

OTOBAN

OYDER'de Yeni Dönem

**Mesleğimiz "otomotivci"
demek istiyoruz**

H. Şükrü İllısal
OYDER Yönetim Kurulu Başkanı

**Türkiye'de pazar
gelişmeye açık ve büyük
bir potansiyel barındırıyor**

Görgün Özdemir
Otokoç Otomotiv Genel Müdürü

**Araç kiralama endüstrisi
çok hızlı bir büyüme
kaydediyor**

Önder Erdem
Tüm Oto Kiralama Kuruluşları Derneği
Yönetim Kurulu Başkanı

**Sektör temsilcileri
öngörülerini paylaşıyor**



www.renault.com.tr

3
YIL
GARANTİ
100 000 km

DRIVE THE CHANGE



YENİ RENAULT FLUENCE. HAYATINIZIN OTOMOBİLİ...

Renault'daki büyük değişimin en son temsilcisi Renault Fluence, size beklentilerinizi aşacak bir donanım ve teknoloji sunuyor. Segmentinin en uzun otomobili olan Fluence, her özelliğiyle statü sahibi... En küçük detayına kadar incelikle tasarlanmış, prestijli, şık çizgiler; Entegre Navigasyon Sistemi - Carminat TomTom®, Eller Serbest Kart Sistemi, Bluetooth, Arkamys® 3D Ses Sistemi gibi, teknolojinin en son yenilikleri ve bütün ailenize yetecek geniş bir iç mekân ve bagaj hacmi... Hepsisi ve daha fazlası Renault Fluence'ta sizi bekliyor. Hayatınızın otomobiliyle tanışmayı daha fazla ertelemeyin.

17" Alüminyum Alaşım Jantlar | Çift Bölgeli Elektronik Klima | Entegre Navigasyon Sistemi-Carminat TomTom® | 3D Ses Sistemi-Arkamys® | Bluetooth | ESP ve Xenon Farlar | Renault Eller Serbest Kart Sistemi | Deri Koltuklar

Renault Fluence'in CO₂ salımı, en az 119 g/km-en fazla 182 g/km; yakıt tüketimi ise (birleşik) en az 4,5 lt/100 km-en fazla 7,7 lt/100 km'dir. Yeni Renault Fluence, 2 yıl sınırsız km garantisine ek olarak "3 yıl veya 100.000 km (hangisi önce dolarsa)" yeni araç garantisi kapsamındadır.

Renault'nun tercihi **elf**

Değerli, Meslektaşlarım, Sevgili Otoban Okuyucuları,

1 Eylül 2010 tarihi itibari ile OYDER Genel Sekreterliği görevime büyük bir heyecan ile başladım.

20 yıllık geçmişi bulunan ve yetkili satıcıların yasal ve ekonomik haklarını korumayı görev edinmiş OYDER de bugüne kadar yapılan çok değerli çalışmalar var, emeği geçenlere teşekkür ediyorum.

Bugün Türkiye de en büyük perakende sektör kuruluşu, yetkili satıcılarımızı hükümet nezdinde temsil eden tek muhatap kuruluş ve devlete en çok vergi üreten sektör kuruluşu olan OYDER'in 1 Eylül 2010 fotoğrafına baktığımızda,

Türkiye de toplam yetkili satıcı adedi: 950

OYDER üyesi yetkili satıcı adedi: 288

Görüldüğü üzere yetkili satıcıların yaklaşık üçte birinin desteği ile tüm yetkili satıcıları temsil ediyoruz.

Otomobil fabrikaları ve distribütörler hükümetler ve markaların yurtdışındaki ana firmaları tarafından desteklenirken yetkili satıcılarımızı kim destekliyor?

Bugüne kadar yayınlanan Otoban dergilerini giriş yazılarında sürekli olarak OYDER'e üye olun çağrısı yapılmış fakat üyelik sadece yönetimde çalışan kişilerin tanıdıkları yetkili satıcılara ricasıyla gerçekleşmiş.

Sizce OYDER çatısı altında tüm gücümüz ile birleşip sesimizi duyurma vaktimiz gelmedi mi?

Üretici ve distribütör firmaların talepleri doğrultusunda bugün Avrupa da bile eşine az rastlanan Plazalara sahip olan Türkiye deki Yetkili Satıcılık müesseslerinde yaklaşık 4 milyar dolarlık tesis yatırımı ve 70 bin personel istihdamı sağlanmış ve yaklaşık 50 markanın yaygın yetkili satıcılık ağları oluşturulmuştur.

Ancak önümüzdeki dönem ile ilgili sektörde ciddi endişeler mevcuttur.

1-) Yapılan yatırımlar, kalifiye personel istihdamı, markaların zorunlu kıldığı standartlar ve işletme masraflarına bakıldığında otomobil satışında, **"YETKİLİ SATICI KAR MARJLARI ÇOK DÜŞÜKTÜR"**

2-) Teknolojinin artması ile araçların bakım periyotları uzamakta, yolların iyileşmesi, trafik cezalarının artması ile trafik kazaları azalmakta, başta uçak olmak üzere toplu taşımanın kolaylaşması ve ucuzlaması neticesinde otomobil daha az kullanılmakta ve daha az yıpranmaktadır.

Ayrıca gün geçtikçe yetkisiz servis ağları genişlemektedir.

Bütün bunların neticesinde yetkili satıcılarımızın **"SERVİS VE YEDEK PARÇA GELİRLERİ DÜŞMEKTEDİR"**

Bu iki noktadan hareketle OYDER yeni yönetimi olarak yol haritamızı oluşturmak ve sesimizi tüm gücümüz ile duyurmak için harekete geçmiş bulunuyoruz.

Bu sebeple Türkiye deki tüm yetkili satıcıları, 2010 sonuna kadar OYDER çatısı altında toplamaya tekrar davet ediyoruz. >>>

Saygılarımızla



Tamer Atsan
OYDER
Genel Sekreteri



Otomotiv Yetkili Satıcıları Derneği
adına İmtiyaz Sahibi
H. Şükrü İLİSAL

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Murat MUTLU

Yayın Kurulu
Zeynep FİDAN SOYSAL
Seyra TOPRAK
Murat ŞAHSUVAROĞLU
Aytekin YILDIRICI
Murat MUTLU

Editör
Tevfik Fikret ÇALIŞKAN

Reklam
Aylin GÖKÇE
Tel: 0216 355 72 66
aylin.gokce@oyder-tr.org

Yönetim Yeri:
Otomotiv Yetkili Satıcıları Derneği
Derya Sok. No: 14/ 6 Şişikler Plaza
Sahrayıcedid - Kadıköy / İstanbul
Tel: 0216 355 73 16
Faks: 0216 355 72 69
www.oyder-tr.org
otoban@oyder-tr.org



MAVİ TANITIM VE İLETİŞİM
Rasimpaşa Mah. Ayrılıkçeşme Sok. No:
122 Yeldeğirmeni 34500
Kadıköy-İstanbul
Tel: 0216 345 9920 pbx
Faks: 0216 348 95 22
www.mavitanitim.biz

Baskı:
Umur Basım ve Kirtasiye San. ve Tic. A.Ş.
Dudullu Organize Sanayi Bölgesi
2. Cadde No: 5 Ümraniye-İstanbul
Tel: 0216 645 62 00

Yayın Türü:
Yerel Süreli Yayın, İki Ayda Bir Yayınlanır.

3 EDİTÖRDEN

Tamer Atsan
OYDER Genel Sekreteri

6 SEKTÖRDEN HABERLER

Hız limitleri resmen yükseltildi
Alkollü sürücüyü hapis cezası

Fren destek sistemi olmayan araçlar satılmayacak
Büyükşehir plakalı araca sigorta yükü!

7 Tofaş'a Müşteri Odaklılık Sertifikası

8 Rekabet Kurulu'ndan Peugeot Bayilerine ağır ceza

10 OYDER'DE YENİ DÖNEM



OYDER Yönetim Kurulu Başkanı H. Şükrü İlisal:

Mesleğimiz "otomotivci" demek istiyoruz

16 OYDER'de yeni yönetim kurulu seçildi



19 OYDER neler yapıyor?

22 OYDER'in yeni yönetim kurulu başkan yardımcıları

24 SEKTÖR ÖNGÖRÜSÜ

Sektör temsilcileri öngörülerini paylaşıyor

Doğuş Otomotiv İcra Kurulu Başkanı Ali Bilaloğlu:
İstikrar ve güven kazanıyoruz

Ford Otomotiv A.Ş. Aykut Özüner:
Önümüzdeki dönemde umut verici

Renault Mais Genel Müdürü İbrahim Aybar:
2011 için ön göstergeler olumlu

26 OYDER ÜYELERİ

OYDER'e yeni katılan üyeler

34 SEKTÖRDEN PORTRELER



Otokoç Otomotiv Genel Müdürü
Görgün Özdemir:

"Türkiye'de pazar gelişmeye açık ve büyük bir potansiyel barındırıyor"

38 SEKTÖRDEN PORTRELER

Tüm Oto Kiralama
Kuruluşları Derneği
Yönetim Kurulu
Başkanı Önder Erdem:
"Araç kiralama
endüstrisi çok hızlı bir
büyüme kaydediyor"



42 ARAÇ KİRALAMA SEKTÖRÜ

En çevreci filolar Türkiye'de

46 YENİ TEKNOLOJİLER

50 OTOMOBİL VE YAŞAM



Milli Basketbolcu
Ömer Onan:
"Sadece aracımdan değil
aldığım hizmetten de
güven duymak isterim"

54 BLOK MUAFİYETİ

Blok Muafiyeti
Tüzüğü anlamak



58 SEKTÖRDEN PORTRELER



Ulugöl Otomotiv San. Tic. Ltd. Şti. Yönetim
Kurulu Başkanı Alaaddin Ulugöl:

"Finansman yükü bayilerin üzerinden
kaldırılmalı"

60 GEZİ REHBERİ

Kaleler Kenti Van



66 OTOMOTİV SEKTÖRÜ



Türkiye otomotivin parlayan yıldızı

68 ANALİZ

Otomotiv Pazarı
Ocak-Eylül 2010

Hız limitleri resmen yükseltildi

Karayolları Trafik Yönetmeliğinde yapılan değişiklikle, otomobillerin hız sınırları, şehirlerarası çift yönlü karayollarında saatte 90 kilometre, bölünmüş yollarda saatte 110 kilometreye çıkartıldı.

Yönetmelikte araçların hız sınırları yeniden düzenlendi. Yapılan düzenlemeyle motorlu araçların yerleşim yeri içindeki hız sınırları değiştirilmedi. Yerleşim yeri dışında ise araçların hız sınırları "şehirlerarası çift yönlü karayolları" ve "bölünmüş yollar" olarak ikiye ayrıldı.

Buna göre, otomobillerin hız sınırları, şehirlerarası çift yönlü karayollarında saatte 90 kilometre, bölünmüş yollarda saatte 110 kilometreye çıkartıldı. Minibüs ve otobüslerin hız sınırları ise şehirlerarası çift yönlü karayollarında saatte 80 kilometre, bölünmüş yollarda saatte 90 kilometre, otoyollarda saatte 100 kilometre olarak belirlendi. >>>

Alkollü sürücüyü hapis cezası

Trafik kazalarını önlemek için hazırlanan yeni kanun tasarısı, alkollü sürücüyü affetmiyor.

Önümüzdeki yasama yılında Meclis'te görüşülecek olan tasarı kanunlaşır, 1,01 promil ve üzeri alkollü yakalanan şoförler, 1 ila 3 yıl hapisle cezalandırılacak. Bir yılda 5 kez kırmızı ışık ihlali yapanların da ehliyetlerine 3 ila 6 ay el konulacak. >>>

Fren destek sistemi olmayan araçlar satılmayacak

Araçların ön taraftan çarptığı yayaların ve diğer korunmasız karayolu kullanıcılarının yaralanmalarını azaltmak amacıyla taşıtlarda aranacak teknik şartlar belirlendi.

Sanayi ve Ticaret Bakanlığının, "Yayaların ve Diğer Korunmasız Karayolu Kullanıcılarının Korunması Hakkında Motorlu Araçların Tip Onayı Yönetmeliği ((AT) 78/2009), Resmi Gazete'de yayımlandı.

Yönetmelikle Karayolları Trafik Kanunu hükümleri uyarınca, araçların yapım ve kullanım bakımından karayolu yapısına ve trafik güvenliğine uyma zorunluluğunu yerine getirmek üzere, araçların ön taraftan çarptığı yayaların ve diğer korunmasız karayolu kullanıcılarının yaralanma sayısını ve şiddetini azaltmak ve bu tür çarpışmaları önlemek için motorlu araçların ve ön koruma sistemlerinin yapısı ve işlevi ile ilgili şartlar tespit edildi.



Yönetmelik, yolcu taşıma amacıyla tasarlanmış ve imal edilmiş, sürücü koltuğuna ilave olarak en fazla sekiz kişilik oturma yeri olan motorlu araçlar ile yük taşıma amacıyla tasarlanmış ve imal edilmiş, azami kütlesi 3,5 tonu aşmayan motorlu araçları kapsıyor.

Buna göre imalatçılar, piyasaya arz edilen araçlarda tip onaylı fren destek sistemi donanımının takılmış olmasını ve bu araçların yönetmelikte belirtilen şartlara uygunluğu ile onay kuruluşuna aracın veya ön koruma sisteminin özellikleri ve deney şartları ile ilgili uygun verileri sağlamak zorunda olacak. Yönetmelik, 1 Eylül 2010 tarihinde yürürlüğe girdi. >>>

Büyükşehir plakalı araca sigorta yükü!

İstanbul, Ankara gibi trafiğin ve nüfusun yoğun olduğu şehirlerin plakasını taşıyan araçları alan sürücüler, trafik sigortasını yaptırırken daha fazla ödemek zorunda kalıyorlar.

Büyük şehirlerin plakasını taşıyan araçların sahipleri, orta büyüklükteki şehirlere göre neredeyse 2 katı fazla trafik sigortası ödüyorlar. Sigorta şirketleri kaza riski nedeniyle, en pahalı trafik sigortasını İstanbul plakası taşıyan araçlar için yapıyorlar. Bu sırala-

mayı ise Ankara, Kocaeli ve İzmir takip ediyor. Ücretler sigorta şirketlerine göre küçük farklılıklar göstermesine rağmen, 2010 model aynı markadaki bir otomobilin ortalama olarak bazı illerdeki trafik sigortası ücretleri ortalama olarak şöyle sıralanabilir: 'İstanbul (34) 252 TL, Ankara (06) 211.68 TL, Kocaeli (41) 201.6 TL, İzmir (35) 191.52 TL, Samsun (55) ve Bursa (16) 171.36 TL, Gaziantep (27) ve Adana (01) 141.28 TL, Mersin (33) 131.04 TL, Şanlıurfa (63), Osmaniye (80), Düzce (81) ve Konya 120.96 TL.' >>>

Doğuş Otomotiv'in İsviçre'deki pazarlama stratejisi

Türkiye'deki satış ve pazarlama stratejisini Lozan'da uygulayan Doğuş Otomotiv, İsviçreli kadınlara manikür, pedikür yapıp, Porsche satıyor.



Geçen yıl sonunda 23 milyon frank yatırımla Lozan'da Porsche showroom'u açan Doğuş Otomotiv, İsviçre'nin en büyük Porsche satıcısı oldu. 9 ay gibi kısa sürede İsviçre'de büyük başarı kazanan D-Auto Suisse SA, bu yıl 190 adet Porsche satışı hedefliyor. Doğuş Otomotiv CEO'su Ali Bilaloğlu, Türkiye'de uyguladıkları satış ve pazarlama stratejisini Lozan'da da uyguladıklarını ve başarının bu sayede geldiğini ifade etti. Ali Bilaloğlu, "İsviçre'de kendi fel-

sefimizi uyguluyoruz. Hedef kitlemizi gruplara ayırdık. Yelken meraklıları, golf tutkunları gibi. Arkadaşlarımız showroom'da kadınlara özel bir gün organize etti ve güzellik uzmanlarını davet etti. İsviçreli kadınlara manikür, pedikür yaptırıp, Porsche pazarladılar. Başarımızın sırrı müşteri odaklı çalışmamızdan kaynaklanıyor. Aynı tip uygulamaları İsviçre'deki diğer Porsche organizasyonlarında göremezsiniz" açıklamasında bulundu. >>>

Tofaş'a Müşteri Odaklılık Sertifikası

Bir milyoncu Fiat Doblo'yu üreterek büyük bir başarının altına imza atan Tofaş, "Müşteri Başvurularının Ele Alınması Süreci" ile ilgili olarak ISO 10002 sertifikasına layık görüldü. 2009 yılında 3 milyonuncu aracını üretim bandından indiren ve İtalyan Fiat'ın dünya çapında üretim gerçekleştiren 170 adeti aşkın fabrikası içinde en kaliteli üretim gerçekleştiren merkezi olarak ön plana çıkan Tofaş'ın bir diğer başarısını ortaya koyan bu sertifikayla ilgili bir açıklama yapan Tofaş CEO'su Ali Pandır, kurum kültürü çalışmaları kapsamında "Müşteri Odaklılık" konusunda projeler gerçekleştirmeye devam ettiklerini ve bu konuların ele alınmasına büyük özen gösterdiklerini ifade etti.

Müşteri Odaklılık konusunda standart hale getirmeye çalıştıkları yöntemlerden birinin "Proaktif Müşteri Yönetimi" yaklaşımı olduğuna da dikkat çeken Pandır, "Proaktif Müşteri Yönetimi"nde amacımız çağrı merkezine gelen müşteri başvurularını değerlendirmek ve bu başvuruları hem şirket hem de teşkilatımız içinde ürün ve hizmetlerimizde iyileştirme sağlayacak biçimde kullanabileceğimiz yöntemleri geliştirmektir" dedi.

Proje dahilinde müşterilerle doğrudan telefon görüşmeleri yapıp, müşteri fo-



rumlarına da katıldıklarını dile getiren Pandır, "Bu sayede müşterilerimiz kendilerine verdiğimiz önemi hissederek bizler de doğrudan onları dinleme şansına sahip oluyoruz" açıklamasını yaptı. Tofaş CEO'su Ali Pandır, Tofaş olarak bir süredir devam ettirip sonuçlandırdığı bir çalışma olan "müşteri başvurularının yönetimi ve müşteri görüşlerini şirket içinde değerlendirme" yaklaşımı ile ilgili uluslararası bir belge olan ISO 10002 Müşteri Memnuniyeti - Müşteri Başvurularının Ele Alınması Sertifikasını alarak Türkiye'de otomobil üreticileri, dünyada ise Fiat fabrikaları arasında bir ilke imza attıklarını da önemle vurguladı. >>>

Bureau Veritas tarafından Tofaş'a, "Müşteri Başvurularının Ele Alınması Süreci" ile ilgili olarak ISO 10002 sertifikası verildi. Tofaş, böylece Türkiye'de otomotiv sektöründe üretim yapan firmalar arasında bu sertifikaya sahip ilk şirket unvanını da elde etmiş oldu.

Hurda taşıtlarda vergi ve cezalar siliniyor

Model yılı 1985 ve daha eski otomobil, motosiklet, otobüs, kamyon gibi taşıtlarını 31 Aralık 2011 tarihine kadar il özel idarelerine bedelsiz teslim eden araç sahiplerinin motorlu taşıtlar vergisi borcu ile bu vergiye ait gecikme zammı, gecikme faizi ve vergi cezaları silinecek.>>>

MTV'yi fazla ödeyen farkı geri alıyor

Maliye Bakanlığı'nın vatandaşın son beş yıl içinde fazladan 120 milyon TL'lik Motorlu Taşıtlar Vergisi (MTV) tahsil ettiğini duyan tüketiciler, vergi dairelerinden fazladan ödedikleri paraları geri almaya başladı.>>>

Rekabet Kurulu'ndan Peugeot Bayilerine ağır ceza

Rekabet Kurulu, Peugeot Türkiye Bayi Konseyi'ne üye, 56 Peugeot bayisi hakkında, Rekabetin Korunması Hakkında Kanunu ihlal edip etmediklerinin tespiti için 8 Ocak 2009'da başlattığı soruşturmayı tamamlamıştır.

Kurul, 44 Peugeot bayisinin rekabeti kısıtlamaya yönelik faaliyetleri nedeniyle ihlalde bulunduğu, 12 bayinin ise ihlalinin olmadığına "oybirliğiyle" karar vermiş olup, söz konusu karar için Danıştay yolunun açık olduğu belirtmiştir.

