöründeki operasyonlarını ve müşteri deneyimini geliştirdi.

2019 yılında Kanada'da Samsung Electronics Başkanı olarak atanan Jo, Kuzey Amerika pazarında şirketin etkinliğini ve pazar payını artırmada önemli başarılarla imza attı. 2021'de Mobil Deneyim Perakende Grubu Başkanı olarak atanan Jeff Jo, Samsung Electronics Türkiye Başkanı olarak göreve atanıncaya kadar bu pozisyonda kritik roller üstlenerek önemli başarılar elde etti. Jeff Jo, 11 Aralık 2023 itibarıyla Samsung Electronics Türkiye Başkanı olarak çalışmalarına başladı.



arnica™

TESLA

PREMIUM

Toz Torbasız Elektrikli Süpürge
Bagless Vacuum Cleaner

ULTRA **SESSİZ** TESLA PREMIUM İLE **KESİNTİSİZ VE PRATİK** TEMİZLİK

Sessiz çekim gücü,
geniş hazne kapasitesi sayesinde
zahmetsiz ve hızlı temizlik



3 lt.
Büyük
Toz Haznesi



3 yıl
garanti





BSH Türkiye, servis lojistik depolarını tek çatı altında topladı

BSH Ev Aletleri, dünya çapındaki 7 ana yedek parça lojistik merkezinden birini İstanbul-Arnavutköy'de açtı. 36.000 metrekarelik alanda kurulan Servis Lojistik Deposu, Türkiye'de üretilen tüm ürünler için kıtalararası bir yedek parça, aksesuar, temizlik & bakım ürünleri ve lojistik operasyon sorumluluğunu üstleniyor. Depo, BSH Türkiye'nin müşteri taleplerine hızla karşılık verme yeteneğini önemli ölçüde artırıyor.

Son teknolojilerle donatılan ve sürdürülebilirlik odaklı inşa edilen tesisin açılışı, 12 Aralık 2023'te, Arnavutköy Belediye Başkanı Ahmet Haşim Baltacı, BSH Ev Aletleri Grubu Yönetim Kurulu Üyesi Rudolf Klötscher ile BSH global, Gelişen Pazarlar Bölgesi ve Türkiye yönetim kurulu üyelerinin katılımlarıyla gerçekleştirildi.

Rudolf Klötscher: "Türkiye'nin parlak geleceğine katkıda bulunmaktan gurur duyuyoruz"

Açılıшта konuşma yapan BSH Ev Aletleri Grubu Yönetim Kurulu Üyesi Rudolf Klötscher, Türkiye'de daha önce üç ayrı depoda yürütülen müşteri hizmetleri lojistik operasyonlarının tek çatı altında toplanmasıyla sağlanan faydaya dikkat çekerek şunları söyledi: "Bu tesis, Türkiye'de üretilen bütün ürünlerin yedek parça ihtiyacını karşılamak gibi kritik bir görevi üstleniyor. Kıtalararası bir yedek parça merkezi gibi hareket ederek, değerli müşterilerimizin taleplerini karşılamamıza katkı sağlayacak. BSH olarak sorumluluğumuzun verimlilik ve müşteri hizmetinin ötesinde sürdürülebilirliği de kapsadığına inanıyoruz. Bu tesisin inşası sürecinde, su arıtma sistemleri ve güneş panelleri eklenmesine hazırlık gibi sürdürülebilir uygulamalara yönelik yatırımlar da gerçekleştirdik. Çeyrek yüzyılı aşkın bir süredir Türkiye'nin sanayi hayatında önemli bir rol oynamaktan ve



ülkenin parlak geleceğine katkıda bulunmaya devam etmekten gurur duyuyoruz."

Gökhan Sığın: "Verimlilik, tasarruf, çevresel fayda tek çatı altında toplandı"

Gelişen Pazarlar Bölgesi CEO'su Gökhan Sığın da Arnavutköy'de açılan yeni Servis Lojistik Deposu'nun BSH'nin gelişen pazarlardaki kaliteli hizmet taahhüdünün önemli bir kilometre taşı olduğunu vurguladı. "BSH Türkiye Çerkezköy Üretim Tesisleri'ndeki fabrikalarda üretilen ve gelişen bölgeler pazarına sunulan BSH ürünleri için kıtalararası yedek parça merkezi olarak faaliyet gösterecek" diyen Sığın, deponun stratejik önemine dikkat çekti. Sığın ayrıca deponun sürdürülebilirlik prensiplerine uygun işlem özellikleri ile öne çıktığını belirtirken "Depomuz, geri dönüştürülebilir ambalaj kullanımı ve teslimat süreçlerinde karbon emisyonundaki azalma ile BSH'nin çevresel ayak izini de düşürecek." dedi.



Huawei Cloud Türkiye'de perakendenin dijitalleşmesine yön veriyor

Huawei Cloud Türkiye Perakende İnovasyon Günü, 20 Aralık'ta İstanbul'da gerçekleştirildi. 'Bulut Teknolojileriyle Türkiye'de Perakendenin Dijitalleşmesine Yön Vermek' temasıyla gerçekleştirilen etkinlik, en güncel teknolojilerin perakende sektöründe yaratacağı değişimi keşfetmek üzere, Huawei Cloud yöneticileri, müşterileri ve ekosistem iş ortaklarını bir araya getirdi.

Huawei Cloud Türkiye Başkan Yardımcısı Onur Karahayit, Huawei tarafından Türkiye için özel olarak tasarlanan; 'bulut tabanlı altyapı', 'akıllı operasyon', 'kullanıcı deneyimini geliştirme', 'küresel güçlendirme' ve 'ortak ekosistem' olmak üzere beş yeteneği kapsayan perakende sektörü çözümünü tanıttı.

Karahayit, bu yeteneklerin, Huawei Cloud'un yapay zeka kabiliyetleri ve şirketin 30 yılı aşkın dijital dönüşüm deneyiminin bir ürünü olduğunu ifade ederken, Türkiye için yeni bir perakende potansiyelini ortaya çıkarmayı amaçladıklarını belirtti.

Huawei Cloud Türkiye Perakende İş Ortağı Geliştirme Programı

Huawei Cloud etkinlik kapsamında, yerel stratejik ortaklarla işbirliğine dayalı bir girişim olan 'Türkiye Perakende İş Ortağı Geliştirme Programı'nı tanıttı. Bu program, açık ve yenilikçi bir perakende dijital ekosistemi kurarak, yeni büyüme fırsatlarının ve ortak başarının kilidini açmayı amaçlıyor.



Senaryo inovasyonundan süreç yükseltmeye kadar kapsamlı dijital hizmetler sunacak olan program, perakendecilerin veri odaklı kararlar almasını, müşteri deneyimini geliştirmesini, iş sınırlarını genişletmesini ve temel rekabet güçlerini artırmasını sağlayacak.

Huawei Cloud, Türkiye'deki kuruluşundan bu yana, farklı sektörlerdeki müşterilerine 110'dan fazla yenilikçi bulut hizmeti aracılığıyla, en güncel bulut tabanlı dijital teknolojileri sunmayı amaçlıyor. Veri güvenliği ve gizliliğin öneminin farkında olan Huawei Cloud, Türkiye'nin regülasyon kurallarına tam uyumlu yerel bulut altyapısı sağlamaya devam ediyor. Huawei Cloud, Türkiye için yeni nesil perakendenin büyümesini teşvik etmek amacıyla, yapay zeka ve dijital dönüşümün gücünden yararlanarak, Türkiye'deki perakende müşterileri ve iş ortaklarıyla işbirliği yapmaya devam ediyor.

KUMTEL İLE YENİ YILDA

YEPYENİ TEKNOLOJİLER İLE HAYATINI KOLAYLAŞTIR





2024...

Yeni bir yıla adım atıyoruz... oldukça zor bir yılı geride bırakıyoruz. Peki yeni yılda ekonomi nasıl olacak? Herkesin bir cevabı var mutlaka. Yaşadıklarımızdan çıkarımlarımız ve beklentilerimiz... Ve enflasyon canavarı...

Nihayet mevcut ekonomik hastalığımıza teşhis konuldu ve tedavi başladı. Takdir buyurun, tedavi sürecimiz var ve ardından nekahet dönemimiz... iyi olmak yani ekonomik sıhate kavuşmak için zamana, tedaviye cevap vermeye; sabırla direnmeye gereksinimimiz var. Ülkemiz ve birçok ülke enflasyon denen ekonomik sorunlar karşı karşıya kaldı ve kalmaya devam edecek! Neden devam edecek dediğinizi duyuyorum! Sebabi kredibilite yani itibar. Para (sermaye olarak okuyun) güven ortamını seviyor. Paranın doğal bir akışkanlığı var. Güvensiz ortamdan güvenli ortama doğru hareket ediyor. Sermaye kendini güvende hissetmeyi seviyor. Her ne kadar güvensiz ortam içinde büyük fırsatlar barındırıyor olsa da bunu doğrudan ve dolaylı yatırım arasındaki farkı kavramakla tarif etmek mümkündür. Borsa gibi sıcak para giriş ve çıkışlarının dolaylı yatırım olduğunu düşünecek olursak; yabancı sermayenin bir fabrika ve/veya uzun dönemli yatırımını doğrudan yatırım olarak görmeliyiz. Bu sebeple doğrudan yatırımı getirecek güven ortamını tesis etmeyi desteklemeliyiz. MB Başkanı da son açıklamasında buna değindi. Güven ortamı, itibar sağlayıcı hamleler... Bir gerçeği kabul edelim; ekonomik gelişimin önüne koyduğumuz her türlü siyasi telaş ülkemize zarar olarak geri dönüyor. İnşiler çıkışlar içerisinde nefesimiz kesiliyor, çabuk toparlanıp, çabuk yoruluyoruz.

Sorunları konuşmak elbette çok daha kolay. Bir nevi dert paylaşmak. Ne olacak peki? Nereye gidiyoruz? Olacağı yazayım. Eğer siyaseten bir müdahale olmazsa uygulanan ekonomi politikası mutlaka olumlu yönde cevap verecektir. Başında da söylediğim gibi bu zaman alacaktır. Enflasyonu kabul edilebilir seviyeye indirmek (tek haneli enflasyonu kastediyorum) maalesef önümüzdeki yıl pek mümkün olamayacak. Yeni yılda atalet momenti ile karşı karşıya kalacağız. Yani enflasyonun artışı sarsıntıları daha doğrusu alışılmış enflasyon psikolojisinin etkilerini görecekiz. Ben açıkçası bu etkinin yılın ortasına kadar şiddetli devam etmesini, yeni yıl ortasından sonra hissedilir düşüşleri; öncelikle yükselmeyen enflasyon verilerini ilerleyen aylarda hafif düşüşleri bekliyorum. Tabi dediğim gibi programa tüm çevrelerin uyum sağlaması çok çok önemli.