Rekabet Kurumu'nun internet sayfasında yayımlanan karara göre, "Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hakim Durumun

Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik" hükümleri uyarınca, 44 bayiye idari para cezaları verilmiştir.

Yasanın "Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar" başlıklı 4. maddesi, "Belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacını taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası anlaşmalar, uyumlu eylemler ve teşebbüs birliklerinin bu tür karar ve eylemleri hukuka aykırı ve yasak" olduğu hükmünü içermektedir.>>>

OYDER - OTOMOTİV YETKİLİ SATICILARI DERNEĞİ İKTİSADİ İŞLETMESİ

OTOBAN DERGİSİ - REKLAM FİYATLARI

	Tek Sayı	6 Ay	12 Ay
İç Sayfa	3.000 TL.	2.500 TL.	2.000 TL.
Kapak İçleri	4.000 TL.	3.300 TL.	2.600 TL.
Arka Kapak	5.000 TL.	4.200 TL.	3.300 TL.

(* Fiyata KDV dahil değildir.%18 KDV faturaya eklenecektir.

OTOBAN Dergisi Teknik Özellikleri

Ebat: 24 x 31 cm., ilanlar sağ sayfalarda yer almaktadır. İlanlar 3 mm taşıma payı verilmiş şekilde, yüksek çözünürlüklü digital formatlarda ve prova baskıları ile birlikte ulaştırılmaktadır.

Otomotiv Yetkili Satıcıları Derneği – OYDER

Derya Sokak Şişikler Plaza 14/6 K:2 Sahrayıcedid – Kadıköy - İSTANBUL

Tel: 0216 355 73 16 Fax:0216 355 72 69 www.oyder-tr.org info@oyder-tr.org

**Dururken bile hareket halinde:
Ford kinetik tasarım.**



Ford otomobiller, sahip oldukları kinetik tasarım sayesinde hareketsizken bile hareket halinde görünürler. İşte tam da bu sayede, ihtiyaç duyduğumuz heyecanı her an ve her yerde karşılayabilirler.

FordMondeo

Feel the difference



OYDER

Yönetim Kurulu Başkanı

H. Şükrü Ilısal:

Mesleğimiz “otomotivci” demek istiyoruz

"Bize mesleğinizi nasıl adlandırmak istersiniz diye sorulduğunda “otomotivci” demek istiyoruz. Araç ticaretinin ve yetkili satıcılığın bir meslek olarak algılanmasını istiyoruz. Bu algı için bir süreklilik ve istikrar olması daha da önemlisi olağan ve yeterli düzeyde bir karlılık olması gerekiyor. Aslında biz araç ticaretini çok seviyoruz ancak arada sıkışmış bir sektör temsilcisi olarak her günümüzü hep bir endişe ve korku içinde geçiriyoruz."

endinizden ve otomotiv sektöründeki tecrübenizden kısaca bahsedermisiniz?

50 yaşındayım ve Kastamonuluyum. İşletme ve Ekonomi dallarında lisans ve lisansüstü eğitim aldım.

Toplam 28 yıllık çalışma hayatımın tamamı otomotiv sektöründe geçti. İlk olarak Koç Grubunda çalışmaya başladım ve satış elemanlığından üst düzey yöneticiliğe kadar çalışarak 12 yıl çok önemli bir tecrübe kazandım. Daha sonra kendi şirketimi kurarak otomotiv ticaretine başladım. Dolayısıyla masanın iki tarafında bulunma şansını yakaladım. Otomotiv sektöründe her kademede çalışmış olmak ve hem distribütör hem de yetkili satıcı bakış açısı ile olayları değerlendirilebilmenin OYDER Başkanlığı için çok önemli bir avantaj olduğunu düşünüyorum.

OYDER yeni yönetiminin hedefleri nelerdir?

Tüm yetkili satıcılar 2 Aralık 2005 tarihinde OYDER çatısı altında bir araya geldik ve tek yürek olduk. OYDER'in iki döneminde yönetim kurulu üyesi olarak görev aldım. Üçüncü dönem üyelerimizin oylarıyla yönetim kurulu başkanı olarak göreve geldim. Prensipte olarak her dönem geçmiş dönemden belirli sayıda yönetim kurulu üyesine görev veririz ve OYDER içerisindeki devamlılığı sağlarız. Bu dönemde benim dışımda önceki yönetimden 3 arkadaşımız Yeni Yönetimde görev aldı. OYDER'in geçmiş dönemlerde yaptığı işleri devam



ettirmek istiyoruz. Özellikle devletin içindeki ilgili kurumlarla, yetkili satıcılarımızla ve tüm paylaşımlarımızla geliştirilen olumlu ilişkileri bir üst aşamaya taşımak için gayret ediyoruz. Geçmiş dönemlerde odaklandığımız, gözümüzden kaçan veya bu dönem ihtiyaç duyulan yeni konularda da öncülük etmek ve çözüm bulmak derneğimizin asli görevi olacaktır. Dolayısıyla geçmiş dönemlerden bağımsız ve onu inkâr eden bir yapıyı benimsemiyoruz tam tersine geçmiş dönemin kurulu ilişkilerini geliştirmek ve değer katmak üzere yola çıkıyoruz.

OYDER'in 51 markayı temsil eden ODD (Otomotiv Distribütörleri Derneği) ve 15 markayı temsil eden OSD (Otomotiv Sanayi Derneği) olmak üzere iki önemli paydaşı bulunmaktadır. OSD ülkemizde üretim yapan sağlayıcı firmaları ODD ise ithalat yapan distribütör firmaları temsil etmektedir. Üretim yapan firmalarımızın çoğu aynı zamanda ithalatçı olduğu için ODD içerisinde de yer almaktadırlar. Aslına bakılırsa tüm bu yapının eli ayağı yetkili satıcılardır.

Sigorta firmalarının baskıları giderek artıyor. Buna kızılabilir misiniz? ya da tedbir alabilir misiniz? Fakat ticareti daha etik kurallarla yapmamız gerekiyor, ticaretin her bir noktasını legal hale getirmek çok önemli bir zorunluluk. Yoksa haksız rekabet oluşuyor. Bu da iyi niyetle çalışan, dürüst çalışan, işini yapan ve devletin yanında duran insanları mağdur hale getiriyor. Yani kötü para iyi parayı kovar hale geliyor.

Hammaddeden yüzlerce proses geçirerek oluşan otomobilli son kullanıcı ile buluşturan Yetkili Satıcıların sayısı bugün Türkiye de 1300 civarına ulaşmıştır, tüzel kişilik olarak bakıldığında ise bu rakam 950 civarındadır.

Türkiye deki tüm Yetkili Satıcıların OYDER e üye olması bize güç katacaktır. Fakat Sektörde Yetkili Satıcıları temsil eden tek dernek olması sebebiyle üye olsun olmasın OYDER ülkemizdeki tüm yetkili satıcıları temsil etmektedir. Biz yönetim kurulu olarak bu temsil etme bilincini kendimize bir misyon ve sorumluluk olarak alıyoruz.

Otomotiv sektörü Türkiye de geleceğin parlayan yıldızıdır. OYDER yeni yönetimi olarak koyduğumuz hedeflerle, yapacağımız çalışmalarla yetkili satıcılarımızın bu potansiyelden en iyi şekilde faydalanmasını ve yapılan bu dev yatırımların karşılığının alınmasını istiyoruz. Buradaki temel amacımız sektördeki pastayı büyütmek için çalışmak ve önümüze çıkan problemleri ilgili kurum ve kuruluşlarla çözüme kavuşturmaktır. Yapılacak bu özverili

çalışmalar gelecekte OYDER'in gücünü daha da artıracaktır. İşte bu sebeple yeni yönetim olarak hiçbir karşılık beklemeden zamanımızı, bilgimizi, birikimimizi ve emeğimizi ortaya koyarak yeni dönemde yönetime talip olduk.

Sektörde herkesin Kazanması mümkün mü?

Yeni dönemde Sektördeki paydaş derneklerle ilişkilerimizi geliştirmek istiyoruz. Fakat biz her zaman yetkili satıcının tarafında olacağız. Sektörde ana ilke kazan-kazan'dır. Bunun inşa edilmesi, bunun adil bir şekilde gerçekleşmesi için gayret edeceğiz. Rekabetin yoğun olarak yaşandığı, ciroların arttığı, karların minimize olduğu sektörümüzde OYDER olarak rekabet sisteminin sorgulanması ve karlılığın artırılması konularına odaklanmak istiyoruz.

Yetkili Satıcılara kâğıt üzerinde baktığımız zaman çok güçlü gözüküyorlar. Toplam pazarın hacminden sağlayıcı firmaların kendi perakende şirketlerini ayırdığımız zaman satışların yüzde 90'ını yetkili satıcılar yani aile şirketleri olarak bizler gerçekleştiriyoruz. Ben bunu önemli bir güç ve risk olarak değerlendiriyorum. Otomotiv Sektörün genel sıkıntısı ekonomik konjüktürden çok çabuk etkilenen bir yapısı olmasıdır. Ekonomideki küçük dalgalanmalar bile satışları ve dolayısıyla Yetkili satıcıları çok ciddi etkilemektedir. Otomobil satılmak insanların hayatındaki en önemli alışverişlerden biridir. Ekonomik gelişmeler bu durumu tetikler, ya ötelere ya da alışverişini hızlandırır.

Ben yetkili satıcıları distirübütörlerin en büyük müşterisi olarak görüyorum.

Müşteri" hak eden" demektir, müşteri en iyiyi ister. Gönlümüz ister ki yetkili satıcılık sürekli kar eden, karını yatırıma çeviren, markasına ve müşterisine daha iyi hizmet veren, dolayısı ile güvenle yoluna devam eden bir müessese olsun.

Geçmişte araç ticareti 200-300 metrekairelik showroumlarda yapılıyordu. Dolayısıyla genel giderler makuldü. Bugün dünyanın odaklandığı müşteri memnuniyeti, kalite gibi kavramlar mevcut değildi. Pazarın hacmi daha dar ve rekabet yok denecek kadar azdı. Yetkili satıcılık kavramı ufak bir ticareti simgeliyordu. Fakat günümüzde ticaretin ve rekabetin boyutları değişti. Her biri en az 3-5 bin metrekairelik plazalarda, markaların standartlarına uygun yapılan yatırımlarla bizler çok büyük işletmeler haline dönüştük. Bütün bunları sağlayıcı firmaların ürettiği ve ithal ettiği ürünleri son kullanıcıya

ulaştırmak adına yapıyoruz. Aslında buna bir nevi taşeronluk denilebilir. Bu işi yaparken verimli olmamız için mutlaka karlı da olmamız gerekiyor.

Karlılık konusu Yetkili Satıcılık müessesinin kaynağıdır.

Yetkili satıcılık sisteminin devlete katkısını nasıl görüyorsunuz ?

Türkiye deki en yasal sektörlerinden birisi otomotivdir. Ekonomideki ana kurallardan biri kötü para iyi parayı kovar. Yetkili Satıcılar olarak biz iyi parayı temsil ediyoruz. Devlete vergimizi ödüyoruz. Devletin en kolay vergi tahsilatı yaptığı sektörüz. Devlet önce vergiyi tahsil ediyor sonra aracın ruhsatını veriyor. Bu yüzden sektörde herhangi bir kaçak mevcut değildir. Sektörün muhasebesel olarak da riskleri yoktur. Bir otomobil giriyor, bir otomobil çıkıyor. Bu Japonların "çek al" dedikleri sisteme benziyor, stoksuz, alacakların ertelenmediği temiz bir sistem.

İstihdam olarak da baktığımız zaman yaklaşık 1000 yetkili satıcıda ortalama 50 kişi çalıştığını düşünürseniz, 50 bin kişilik bir istihdamı temsil ediyoruz. Bizim kendi şirketlerimizde iç paydaşlarımızı da kattığımızda ortalama 70 bin kişilik insanı kucaklıyoruz. Ülkemizde bir ailenin 4 kişiden oluştuğunu düşünürseniz. Yaklaşık 280 bin kişilik bir aileyiz. Bu bize gerçekten gurur veriyor.

Mesleğinizi nasıl adlandırmak istersiniz ?

Sektörün bu derece yasal olmasına rağmen, her türlü sorumluluğu yerine getiren yetkili satıcılar olarak tüketici ile sağlayıcı ile sıkışmış durumdayız. Paydaşlarımızdan sağlayıcılar üretim ya da ithalat yoluyla bu ülkeye bir katma değer sağlayarak bir ürünü piyasaya sürüyorlar. Eğer arz talebin üzerinde olur ise piyasa koşullarını Müşteriler belirliyor, yani aslında ideal rekabet ortamı oluşuyor. Fakat Türkiye de maalesses arz fazlası rekabeti haksız rekabete dönüştürerek yetkili satıcıları zarar eder duruma düşürüyor. Bu gelişme bizi fazlasıyla endişelendiriyor.

Bize mesleğinizi nasıl adlandırmak istersiniz diye sorulduğunda "otomotivci" demek istiyoruz. Araç ticaretinin ve yetkili satıcılığın bir meslek olarak algılanmasını istiyoruz. Bu algı için bir süreklilik ve istikrar olması daha da önemlisi olan ve yeterli düzeyde bir karlılık olması gerekiyor. Aslında biz araç ticaretini çok seviyoruz ancak arada sıkışmış bir sektör temsilcisi olarak her günümüzü hep bir endişe ve korku içinde geçiriyoruz.

Elbette ticarete riskler olacaktır. Ekonomik gelişmeler her sektörde yarınları güvensiz bakmayı gerektiriyor. Artık dünyada da ticaretin tanımını yeniden yazılıyor, Kurallar ve oyunlar değişiyor, Kar marjları değişiyor. Bizlerin önce bu değişim ve gelişmelere hızla entegre olmamız gerekiyor. Bu değişime adaptasyonu sağlamak için meslek grubu olarak bu durumu kabullenmiş ve hazmetmiş olmamız gerekiyor. Bu gelişmelerle ilgili tüm detaylara hakim olmak durumun-



dayız. Sağlayıcı firmalarımızın, Hiçbir markasal beklentisi olmadan, bunun bir süreklilik olacağı kabulü içerisinde bizlere bunları çok iyi anlatıyor olmaları lazım. Eşitlik ve adalet içerisinde davranmaları lazım.

Kısa gün beklentileri bir kenara bırakarak birlikte kazan-kazan formülü nasıl işleyebilir buna göre davranmaları lazım. İşte OYDER tam bu noktada devreye giriyor. Biz bir sivil toplum örgütü olarak bir yaptırım içerisinde olmayı düşünmüyoruz, bundan sonraki ana hedeflerimizden birisi de çok iyi bir danışman olmak. Yani yaptırımcı bir dernek değil, gelecekle ilgili her türlü misyonu ve vizyonu aktarabilecek, danışmanlık ve rehberlik görevi yapan bir oluşum içinde olmayı tercih ediyoruz.

Ülkemizin bazı avantajları var, insanımız ticarete ileri derecede yeterlilik kazandı. Son 28 yıldır sektörün içinde bizzat yer almış biri olarak 10'a yakın ekonomik kriz yaşadım. Her bir kriz bir tokat gibi gelmekle beraber bizi iyice eğitti ve güçlendirdi. Bundan sonra gelebilecek krizlere de artık hazır hale geldik. Fakat gönlümüzden geçen artık krizler olmasın bizler daha sağlıklı ve geleceğe doğru emin adımlarla ilerleyelim.

Sizce Öngörülerini paylaşmak ne kadar önemli?

Türkiye Dünyadaki gelişmelerden önemli şekilde etkileniyor. Belirli sektörler bu gelişmelere göre pozisyon alıyor. Otomotiv yetkili satıcılık teşkilatı bu gelişmelerden çok ciddi şekilde etkileniyor. Türkiye otomobil ithalatının büyük çoğunluğunu Avrupa ve Uzak doğudan gerçekleştiriyor. Son iki yıldır yaşanan ve hala devam eden küresel kriz ortamında bizler Avrupa'da yaşananların ortalama üç yıl içerisinde ülkemizde

yaşanacağını görüyoruz. Böyle bakıldığında şu an şanslıyız. Şu an Avrupa'da yaşananlara önlem almak için henüz üç yıl vaktimiz var. Bizim OYDER olarak yapmamız gereken günümüzde Almanya, Fransa ve İspanya'da yaşanan olumlu ve olumsuz gelişmeleri yetkili satıcılara anlatarak onların önlem almalarını ve proje geliştirmelerini sağlamaktır. Başka bir deyişle bizim yapmak istediğimiz yetkili satıcıların dünyadaki sektörel değişimlere ayak uydurmalarını sağlamaktır.

Sizce Yetkili satıcılık değer zincirinin neresinde?

Literatürde hep şu söylenir: "biz aynı geminin içerisindeyiz". "Bizler iş ortağıyız" Fakat bu nereye kadar doğrudur? Kar'a Zarar'a ve risklere bakıldığında kendi içlerinde bir denge var ise "ortaklık" kelimesine yüzde yüz katılıyorum. Ama taraflardan biri kazanıp biri kaybediyorsa buradaki "ortaklık" kelimesi sadece lügat ta kalıyor. Ben yetkili satıcıları distribütörlerin en büyük müşterisi olarak görüyorum.

Müşteri" hak eden" demektir, müşteri en iyiyi

ister. Gönlümüz ister ki yetkili satıcılık sürekli kar eden, karını yatırıma çeviren, markasına ve müşterisine daha iyi hizmet veren, dolayısı ile güvenle yoluna devam eden bir müessese olsun.

Bundan iki yıl önce gerçekleştirdiğimiz OYDER Paneli'nde yüzde bir karlılık marjlarına alışın denildiğinde bu söylem hayretle karşılanmıştı. Şimdi ne oldu? O gün söylenenler bu günün maalesef gerçeği oldu. Demek ki bazı değişimler önceden öngörülebiliyor.

Artık Avrupa ya bakarak oradaki gelişmelerden kendimize göre ders çıkartacak mekanizmaları oluşturmamız gerekiyor. Bu gelişmeler neticesinde bazı yetkili satıcılıklar kapanabilir, Yeni kar merkezleri oluşabilir. Blok Muafiyetinin getirdiği kurlar ile beraber yeni birleşmeler veya büyük satın almalar olabilir. Sektörden bazı Ana firmaların çekilmesi söz konusu olabilir. Yeni oyuncular devreye girebilir. Önemli olan bu işi yapanların işlerini optimum sermaye ile gerçekleştirmeleridir.

Karlılık ve verimlilik te derinlik oluşmadı mı?

Oyunun kuralları değişiyor diyoruz. Karlılık, verimlilik de derinlik oluşmadı dediğimizde herkes bunu üzerine alınıp biraz düşünmeli. Dört, beş yıl önce bunları da konuşuyorduk, Blok Muafiyeti ile beraber genel giderlerin ve eğitim masraflarının artacağı, giderlerin artarken gelirlerin azalacağı konuşuluyordu. Bütün bunlar hep gündemimizdeydi, bugün konuştuklarımızı da yarın yaşayacağız.

Sigorta firmalarının baskıları giderek artıyor. Buna kızabilir misiniz? ya da tedbir alabilir misiniz? Fakat ticareti daha etik kurallar ile yapmamız gerekiyor, ticaretin her bir noktasını

OYDER'DE YENİ DÖNEM >>>

legal hale getirmek çok önemli bir zorunluluk. Yoksa haksız rekabet oluşuyor. Bu da iyi niyetle çalışan, dürüst çalışan, işi yapan ve devletin yanında duran insanları mağdur hale getiriyor. Yani kötü para iyi parayı kovar hale geliyor.

Rekabet Kurulunun Peugeot bayileri ile ilgili almış olduğu karar hakkında ne düşünüyorsunuz?

Blok muafiyetinin Türkiye de devreye girmesi sürecinde rekabet kurulu ve OYDER 5 bölgede Yetkili satıcılara bilgi akışı sağlamıştır. Dolayısıyla Rekabet Kurulu OYDER in yakından tanıdığı ve birlikte çalıştığı bir kurumdur.

Her zaman bahsettiğim gibi otomotiv sektörünün yetkili satıcı ayağında ciddi bir karsızlık söz konusu, burada haksız rekabeti kar etmemek olarak tanımlayabiliriz.