Talep ve arz dengesi beklentilere göre hareket ediyor. Yani ekonomi tamamen insani, tamamen psikolojik... fiyatların artacağını düşünen perakende alıma yöneliyor talep artışını koruyor. Arz buna fiyat artışıyla cevap veriyor çünkü yerine koyma maliyetinin artacağını düşünüyor. Bu bir sarmal ve bu sarmalı çözmenin yolu sanıyorum durgunluğa doğru ilerlemek. Bunu otomobil satışlarında gerileyen fiyatlarla sanıyorum hepimiz gördük. Otomobil bayilerinde adımıza sıraya yazdırıyor, alım anındaki fiyata razı oluyorduk. Şimdi resmin değiştiğini görüyoruz. Otomobil piyasasından yola çıkarak diğer sektörlerde de değişken oranda bunu yaşamamız gerektiğini söyleyebilirim. Perakende de bir miktar yavaşlama görülmesi; talep ve arzın enflasyonun ateşini söndürmek üzere yavaşlaması beklenen bir ekonomik durum olur diye düşünüyorum.

Yıl genelinde iç talebin güçlü seyretmesi paralelinde perakende ticaret sektöründe satış hacmi hızlı artışlar kaydetmişti. 2023'ün üçüncü çeyreğinde de söz konusu artış ivmesi bir miktar azalmakla birlikte yüksek seviyelerini korudu. Bu dönemde genel endeks yıllık bazda %20,7 artarken, gıda ve gıda dışı alt gruplardaki yükselişler sırasıyla %16,3 ve %27,9 oldu. Gıda dışı harcamaların alt kırılımlarına bakıldığında, elektronik ürünlerindeki artışın görece daha yüksek kalmaya devam ettiği izlenmektedir. Parasal sıkılaşma süreci paralelinde perakende satış hacminde ivme kaybının belirginleşeceği öngörebiliriz. Tüketim eğilimindeki yavaşlama güven endekslerinden de teyit edilebilmektedir. Tüketici güven endeksinde üçüncü çeyrekte çeyreklik bazda kaydedilen %16,2'lik düşüş, verinin mevcut metodolojiyle 2012'den bu yana hesaplanan serisinin

en hızlı düşüşü oldu. Endeks Ekim ve Kasım aylarında bir miktar toparlanma kaydetse de yıl ortalamasının altında kalmaya devam etti. Kasım ayında perakende ticaret sektörü güven endeksi de iki yılı aşkın sürenin en düşük düzeyinde gerçekleşti. TEPAV tarafından hazırlanan Perakende Güven Endeksi de Ekim'de aylık bazda 22,9 puan azalışla -16,7 ile Ağustos 2021'den bu yana en düşük seviyesinde gerçekleşti. Geçtiğimiz üç ay içerisinde işlerin kötüleştiğini belirten perakendecilerin oranı bir önceki ayki %71 seviyesinden %58,2'ye çıktı. Gelecek 3 ayda işlerin kötüleşmesini bekleyen perakendecilerin oranı da bu dönemde %8,7'den %49,3'e yükseldi.



Beyaz eşya sektörüne bakacak olursak

Yurt içinde beyaz eşya üretimi 2023'ün üçüncü çeyreğinde adet bazında %2,1 oranında artarak 2022'nin üçüncü çeyreğinden bu yana ilk defa yıllık bazda yükseliş kaydetmiş ve 8,2 milyon adet olmuştur. Temmuz ve Eylül aylarını kapsayan bu dönemde adet bazında yurt içi satışlar yıllık bazda %18,5 oranında genişlerken, ihracat %8,7 azalmıştır. Yılın ilk dokuz aylık döneminde de, üretim adet bazında geçen yılın aynı dönemine göre %0,6 azalarak 24,4 milyon seviyesinde gerçekleşmiştir. Bu dönemde adet bazında ihracat %11,7 düşerken, yurt içi satışlarda %18,2'lik hızlı bir artış kaydedilmiştir. Enflasyonun bir süre daha yüksek seyredeceği yönündeki beklentilerin devam etmesi iç talebin canlı seyrinde rol oynamıştır. Öte yandan, parasal sıkılaşma adımlarıyla birlikte beyaz eşya talebi de kademeli biçimde azalmış, Eylül ayında yurt içi satışlar yıllık bazda %2 gerilemiştir.



Yeni yılda döviz beklentim

Bu noktada beklentiler maalesef iç acı değil. Cari açık yani ihracat ve ithalat arasındaki fark döviz ihtiyacını ortaya koyarken, dövizin aynı zamanda yatırım aracı olmayı sürdürmesi beklentileri yukarı doğru taşıyor. Peki bu açığı kapatmaya çalışmak için ne yapıyoruz? Yaptığımız şey bu açığı finanse etmek ve bu finansmanın bir maliyeti var. Bu maliyet ülkemizi yoruyor. Tek çare ihracat ve alternatif yatırım modelleri ile dövizle yatırımın yani talebin küçültülmesi gibi duruyor.