Peugeot bayileri ile ilgili rekabet kurulunun verdiği kararda sanki Peugeot bayileri haksız bir gelir elde etmiş görüntüsü ortaya çıkıyor. Hâlbuki Peugeot bayileri kendi aralarında fiyat birlikteliği esasına değil sağlayıcı firma ile aralarındaki kar maksimizasyonu için birliktelik yapmışlardı.

Devletin bir kurumunun almış olduğu karara saygı göstermek zorundayız. Zaten bu süreç devam etmektedir, bundan dolayı fazla bir açıklama yapmanın doğru olduğunu düşünmüyorum.

Ancak bir Peugeot yetkili satıcısı olarak verilen cezaları ağır buluyor ve sektördeki yetkili satıcılık karlılıklarıyla doğru orantılı olduğunu söyleyemiyorum.

Umarım gelecek günlerde bu konu rekabet kurulu tarafında daha gerçekçi algılanır ve daha sağlıklı gelişir.

ÖTV farklarının yetkili satıcılardan tahsil edilmesi konusunda ne düşünüyorsunuz ?

ÖTV farkları konusunda sıkıntı halen devam etmektedir. Bunu OYDER başkanı ve bir yetkili satıcı olarak anlayabilmiş değilim.

Hukuksal olarak bakıldığında ÖTV beyannamelerinin üzerindeki sorumluluk yetkili satıcıya aittir. Fakat olayda yetkili satıcının hiçbir sorumluluğu ve kabahati bulunmamaktadır. Çünkü ÖTV farkları ile ilgili cezaya sebep olan yetkili satıcıların sağlayıcı firmaların tavsiye edilen liste fiyatlarını uygulayarak satış yapmalarıdır. Yetkili satıcının inisiyatifi dışında gelişen genel bir maliye uygulaması sebebiyle yetkili satıcıları cezalandırmayı anlamakta güçlük çekiyorum ve kişisel olarak bunu etik bulmuyorum.

Bu konu ile ilgili, hem devlet hem de sağlayıcıların nezdinde girişimlerde bulunduk. Bütün taraflar konunun Yetkili Satıcılıkla ilgili olmadığı konusunda mutabıklar. Ancak, hukuki prosedür maalesef cezanın Yetkili Satıcılar tarafından ödemesini zorunlu kılmıştır.

Devletimizde sadece ana parayı talep ederek olabilecek desteği sağlamıştır.

Bu vesile ile görüşlerimizi ayrı ayrı aktardığımız sağlayıcı firmalarımızın da aynı yaklaşımı göstereceklerinden şüphe duymuyorum.

Umarım devletin kurumlarıyla bundan sonra hukuksal anlamda böyle bir sorun yaşamayız. >>>



200

SİZ
ONU SATIN
ALIRSINIZ



O, SIZE SAHİP
OLUR



iPhone'unuzla
RCZ'in tadını çıkarın
RCZ uygulamasını
App Store'dan ücretsiz
indirebilirsiniz.

PEUGEOT YAKIYASIZ TOTAL

Peugeot Müşteri İlgileri (0216) 579 94 44

PEUGEOT
ASSISTANCE

PEUGEOT
FINANS

* RCZ Yearling 1.6 THP 156 hp otomatik modelin ortalama CO₂ emisyon değeri 168 g/km,
şehir dışı yakıt tüketimi 5.5 lt/100 km'dir. İlanda yer alan fotoğraf ve ekipmanlar Türkiye ürün gamındaki araçlardan farklılık gösterebilir.

www.peugeot.com.tr

THE MOST BEAUTIFUL CAR OF THE YEAR 2009



20th INTERNATIONAL AUTOMOBILE DESIGN AWARDS



reddot design award
best of the best 2010

YENİ PEUGEOT RCZ

PEUGEOT RCZ: SIRA DIŞI

Peugeot mühendislerinin ve tasarımcılarının müthiş iş birliği, bir rüya otomobili hayata geçirdi. Sonuç RCZ, markanın eşi ve benzeri olmayan özel otomobili. Peugeot RCZ, 25. Uluslararası Otomotiv Festival'i süresince otomobil severler tarafından "2009 yılının en güzel aracı" seçildi. Sıra dışı tasarımıyla RCZ, Reddot 2010 En iyi tasarım ödülüne de layık görüldü. Şimdi soru şu: Dünya sıra dışı tasarımıyla RCZ'i ödüllendiriyor, siz kendinizi ne ile ödüllendireceksiniz?



PEUGEOT
MOTION & EMOTION



OYDER'de yeni yönetim kurulu seçildi

Otomotiv Yetkili
Satıcıları Derneği
(OYDER) Olağan Genel
Kurulu'nda
yeni Yönetim Kurulu
belirlendi.

TOBB Plaza'da 29 Nisan
2010 Perşembe günü
gerçekleştirilen Genel
Kurul toplantısında,
H. Şükrü ILISAL (Efe
Otomotiv Pazarlama
A.Ş.) OYDER Yönetim
Kurulu Başkanı seçildi.



OYDER YÖNETİM KURULU

İSİM	GÖREV	TEMSİL EDİLEN MARKALAR	YETKİLİ SATICI ÜNVANI
H.ŞÜKRÜ ILISAL	Yönetim Kurulu Başkanı	PEUGEOT	EFE OTOMOTİV PAZARLAMA A.Ş.
VEDAT İNCİROĞLU	Yönetim Kurulu Başkan Vekili	FIAT, OPEL, CHEVROLET, KIA, HONDA, PEUGEOT	İNCİROĞLU OTOM. SAN. TİC. LTD. ŞTİ.
TEVFİK AKBAK	Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı (Devlet-Kamu İlişkileri)	HYUNDAI, RENAULT	AKBAK TURİZM SAN. VE TİC. AŞ
MEHMET SAĞIROĞLU	Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı (Sağlayıcılar İlişkileri)	VW, AUDI, SEAT, SCANIA, CITROEN	ÖZ-SA OTOMOTİV SAN. VE TİC. A.Ş.
MURAT ŞAHSUVAROĞLU	Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı (Teşkilatla İlişkiler)	FORD, MAZDA	ŞAHSUVAROĞLU OTOMOTİV TİC.
MURAT MUTLU	Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı ve Muhasip Üye, (Muhasebe-Medya İlişkileri)	HONDA	MUTLUHAN KONUT END. VE İŞL. LTD.ŞTİ. .
AYTEKİN YILDIRICI	Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı (Sponsor-Tedarik İlişkileri)	TOYOTA	DERİNDERE TURİZM OTOMOTİV SAN. VE TİC. A.Ş.
DEMİRHAN DİNÇ	Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı (Dış İlişkiler)	FIAT	KIRMAK OTO TİC.A.Ş.
YILDIRIM UÇAR	Yönetim Kurulu Üyesi	HYUNDAI	UÇAR OTOMOTİV TURİZM SAN.VE TİC.A.Ş.
MUSTAFA MEHMETOĞLU	Yönetim Kurulu Üyesi	PEUGEOT	MEPA OTOMOTİV VE İNŞ. SAN. TİC.LTD. ŞTİ.
NACİ EFE	Yönetim Kurulu Üyesi	HONDA, SKODA, SEAT, PEUGEOT	EFE MOTORLU ARAÇLAR A.Ş
VEDAT GİZER	Yönetim Kurulu Üyesi	FORD	GİZERLER OTO. MOTORLU ARAÇLAR
CİHAN DİNÇER	Yönetim Kurulu Üyesi	OPEL CHEVROLET	ODAK PAZ. İHR.İTH.MÜM.A.Ş.
RUHAN ÖZÖN	Yönetim Kurulu Üyesi	VW, AUDI, SEAT	ÖZÖN PETROL, PET. ÜRN. VE OTOM.TİC. PAZ. TRZM. NAKL. TAAH. LTD. ŞTİ
HALEF GÜNAY	Yönetim Kurulu Üyesi	FIAT, PEUGEOT	GÜNAY OTOMOTİV İNŞ. İTH.İ HR. VE TİC. LTD.ŞTİ.
ZEYNEP FİDAN SOYSAL	Yönetim Kurulu Üyesi	FIAT, RENAULT	FAZ OTOMOTİV LTD. ŞTİ.
ÖNDER CİDER	Yönetim Kurulu Üyesi	FORD, VOLVO, PEUGEOT, CITROEN, OPEL, CHEVROLET, RENAULT TR.	ARKAS OTOMOTİV SERVİS VE TİC. A.Ş.
MURAT GÜRÜNLÜ	Yönetim Kurulu Üyesi	CITROEN, SUBARU	BAYTUR MOTORLU VASITALAR TİC. A.Ş.
SEYRA TOPRAK	Yönetim Kurulu Üyesi	VW	UZAY OTO A.Ş.
TAMER ATSAN	Genel Sekreter		

OYDER DENETLEME KURULU			
İSİM	GÖREV	TEMSİL EDİLEN MARKALAR	YETKİLİ SATICI ÜNVANI
MEHMET MANİSALI	Denetleme Kurulu Üyesi	VW	BATI OTO. TRZM.TİC. VE SAN. LTD.ŞTİ
SİNAN SEMERCİ	Denetleme Kurulu Üyesi	MITSUBISHI	MAR OTO TİC A.Ş.
YILDIRIM DAĞITMAÇ	Denetleme Kurulu Üyesi	PEUGEOT	YILDIRIM OTO. SAN.VE TİC.LTD.ŞTİ.

OYDER YÖNETİM KURULU YEDEK ÜYELERİ		
İSİM	TEMSİL EDİLEN MARKALAR	YETKİLİ SATICI ÜNVANI
ABDURRAHMAN SARI	CITROEN	GÜN-LAS OTO. GÜNEY LAS. VE MOT.ARÇ. TIC. VE SERV. HIZM. LTD. ŞTİ.
ALİ BAYRAM	PEUGEOT	BAYRAM OTOM.TIC.SERV.HIZ.VE İNŞ.LTD.ŞTİ.
AYHAN ELMAS	HYUNDAI	ELMAS OTOMOTIV İNŞ.SAN.VE TIC.LTD.ŞTİ.
BÜLENT ŞENER	PEUGEOT	ŞANÇELİK OTOMOTIV MAK.SAN. VE TIC.LTD.ŞTİ.
HÜSEYİN KIŞ	HYUNDAI	DERYA OTOMOTIV, AKARYAKIT, TAŞ. SAN.VE TIC.A.Ş.
İLKER OĞAN	TOYOTA	TOYOTA PLAZA SONKAR
MEHMET ALİ AKKALAY	CITROEN	ALSANCAK OTO İNŞ.SAN.VE TIC.LTD.ŞTİ.
MEHMET TARHAN	NISSAN	TARHANLAR OTOMOTIV SAN.VE TIC.A.Ş.
MURAT ZABUN	PEUGEOT	ZABUNOĞLU OTOMOTIV SAN. TİC. A.Ş.
MUSTAFA ÜNAL	FORD	HELVACIOĞLU PAZ.TİC.A.Ş.
NEZİR BAŞ	RENAULT	NEZİR BAŞ MOT. ARAÇLAR
NİZAMETTİN UĞURLU	FIAT	ALİ UĞURLU MOTORLU ARAÇLAR PAZ.A.Ş.
OKTAY MERSİN	RENAULT	SADIKOĞULLARI OTOM.PET.TUR.SAN.TİC.LTD.ŞTİ.
RECEP ASAL	NISSAN	ASAL OTOMOTİV SAN.VE TİC.LTD.ŞTİ.
SİMGE BAŞ	MITSUBISHI	TEKBAŞ TİCARİ ARAÇLAR PAZ.SAN.TİC.LTD.ŞTİ.
ŞEMSİ DURDU	HYUNDAI	SİMGE MOT.ARÇ.SAN.TİC.LTD.ŞTİ.
TUNCAY PAŞALI	VW	AVEK OTOMOTİV SERVİS SAN.TİC.A.Ş.
UĞUR YALÇINKAYA	FORD	KENT OTO. SAN. VE DİŞ TİC. LTD.ŞTİ.
VELİ DOĞAN	VW	OPAT OTO. İNŞ. ELKT. TUR.GIDA PAZ. SAN VE TİC.LTD.ŞTİ.
OYDER DENETLEME KURULU YEDEK ÜYELERİ		
BÜLENT TEYMUR	OPEL	TEYMUR OTOMOTIV ENDÜSTRİ A.Ş.
TEMEL BAYKARA	PEUGEOT	BAYKARALAR OTO. SAN VE TİC LTD.ŞTİ.
HAKAN ULUKAŞ	PROTON	ULUKAR OTOMOTİV A.Ş.



Tüm otomotiv yetkili satıcılarını her türlü ulusal ve uluslararası platformlarda; Temsil eden, Haklarını koruyan, Sektörle ilgili gelişmelerde gündem belirleyen, Sektörel konularda söz sahibi olan, etkin bir sivil toplum örgütü olma vizyonuyla yeni yönetim kurulu göreve seçildi.

OYDER neler yapıyor?





OYDER' Yönetim Kurulu'nun ilk geniş kapsamlı çalıştırı 10 - 11 Haziran 2010 tarihleri arasında İstanbul Divan Asia Oteli'nde gerçekleştirildi.



OYDER sektördeki temsil gücünü artırıyor

OYDER Yönetim Kurulu Başkanı H. Şükrü İlsal, Türkiye Otomotiv Ticaret Meclisi Başkan Yardımcılığına seçildi.

Türkiye Otomotiv Ticaret Meclisi'nde yapılan Başkanlık Divanı seçimlerinde Meclis Başkanlığına; Mermerler Şirketler Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Yüksel Mermer, Başkan Yardımcılıklarına Otomotiv Yetkili Satıcılar Derneği (OYDER) Yönetim Kurulu Başkanı Şükrü İlsal ve Asır Otomotiv İnşaat Turizm Yatırım Tic. Ltd. Şti. sahibi Mustafa Karayılan seçildi.

Yeni dönem çalışma yöntemleri ve ilkelerinin de belirlendiği toplantıda, sektörün karşılaştığı sorunlar ve çözüm önerileri genel hatları ile sıralandı ve çalışmaların nasıl yapılacağı konusunda değerlendirmeler yapıldı.

Meclis üyeleri, satılan araçlara plaka verilme sürelerinin uzunluğuna dikkat çekerken, müşteriler için bu bekleme sürelerinin, sıkıntı yarattığına vurgu yaptılar. Toplantıda, sektörün vergilerle ilgili sorunları ve çözüm öneri de müzakere edildi.



Tamer Atsan, OYDER Genel Sekreteri olarak atandı

1963 İstanbul doğumlu olan Tamer ATSAN Yıldız Teknik Üniversitesi Makine Mühendisliği ve İstanbul Üniversitesi İşletme İktisadi mezunudur. Toplam 23 yıllık iş hayatının tamamını otomotiv sektöründe geçiren Atsan sırası ile Oyak Renault oto fabrikaları A.Ş. de Satın alma grup müdürlüğü, Renault MAİS A.Ş.'de satış sonrası Direktörlüğü, K.Tepretoğulları A.Ş. de Genel Müdürlük ve Citroen Baylas Oto A.Ş. de Genel Müdür yardımcılığı görevleri yapmıştır.

Fransızca ve İngilizce bilen Atsan evli ve iki kız çocuğu babasıdır..

OYDER'in üyeleri CRM ile rekabet gücünü artırıyor

CRM programımız aşağıda yer alan ana başlıklar altında tasarlanmıştır.

1-Öncelikle programımız web tabanlı olup internetin olduğu her yerden erişim mümkün olabilecek şekilde ayarlanmıştır ve gerek veritabanı gerekse görsel anlamda gelişime açık olmak üzere uçları açık bırakılmıştır.

2- Programımız Türkiye genelinde Otomotiv sektöründe ana bayi /şube olarak faaliyet gösteren tüm satış noktalarını ve bu noktalara ait iletişim - OYDER ilişkiler - satış/servis (3s,2s) - Temsil edilen marka/markalar bilgilerini barındırmaktadır.

3-OYDER ve OYDER'in etkinliği üzerine tasarlanmış bir CRM programı olduğu için aidat ve aidat toplanma etkinliğini artıracak bir takım tahsilat (kredi kartı ile) opsiyonlarını içermektedir.

4-Raporlama modülümüzde şu anda aşağıda yer alan başlıklarda rapor alınabilmektedir.

- Türkiye çapında ve İl bazında Ana bayi ve şube bilgileri raporu
- Türkiye çapında ve İl bazında marka ve yetkili satıcılar raporu
- Türkiye çapında ve İl bazında 2s-3s raporu
- Aidat Raporu (ödemeler tarih dağılımlı)
- Temsil edilen marka bazında rapor
- Marka bazında ana bayi-şubeler raporu
- Türkiye çapında ve il bazında personel raporu
- Türkiye çapında ve marka bazında personel yaş grubu raporu
- Ciro raporu
- Marka bazında istatistiksel raporlar

OYDER'in yeni yönetim kurulu başkan yardımcıları



VEDAT İNCİROĞLU

OYDER Yönetim Kurulu Başkan Vekili
İNCİROĞLU OTOM. SAN. TİC. LTD. ŞTİ.

Vedat İnciroğlu 1961 yılında Sivas'ın Şarkışla ilçesinde doğdu. Evli ve 3 çocuk babası olan Vedat İnciroğlu öğrenimini tamamladıktan sonra ticaretin başkenti Kayseri'ye yerleşti. Aile bireyleri ile birlikte gıda ve perakende sektöründe ticari faaliyet gösteren İnciroğlu, 1985 yılında otomotiv sektörüne ilk adımını atarak, bireysel olarak ikinci el otomotiv, sıfır spot ve ithal lüks araçlar üzerine çalışmalar yaptı. Dünya markalarıyla yetkili satıcılık tesis etmek üzere ilk şirketi olan İNCİROĞLU OTOMOTİV SAN ve TİC.LTD.ŞTİ.'yi kurdu. Bugün ise 30.000 m²'si kapalı olmak üzere toplam 72 bin m² de, 4 ayrı lokasyonda 7 otomotiv markası, 7 sigorta acenteliği, kurumsal ikinci el operasyonu ve otomotiv ek ürünleri temsilcilikleriyle bölgede büyük bir istihdam ve katma değer yaratmakta, faaliyetlerini sahip olduğu çeyrek asırlık tecrübe ve yetkinlikle, In Group çatısı altında, 3 anonim şirket ve 1 limited şirket üzerinden yürütmektedir. Yoğun ısı temposuna rağmen sosyal ve sektörel etkinliklerde yer almayı görev edinen ve hobilerine zaman ayırmaya özen gösteren İnciroğlu aynı zamanda kayak ve deniz tutkunudur.



MEHMET SAĞIROĞLU

OYDER Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı
ÖZ-SA OTOMOTİV SAN. VE TİC. A.Ş

05 Aralık 1951 yılında Kayseri de doğdu. İlk ve Orta öğrenimi Kayseri de bitirdikten sonra, lise öğrenimini İstanbul Kabataş Erkek Lisesinde .1969 – 1974 yılları arasında İstanbul Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesinde Yüksek Öğrenimini tamamlamıştır. Uzun yıllar mesleği ile ilgili mimarlık, inşaat ve taahhüt işleri ile uğraşırken 1995 yılında otomotiv sektörüne girmiştir. VW – AUDİ – SEAT markalarının Kayseri Bayisi ÖzSa Otomotiv'in; Scania – Krone – Meiller markalarının Kayseri Bayisi Sağiroğlu Otomotiv'in; Citroen markasının bayisi Ersan Otomotiv'in Yönetim Kurulu Başkanlığını yapmaktadır. Ayrıca inşaat, inşaat ekipmanları, orman ürünleri ve özel öğretim alanlarında da faaliyet göstermektedir. 2004 yılından beri OYD yönetim kurulu üyesi, OYDER in kuruluş aşamasında başkanlık görevini de ifa eden ve halen OYDER başkan yardımcılığı görevini yürüten Mehmet SAĞIROĞLU, evli ve 2 çocuk babasıdır.



TEVFİK AKBAK

OYDER Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı
AKBAK TUR.SAN VE TİC.A.Ş.

Tevfik Akbak 21 Ekim 1956 Çankırı doğumludur. İlk ve orta tahsilini Ilgaz'da, Ticaret Lisesi'ni Bolu'da tamamladı. 1978 yılında Gazi Üniversitesi İşletme Bölümü'nü bitirdi. Okul sonrası 1990 yılına kadar Ilgaz'da akaryakıt, beyaz eşya, nakliye ve inşaat malzemesi ticaretiyle uğraşan Tefik Akbak, askerliği sonrası 1984-1991 yılları arasında Ilgaz'da Belediye Meclis Üyesi, Çankırı MÜSİAD üyesi, sosyal içerikli dernek ve vakıf yönetimlerinde görev yaptı. 1991 yılında Ankara'da otomobil ticaretine Hyundai Bayisi olarak adım attı. 2002-2008 yılları arasında Çankırı Milletvekili olarak TBMM'de görev yaptı. 2009 yılında Renault bayiliğini de şirkete bünyesine kattı. Otomotiv ticaretini yönetim kurulu başkanı olduğu bir aile şirketi olan Akbak Tur. San. ve Tic. A.Ş. bünyesinde Ankara'da, akaryakıt ticaretini Akpet Akaryakıt Tic. Ltd. Şti. ünvanıyla Çankırı Ilgaz'da sürdürmektedir. Tefik Akbak evli ve 3 çocuk babasıdır.



MURAT MUTLU

OYDER Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı
MUTLUHAN ŞİRKETLER GRUBU

Murat Mutlu, 1973'de İstanbul'da doğdu. Orta öğreniminden sonra dil eğitimi için ABD'ye gitti. 2003 yılında Yeditepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nden mezun oldu. Aile şirketi olan Mutluhan Şirketler Grubu'nda Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı olarak çalışma hayatına atıldı. Gruba ait şirketler; inşaat, otomotiv, motosiklet, sigortacılık, reklam ajansı, turizm ve son olarak Yüksel Seramik markasını satın alarak seramik sektöründe de faaliyet göstermektedir. Halen Maltepe E-5 üzerinde beş yıldızlı bir otel inşaatı devam etmekte ve 2011 sonlarında hizmete açılması planlanmaktadır. 2007 yılından itibaren grubun otomotiv alanında tek sorumlusu olarak iş hayatına devam eden Murat Mutlu, evli ve 3 çocuk babasıdır. Bir motosiklet tutkunu olan Murat Mutlu, her Türk müteşebbisinin misyonunda olması gereken istihdamı artırıcı yatırımlar yapmak ve milli geliri yükseltecek, özellikle de ihracatı artıracak yatırımlar gerçekleştirmesi olması gerektiğine inanıyor. Bu alanda her geçen yıl Mutluhan Şirketler Grubu'nun sağladığı istihdamı artırarak, yıllık ihracat rakamlarımızı yükselterek milli ekonomiye katkı sağladığını ifade ediyor.



MURAT ŞAHSUVAROĞLU

OYDER Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı

ŞAHSUVAROĞLU OTOMOTİV Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı ve Genel Müdürü

1 Ocak 1974 yılında Erzurum ilinin Horasan ilçesine bağlı Azap köyünde dünyaya gelen Murat Şahsuvaroğlu ticaret hayatına 15 yaşında dedesinin ve babasının izinden giderek o tarihte Erzurum ve havalisinde Ford araç ve yedek parçalarını pazarlayan aile şirketi; Azaplı ticarete başlamıştır. Bir yandan öğrenimini de sürdüren Murat Şahsuvaroğlu ailenin İstanbul'a göç edip ufkunu büyütmesi ve Maltepe - Gülsuyunda Ford yetkili servis ve bayiliğini tesis etmesini takiben ticari faaliyetlerini aynı çatı altında sürdürmüştür. Yüksek öğrenimini İngiltere'de tamamlayan Şahsuvaroğlu halen Maltepe Üniversitesi İç Mimarlık öğrencisidir. Şahsuvaroğlu Yönetim Kurulu Başkan Yardımcılığı görevinin yanı sıra Şahsuvaroğlu Otomotiv Genel Müdürlüğünü de sürdüren Sn. Murat Şahsuvaroğlu grubun turizm sektörüne girmesine ön ayak olmuş ve bu amaç ile Marmara - Budapeşte/Macaristan ve Divan Asia - İstanbul namaları altında iki şehir otelini 2010 yılı başında faaliyete sokup grup bünyesine katmıştır. Ayrıca Same Deutz patent'i ile imalat, ithalat ve ihracat yapan Şahsuvaroğlu Tarım A.Ş.'nin başkan yardımcısı unvanını taşıyan Şahsuvaroğlu Balıkesir/Gönen'de 160 bin m² arazi üzerine kurulu üretim tesislerinde giderek artan yerleştirme oranı ile Same marka traktör ve tarım araçları üretmekte ve tüm Türkiye'ye yayılan bayi ağı aracılığı ile bu traktörleri pazarlamaktadır. Evli ve iki çocuk sahibi olan Sn. Şahsuvaroğlu iyi derecede İngilizce bilmektedir.



AYTEKİNHAN YILDIRICI

OYDER Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı

DERİNDERE OTOMOTİV Yönetim Kurulu Murahhas Üyesi / CEO

09 Şubat 1957 İstanbul doğumlu olan Aytekinhan YILDIRICI bir yandan eğitim hayatını sürdürürken, diğer yandan da zorunlu nedenlere 13 yaşından itibaren iş yaşamına adım attı. 1975 yılında Esin Şirketler Topluluğu bünyesine katıldı. 1976 yılında Europcar'ın Türkiye'ye gelmesini takiben oto kiralama alanında çalışmaya başladı. Yaklaşık 23 yıl süre ile Esin Turizm A.Ş. - Europcar'da, Numan ESİN, Hüseyin KURTOĞULLARI ve Bahattin YÜCEL gibi ustalarla, ülkemizdeki oto kiralama işinin gelişimine paralel olarak her ölçekte, açılan her ofiste ve nerdeyse her kademedede görev yaptı.

1988 yılında, Türkiye'de belki de ilk sayılabilecek filo kiralama işini geliştirebilmek için çok uğraştı ancak o günün şartlarında istenilen netice alınamadı. 1994 yılında ülke dışındaki örneklerden esinlenerek gerçek maddada Filo Araç Kiralama ile daha da yakından ilgilendi, bu alanda gelişimi sağlayacak önemli girişimlerde bulundu, ancak mensubu olduğu Esin Turizm A.Ş. - Europcar bünyesinde buna muvaffak olamadı. 1998 yılında projelerine destek veren Derindere Ailesi'nin iş teklifini kabul etti. Onüç yıldan bu yana Derindere Çatısı altında Toyota Bayiliği ve Filo Kiralama alanlarında çalışmalarını sürdürmekte, Yönetim Kurulu Murahhas Üyesi / CEO olarak görev yapmaktadır.

Geride kalan bu süreç içerisinde, 2003 yılının sonunda Esas Holding ve Derindere ile ortak olarak, Ticari Araç Kiralama alanında faaliyette bulunan DESAS A.Ş. - Renty firmasını kurdu. Çok kısa sürede tahminlerinde ötesinde bir başarı elde ederek gelişen ve 3.520 adet araçlık bir filoya ulaşan bu şirketin % 100 hisselerini TII unvanlı Kuveytli yatırım gurubuna satarak farklı bir alanda da tecrübe edinmiş oldu.

Yaklaşık dört yıldan bu yana TOKKDER Yönetim Kurulu Üyeliği görevini de sürdürmekte olan Aytekinhan YILDIRICI evli ve bir erkek çocuk babasıdır. Özel ilgi alanları arasında doğada fotoğraf çekmek, basketbol oynamak, motor sporları ve özellikle de motosikletle seyahat etmek yer almaktadır.



DEMİRHAN DİNÇ

OYDER Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı

İnşaat Yüksek Mühendisi, KIRMAK OTO TİCARET A.Ş.

Demirhan Dinç 1969 yılında İstanbul'da doğdu. Liseyi TV. Şişli Terakki Lisesi'nde tamamladı. İstanbul Teknik Üniversitesi İnşaat Fakültesi İnşaat Mühendisliği Bölümü'nden, İnşaat Mühendisi olarak mezun olduktan sonra İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesinde İşletme İhtisası yaptı. 1986 yılından bu yana otomotiv sektörünün içinde yer aldı. Müteahhitlik karnesiyle çeşitli inşaat taahhüt işleri ile de uğraşan Demirhan Dinç, ENKA Holding bünyesindeki PİMAŞ Plastik İnşaat Malzemeleri A.Ş.'de yöneticilik yaptı. 2000 yılından bu yana aralıksız olarak aile şirketi olan KIRMAK OTO TİCARET A.Ş.'nin yöneticiliğini yapmaktadır. İngilizce bilen Demirhan Dinç, çeşitli sosyal kulüplere üye olmakla beraber, Galatasaray Spor Kulübü Kongre üyesidir. Su sporları ve otomobil sporları ile yakından ilgili ve halen TÜRKİYE Otomobil Sporları Federasyonu TOSFED'in lisanslı sporcusudur. Eşi, Aslı Dinç ile 13 yıldır evli olan Demirhan Dinç'in, Mehmet Can ve Zeynep adlı iki çocuğu vardır.

Sektör temsilcileri öngörülerini paylaşıyor

Renault Mais Genel
Müdürü İbrahim Aybar:
2011 için ön
göstergeler olumlu



2 010 yılı başlarken genelde olumsuz olan beklentiler, ilk aylardan itibaren yerini iyimser beklentilere bırakmaya başladı. Özellikle yılın ilk çeyreğinde, dünyadaki otomotiv üretiminin % 53 oranında artması, olumlu beklentileri pekiştirmiş oldu. Türkiye’de de bunun olumlu etkilerini görmeye başladık. Ancak otomotiv sektörü olarak en çok iş bağlantısı yaptığımız Avrupa Birliği’nde genel görünüm kırılganlığını muhafaza ediyor. Nitekim Avrupa Birliği ülkelerindeki satışların, Ağustos ayında geçen yılın aynı ayına göre %12,1 oranında yakın düşmüş olması AB ekonomisinde kırılganlığın hala sürdüğünü gösteriyor.

Bildiğiniz gibi geçen yılın son çeyreği içinde, bu yılın Türkiye’de 400 binler civarında satış vereceğini konuşuyorduk yani 2009 yılının %20 altında bir yıl yaşayacağımızı öngörüydük. Ocak ayı, tahmin ettiğimiz gibi düşük sayıda satışlarla geçti ancak Şubat ayından itibaren pazarda canlanmayı görmeye başladık. Türk Lirasının özellikle Euro karşısında değerlenmesi, aylık faizlerin %1’in altına inmesi ve vatandaşlarımızın reel ekonomiyi canlandıracak taleplerde bulunmaya başlaması satışların artmasına temel teşkil etti. Dolayısıyla Mart, Nisan, Mayıs ve Haziran ayları da bu olumlu hava içinde geçti. Geçen yıl ÖTV desteğinin başladığı ay olan Mart 2009’da pazar 55bin idi, bu yıl 51 bin satış gerçekleştirildi. 2010 yılı ilk yarıyı binek + ticari toplam pazarda 278 bin 255 satışla tamamladık. Renault olarak ise binek + ticaride 40.031 adet satışla kapattık ilk yarıyı. Bunun 27.786 adedi binek otomobildir. Ağustos 2010 ise Renault olarak 5.296 adedi binek olmak üzere 7.048 adet satış gerçekleştirdik. 2010 yılının bu tempoyla tamamlanmasını öngörüyoruz. 2010 yılı için **700.000** adedin geçilmesi sürpriz olmayacaktır. 2010’da yaşanan iyimser hava, 2011 yılı için de olumlu ön göstergeleri işaret etmektedir. >>>

Doğuş Otomotiv İcra Kurulu Başkanı Ali Bilaloğlu: İstikrar ve güven kazanıyoruz

2010 yılında dünya genelinde tüm sektörlerde istikrarlı ve güvenli toparlanma kaydediliyor. Dünyada otomotiv pazarı ilk yarıda bir önceki seneye göre yüzde 16'ya yakın büyüme kaydetti. Ülkemizde de Ağustos ayı itibarıyla toptan pazar yüzde 20'nin üzerinde genişledi. Doğuş Otomotiv olarak bizler de piyasadaki bu canlanmanın etkilerini gördük. Pazarın yaklaşık yüzde 80'ine hitap eden geniş ürün gamımız ve etkin stok yönetimimiz ile pazarın 3 katı bir büyüme ile Ağustos ayını sonlandırdık. Tüm segmentlerde bulunan markalarımız istisnasız pazarın üzerinde başarı kaydetti, araç tedariki konusunda da öngörülü davranmamız sonucu bir sıkıntı yaşamadık. Tüm taleplere 500'den fazla müşteriyle buluşma noktamızda zamanında yanıt verebildik. Gerek ekonomideki olumlu gelişmeler gerekse şirket olarak bugüne kadarki performansımızdan yola çıkarak, 2010 yılında pazarın **675.000 bin** adetlerde kapanacağını tahmin ediyoruz. Önümüzdeki dönemde de yine buna paralel gelişme yaşanmasını bekliyoruz. >>>



Ford Otomotiv A.Ş. Aykut Özüner: Önümüzdeki dönemde umut verici

Mart ayından bu yana hızlanan temposuyla dikkat çeken otomotiv endüstrisi, yılın ilk 8 ayında 416.839 adetlik satış ile

geçen senenin aynı dönemine göre % 19,7 büyüme gösterdi. Ford Otosan olarak 2010 yılına 64.760 adetlik satış ve %15,5 Pazar payı ile lider olarak devam etmektedir.

Bu hızlı temponun yılın son çeyreğinde de devam etmesi öngörülürken, beklentiler endüstrisinin **720.000-750.000 bin** seviyelerinde kapanacağı yönündedir.

Önümüzdeki sene ise makro ekonomik göstergelerde önemli bir değişiklik olmaması durumunda bu seneye benzer bir otomotiv endüstrisi ile karşılaşacağımızı düşünüyoruz. >>>



OYDER'e yeni katılan üyeler



TEK-KAR OTOMOTİV SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. Kia Bayi - İstanbul



Fikret Ekşi ve Osman Kartal adlı arkadaşların 1980 yılından bu yana otomotiv sektörünün içinde mekanik ustası olarak çalışırlar, 1993 yılında iki arkadaş güç birliği yaparak Tek-Kar Otomotiv'i kurarak KIA'nın Türkiye'deki ilk servisini açarlar.

Tek-Kar Otomotiv iki mekanik ustasının deneyimi, tecrübesi ve iş ahlakı ile KIA'nın önde gelen bayilerinden biri olup her yıl ilk üç başarılı bayi arasına girerek ödüllendirilir.

Tek-Kar plaza 3.500 m² kapalı alanı ile faaliyet göstermekte olup 60 çalışanı ile Satış, Servis, Yedek Parça, Sigorta ve İkinci El departmanları ile müşteri memnuniyeti odaklı hizmet vermektedir.

Gelecek Otomotiv San ve Tic.A.Ş.'nin Merkez Şubesi olan Diyarbakır Bayiliğimiz 6 bin metrekare kapalı alan olmak üzere toplam 10 bin metrekarelik kullanım alanına sahiptir. Bayiliğimiz Mercedes-Benz tarafından Satış ve Satış Sonrası Hizmetleri olan Servis ve Yedek Parça hizmetlerini vermekle yetkilendirilmiştir. 2004 yılında satış yetkisi alan bayiliğimiz, 01.06.2006 tarihinden beri Otomobil, Hafif Ticari Araç ve Ağır Ticari Araç atölyeleri ile Servis hizmeti vermeye başlamıştır. Mercedes-Benz amblemlili tüm ürünlerimize ait yedek parçaların bulunduğu 400 metrekarelik yedek parça depomuz mevcuttur. 900 m² lik kaporta atölyemize otobüs dahil tüm araç guruplarına hizmet verebildiğimiz 400 m²lik Boya Atölyemiz entegre edilerek kesintisiz hizmet verebilmemiz sağlanmıştır. Otomobil ve Hafif Ticari Araç Bakım Atölyemiz 500 metrekarelik bir alana sahip olup; eğitilmiş uzman kadromuz ile tüm otomobil guruplarının yanı sıra Vito, Viano, Vaneo diye adlandırdığımız 3 V ve Sprinter araçlarımıza servis bakım hizmeti vermekteyiz.

GELECEK OTOMOTİV SAN. VE TİC. A.Ş. Mercedes Bayi - Diyarbakır



ÇAYIROĞLU OTOMOTİV SAN. VE TİC. A.Ş. Toyota Bayi - Şanlıurfa



1988 yılında faaliyete başlayan şirketimiz Çayiroğlu Otomotiv San. ve Tic. A.Ş. Şanlıurfa'da Toyota araç satış, servis, yedek parça satış faaliyetlerinde bulunmaktadır.

Toyota Bayiliğinin yanı sıra sigorta acentalıkları ile destekleyici elementer sigorta işlemleri yapmaktadır.

2010 yılında bu faaliyetlerine ilave olarak ayrı bir mekanda Otopatik ünvanlı işyerinde tüm marka araçların onarım, bakım, oto kuaför, lastik ve aksesuar satış hizmetlerini vermeye başlamıştır.

Çayiroğlu Otomotiv San. ve Tic. A.Ş. olarak taşıdığı vizyon ve üstlendiği misyon ile müşterilerine ve çalışanlarına "insana saygı" prensibi ile mutlak müşteri memnuniyeti bizi her zaman en iyi yerlere taşımıştır.

Kalite, hizmet anlayışı ve mutlak müşteri memnuniyetini en üst seviyede tutmayı hedefleyen Çayiroğlu Otomotiv, kurumsallaşma yolunda bölgenin en ileri ve saygın kuruluşları arasındadır.

BAYKARALAR OTO. SAN. VE TİC.LTD.ŞTİ. Peugeot Bayii - Bayrampaşa / İstanbul



Temel Baykara'nın kuruculuğunu yaptığı Baykaralar Otomotiv, on beş yıllık deneyimiyle Bayrampaşa'da yeni bir Peugeot bayisi açarak; satış, servis, yedek parça, sigorta ve 2. el hizmetleri veriyor. Baykaralar Otomotiv, kurucusu Temel Baykara, kardeşi Ahmet Baykara ve iki oğluyla ortaklığı olup, kızı ve yeğenlerinin de görev aldığı bir aile şirkettir. Baykaralar Otomotiv "Otomobil piyasasında bilgimizi sürekli taze ve güncel tutmakla beraber her sattığımız ürünün arkasında durmakta ve güvenin anlamını tam manasıyla sağlamaktayız. Tüm bunlar Baykaralar Otomotiv'in verdiği ve vermeyi sürdüreceği temel değerlerdir. Plazamıza ilk adım attığınızda sizi güler yüzlü, ilgili ve profesyonel bir ekip karşılayacaktır. Deneyimli ve uzman satış ekibimiz her türlü sorularınızı yanıtlayıp ihtiyaç duyduğunuz finanssal çözümleri sunacaktır. İşbirliğimiz sonucunda içiniz rahat, güven dolu, tamamen kendinizi mutlu hissederek yanımızdan ayrılacaksınız" diyerek bayiliğini tanımlamaktadır. Bayrampaşa bölge olarak otomotiv piyasasından pek çok markayı barındırmakta, Peugeot Baykaralar farklı çizgisiyle pey-yeni imajıyla bu sektördeki yerini kısa sürede zirveye çıkarmıştır.

Esoto Eskişehir Otomotiv İletişim Ulaştırma Hizmetleri Tic. ve San. Ltd. Şti.'nin otomotiv macerası 1993 yılında Mazda markası ile başlamış günümüze kadar Eskişehir ve çevre illerde Mazda marka otomobil ve hafif ticari araçların yetkili satıcısı ve servisi olarak devam etmektedir. 2000 yılında da Isuzu marka ticari araçların yetkili satış ve yetkili servis hizmetini, 2007 yılında ise Volvo marka araçların yetkili servis hizmetini almasıyla gelişmiştir. Otomotiv yapılan yatırım daha iyi hizmet hedefi ile 2006 yılının Kasım ayında 1500 m²'si açık alan, 3.650 m²'si kapalı alana sahip TSE 12047 belgesine sahip modern dizaynı ile Eskişehir in yeni yüzü ESOTO PLAZA'ya taşınan şirketimiz, böylece bayiliğini yürüttüğü Isuzu, Mazda markalarını satışı ile birlikte Isuzu, Mazda ve Volvo markalarının servis ve yedek parça hizmetini tek çatı altında toplamıştır. 1993'ten günümüze gerek araç satışında elle ettiği büyük başarılar gerekse servis bünyesinde yaptığı teknolojik yatırımları ile Mutlak Müşteri Memnuniyetini ilke edinen ESOTO uzman satış ve servis kadrosu, 2. el satışı birimi, Groupama ve Ak Sigorta acenteliği ile otomotive ait tüm hizmetleri tek çatı altında sunmaktadır.