Faizler ne olacak?

Faiz yükseltmek hissedilen enflasyonu (mevcut sıcaklık ile hissedilen sıcaklık arasındaki fark gibi okuyun) dizginlemeye yönelik bir müdahale. Bu geçici bir müdahale ve hatta ilk yardım gibi görülmeli. Faiz artışı kaş yaparken göz çıkarmamalı. Birçok işletmemiz hatta bireysel olarak bizler de kredilere başvuruyoruz. Bu krediler ile çeşitli yatırımlar yapıyoruz. Kredi böylesine pahalı olursa başta şirketlerimiz için büyüme hasar alır. Girişimci mantıklı maliyetle para bulmazsa girişimini gerçekleştiremez. Tüketici ev, araç ve başka ihtiyaçlarını kredi alarak karşılayamaz. Bu her kesime ekonomik zarar verir. Ben faiz artışının ölçüsünü kaçırmamak görüşündeyim.

Yeni yılınızı tebrik eder başarılı çalışmalar dilerim.

simfer'in Tescilli AirFry®
Teknolojisiyle Yeni AirFry Plus
Ankastre Set Serisi



Geniş
İç Hacim



5 Farklı
Raf Konforu



AirFry®

simfer

@ /simferturkiye
www.simfer.com.tr

TÜRKBESD: “İç piyasa dinamizminin 2024’te de devam etmesini temenni ediyoruz”



TÜRKBESD Yönetim Kurulu Başkanı Gökhan Sığın, TÜRKBESD olarak yeni yılı, potansiyellerine olan inanç ve ülkemize katkı sağlama motivasyonu ile hedeflerine odaklanarak; iyi dilekler ve tazelenen umutlarla karşıladıklarını söyleyerek 2023 yılının ilk 11 ayında kaydedilen performansın temel göstergelerini paylaştı.

“Ocak-Kasım aylarını kapsayan dönemde iç satışlarımız %15 oranında artış gösterdi; buna karşılık ihracatımız %11 oranında azaldı. Altı ana üründe ihracat ve iç satışlardan oluşan toplam satışlarımız 30.169.262 adet olarak gerçekleşti ve geçen yıla göre %4 oranında küçüldü. Yine ilk 11 ayda, üretim miktarımız 30.147.820 adetle önceki yıla göre %1 azalarak benzer seyir gösterdi.

Bunun yanında, Kasım ayı verilerimize baktığımızda, geçen yılın aynı dönemine kıyasla iç satışlarımızda %1’lik bir düşüş gerçekleştiğini görüyoruz. İhracat rakamlarımız Kasım ayında %9’luk bir azalma kaydetmiş olmakla beraber, Eylül ayında %18’lerde olan düşüşün Ekim (%5) ve Kasım’da dengelenmeye başlamış olması yeni yıla dair umutlarımızı artırıyor. Öte yandan, ihracat ve iç satışlardan oluşan toplam satışlarımızdaki daralma da bu ay %7 ile sınırlı kaldı.

Bu yıl sektörümüzün itici gücü olan iç piyasa dinamizminin 2024’te de devam

etmesini, böylelikle üretim ve istihdam dengemizi koruyarak büyümeyi temenni ediyoruz. Beyaz eşya sektörü olarak, bugüne dek olduğu gibi 2024 yılında da üretimde ve ihracatta yüksek katma değer üretmeye, dış ticaret dengesine olumlu katkı yapmaya, uluslararası rekabet gücümüz ve markalarımızla Türkiye ekonomisinin küresel ölçekte önde gelen sektörlerinden biri olmaya devam edeceğiz.

TÜRKBESD olarak tüm değerli üyelerimizin yeni yılını kutluyor; 2024 yılının, sektörümüz ve ülkemiz adına başarılarla dolu olmasını temenni ediyoruz.”



Gökhan Sığın
TÜRKBESD Yönetim Kurulu Başkanı

TÜRKBESD Beyaz Dünya Kasım 2023

Dört Ana Ürün

	ÜRETİM	
	Kasım 2023	Kasım 2022
Adet / Yıl	2.378.366	2.629.020
Yüzde değişim	-% 10	
	Ocak-Kasım	
	2023	2022
Adet / Yıl	25.986.260	26.734.447
Yüzde değişim	-% 3	
	İÇ SATIŞ	
	Kasım 2023	Kasım 2022
Adet / Yıl	616.695	674.053
Yüzde değişim	-% 9	
	Ocak-Kasım	
	2023	2022
Adet / Yıl	7.503.359	6.818.241
Yüzde değişim	% 10	
	İHRACAT	
	Kasım 2023	Kasım 2022
Adet / Yıl	1.705.725	1.913.865
Yüzde değişim	-% 11	
	Ocak-Kasım	
	2023	2022
Adet / Yıl	18.259.991	20.425.910
Yüzde değişim	-% 11	
	İTHALAT	
	Kasım 2023	Kasım 2022
Adet / Yıl	15.043	10.240
Yüzde değişim	% 47	
	Ocak-Kasım	
	2023	2022
Adet / Yıl	245.294	103.885
Yüzde değişim	% 136	