ESOTO ESKİŞEHİR OTOMOTİV Mazda Bayii - Eskişehir



DÖRTLER MOTOR ARAÇ TİC.LTD.ŞTİ. Peugeot Bayii - Seyhan / Adana



Ticari faaliyetlerine 1950'li yıllarda başlayarak otomotiv sektöründe siz değerli Adananlı hemşerilerine hizmet veren Peugeot; Dörtler Ailesi 1993 yılından itibaren Peugeot Yetkili Bayiliğini gururla sürdürmektedir.

Otomotiv sektöründeki hizmet anlayışına 1970 yılında ithal araçları sizlere sunmakla başlayan firmamız, zaman içerisinde değişen ve gelişen teknolojiye uyarak her zaman siz değerli kullanıcıların beğenisi marka ve modellerin ,yetkili bayiliklerini üstlenerek sizlere hizmet etmiştir .

Hizmet anlayışına sadece satış kavramı ile sınırlamayıp, değerli müterilerini satış sonrasında da her zaman memnun etmeyi kendine ilke edinen, ailemiz bu prensip doğrultusunda çalışmalarına devam etmektedir.

RENK OTO

Skoda Bayi - İzmir



Renk Oto, 1982 yılında İzmir'de Mehmet Kavak tarafından kurulmuştur. Üçyol semtinde 50 m² büyüklüğünde küçük bir dükkan da başlayan ticaret, tüm oto galerilerinin bir araya toplandığı Buca Otokent de devam etmiştir.

Renk Oto, 2006 yılı başında İzmir Akçay Caddesi üzerinde bulunan kendine ait 5 bin m² alanda; 1.250 m²'si showroom, 2.250 m² zemin altında servis ve satış sonrası hizmetler için ayrılmış kapalı alan ve açık arttırma salonu, 3.750m² açık sergi alanı, inşaatı tamamlanmış olup, 2007 Şubat ayı ile beraber, yeni yerinde faaliyetlerine devam etmektedir.

Renk Oto, ikinci el araç alımı ve satımı konusunda bölgemizin lider kuruluşudur.

Her türlü ikinci el araç alımı ve satımı konusunda bilgi ve tecrübeyle sahiptir.

2009 yılı Ekim ayı itibariyle otomotiv sektöründe bir dünya markası olan Skoda'nın temsilciliğini de üstlenmiştir.

Öztoprak Grubu olarak Fuat Öztoprak ve Vedi Öztoprak kardeşlerin oluşturduğu şirketimiz 1987 yılında 2. el satışla bu sektöre adım atmış bulunmaktadır. Kuruluşumuzun sonraki yıllarında iş anlamında önemli atılımlar yaparak 2000 yılında Hatay Isuzu bayiliği 2005 yılında ise Hatay Toyota Yetkili bayiliği ile devam eden süreç 2009 yılında İskenderun Toyota bayiliği ve Mersin Isuzu bayiliği ile devam etmiştir. Halen II. el araç satımı ile beraber bu farklı dört noktada satış ve servis faaliyetimiz devam etmektedir.

ÖZTOPRAK MOT. ARAÇ. SAN. TİC. LTD. ŞTİ. Toyota Bayi - Antakya



1995 yılında Kayseri'de VW, Audi markalarının satış ve servis hizmetine başlayan ve ilerleyen yıllarda bünyesine Seat, Krone ve Scania markalarının satış ve satış sonrası hizmetleri de dahil eden ÖzSa Otomotiv Sanayi ve Ticaret A.Ş. 15 yıldır otomotiv sektöründe kalitesini ve güvenilirliğini Kayseri halkına ispatlamıştır.

Bu güçlü markalarına bir yenisini daha ekleyerek ErSa Servis ve Oto Satım Tic. ve San. A.Ş. adı altında Citroen Kayseri Yetkili satış ve satış sonrası ve 2. El araç hizmetlerine 2009 yılı Ağustos ayı itibariyle başlamıştır. ErSa otomotiv Citroen markasının pazar payını artırmak için Kayseri ve çevre illerdeki müşterilerine kaliteli bir hizmet vermeyi amaç edinmiştir.

1.850 m² servis ve 716 m²'lik satış alanıyla Osman Kavuncu Cad. Ankara yolu 7. km No: 394 Kayseri adresinde 30 kişilik profesyonel satış ve satış sonrası hizmetler ekibiyle müşterilerimizi tamamen memnun etmek için haftanın 7 günü hizmet vermektedir.

ERSA SERVİS VE OTO. SATIM TİC. VE SAN. A.Ş. Citroen Bayi - Kayseri



ESAY OTOM. LTD. ŞTİ.

Peugeot Bayii - Antalya



Peugeot Esay, uzman kadrosu ve üstün standartlardaki, satış ve satış sonrası hizmetleriyle Konyaaltı Antalya'da en mükemmel sunma anlayışı ile çalışıyor.

Türkiye'de toplam 43 yetkili satıcı ve servise sahip olan Peugeot'nun, Antalya'daki bayisi Esay, öncelikle müşteri memnuniyeti odaklı çalışmaktadır. Bu bağlamda, Türkiye genelinde 43 Peugeot yetkili bayisi arasında satış ve satış sonrasında müşteri memnuniyetinde ilk sıralarda yer almaktadır.

Peugeot markasıyla, satış ve satış sonrası hizmetleri sunan Esay, 2006 yılından bu yana faaliyetlerine devam etmektedir. Bunların yanında, yedek parça, kaporta, boya, sigorta, finans, 7/24 asistans ve aksesuar satışı gibi alanlarda da hizmet vermektedir.

Peugeot'nun ilginizi uyandıracak tüm modellerini bulabileceğiniz 700 m²'lik showroomu ile birlikte, 4 bin m²'lik servis alanına sahip plazasında, 40 kişilik uzman ekibiyle satış ve satış sonrası hizmetlerinde gösterdiği üstün güven ve kalite ile Otomotiv sektöründe fark yaratmaya devam etmektedir.

Dünyanın önde gelen otomotiv firmalarının bayiliğini ve franchise'liğini yapan "FDN GRUBU" şirketlerinden biri olan "Medos Otomotiv" 2009 yılının 11. ayında kurulmuş ve yine bir dünya devi olan "Fiat" markasıyla hizmet vermeye başlamıştır.

Mitolojiden aldığı ünvanı gibi (Medos nehri) bölgesinde tek, güçlü ve saygı duyulan kimliği ile hizmet vermeyi hedefleyen Medos Otomotiv, satış, servis ve yedek parça hizmetlerini vermektedir.

Medos Otomotiv, son derece kaliteli ürünler, işçilik ve müşterilerine verdiği güven sayesinde sürekli gelişimi ve başarıyı amaçlayan bir ekip ile kaliteli ve kusursuz hizmet anlayışını ön planda tutmaktadır. Devamlılığın ve büyümenin temel şartının müşteri memnuniyeti olması anlayışı Medos Otomotiv'in müşterilerinin her türlü beklentilerini karşılmasına ve bunun neticesinde son derece memnun müşteriler yaratmasına yardımcı olmaktadır.

Satış, Yedek Parça, Filo Kiralama, Servis, Çağrı Merkezi, Estetik (FOKS - Fiat Oto Koruma Sistemi) konularında hizmet vermektedir.

MEDOS OTOMOTİV

Fiat Bayii - İstanbul



FAZ OTOMOTİV

Renault Bayii - Kocaeli



FAZ Otomotiv bir FDN Grubu kuruluşudur. Bünyesinde ASF Otomotiv, Burç Sigorta, Europcar (Rent a Car), FK Madencilik, Medos Otomotiv gibi faaliyetleri ve markaları bulundurmaktadır. FDN Grubu Yönetim Kurulu Başkanlığını Hüseyin Fidan yapmaktadır. FAZ Otomotiv 2006 yılında ASF Otomotiv'in Gebze şubesi olarak faaliyet gösterirken, 2008 yılının nisan ayında bağımsızlığını ilan ederek farklı bir tüzel kişilikle hizmet vermeye başlamıştır. FAZ Otomotiv Gebze ve Kocaeli bölgesinde hizmet vermektedir. Genel Müdürlüğünü Zeynep Fidan'ın üstlendiği FAZ Otomotiv, 65 kişilik profesyonel ekibiyle faaliyete başlamıştır.

Vizyon ve Misyon: Güçlü ve güvenilir kadromuzla, ileri görüşlü ve dinamik yapımızla RENAULT markasını en iyi şekilde temsil ederek, karlı satış sonrası hizmetlerimizi müşterilerimize sunarak, gerek müşteri memnuniyeti gerekse yıllık ciro bazında otomotiv sektörünün lideri olmak. Faz Otomotiv hedeflerini; Bölgemizde Renault markasını en iyi şekilde temsil etmek, Bölge yayılımımızı tamamlamak, Müşteri memnuniyetini mükemmel kılmak, Ticari hedeflerimize ulaşmak olarak belirlemiştir.

Otomotiv sektörüne 1927 yılında Gaziantep'te Anadolu garajı adı altında garaj işletmeciliği, akaryakıt ve lastik satışı ile başlayan firmamız sırası ile Tatko-Dodge, Verdi Türk Motor-Jeep, Otosan-Ford,Temsa-Mitsubishi, Mais-Renault acenteliklerini yapmıştır.

Halen 2. kuşak şirket kurucusu Ekrem Kayalı ve çocukları tarafından faaliyeti devam ettirilen şirketler: Mogul Tekstil - Dokusuz örgüsüz kumaş üretimi, 2009-Beytek Elektrik Üretim A.Ş.'den oluşmaktadır. Ayrıca Türkiye'de yatırımlarıyla pazarda uzun soluklu yer almayı hedeflediğinden 2006 yılında Peugeot bayiliğini de bünyesine katarak GAZİKENT MOTORLU ARAÇLAR'ı kurmuştur.

Hizmetlerimiz, Hizmet kalitesini her geçen gün yükselten firmamız, kampanyalarını müşterilerinin cep telefonlarına mesaj göndererek duyurmakta ve plazamıza davet etmektedir. Satış, servis, yedek parça, 2.el, finans ve sigorta departmanlarımızla tüm müşterilerimizin ihtiyaç duydukları anda yanında olmak ve sorunlarını olumlu sonuçlandırmak en büyük amacımızdır. Biz; kaliteden ödün vermeyen, çevre ve topluma duyarlı, bilgi ve tecrübeyi sürekli geliştiren, şeffaf, güvenilir ve başarılı bir ekibiz.

GAZİKENT MOTORLU ARAÇLAR SAN. TİC. LTD.ŞTİ. Peugeot Bayii - Gaziantep



ULUKAR OTOMOTİV

Kia Bayii - İstanbul



Ulukarkia , Kia Ana Bayiliğini yapmakta olup, aynı zamanda da servis ağı ile de otomotiv sektörüne öncüdür.

Servis ağı, geniş yedek parça stoğu ve Kia güvencesi ile müşteri memnuniyetini ilk prensip olarak edinmiş ve bu yolda yatırımlarını sürdürmektedir.

Ulukarkia sektörde yatırımcı kimliği ile öne çıkmış bir şirket olarak tanınmakta ve bu kimliğe sürekli bağlı kalmaktadır. Yatırımların yeni iş alanları ve hizmet anlayışı doğuracağı düşüncesi şirketimizde A dan Z ye tüm çalışanlarımızda mevcut hale gelmiş ve bu düşünce sayesinde de ilerlememiz kaçınılmaz olmuştur. Şüphesiz Kia bu ilerlemeyi gözden kaçırmamış ve Ulukarkia aracılığı ile müşterilerine ulaşmayı uygun görmüştür.

Kısa zamanda Ulukarkia, Kia ile olan çalışmalarında başarıya ulaşmış ve bu ortak çalışmanın gurunu yaşamıştır ve yaşamaya da devam etmektedir. Sektörlerinde, alanlarında başarılı iki kurumun biraraya gelmesi ile bu birliktelik başarıdan başarıya koşmaya devam edecektir.

1984 yılında Tormak bayiliği altında Tofaş, Peugeot J9, Margirus, Iveco gibi markaların satışı ile başlayan ticari girişimimiz 1991 yılına kadar devam etmiştir. 1991 yılından itibaren bu markalara Hyundai bayiliği eklenmiştir. 1994 yılında Tormak'ta gelişen yeniden yapılanma neticesinde Margirus, Tofaş, Karsan J9 ve Iveco bayilikleri Tormak sisteminden ayrılmış kendi bünyelerinde ana bayilikler oluşturmuşlardır. Şirketimiz teklif edilen bu markalardan Karsan (J9) bayiliğini almıştır. 1994 yılından itibaren şirketimiz bu üç markanın satıcılığını bırakmıştır. 1994-2000 yılları arasında Peugeot Ticari ve Hyundai bayiliklerini 2 ayrı showroomda yürüten şirketimiz 2001 yılında Hyundai ile yapılan görüşmeler sonucunda yetkili satıcılık sözleşmesini karşılıklı feshetmiştir. Hyundai servis hizmetlerine ise bir süre yetkili olarak devam edilmiş daha sonra özel servis olarak hizmet vermeye devam etmiştir.

Karsan ve Peugeot' nun birleşiminden dolayı 2003 yılının Ağustos ayından itibaren Şirketimiz Peugeot Otomotiv Pazarlama A.Ş nin Diyarbakır Satış Servis ve Yedek Parça bayiliğini yürütmektedir.

BURÇ MOTORLU ARAÇLAR Peugeot Bayii - Diyarbakır



YÜKSELİŞ NAKİL ARAÇLARI TURİZM TİC LTD ŞTİ Isuzu Bayii - İzmir



1982 yılında Salihli'de Alattin ve İbrahim Yüksel tarafından Yükseliş Ticaret ünvanıyla Skoda kamyonetleri Jawa Puch motosikletleri ve yedek parça bayiliğiyle ticaret hayatına başladı. 1984 yılında Isuzu araçları satış ve yedek parça bayiliğini bünyesine kattı. 1986 yılında Skoda otomobilleri satış ve yedek parça bayiliği, 1987 yılında Pirelli lastikleri satış ve servis hizmetleri bayiliğini, 1988 yılında Rus Minsk motosikletleri ve yedek parça bayiliği, 1989 yılında ülkemizde en çok satılan ithal otomobil Lada'ların satış ve yedek parça bayiliğini, 1989 yılında Honda motosikletleri satış ve yedek parça bayiliği, 1990 yılında Hyundai otomobilleri Salihli ve İzmir bayiliğini alarak Ege bölgesinde motosikletten sonra otomotivde de söz sahibi olmaya başladı. 2000 yılında Salihli'de Ege bölgesinin ilk 4-S Isuzu plazasını kurdu. 2003 yılında Honda motosiklette 4-S plazayı kurdu. 2006 yılında Yükseliş Ticaret firması İbrahim Yüksel, Ali ve Aslı Yüksel'in ortaklığıyla Yükseliş Nakil Vasıtaları Ltd. Şti. olarak ticari faaliyetlerine devam etmektedir. Yükseliş şu anda Salihli'de Isuzu ve Honda Plaza'da satış, beş yıldızlı servis, yedek parça, ikinci el, egzoz emisyon ölçümünü ve Safkar yetkili bayiliğini aktif olarak yürütmektedir.

ÜNALLAR OTOMOTİV TİC.SAN.A.Ş. / Peugeot Bayii - İzmir

MUHİTTİNOĞLU OTO SAN.TİC.LTD.ŞTİ. / Toyota Bayii - Gaziantep

KAHYAOĞULLARI OTOMOTİV / Peugeot Bayii - Aydın

OFZ OTOMOTİV / Peugeot Bayii - Tokat

KARATAŞ OTOMOTİV SAN. TİC. A.Ş. / Peugeot Bayii - Çorum

ESKİHİSAR OTOMOTİV / Volkswagen Bayii - Ankara

BORUSAN OTO SERVİS VE TİC A.Ş. / BMW Bayii - İstanbul

AKOTO OTOMOTİV / Toyota Bayii - Ankara

ÇİMENLER OTO.TİC. VE SAN. A.Ş. / Fiat Bayii - Erzurum

DCC İNŞAAT / Honda Bayii - Şanlıurfa

BANAZ OTOMOTİV VE PETROL ÜRÜNLERİ TİC. A.Ş. / Peugeot Bayii - Eskişehir



ix35'ten sonra diğerleri ex oldu.

Eğer siz de performansı düşük SUV'lerden sıkıldıysanız, ix35'i çok seveceksiniz. Hyundai'nin yeni yüzü ix35, üstün güvenlik sistemleri ve rakiplerine fark atan 184 beygirlik motoruyla size diğer bütün SUV'leri unutturacak.

Eğer siz de tasarım ve performansı bir arada istiyorsanız, i serisinin ilk SUV'si ix35'le hemen tanışmalısınız.



Sağlam seçim Hyundai

184 beygirlik motoruyla yüksek performans!

Müşteri Danışma Merkezi: (0216) 571 63 01 www.hyundai.com.tr

Hyundai ix35'lerin resmi spesifik CO₂ salınımı (AT/692/2008) 187-189 g/km arası, resmi yakıt tüketimleri (AT/692/2008) (lt/100 km): Şehir içi 9,1, şehirdışı 6,0-6,1 ve ortalama 7,1-7,2 arası değişmektedir.

Otokoç Otomotiv Genel Müdürü Görgün Özdemir:

Türkiye'de pazar gelişmeye açık ve büyük bir potansiyel barındırıyor

"Sektör, geçen yılki beklentilerin aksine 2010 yılında da büyümeye devam ediyor. Satışlar, Ocak-Temmuz 2010 döneminde geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 13 artarak 352 bin 415 adet olarak gerçekleşti. Yılsonuna kadar pazardaki olumlu havanın süreceğine inanıyoruz."

Türk otomotiv sektörünün küresel alanda ve ülkemizdeki yerini değerlendirebilir misiniz?

Türkiye, gerek düşük araç yoğunluğu gerekse hızlı nüfus artışı sayesinde dünya otomotiv perakendeciliği açısından yıldızı parlayan bir ülke durumunda. Bu özellikleri ile Orta ve Doğu Avrupa'da önemli bir büyüme potansiyeli de taşıyor.

Üretim adetleri, ihracat, iç pazar büyüklüğü ve otomotiv yan sanayi açısından hem dünyada hem de Avrupa'da önemli bir konumda olan Türkiye, bulunduğu coğrafyada da otomotiv üretimi yapan tek ülke. Özellikle 1990'lı yıllarda sürdürülen yoğun ve köklü yapısal düzenlemelerle güçlü bir üretici yapısına bürünen Türk otomotiv sektörü, bu yıl planlanan 17 milyar dolarlık ihracat hacmi ile Türk sanayisinin lokomotif sektörleri arasında da yer alıyor.

Sektör, küresel bir kriz yaşadı. Bu krizi nasıl yönetti? Dünya ülkeleriyle ülkemizi kıyaslayabilir misiniz? Sektör krizden sonra neler yaşıyor?

Kriz yılı olan 2009, ülkeler, şirketler ve tüm insanlık için "gerçeklerle yüzleşme yılı" oldu.

Kriz için önceden tedbirini almış ülkeler, hızlı aksiyon göstererek krizin etkilerini azaltırken, bazı ülkelerde ekonomi tamamen felç oldu. Üzerinde yaşadığımız kaynakların ve eli-



mizdeki imkanların sonsuz olmadığını bir kez daha anladık.

Türkiye'de ise otomotiv sektörü, 2009 yılına oldukça kötü başladı. Gelecek öngörüsünde bulunamayan şirketler, stok baskısı yaşamamak için üretimlerini ve ithalatlarını kısma yoluna gitti. Mart ayında uygulanmaya başlayan ÖTV indirimi ise otomobil ve hafif ticari araç satışlarına nefes aldırdı. Dolayısıyla toplam satışları içinde otomobil ve hafif ticari araçların ağırlıklı olduğu markalar, bu indirimden daha fazla faydalanma şansı buldu. Ayrıca pazar gidişatını iyi tahmin eden, üretim veya ithal araç tedarik planlamasını iyi yapan şirketler bu dönemden nispeten zararsız çıkmayı başardı. ÖTV indiriminin bitmesiyle, son aylarda yapılan indirimler ve şirketlerin sunduğu farklı ödeme alternatifleri tüketici tercihinde etkili oldu. Bütün bunların neticesinde 2009 yılında toplam pazar, bir önceki yıla göre yüzde 10 büyümeye ile 574 bin adet olarak gerçekleşti.