Altı Ana Ürün

	ÜRETİM	
	Kasım 2023	Kasım 2022
Adet / Yıl	2.852.168	3.046.528
Yüzde değişim	-% 6	
	Ocak-Kasım	
	2023	2022
Adet / Yıl	30.147.820	30.535.768
Yüzde değişim	-% 1	
	İÇ SATIŞ	
	Kasım 2023	Kasım 2022
Adet / Yıl	743.577	750.726
Yüzde değişim	-% 1	
	Ocak-Kasım	
	2023	2022
Adet / Yıl	8.918.433	7.760.402
Yüzde değişim	% 15	
	İHRACAT	
	Kasım 2023	Kasım 2022
Adet / Yıl	2.104.130	2.315.202
Yüzde değişim	-% 9	
	Ocak-Kasım	
	2023	2022
Adet / Yıl	21.250.829	23.805.397
Yüzde değişim	-% 11	
	İTHALAT	
	Kasım 2023	Kasım 2022
Adet / Yıl	41.461	15.736
Yüzde değişim	% 163	
	Ocak-Kasım	
	2023	2022
Adet / Yıl	495.901	262.810
Yüzde değişim	% 89	

25 yıllık soluksuz bir yolculuk Dağıtım Kanalı 25 yaşında...

Öncelikle sizi içtenlikle kutluyorum, nice 25. yıl kutlamaları diliyorum. Bir yayının, aylık bir derginin 25. yılını kutlaması çok önemli bir konu. Üstelik bu yayın, ülkemiz sanayisinin can damarlarından olan küçük elektrikli ev aletleri sektörü için kritik bir işlevi yerine getiriyorsa 25. yaşın önemi daha da artıyor. Uzun yıllardır samimi ve verimli bir iş birliği içinde ilerlediğimiz Dağıtım Kanalı derginiz sayesinde biz de Arnica markamızla ilgili tüm gelişmeleri, haberleri okuyucularınıza ulaştırıyoruz. Derginiz, sektörümüzdeki dağıtım kanalı zincirinin halkaları arasındaki iletişimi etkin bir şekilde sağlama noktasında da köprü işlevi görüyor. Ayrıca sektörün gelişimine ve bütünleşmesine de katkı sunuyor.

Bu vesileyle 2024 yılının hem sektörümüz hem de ülkemiz için çok güzel gelişmelere sahne olması dileklerimi paylaşmak isterim. Yeni yılın başta Türkiye olmak üzere tüm dünyaya esenlik getirmesini dilerim.

Sizlere de bu fırsatı sunduğunuz için tekrar teşekkür ederim.

Senur Akın Biçer
Arnica Yönetim Kurulu Başkanı

Dağıtım Kanalı dergisi, ne zaman aklımız sektör ile ilgili dağılsa, sektör için bizlere yol gösterici ve dağınıklığı giderici bir kutup yıldızı olmuştur. Özellikle bizleri birleştiren, doğru stratejiler yapabilmemiz için doğru verileri paylaşan, güzel röportajları ile markaları ve kişileri tanımamızı sağlayan bir platform olmuş ve bizi daha güçlü kılmıştır.

Sevgili Yıldırım Beye ve tüm ekibine teşekkür ediyor, nice 25 yıllara diyorum.

Başarılarınızın artarak devam etmesini dilerim.

Murat Kolbaşı
Arzum Yönetim Kurulu Başkanı

Beyaz eşya, oldukça hareketli bir sektör ve adeta karanlıkta koşuyoruz. Son 25 yıllık süreçte Dağıtım Kanalı dergisi bizim ışığımız oldu. Yıldırım Bey ve ekibine çok teşekkür ediyoruz.

Serdar Özer
Singer Türkiye Satış Direktörü

Şirketlerin “Dağıtım Kanalları”ndan henüz bahsetmeye başladığı dönemlerde, sevgili Yıldırım Söylemez öncü bir adım atmış ve Kasım 1998’de “Dağıtım Kanalı Dergisi”nin ilk sayısını yayınlamıştı. Beyaz Eşya, Küçük Ev Aletleri ve Elektronik sektörlerinde bayiler ile markaları buluşturma görevini üstlenme hedefi ile yola çıkan Dağıtım Kanalı Dergisi, geçtiğimiz 25 yıl boyunca bu alandaki öncü ve tek olma özelliğini başarı ile sürdürdü.

Yıldırım Söylemez’in başarısını anlamak için 1998 ile bugünkü medyayı karşılaştırmak yetecek; o zamanki gazete ve dergilerin çok azının formatı ve hatta sahibi bugün hala aynı. 25 yıl boyunca Türkiye değişti, pazar değişti, markalar değişti, dağıtım kanalları değişti, medya da değişti. Ama bu arada Dağıtım Kanalı Dergisi de değişti, güncel ihtiyaçları takip etti, dijital çağı yakaladı, sadece bayiler ve markalar arasında köprü olma misyonu değişmedi. Daha nice yıllar boyunca da başarı ile aynı misyonu takip edeceğine eminim. Sevgili Yıldırım Söylemez’e ve tüm çalışma arkadaşlarına tüm samimiyetimle başarılarının devamını diliyorum.

Tuncer Gülsaran
Daikin Türkiye Pazarlama ve Müşteri Deneyimi Genel Müdür Yardımcısı



Arçelik'ten yapay zekâ destekli ilk otonom çamaşır makinesi "NEO"

Arçelik, çığır açacak yepyeni bir teknolojiyi daha tüketicileriyle buluşturuyor. Yapay zekâ teknolojisini çamaşır makinesine uyarlayan Arçelik, ilk otonom çamaşır makinesi Neo'yu geliştirdi. Arçelik Neo, yapay zekâ destekli "Optimix" özelliği sayesinde en uygun yıkama programını kendisi belirliyor.

Türkiye'nin lider beyaz eşya markası Arçelik, yenilikçi ürünleriyle fark yaratmaya devam ediyor. Arçelik'in ilk otonom çamaşır makinesi Neo, entegre akıllı sensörleri ve yapay zekâ destekli "Optimix" özelliği sayesinde en doğru yıkama programını kendi kendine belirliyor.

Yapay zekâ ile üstün yıkama performansı

Günlük hayatta atılacak küçük adımlarla daha sürdürülebilir bir yaşam tarzına ilham vermek amacıyla "İklim Dostu Hareket"i başlatan Arçelik, geliştirdiği iklim dostu ürün ve teknolojilerle bu değişime öncülük ediyor. Arçelik'in yapay zekâ destekli, ilk otonom çamaşır makinesi Neo, kumaşların türüne göre sunduğu farklı programlar yerine, ihtiyaca göre uygun yıkama adımlarını kendisi belirliyor. Şık ve çarpıcı tasarımı ile de dikkat çeken Neo, Optimix tuşuna basıldığında bu verilere göre en doğru yıkama adımlarını oluşturarak, deterjan, enerji ve su tüketimini en ideal seviyede tutuyor.

Ağırlığının %24'ü geri dönüştürülmüş materyallerden oluşuyor

Sürdürülebilirlik odaklı inovatif ürün ve teknolojileri ile sektörüne öncülük eden Arçelik'in geliştirdiği ilk otonom çamaşır makinesi Neo'nun ağırlığının %24'ü geri dönüştürülmüş materyallerden oluşuyor. Neo, A enerji sınıfındaki ürünlere göre %10 daha az enerji tüketimine sahip.

Geçtiğimiz yıl bilim insanları, sivil toplum kuruluşları, aktivist ve sanatçıların yer aldığı ortak akıl platformu İyi-Ge'yi kuran Arçelik, müşterilerine daha sürdürülebilir yaşam konusunda ilham vermek üzere İklim Dostu Hareket'i başlattı. Sürdürülebilirlik alanında sektörünün öncülerinden Arçelik, 2023 S&P Global Dow Jones Sürdürülebilirlik Endeksi'nde 100 üzerinden 86 puan alarak beşinci kez üst üste Dayanıklı Tüketim Sektörü'nde en yüksek skoru elde eden şirket oldu.



Arzum, Shake'N Take Neo ile kış sebzeleriyle sağlıklı smoothieler hazırlayın

Pratik mutfaklar, hızla hazırlanan birbirinden farklı lezzetler, kış sebzeleriyle sağlıklı içecekler... Kişisel blenderların faydalarından sadece birkaçı. Tek tuşla çalışabilen Arzum Shake'N Take Neo ise bundan çok daha fazlasını sunuyor.

Shake'N Take Neo, yaz aylarında olduğu gibi kış aylarında da mevsim sebzeleriyle tek tuşla birbirinden lezzetli ve sağlıklı içecekler, smoothieler hazırlamanıza yardımcı olur. En sert sebze ve meyveleri, kuruyemişleri parçalayarak kendi sağlıklı tariflerinizi hazırlamanıza fırsat verir. Kompakt tasarımı ve kullanım pratikliği ile en zorlu tarifleri dahi tek tuşa indirir. Birbirinden lezzetli ve sağlıklı içecekler için onlarca farklı parça ihtiyacını ortadan kaldırır.

Kaydırmaz silikon tutacağı taşıma ve kullanım kolaylığı sağlar

Matara olarak da kullanılabilen 570 ve 400 ml kapasiteli BPA içermeyen iki farklı karıştırma şişesi, hazırladığınız içeceklerin işte, okulda, sporda her an yanınızda taşımanıza yardımcı olur. Kaydırmaz silikon tutacağı taşıma ve kullanım kolaylığı sağlar. Sızdırmayan kapakları ve taşıma halkası ile hazırlanan tüm içecekler her yerde yanınızda olur.



Dyson, 2023 hediye sezonunu sınırlı sayıda üretilen Ceramic Pop rengiyle kutluyor

Dyson, 2023 hediye sezonu için saç bakım serisine sınırlı sayıda üretilen Ceramic Pop rengini ekliyor. Yeni yılı kutlamak için özel olarak geliştirilen Blush Pink, Mandarin ve Verdigris tonları Dyson Supersonic™ saç kurutma makinesi, Dyson Airwrap™ multi-styler ve Dyson Corrale™ saç düzleştiriciyle kullanıcılarla buluşuyor.

Bu cesur renk kombinasyonu, Dyson'ın ilk üretilen ve 1980'lerde Japonya'da satılan elektrikli süpürgesi G-Force'un renginden ilham alınarak tasarlandı. O dönemde piyasada bulunan hiçbir ürüne benzemeyen ve evlerde dikkat çeken Dyson'ın renk geliştirme anlayışı bugün de devam ediyor.