Sektör, geçen yılki beklentilerin aksine 2010 yılında da büyümeye devam ediyor. Satışlar, Ocak-Temmuz

2010 döneminde geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 13 artarak 352 bin 415 adet olarak gerçekleşti. Yılsonuna kadar pazardaki olumlu havanın süreceğine inanıyoruz.

Otokoç Otomotiv olarak biz de pazardaki bu gidişatı iyi değerlendirdik. Otokoç ile Türkiye Ford araç satışından aldığımız pay yüzde 28'ler seviyesinde. Geçen yıl Ağustos ayında

başladığımız Volvo otomobil satışlarından ise yüzde 20 pay alıyoruz; bu ay hizmete açtığımız Adana ve Konya Volvo tesislerimiz sayesinde bu oranı yüzde 30'lara çıkartacağız. Birmot ile de Fiat marka araç satışlarından yüzde 29, Alfa Romeo'dan yüzde 71 ve Lancia'dan yüzde 63 pay alıyoruz.

Araç kiralama işimizde de, otomotiv sektörüne uygulanan vergi indirimi desteği ve turizmdeki büyüme ile birlikte araç parkımızı artırarak beklentinin aksine olumlu sonuçlar aldık. Sektörün durağan bir eğilim göstermesine rağmen; Avis, geçen yıl günlük kiralamada yüzde 20 büyüyerek liderlik pozisyonunu korudu. Yaklaşık 20 milyon dolarlık yatırımla günlük kiralamadaki bin aracımızı yeniledik. Budget'ta ise

Pazar gidişatını iyi tahmin eden, üretim veya ithal araç tedarik planlamasını iyi yapan şirketler bu dönemden nispeten zararsız çıkmayı başardı. ÖTV indiriminin bitmesiyle, son aylarda yapılan indirimler ve şirketlerin sunduğu farklı ödeme alternatifleri tüketici tercihinde etkili oldu. Bütün bunların neticesinde 2009 yılında toplam pazar, bir önceki yıla göre yüzde 10 büyümeye ile 574 bin adet olarak gerçekleşti.

yüzde 50 büyüme gerçekleştirdik. Yüzde 5'lik pazar payına ulaşan Budget, sektörde 3.sıraya yerleşti.

Şu anda kısa süreli araç kiralamada 3 bin, uzun süreli kiralamada ise yaklaşık 10 bin aracımızla faaliyet gösteriyoruz. Hedefimiz hizmet kalitesini devam ettirerek Avis ile liderliğimizi korumak, Budget'ta ise pazarda 2. sıraya yerleşmek.

Önümüzdeki kısa ve orta vadede sektörümüzü nasıl görüyorsunuz?

Gerek otomotiv perakendeciliği gerekse araç kiralama alanında orta vadede Türkiye'de pazar gelişmeye açık ve büyük bir potansiyel barındırıyor. Nüfusu 76 milyon olan Türkiye, içinde bulunduğu bölgede kişi başına düşen otomobil sayısı en az olan ülke. 2009 verilerine göre, İngiltere ve Almanya'da bin kişiye 500 otomobil düşerken, bu rakam bizde 90. Ekonomide yaşanan dalgalanmalar nedeniyle pazar potansiyelinin tam olarak değerlendirilemediğini düşünüyorum. Vergi

Yapısal bir değişiklik ile hurda teşviğinin sürekli olması gerekiyor. Toplam vergilerin yüzde 20'ler seviyesine çekilmesi araç yenileme isteğini artıracaktır. Yine kredili satışların da sektörün büyümesinde ve iç pazarın canlanmasında etkili olacağı kanaatindeyim. Bu yıl perakende satışlarda banka kredilerinin oranının yüzde 80'lere çıkması, bunun en güzel kanıtı. Aynı şekilde vadeler de 48 aya kadar uzamış durumda.

oranlarının Avrupa ile benzer seviyelere getirilmesi, trafikte bulunan 15 yaş üstü araçlar için kalıcı bir yenileme teşviğinin getirilmesiyle araç parkı büyüyecektir.

Bunun yanında, ekonomideki stabilizasyonun devam etmesi ve buna bağlı olarak faiz oranlarının düşük seyretmesi, vadelerin uzaması ve özellikle bankaların kredi verme iştahının artması otomotiv sektörünün büyümesine önemli katkı sağlayacaktır.

Otokoç Otomotiv olarak, faaliyet gösterdiğimiz bir diğer alan olan araç kiralama sektöründe de durum pek farklı değil. Araç kiralama yurtdışında çok uzun zamandır kullanılan, müşterilerin özüksedikleri bir hizmet. Türkiye'de ise hala geniş kitlelere ulaşamıyor. Kısacası sektörün en büyük sıkıntısı henüz yeterli büyüklüğe ulaşmamış olması. Ayrıca yasal düzenlemelerden yoksun olması da bizim gibi kurumsal şirketleri zor durumda bırakıyor ve haksız rekabete yol açıyor.



Sektörde çalışma ortamını ve rekabeti düzenleyici yasaların çıkarılması gerekiyor.

Diğer yandan sektörün ivme kazanması için "uç ve kirala" konseptini Türkiye'de de yaygınlaştırmaya çalışıyoruz. Müşteriler, kendi araçları ile seyahat etmek yerine, havayolu ve sonrasında araç kiralama tercih ettiğinde toplamda çok daha düşük bir tutar ödüyor. Hem zaman hem de maddi tasarruf sağlayan bu hizmeti henüz denemeyen herkese en azından bir kez denemelerini tavsiye ediyorum. Eminim, bir kez bu deneyimi yaşadıklarında, avantajlarını ve kolaylıklarını görecektir ve gerek tatil gerekse iş amaçlı seyahatlerinde bu yöntemi alışkanlık haline getirecekler.

İç pazar nasıl canlandırılabilir?

İç pazarın canlanması için bir takım teşviklerin sunulmasının şart olduğunu düşünüyorum. Örneğin yapısal bir değişiklik

ile hurda teşviğinin sürekli olması gerekiyor. Toplam vergilerin yüzde 20'ler seviyesine çekilmesi araç yenileme isteğini artıracaktır. Yine kredili satışların da sektörün büyümesinde ve iç pazarın canlanmasında etkili olacağı kanaatindeyim. Bu yıl perakende satışlarda banka kredilerinin oranının yüzde 80'lere çıkması, bunun en güzel kanıtı. Aynı şekilde vadeler de 48 aya kadar uzamış durumda.

Otokoç Otomotiv'in sektördeki yeri ve durumu hakkında bize bilgi verebilir misiniz?

Otokoç Otomotiv olarak, otomotiv perakendeciliğinde Otokoç ve Birmot markaları ile 31 noktada, araç kiralama ise Avis ve Budget markaları ile 71 noktada faaliyet gösteriyoruz. Otokoç çatısı altında Ford ve Volvo, Birmot çatısı altında ise Fiat, Lancia ve Alfa Romeo araçların satış ve satış sonrası hizmetlerini sunuyoruz. Türkiye otomotiv pazarından aldığımız yüzde 8.5 payla, bu yıl sonunda yaklaşık 60 bin adet yeni araç satmış olacağız.

Ulaştığımız satış adedi itibarıyla Türkiye'nin lider otomotiv perakendecisiyiz. Araç kiralama tarafında ise, hem kısa hem de uzun dönemli araç kiralama işini birlikte yapan en büyük şirketiz. Kısa süreli araç kiralama ise Avis ile lider, Budget ile 3. sıradayız. Özetle; üretim hariç otomotive dair tüm hizmetleri tek çatı altında müşterilerimize sunuyoruz.

Hedef ve projelerinizden söz edebilir misiniz?

Otokoç Otomotiv olarak orta ve uzun vadede hedefimiz, Türkiye'de her 10 araçtan birini satıyor olmak.

Ana markaların satış performansları, Türkiye pazarından aldığımız payı doğrudan etkiliyor. Dolayısıyla Türkiye pazarından yüzde 10 pay almamız, temsil ettiğimiz ana markaların pazar payı toplamının yüzde 35 seviyesinde olmasına ya da Otokoç Otomotiv olarak farklı markaları bünyemizde barındırmamızla mümkün olacak.

Projelerimiz arasında mevcut tesislerimizden uygun olanları çok markalı hale getirmek var. Hedefimiz uygun noktalarda ortak tesis kullanımlarıyla önemli yatırım ve operasyonel maliyet avantajları elde etmek. Büyüdüğünüz ve farklı markalara hizmet verdiğiniz takdirde sistemde rekabet gücünüz artıyor. Kasım 2007'de Eskişehir, Mayıs 2008'de Bursa'da açılışını yaptığımız tesislerimiz ile buna başladık. Ağustos 2009'dan bu yana mevcut Otokoç Taşdelen ve Antalya tesislerimizi yenileyerek ilk kez Koç Topluluğu dışından bir marka olan Volvo otomobillerin satış ve servis hizmetlerini de sunmaya başladık; bu ay Adana ve Konya tesislerimizi de hizmete açıyoruz.

Ticari araç alanında da yeni yönetmelik nedeniyle kiralama yapamayacağız; ancak "filo yönetimi" modelini gerçekleştireceğiz. Yani ticari araçları kendi aktiflerine alan işletmelere, bakım, hasar, lastik, çekici hizmeti ve ikame araç gibi hizmetler sunacağız. Bu sayede ticari araç kiralama konusundaki kaybımızı kapatmayı planlıyoruz.

Araç kiralama Avis ve Budget için 160 milyon TL'ye ulaşan yatırım planımız mevcut. Avis'le 2012 yılına kadar işimizi iki

Otokoç Otomotiv olarak, otomotiv perakendeciliğinde Otokoç ve Birmot markaları ile 31 noktada, araç kiralama ise Avis ve Budget markaları ile 71 noktada faaliyet gösteriyoruz. Otokoç çatısı altında Ford ve Volvo, Birmot çatısı altında ise Fiat, Lancia ve Alfa Romeo araçların satış ve satış sonrası hizmetlerini sunuyoruz. Türkiye otomotiv pazarından aldığımız yüzde 8.5 payla, bu yıl sonunda yaklaşık 60 bin adet yeni araç satmış olacağız.

kat büyütüp liderliği sürdürmeyi, Budget ile de iki yıl içinde sektör ikincisi olmayı hedefliyoruz.

Yetkili satıcılık ülkemizde ne durumda, neler yapılmalı?

Otomotiv işi, satışı, servisi, ikinci eliyle bir bütün. Bu tip yapılarda müşteriye tüm hizmetleri bir arada sunmadıkça ayakta kalmanız oldukça güç. Sektörde rekabet yoğun, karlılıklar ise oldukça düşük. 2008 sonunda başlayan kriz birçok bayiye zor durumda bıraktı. Yanlış hesaplarla, uzun vadeli düşünmeden yapılan büyük tesis yatırımları bayileri işlerini döndüremez duruma getirdi. Tesisi verimli hale getirecek, diğer bayilerden farklılaşacak uygulamalar yapmanın önemini gösterdi.

Sektöre vermek istediğiniz mesajlar...

Yetkili satıcı arkadaşlarıma birkaç konuyu hatırlatmak istiyorum.

Nakit akışımızı iyi yönetmemiz gerekiyor. Nakit akışı damarda akan kan gibidir; yeterli kan gelmezse sonunun kötü olacağını hepimizi biliyoruz. Bu açıdan her zaman yetkili satıcılıktan kazanılan yine aynı işte kullanılmalıdır. Başka alanlara kaydırıldığında vücutta kan kalmayabilir.

Çok düşük kar marjlarıyla çalışılan sektörümüzde masraf ve maliyetlerin kontrolü çok önemli; masraflarda kontrolü hiç bir zaman elden bırakmamak gerekiyor.

İş süreçlerimizi iyileştirecek ve geliştirecek teknolojileri takip ederek, iş yerlerimizde uygulamalıyız.

Aynı şekilde en değerli varlığımız insan kaynağımıza her zaman yatırım yapmalı, rekabette geliştirecek yöntemleri devreye almalıyız. >>>

Tüm Oto Kiralama Kuruluşları Derneği Yönetim Kurulu Başkanı Önder Erdem:

Araç kiralama endüstrisi çok hızlı bir büyüme kaydediyor

"Kiralama endüstrisinde çok hızlı bir büyüme bekliyorum. Fakat, birkaç tane engelimiz var. Kayıt dışı gibi. Sektörün finansmanı bir sorun. Hala bugün bankacılık sektörü nezdinde kendimizi aslında ne kadar iyi bir profil olduğumuzu, ne kadar iyi işletmeciler olduğumuzu doğru bir şekilde anlatabilmiş değiliz. Zira kayıt dışı faaliyetler bizi aşağıya çekiyor."

İkzemizde araç kiralama sektörünün durumu ve gelişimini, yani bugünlere nasıl geldiğini, nasıl geliştiğini kısaca özetleyebilir misiniz?

Araç kiralama endüstrisini ikiye ayırmakta fayda var. Bir tanesi günlük, bir diğeri ise operasyonel kiralama. Günlük kiralamanın geçmişi 1950'lere, 60'lara kadar gidiyor. 70'lerde artık Türkiye'nin ilk tanışması gerçekleşiyor. Türkiye zaman içerisinde bir turizm ülkesi haline geldikçe günlük kiralama da buna paralel olarak gelişti. 2000'li yılların sonrasına baktığımızda hatta 2000'lerin ancak ikinci yarısında, daha doğrusu kriz sonrasında 15-20 binler ile ifade edilen bir araç parkı oluşmuştu. Bu rakamlar tabiki kurumsal olarak tanımlayabileceğim bir arzı ifade ediyor. Bunun dışında ise kayıt dışı olarak ifade edebileceğim bir kısım da göz ardı edilemez. Özellikle bunlar turizm bölgelerinde faaliyet gösteriyorlar. Bir kasap, bir bakkal, bir galerici, bir müteahhit de bu işi yapmaya çalışırken görebilirsiniz. 15 bin kış, 20 bin ise yaz sezonunda oluşan araç parkı gri ya da siyah bir pazar olarak bulunuyor. Günlük kiralama ülkemizin turizm potansiyeli nedeniyle daha fazla büyümesini beklerdik. Fakat ülkemizde turizm anlayışı otellere sıkışmış durumda. Bu anlayış zamanla değişiyor, kültür turizmi artıyor. Yaz turizmi zenginleşiyor. Ve belki en önemlisi, ülkemizde taşımanın özellikle insan taşımanın yapısı değişmeye başlıyor. Özel havayolları ve ucuz uçuş konseptinin giderek oturması havayoluyla insan taşımacılığını çok artırdı. Bu da indiğiniz yerden, gittiği-

niz yere doğru bir arabaya ihtiyacını doğurdu. Kiralama bu anlamda da bir ihtiyaç olmaya başladı. Hem kurumsal hem bireysel olarak kullanılıyor. Dolayısıyla artık iş için olsun, seyahat amaçlı olsun, gezi amaçlı olsun iç turizm de artık iyi bir müşterisi olmaya başladı. Günlük kiralamaya ileriye dönük baktığımızda geçtiğimiz 20 yıllık performansının bundan çok daha ötesinde büyüyeceğini düşünüyorum. Daha iyi skorlar elde etmesini beklerdik; ancak gerek kayıt dışı olsun gerek ülkenin turizminin yapısı olsun, günlük kiralamanın yeterince ya da beklendiği kadar talep görmesine engel olmuş.

Operasyonel kiralamanın ise daha farklı bir yapısı var. 1990'lı yıllarda 10 bin araç parkına ulaştığını tahmin ediyoruz. Ekonomik krizlerle birlikte ciddi bir küçülme yaşıyor. 2001 yılında da 4 – 5 bin araç parkından söz ediliyor. Sonraki yıllar ise ciddi bir büyüme kaydediyor. Yıllık büyüme hızı yaklaşık olarak 2001-2008 yılları arasına bakarsan % 54-55'lere geliyor. Her yıl büyüyerek geliyor. Bu çok ciddi bir sürat. Bugün operasyonel kiralamada 110 bin araç parkımız var. Bu büyüme günlük kiralamadan daha farklı bir yatırımcı profili geliştiriyor. Günlük kiralamada lisansiyer bazlı çalışmalar var. Otomotiv gruplarının ya da otomotivle ilişkili grupların ağırlıkla bu lisansların sahibi olduğunu görüyoruz. Uluslararası şirketler olduğu kadar, lisansiyer olarak değil ama kendi markalarıyla hizmet eden bir takım yerli şirketlerde oluşmuş durumda. Onlar da oldukça başarılı, büyük firmalar.

Operasyonel kiralamada ise başta otomotiv olan ilişki veya günlük kiralama ile başlayan şirketler, günlük kiralama yapıyorlar, sonra operasyonel kiralama yapmaya başlamış şirketler araba kiraya verince her ikisini de yapalım, sonra zaman içerisinde günlük kiralamayı bırakmış ya da otomotiv şirketleri, özellikle bayiler. Halen çok bayi var ki kiralama işi yapıyor. Ama zaman içerisinde farklı bir yatırımcı profili de oluşmuş. Bu hızlı büyümenin etkisiyle yabancı ilgisi çekmiş. Bunlar hem finansal yatırımcılar olmuş, işte birtakım yatırım fonları bu endüstriye yatırım yapmış hem de stratejik oyuncular diyebileceğimiz dünya çapında bu sektörde büyük oyuncu olan, büyük faaliyet içinde olan gruplar Türkiye'de de yatırım yapmış. Her iki bölüm için de diyeyim, her iki iş kolu için de endüstri kuvvetli bir değişim içerisinde. Bu değişim içerisinde insan kaynağı değişiyor, finansman yapısı değişiyor şirketlerin, ortaklık yapıları değişiyor zaman zaman ve bu hani özellikle işte insan kaynağı ve finansman yapıları derken iyiye doğru da bir gelişme var.

TOKKDER hangi ihtiyaçlara cevap vermek için kurulmuş?

TOKKDER bugün ilk on yılını devirmiş, sektörde köklü bir kuruluş. Çok değerli insanlar yönetim kurulunda bulunmuş. Çok değerli üyeleri var. 100 civarında üyesi ile Türkiye'de günlük ve operasyonel kiralama endüstrisinin %75'ini temsil ediyor. TOKKDER'in kuruluş nedeni: Günlük ya da operasyonel kiralamada kanunlar tarafından çok korunmuş bir endüstri değil. Hiçbir zaman birtakım hani vergisel teşvikler, hükümet teşvikleriyle, sadece bu sektöre özel teşviklerle hareket etmemiş. Genel vergi teşviklerinden faydalanmış, herkes ne yapıyorsa onları yapmış ama kendisine özel birtakım şeyler



sağlanmamış. Çok doğal bir gelişimi var. Tamamen ihtiyaca cevap vererek hareket etmiş. Hiçbir itme, insan yapısı, el yapısı değil hani doğal bir gelişimi var. Tam aksine önceden tanınan haklar sonradan alınmış, bazı vergi uygulamaları aleyhine gelişmiş zaman içerisinde. Tüm bu süreçte sektörün kendini savunacak, derdini anlatacak, kim olduğunu anlatacak hem bürokrasi nezdinde hem üçüncü taraflar nezdinde, iş ortakları nezdinde konuşacak bir üst yapıya ihtiyacı olmuş.

TOKKDER'de bu amaçla kurulmuş. Çok hızlı büyüyen bir endüstride maalesef herkes elinden gelenin en iyisini yapmasına rağmen derneği de sektör kadar hızlı büyütememiş. Ama bence çok iyi işler yapmış bir dernek. Geçmişte başarılı girişimlerde imzaları var. Halen benim ve birçok arkadaşımın özverisiyle, özverili çabalarıyla hiçbir karşılığı olmadan elimizden geleni yapan bir grubuz.

Sektörün geleceği nasıl olacak peki?

Kiralama endüstrisinde çok hızlı bir büyüme bekliyorum açıkçası. Benim kendi görüşüm bu. Meslektaşlarım da katılacaklardır. Birkaç tane engelimiz var. Merdiven altı bir engel. Sektörün finansmanı bir sorun. Hala bugün bankacılık sektörü nezdinde kendimizi aslında ne kadar iyi bir profil olduğumuzu, ne kadar iyi işletmeciler olduğumuzu doğru bir şekilde anlatabilmiş değiliz. Zira merdiven altı bizi aşağıya çekiyor.

Kayıt dışı ile nasıl mücadele edilecek?

Onlar da bir kapı açıyor. Şöyle bir durum var: Bu işi kurumsal olarak yapmayanlar, hani gayri ihtiyari yapanlar ya da hani işte birtakım vergi kalkanları sağlamak için yapanlar birilerine bir hizmet veriyor ve bu hizmete alıştırıyorlar. Sonra o hizmeti ifa ederken de yanlışlıklar yapıyorlar ve o sırada kullanıcılar fark ediyor ki bir kısmı ki umarız daha büyük bir kısmı

"ya ben bu işi almak istiyorum, seviyorum ama böyle şirketlerle yapmak istemiyorum, bu işi düzgün yapanlarla yapmak istiyorum" diyor ve sektöre kazandırıyor onu, hem de daha kurumsal, daha düzgün yapmaya çalışan firmalara götürüyor. Ama dediğiniz gibi sektörde işini bırakanlar, "ben yaptım bir kere hiç güzel değil yani o iş, böyle oldu, şöyle oldu" deyip çıkarlar, araba kiralamak istemeyenler, yani ben biliyorum ki insanlar "kim uğraşacak orayla, ineceğiz uçakla, basarız arabayla gideriz" diyenler veya "filo tarafında ben o işi yaptım üç sene, burnumdan geldi" diyenler çok var. Ve biz de bundan sıkıntılıyız. Ama şöyle bir şey var: Bu ülke maalesef nizamsız iş yapmaya çok uygun bir ülke. Yani bir şeyleri yapabilmek için denetimin çok olmadığı bir ülke. Hem mali denetim hem de iş kollarının denetimi. Sivil toplum kuruluşları da bu anlamda daha yeni yeni birtakım uygulamalar oluşturuyor. Sadece çok regüle olan endüstriler, bankacılık, sigortacılık gibi belli kanunlar, kurallar dahilinde iş yapıyorlar.

Devletin sektöre yaklaşımı nasıl?

Burada çok dikkatli davranmak lazım. Bazı meslektaşlarımın bu bir finans işidir, bankacılık mevzuatına tabi olunmalıdır gibi demeçleri var. Şimdi normalde gelişmiş ekonomilere baktığınız zaman regülasyon konusunda çok dikkatlidirler. Regülasyon dediğiniz zaman çok hassas bir şeyden bahsediyorsunuz. Bir sektörü öldürebilirsiniz de çok serbest bıraktığınızda da hani birtakım saçma durumlara, gereksiz uygulamalara da izin verebilirsiniz ve herkesin çok dikkatli olduğu bir konu gelişmiş ülkelerde. Geçen ay İngiltere Kiralama Şirketleri Derneği Genel Sekreteri'ni İstanbul'da ağırladık. Beyefendinin ifadesi şu: Biz regülasyon istemediğimiz için kendi regülasyonumuzu kendimiz yapıyoruz ve bunu da kamuya tanıştırıyoruz. Avrupa Birliği'nin sivil toplum kuruluşlarıyla el ele çalışma gibi bir yatkınlığı var buna. Dolayısıyla sivil toplum kuruluşlarına kendi endüstrinizde kendiniz birtakım iş yapma kuralları getirin, biz de bunlara saygı duyalım, bunlarla ölçelim gerekli durumlarda bu sektördeki şirketleri diyorlar ve bu kabullenen bir yaklaşım. Bence de bizde öyle olmalı. Yani bugün bankacılık için BDDK var. Neden var BDDK? Çünkü sosyal bir yönü de var işin. Yani mevduat topluyor bankalar. Bankanın kötü yönetilmesi, içinin boşaltılması birçok mudiye zarar veriyor veya bir sigorta şirketinin batması sigortada ticaret için mal taşınmasından tutun varlıkların güvencesi için çok esas bir kurum ve o yüzden de sigorta şirketlerinin sağlam olması lazım. Bugün sizin sigorta sektörünüz batsa siz buradan ihracat yapamazsınız. O yüzden bunlar regüle edilmesi gereken kuruluşlar, doğru, ama operasyonel kiralama bu derece regüle edilmeli midir? Günlük kiralama bu derece regüle edilmeli midir? Ben çok öyle olduğunu düşünmüyorum. Ama sektörün kendine kurallar getirmesi lazım veya çok temel kurallara oturtması lazım kamu nezdinde de. Bugün operasyonel kiralama yapmak için belli bir eğitimden geçmek, belli bir akreditasyona sahip olmak veya -günlük kiralama yapmak için- şirketin en azından bazı temel kanunlarının, kanundan kastım şirketin kendi kuruluş sözleşmesinde belli maddelerin, belli tavırların tanımlanmış olması lazım. Örnek olarak bu işi iş kollarının bir vergi kalkanı

olarak kullanılmasından uzaklaştırmak lazım. Çünkü kamu da bu sefer şey diye bakıyor: "Tamam, sen geldin benden bir şeyler istiyorsun, benden sana daha çok yardımcı olmamı istiyorsun, kurallar getirmemi istiyorsun ama sen git kendine çeki düzen ver" diyor. "Çünkü seninkiler vergi kaçırmak için araba kir alıyor" diyor. İşte burada böyle bir şey var. Biraz ona değinmiş oldum.

Burada sistem nasıl işliyor? Şimdi siz finansal yükten söz ettiniz. Bu finansal yük, size yüklenen bir finansal yük mü? Çünkü siz bu araçları satın alıyorsunuz, değil mi? Bu şekilde işliyor. Yani siz şirket bünyesinde bunları satın alıyorsunuz ve bu araçlar sizin malınız. Yani siz tekrar bir kiralama yapmıyorsunuz.

Aslında operasyonel kiralamanın özünde paranın belirleyiciliği var. Yani siz aslında bir leasing şirketisiniz, bir mevduat topluyorsunuz ama bir finansman görevi yerine getiriyorsunuz. Yani ne yapıyorsunuz? Otomobili sahip olmak isteyen kurumlara diyeyim -şu aşamada sadece kurumlar kiralama müşterisi- ama buna kaynak ayırmak istemeyen, otomobile sahip olmak isteyen, ihtiyacı olan ama buna kaynak ayırmak istemeyen kuruluşlara bunu edinebilmeleri için imkan sağlıyorsunuz. Burada öncelikle taksitlendirmeniz itibarıyla bir finansman yapıyorsunuz ve bunun üzerine de aracın yolda kalmasının temini amacıyla da birçok hizmet veriyorsunuz.

Araç kiralama hem operasyonel hem de bireysel kiralama ile otomotiv sektörüyle ilişkisi nasıl? Yani araçlar nasıl temin ediliyor? İşte ithal mi ediliyor ya da ithalatçı firmalardan mı alınıyor? Yani tabi birçok aşamaları vardır. Üretici firmalardan mı alınıyor, yoksa üretici firmaların ülkedeki bayilerinden mi tedarik ediliyor?

Yüzde100'e yakını distribütör ve sonra bayi kanalı üzerinden tedarik ediliyor. Yani distribütörle ya da bayilerle yapılan anlaşmalar sonucunda biz araçlar alıyoruz. Bu sene herhalde 60 bin araçları geçeceğiz. 60 bin araçtan daha fazla araç satın alacağız endüstri olarak. Muhtemelen 70'ler civarında olacaktır. 70'lerin belki üzerinde. Dolayısıyla tamamen bu sistem üzerinden geçiririz: distribütör ve sonra bayi. Dolayısıyla bayilerin ve distribütörlüğün önemli bir iş ortağıyız. Yani toplam satışlarının %10'unu satın alıyoruz.

Peki siz onların bakımlarını ve yürümesi için her türlü şeyi biz hallediyoruz kullanımdan kaynaklanan değil ama yürümesi için dediniz. Buradaki o kiralama sonrası hizmetler nasıl yürüyor? Orada da mesela bir pazar mı var, yoksa siz anlaşmalı sigorta şirketleriyle mi çalışıyorsunuz?

Onu ikiye ayıralım. Bir tanesi mekanik bakım ve arızalar diyeyim. Bir diğerini de hasar ve hasarın onarımı diye adlandıralım. Mekanik tarafta üyelerimizin büyük çoğunluğu yetkili servis ağını kullanıyor. Kullanmayanlar da var üyelerimiz arasında. Ama çok açıkça söyleyeyim ticari anlamda ben Hedef'in bir yöneticisi olarak biz %100 yetkili servis ağını kullanıyoruz ama kullanmayanları da gayet iyi anlayabiliyorum. Kullanmama nedenlerini de gayet iyi anlıyorum. Otomotiv



endüstrisinde kiralama satış tarafında çok oturdu. Hani herkes bütçesini yaparken “ya kiralama endüstrisine de bu kadar satarız” diyor veya bayiler özellikle kiralama şirketleriyle anlaşma yapmaya çalışıyorlar. Tercih ediyorlar çünkü çok karlı olmasa da açıkçası önemli miktarda araç satın alıyor bu şirketler. Ama satış sonrasında bu bilinç yerleşmedi. Kiralama endüstrisinin de bir iş ortağı gibi otomotiv endüstrisine henüz baktığını düşünmüyorum. Onlara özel uygulamaları henüz geliştirmediler. Hala genel geçer uygulamaları, operasyonel kiralama veya günlük kiralama şirketlerine de uyguluyorlar. Örneğin bugün bir kiralama şirketinin portföyünde bir marka araçtan bin tane olabilir ama bir arıza olduğunda onun da müşteri hizmetlerini aramasını istiyorlar. Yani bin tane aracı olan, bin tane araca bakım yapan bir şirketin müşteri hizmetlerinden alacağı da beklentisi de çok olmaz diye düşünüyorum. Çünkü muhtemelen bir çağrı merkezindeki kişiden daha fazla o araç hakkında bilgi sahibidir. Çünkü bu şirketler bin tane o markalı aracı yönetirken o araç hakkında bir fikir sahibi oluyor. O araçları 0 ile 250-260.000 kilometreler arasında yaşıyorlar. Bir yandan da bin araç sahibi bir şirket olarak üreticiden de zaman zaman bayiden de beklentileri daha farklı oluyor. Yaklaşımlarının daha değişik olmasını istiyor. Çünkü biz kiralama iş kolu olarak aslında otomotivin de bir iş ortağıyız. Biraz iş ortağı gibi davranılmak istiyor. Bu durum satış sonrasında gelişmedi. Satışta nispeten oturmuş bir yapı var. Daha da oturacağını düşünüyorum. Daha da ilerleyeceği noktalar var. Henüz yıllık anlaşmalar yapılamadı, henüz daha planlamalar o derece mükemmelleştirilmedi. Bir ilerleme var, fakat satış sonrasında alınacak çok yol var.

OYDER’le nasıl işbirlikleri yapılabilir? Bu sorunları aşmada neler yapılabilir sizce?

Bugüne kadar ortak bir platform yaratma imkanımız olmadı bu konuyla ilgili. Daha doğrusu belki hep bu konu arkalara düştü. Ondan dolayı. Yani daha önemli gündemler oluştu. Hiç çalışmadık mı? Beraber çok çalışmalar yaptık. Çok başa-

rılı çalışmalarda bulunduk OYDER ile özellikle. Buna sıra gelmedi diye düşünüyorum ama bir yandan da haklısınız, çok doğru bir noktayı tespit ediyorsunuz. Bu işin artık sırası geldi. Burada büyük bir ekonomi var. Bu ekonomiyi bizim çok iyi iş ortağımız olan bayilik sistemine de yine çok iyi bir iş ortağımız olan otomotiv endüstrisine de kazandırmak isteriz bize zararı olmadığı sürece.

Dünyada bu sistem nasıl?

Dünyada, kiralama ve otomotiv endüstrisi arasında fikir ayrılıkları olabiliyor. Ancak genel itibarıyla baktığınızda çok iyi iki iş ortağı. Hatta şöyle söyleyeyim: Kiralama şirketlerinin bir kısmı banka sahipliğinden bir diğer kısmı da otomotiv şirketleri sahipliği. Bugün Ford’un, Mercedes’in, Renault’un, hepsinin büyük finansman şirketleri var ve bu finansman şirketlerinin kiralama işleri var. Dolayısıyla otomotiv şirketlerinin kendilerinin de çok iyi bildiği, çok ürün sattığı bir iş kolu ve yurtdışında çok iyi işbirlikleri var, çok oturmuş kuralları var, ticaretin etiği çok belli, belirli. Çok güzel bir ilişkileri var. Yurtiçinde ise ben genelde şöyle bir kaygı seziyorum otomotiv endüstrisinde. “Ya bu kiralama çok büyürse bizim karımızda tek bir müşteri olarak sıkıntı yaratır mı?” Ben bunun çok doğru olduğunu düşünmüyorum. Evet, büyük müşteri mutlaka daha fazla kar demek değildir. Büyük müşteri mutlaka ekonomik büyüklüğünün avantajını kullanarak daha düşük kar etmek zorunda bırakır sizi. Ama kiralamanın otomotiv endüstrisine oluşan talebi artırıcı bir yönü var. Bugün kurumlar nezdinde kiralama bu kadar popüler olmazdan önce üç senede bir kimse araba değiştirmiyordu. Kimse yetkili servise otomobil götürmüyordu. Hiçbir şirket. Ben daha önce kendi çalıştığım şirketten biliyorum. Garanti süresi geçmiş arabayı bırakın geçmesini, geçmeden de önce kaçırırlardı. Büyük veya orta ölçekli bir arızaysa geçtiğinin ertesi günü bir daha o sistemi görmezdi otomobil. Dolayısıyla aslında kiralama şirketi otomotiv endüstrisinin iyi bir ortağı. Bu bakış açısıyla bakarsa otomotiv endüstrisi de bence bu iş ortaklığından çok önemli karlar elde edebilir, çok önemli faydalar elde edebilir. Demin dediğim gibi biz piyasayı büyütüyoruz. Biz aslında daha az kar ettirmiyoruz. Biz piyasayı büyütüyoruz. Otomotiv işi bir mass işidir, bir volüm işidir. Çok üretim üzerine kurulmuş bir yapısı vardır. Üretim çoklu üretilmektedir çünkü. Üretim bandı mantığıyla çalışıyor. Dolayısıyla adetler çok önemli olduğu bir endüstridir. Biz otomotiv endüstrisine ciddi adetler sağlıyoruz ve ileride daha da fazla adetler sağlayacağız. Hem günlük kiralamada hem operasyonel kiralamada. İkisinin de geleceği çok parlak. Bence kaygılı değil ama ortak neler yapabiliriz bakış açısı iki taraf için de daha kazançlı olacaktır. Otomotivin tabii ki kendine özel şeyi var. Üreticilerin sivil toplum kuruluşu OSD var. OSD’nin üretici olması, TAYSAD’ın üretici olması ve istihdam boyutlarının çok farklı olması dolayısıyla bugün hani 1 milyonun üzerinde insana iş veren bir endüstri, tabii ki kamuyla olan ilişkileri hem farklı hem de farklı ihtiyaçları var. Ama bizi de ilgilendiren, bizimle beraber yapılması istenen herşeyde biz yanlarında yer aldık. Fikrimizi verdik, elimizden geleni yaptık. Onlar da bize yardımcı oldu hep. >>>

En çevreci filolar Türkiye'de

Corporate Vehicle Observatory (CVO - Kurumsal Araç İzleme) tarafından gerçekleştirilen "CVO Barometre 2010" sonuçları, Türkiye'de filo yöneticilerinin yüzde 76'sının filolarını yakıt tasarrufu sağlayan araçlardan oluşturmak istediğini, yüzde 54'ünün hibrit, yüzde 44'ünün ise elektrikli araçları tercih edebileceklerini ortaya koydu.

TEB Arval'in sponsorluğunda, CVO tarafından gerçekleştirilen filo yönetimi konusunda yönlendirici nitelikteki CVO Barometre 2010 sonuçları açıklandı. Türkiye'de şirket araç yönetimi konusunda bugüne kadar yapılan "ilk" araştırma raporu olan ve 14 ülkede 4 bin 200 firma ile görüşülerek hazırlanan raporda, filo seçiminde "Türkiye'nin En Çevreci Ülke" olduğu belirtildi.

Türkiye'de filo yönetimi sektörünün durumunu ortaya koyan rapora göre, Türkiye'de özellikle büyük ölçekli şirketlerin filo seçiminde, otomobilin çevreci özellikleri önemli rol oynuyor.

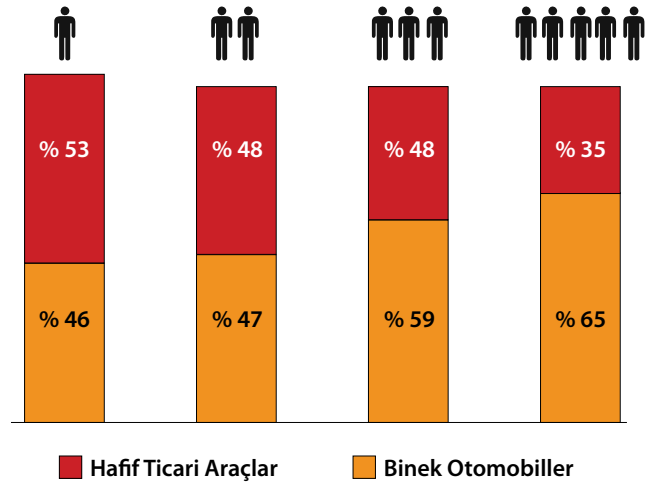
Teknik donanım, maliyet ve çeşit azlığı gibi kısıtlara rağmen filolara yeşil araç dahil etme eğiliminin Türkiye'de yurt dışına oranla daha yüksek olduğu ortaya konulan raporda, filo yöneticilerinin yüzde 76'sı filolarını yakıt tasarrufu sağlayan araçlardan oluşturmak istediğini, yüzde 54'ü hibrit, yüzde 44'ü ise elektrikli araçları tercih edebileceklerini belirtti.

Rapor, pazardaki söz konusu genel yaklaşımın, çevre konularına ve sürücü sorumluluklarına olan duyarlılığın üst düzeyde olduğunu gösteriyor.

Rapora göre, meraklı, açık görüşlü ve yeni hizmetlere ilgi gösteren bir profil çizen Türk karar vericilerinin filo seçiminde, yakıt tasarrufu da önemli yer tutuyor.

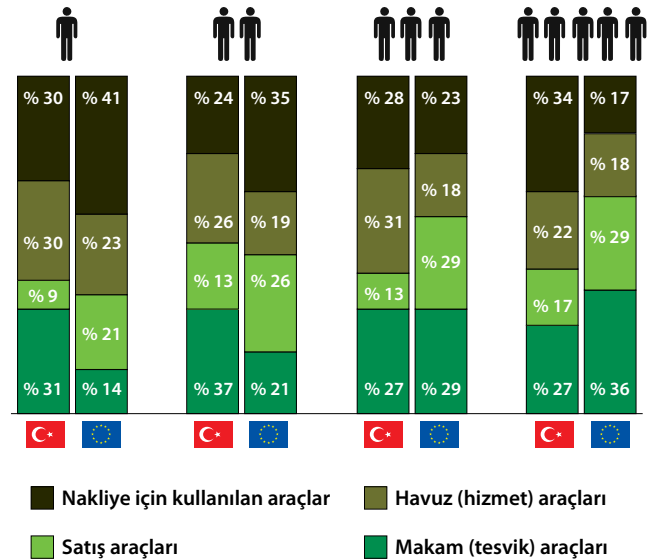
Rapor, kriz döneminde büyük ölçekli firmaların yarısından fazlasının araç politikalarını değiştirmemeyi tercih ettiğini, ancak bu oranın küçük firmalar için biraz daha düşük oldu-

Türkiye'de Filo Dağılımı



Baz: Şirket aracı olan firmalar = %100

Türkiye ve AB'de Filo Kullanımı Alanı



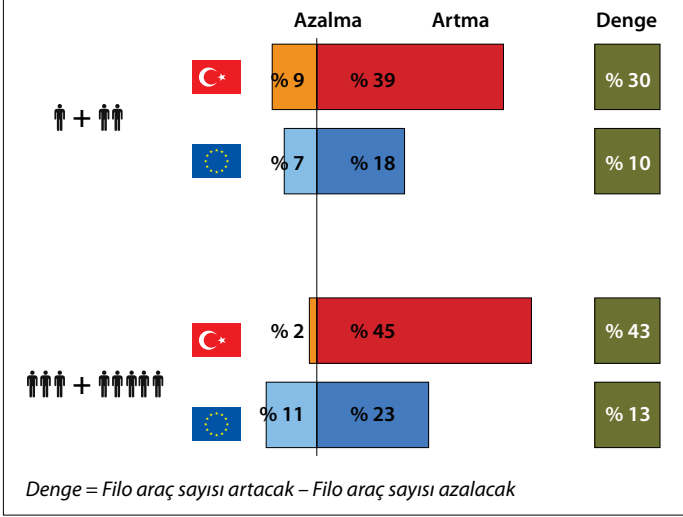
Nakliye araçları: 3,5 tondan hafif.