Yeni özel seri renk saç bakım ürünleriyle Z kuşağının ilgisini fazlasıyla çeken Dyson, işe bu kuşağı anlamak ile başladı ve Z kuşağının takip ettiği trendleri ve saç bakımı konusundaki fikirlerini öğrenmek için Türkiye'de bir GenZ Trendleri ve Saç Bakım Araştırması gerçekleştirdi.

Araştırmaya göre; Z kuşağının yaklaşık yüzde 80'i görünümüne ve dış görünüşüne önem veriyor ve kişisel bakımı için zaman

harcıyor. Yüzde 79'u günü güzel saçlarla geçirdiklerinde kendini iyi hissediyor ve saç modeline dikkat ediyor. Yüzde 75'i de saç bakımı için zaman harcıyor. Araştırmaya katılanların yüzde 72'si saçlarını sağlıklı buluyor ve saçlarını çoğunlukla düz ya da dalgalı kullanıyor.

Sağlıklı saç denildiğinde çoğunluğun verdiği cevap ise temizlik, güzellik ve özgüven... Araştırmaya katılan Z kuşağı gençlerin yüzde 69'u "saçımı hızlı şekillendirmek en önemli şeydir" ifadesine katılırken, yüzde 68'i "saçlarımın kötü olduğu bir gün günümü mahvediyor." diyor.

Dyson ürünleri sadece iyi çalışmakla kalmıyor, aynı zamanda kullanıldıkça daha iyi hissettiriyor. Malzemeler ve kaplamalar, tıpkı makinelerin kendileri gibi, kaplamaların günlük kullanıma dayanmasını

ve kullanıcıların beklentilerini karşılamasını sağlamak için sürtünme testleri ve çizilmeye karşı dayanıklılık testleri gibi titiz testlerden geçiriliyor.

Bu özel renk serisi, hassas bir şekilde uygulanan saten boya katlarının sonucu olan 'seramik' bir kaplamaya sahiptir. Dokunulduğunda kuru olan bu yüzey, seramiğin ipeksi pürüzsüzlükteki yüzeyini ortaya çıkarmak üzere tasarlanan çok sayıda deneme sonucunda elde edilmiştir.



WindFree™ teknoloji Samsung klimalar soğuk günlerde evleri ısıtıyor

Her kullanıcının ihtiyacına uygun çözümler sunan Samsung Electronics, ürettiği klimalarla soğuk hava koşullarında ideal iç mekan sıcaklığını koruyarak, evlerdeki konfor ve sıcaklık deneyimini yeni bir seviyeye taşıyor. WindFree™ klimalar, kış aylarında da ısıtma alanında kullanıcıların ihtiyaçlarına çözüm sunuyor. Hızlı ısıtma özelliği sayesinde, evlerin her bir noktası, eşit ve dengeli bir şekilde ısıtılıyor. Hızlı ısıtma teknoloji Samsung WindFree klima ile enerji verimliliği sağlayarak tasarruf edebilirsiniz. Dijital Inverter Teknolojisi sayesinde, kompresör sık sık devreye girip çıkmadan istenilen sıcaklık korunur, bu sayede elektrik dalgalanmalarının önüne geçilir ve enerji tasarrufu sağlanır.

Samsung WindFree™ klimalar, sadece fonksiyonel özellikleriyle değil, aynı zamanda estetik tasarımıyla da dikkat çekiyor. Siyah renk seçeneği, modern ve şık bir görünüm sunarak, her türlü iç mekana kolaylıkla uyum sağlıyor. Evlerin dekorasyonuna zarif bir dokunuş ekleyen bu klimalar, teknolojik yeniliklerle estetiği birleştiriyor.

Yapay zeka sayesinde yüzde 20'ye kadar daha az elektrik kullanımı WindFree™ klimalar, yapay zeka ile kullanım alışkanlıklarınızı öğrenerek yüksek enerji verimliliği sunuyor ve %20'ye varan oranlarda enerji tasarrufu sağlayarak çevreye duyarlı bir kullanım sunuyor. Bu, sadece çevre için değil, aynı zamanda kullanıcıların elektrik faturalarında da önemli bir tasarruf anlamına geliyor. Samsung'un bu yenilikçi yaklaşımı, evlerdeki ısıtma deneyimini yeniden tanımlıyor ve kullanıcılara hem konforlu hem de ekonomik bir ısıtma çözümü sunuyor.

Samsung klimalar, kullanıcı ihtiyaçlarına duyarlı ve çevreye saygılı yapay zeka teknolojisi ile öne çıkıyor. Bu klimalar, kullanım alışkanlıklarını hassas bir şekilde analiz ederek, enerji tüketimini en verimli şekilde ayarlıyor. Yapay zeka, günün saatlerine ve mekanın kullanım yoğunluğuna göre ısıtma ve soğutma seviyelerini otomatik olarak ayarlayarak, hem enerji verimliliğini artırıyor hem de kişiye özel bir konfor sunuyor.





En İyi Spider-Man (Örümcek Adam) Filmleri

Marvel'in kalbi ve beyni Stan Lee yaşasaydı 101 yaşında olacaktı. Beş yıl önce 96 yaşında kaybettiğimiz çizgi roman dünyasının efsane isminin anısına en önemli yarattığı olan Spider-Man'in (Örümcek Adam) en iyi 5 filmini yazdım.

1. SPIDER-MAN : NO WAY HOME

(Jon Watts - 2021)

Spider-Man'in 19 yıldır devam eden beyazperde macerasının 8. Ayağı ve şimdiye kadar yapılmış en iyi çizgi roman uyarlaması.

Dram, komedi ve aksiyonun nefis bir harmanı. Örümcek Adam'ı sinemada canlandıran üç büyük oyuncuyu aynı filmde görmek müthiş bir armağan. Tabii ki, bütün kötü adamları bir arada görmek de.

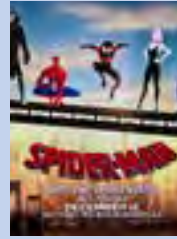


2. SPIDER-MAN INTO THE SPIDER-VERSE

(Perscietti & Rothman - 2018)

Yıllarca Örümcek Adam sadece Peter Parker idi. Sonra değişik varyasyonları çıkmaya başladı paralel evrenler teorisine göre.

En çok tutulan Miles Morales adında siyahi bir çocuk oldu. Tüm zamanların en iyi anime süper kahraman filmi, en sevilen birkaç Örümcek Adam ilhamlı karakteri bir araya getiren çok iyi bir film.



3. ÖRÜMCEK ADAM 2

(Sam Raimi - 2004)

Sinemada devam filminin daha iyi olduğu ender örneklerden. İlk film de iyiydi ama ardılı aynı yönetmen olmanın da etkisiyle öncülünü aşıyor.

Çok daha derin karakter hikayeleri, daha da olgun bir olay örgüsü ve tabii ki dur durak bilmeyen bir aksiyon.



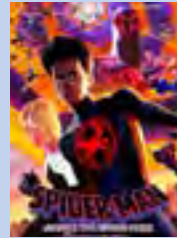
4. SPIDER-MAN ACROSS THE SPIDER-VERSE

(Santos & KEMP - 2023)

Aradan geçen beş yılda doğal olarak animasyon tekniği açısından ilk filmi aşan film, tüm zamanların en dinamik çizimli animasyon filmi.

Ancak bir üçlemenin ara filmi olmasının klasik dezavantajı ile ilk film kadar doyurucu bir hikâye sunamıyor bize. Yine de Örümcek Adam'ın bugüne kadar yaratılmış tüm varyasyonlarını tek bir filmde görmek son derece tatmin edici.

Üçüncü filmin 2024'te vizyona çıkması bekleniyor.



5. ÖRÜMCEK ADAM

(Sam Raimi - 2002)

İlk Örümcek Adam filmi, hem çok iyi bir macera hem de büyümenin acıları ile yoğrulmuş harika bir aşk öyküsü. Willem Dafoe eşsiz bir karakter çiziyor Green Goblin'de. Öyle ki, o berbat maskeyi çıkartıp kendi mimiklerini kullanınca çok daha tehditkar ve tehlikeli gözüküyor.

Örümcek Adam rolünde Tobey Maguire, Kirsten Dunst, James Franco. Hele ki J.J.Jameson rolünde J.K. Simmons. Tüm oyuncular çok iyi.



6. SPIDER-MAN: HOMECOMING

(Jon Watts - 2017)

Spider-Man'in, Sony Pictures tarafından yapılan üçüncü "reboot"u. Tom Holland seriye çok sağlam bir giriş yapıyor bu filmle.

Mizah ve macera dozu çok iyi ayarlanmış filmin en önemli kozu Akbaba rolünde harika bir performans veren Michael Keaton.



OCAK 2024 • SAYI: 295

İmtiyaz Sahibi
Dağıtım Kanalı Reklam Ajansı
Yıldırım SÖYLEMEZ

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Yıldırım SÖYLEMEZ
yildirim.soylemez@dagitimkanali.com.tr
+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
İbrahim TUFAN

Grafik
Ali ANIL
aliosmananil@gmail.com

Yönetim Yeri ve Adresi
Dağıtım Kanalı Reklam Ajansı
Atatürk Mah. Ertuğrul Gazi Sok.
Metropol İstanbul A Blok No:2E K.21 D.331
Ataşehir / İstanbul
Tel: (0216) 709 70 80 Faks: 0850 522 34 03

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

Dağıtım
Etkin Dağıtım

Yayın Danışmanı
AJANS DİJİTAL KALEM

Dijital Kalem

ISSN 1302 - 308X

www.dagitimkanali.com.tr

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

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

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

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

"Yaşamı kolaylaştıran ev aletleri"

2024 TRENDI



Fanset Elektrikli Ev Aletleri San. Ve Tic. A.Ş.
Halkalı Merkez Mahallesi Sörmöz Sokak
No:8/1 34303 KÜÇÜKKEÇECİ - İstanbul - Türkiye
T. +90212 697 57 70 (pbx) T. 444 5 770 F. +90212 548 98 78
www.fanset.com • info@fanset.com • satis@fanset.com



Randomized trial



Fantome's Mother

*Plantago virginica*

Phantom Eye Alarms



Anticorpuscular

SAMSUNG

Samsung beyaz eřyalar yenilikçi teknolojileri ile evinizde



GÜRSES
KURUMSAL

Birlik Mah. Akif İnan Cad. No:4 Gürses Plaza K: 2 Esenler / İstanbul | Tel: +90 444 95 96 | gurseskurumsal.com.tr

 /gurseskurumsal

 /gurseskurumsal

 WhatsApp Hattı: 0532 413 43 63