Havuz (hizmet) araçları: bakım ve tamir hizmetleri, genel hizmetler, satış sonrası hizmetler için kullanılır.

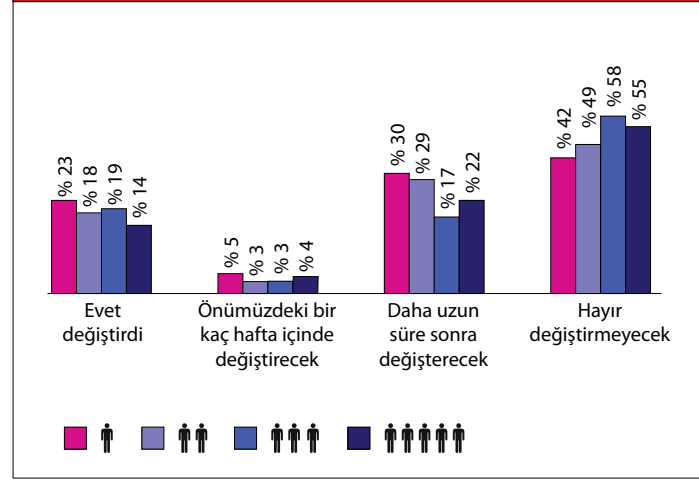
Satış araçları: satış seyahatleri ve toplantıları için kullanılır.

Makam (teşvik) araçları: çalışanlara firmanın kompensasyon uygulaması kapsamında verilir.

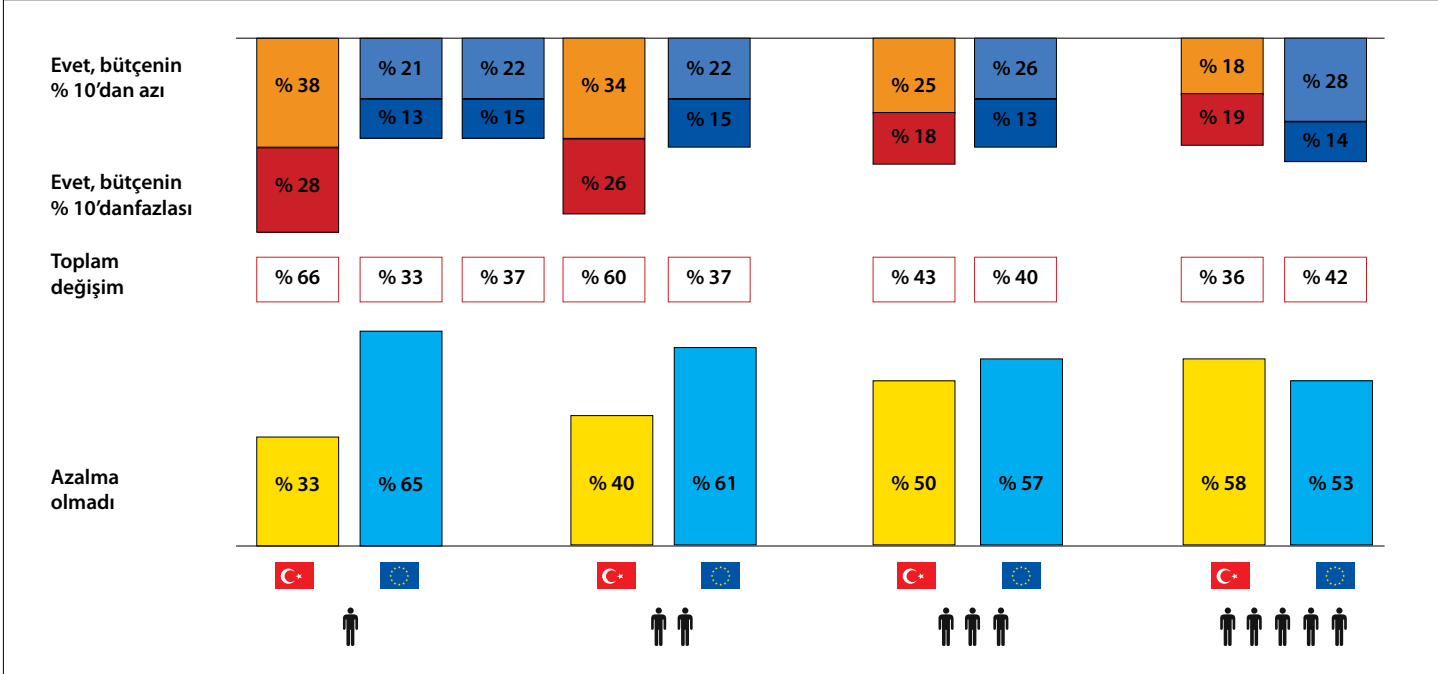
Türkiye ve AB'de Filo Büyüme Oranları



Krizden dolayı kurumsal araç politikasının değişimi



Krizden dolayı şirket araçlarına ayrılan bütçeyi azaltan firmaların yüzdesi



ğunu ortaya koyuyor.

Çevreci araç tercihinin önündeki engellerin başında "Masrafların çok yüksek olması" geliyor. Türkiye'de araştırmaya katılanların yüzde 96'sı fiyatların yüksek olmasını en büyük sorun olarak görürken, bu oran Avrupa'da yüzde 61.

Diğer engeller ise "Teknik belirsizlikler", "Sınırlı sayıda model olması", "Sınırlı kilometreli kısa menzilli araçlar oluşu" ve "Güvenliğe duyulan şüphe" olarak sıralanıyor.

"Araç filosu politikası oluşturmak kolay bir iş değildir"

Türk Ekonomi Bankası (TEB) Genel Müdürü Varol Civil, ülke ekonomisinin lokomotif sektörleri arasında yer alan ve birçok

sektörü etkileyen otomotiv sektörünün önemli bir alanı olan "filo yönetimi" konusunda, CVO'nin gerçekleştirdiği araştırmanın önemine dikkati çekiyor. Civil, "Şirket açısından değeri ne olursa olsun, araç filosu politikası oluşturmak kolay bir iş değildir. Sadece ilk bakışta ortaya çıkan belirli maliyetlere bağlı değildir; aynı zamanda, çok sayıda resmi ve idari işlem de gerektirir" diye konuştu.

TEB Arval Genel Müdürü Luc Soriau ise araştırma sonuçlarının, filo yönetimi ve araç kiralama konularında şirketlere bir yön vereceğine inandığını belirtti.

TNS Araştırma Direktörü Pelin Özkan finansman modeli ne olursa olsun, şirketlerin çalışanlarına otomobil vermeyi ve

Türkiye ve Avrupa'daki temel finansman yöntemleri



filolarını geliştirmeyi sürdürdüğünü dile getirerek, araştırma sonuçlarına göre şirketlerin krize rağmen küresel bir bakış açısına bağlı olarak araç ve filo politikalarında değişime gitmediklerini ortaya koyduğunu anlattı. Özkan, ancak krizden etkilenen KOBİ'lerin şirket araçlarına ayırdıkları bütçelerin düşme eğiliminde olduğunu bildirdi.

14 ülkede yayımlanacak

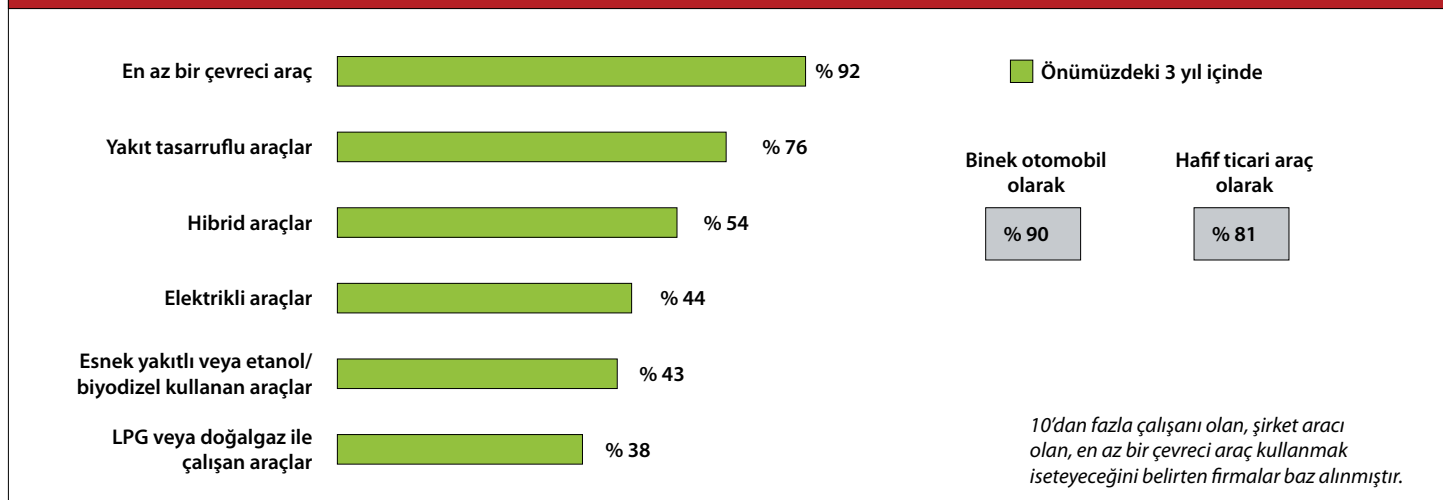
2002 yılında bu yana her yıl düzenli olarak gerçekleştirilen ve sonuçları itibarıyla otomotiv sektörüne ve filo yönetimi yapan firmalara önemli katkılar sağlayan CVO Barometre'nin,

uluslararası ve bağımsız uzmanlardan oluşan CVO Corporate Vehicle Observatory tarafından hazırlandığı belirtildi.

Bu yıl Türkiye'de ilk kez açıklanan ve Türkiye'deki bölümü TNS Araştırma Şirketi'nin katkılarıyla hazırlanan CVO Barometre'nin, şirketlerin araç parkları ve filo araç pazarındaki temel konulara ve eğilimlere odaklandığı kaydedildi.

Toplamda 300-400 arası filo yöneticisi ve karar verici ile gerçekleştirilen CVO Barometre araştırmasının, 2010 yılı içerisinde, Türkiye'nin yanı sıra Belçika, Brezilya, Çek Cumhuriyeti, Fransa, Almanya, Yunanistan, Hindistan, İtalya, Polonya,

Çevreci araçları kullanma isteği



DOBLÒ
YİNE
1 NUMARA



Fiat Doblò 2011 Yılı'nın Ticari Aracı seçildi.

Türkiye'de üretilen ve tüm dünyada başarısını kanıtlayan Fiat Doblò, 2006'dan sonra 2011'de de Yılın Ticari Aracı unvanına layık görüldü. Fiat Ticari Araçlar olarak son 6 yılda 4 kez Yılın Ticari Aracı ödülünü almanın gururunu sizlerle paylaşıyoruz.



YENİ HONDA CR-V ELEGANCE LIFESTYLE TÜRKİYE'DE SATIŞA SUNULDU



Honda'nın SUV segmentindeki modeli CR-V'nin yeni donanımlı versiyonu Elegance Lifestyle Türkiye'de satışa sunuldu.

Euro-5 emisyon değerlerini karıştıran 2.0 litrelik yüksek performanslı ve ekonomik i-VTEC motora 5 ileri otomatik şanzıman eşlik etmeye devam ederken gerçek zamanlı dört tekerlekten çekiş sistemi ve geliştirilmiş süspansiyonu ile kullanıcılara SUV konforu ve haciminin yanı sıra bir otomobilin sürüş rahatlığını sunuyor.

Alfa Romeo Giulietta Türkiye'de!



İtalyan otomobil üreticisi Alfa Romeo'nun kompakt sınıfta yer alan 147 modelinin yerini alan Alfa Romeo Giulietta, Eylül ayından itibaren Türkiye'de de satışa sunuldu. 2010 yılında 100. yaşını kutlayan Alfa Romeo'nun bir asırlık tarihsel sürecini taçlandıran Alfa Romeo Giulietta, hem göz alıcı İtalyan tasarımı hem de yürüyen aksam ve yenilikçi motor teknolojileriyle dikkatleri topluyor. 1.4 litrelik 120 ve 170 HP'lik benzinli motor seçeneklerinin yanı sıra 1.6 litre 105 HP'lik turbo dizel

Alfa Romeo Giulietta performans ve çevreyle dostluk anlamında yeni nesil teknolojiyi ve üst düzey bir performans garanti eden üçü benzinli olmak üzere toplam 4 farklı güç ünitesinden oluşan motor yelpazesine yer veriyor.

motor, Alfa Romeo Giulietta'nın kaslı kaputu altında görev alıyor. Alfa Romeo Giulietta'nın en güçlü motor seçeneğini ise 1.8 litre 235 HP'lik benzinli motor versiyonu oluşturuyor.

Tofaş CEO'su Ali Pandır, 5 yıllık stratejik plan çerçevesinde Fiat Grubu'nun "incisi" haline gelen Alfa Romeo'nun tüm dünyada sürekli ivme kazanan ve yükselen marka değerine dikkat çekti. Yeni gelecek ürün atılımları ile 2014 yılında Türkiye'de de yılda 4 bin adete yaklaşan satış hedefleri olduğunu dile getiren Pandır, Alfa Romeo için Giulietta'nın kendileri için uğurlu bir başlangıç anlamına geldiğini de belirtti. Alfa Romeo Marka Direktörü Arzu Çolakoğlu ise Alfa Romeo Giulietta için aldıkları ön siparişle şimdiden 100 adeti aşkın satış yaptıklarını, sene sonu hedeflerini de yeni Giulietta sayesinde revize ettiklerini ve 750 adetlik toplam satışa ulaşacaklarını dile getirirken, 2011'de ise İtalyan markanın öncelikli 1000 adet sınırını aşmasını hedeflediklerini vurguladı. >>>

RENAULT, LATITUDE DÜNYA LANSMANI MOSKOVO'DA YAPILDI



Moskova Fuarı'nda, Renault prestijli, orta üst sınıf sedanı olan Latitude'ü dünya prömiyerinde vitrine çıkarttı. Renault, gelecekteki herkes için elektrikli otomobilinin öncüsü konsept modeli Fluence Z.E. Concept'i de tanıttı. Renault Latitude Ekim 2010'da gerçekleştirilecek İstanbul Autoshow'da ilk kez Türk tükeciyle buluşacak ve 2011 Şubat ayı başında ticarileştirilecek.

Nissan'dan yeni bir güvenlik sistemi

Nissan Motor Ltd. Şti. arkadan çarpma nedeniyle meydana gelen kazalara iki açıdan da yaklaşan ve yeni bir teknoloji olan "Öndeki Araca Çarpmayı Önleme Konsepti"ni sundu. Bu teknoloji, bir yandan sürücünün seyahat esnasında önünde seyreden araca çarpmasını önlemeye yardım ederken, aynı zamanda ani fren yapma riskini de azaltmaya yardımcı olarak arkadan gelen aracın size çarpma riskini de azaltıyor.

Nissan'ın yeni teknolojisi, öndeki aracın uzaklığını ve hızını gösteren çok hassas bir radar sensörü aracılığıyla devreye giriyor. Sistem hızın düşürülmesi gerektiğini tespit ettiğinde, sürücüyü hem ekran simgesiyle hem de sesli olarak ikaz ederken, gaz pedalını yukarı kaldıran bir kuvvet oluşturup sürücünün aracı sarsmadan yavaşlatmasını sağlayan kısmi fren sistemini uyguluyor. Sistem çarpışma riskinin olduğunu tespit ederse, otomatik olarak daha sıkı bir fren yaparak sürücünün emniyet kemerini sıkılaştırıyor. Nissan, geliştirmiş olduğu "Öndeki Araca Çarpmayı Önleme Konsepti" sayesinde şu ana kadar çarpışma önleme sistemlerinin devreye girebildiği en yüksek hız olan 60 km/s' e kadar olası çarpışmaları önlemeye yardımcı oluyor. Öncesinde çarpışma önleme sis-



temleri daha düşük hızlarda devreye girebiliyordu, Nissan'ın yeni teknolojisi bu hızın neredeyse 60 km/s'e ulaşmasına yardımcı oluyor.

Nissan yeni teknolojisiyle, öndeki aracı daha erken tespit etmesinin yanı sıra sürücünün yüksek riskli bir durumdan kaçınmasını sağlayacak uyarılar veriyor. Sistem sürücünün hızını azaltmasına yardım etmek üzere tasarlanmış olup, aynı zamanda arkadan gelen aracın size çarpma riskini azaltıyor. >>>



Dünyanın ilk dizel hibrid Crossover modeli

Dünyanın ilk dizel "Full Hibrid" aracı olan 3008 HYbrid4'ün lansmanını yapan Peugeot, sürüş özgürlüğü ve heyecanı konusunda benzersiz bir ürün sunuyor.

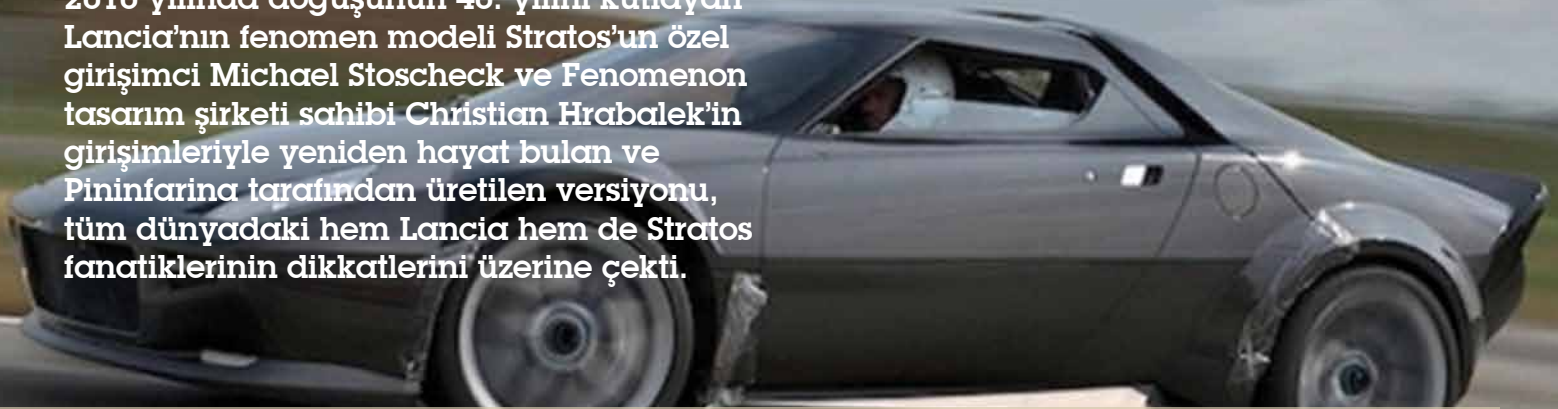


İçten yanmalı bir motor olan 120 kW (163 bg) gücündeki 2.0 l HDi FAP'ın, maksimum 27 kW (37 bg) kapasiteli elektrikli bir motorla eşleştirilmesini ifade eden HYbrid4 sayesinde 3008 Crossover modelinde 4 tekerlekten çekiş, 200 bg'lik güç, ZEV (Sıfır salımlı araç) modu ve 100 km.de 3,8 l yakıt tüketimi ile 99 g/km'den başlayan CO2 salımı elde ediliyor. Peugeot'nun dizel hibrid seçimi, hibrid adı verilen bir otomobil için çevreye saygı konusunda güçlü beklentiler ile yepyeni sürüş heyecanlarının bir araya gelmesinin mümkün olduğunu kanıtlıyor. Peugeot 3008 HYbrid4, 2011 ilkbaharında Batı Avrupa'da satışa sunulacak.

HYbrid4 adı, bir içten yanmalı motor olan 120 kW (163 bg) gücündeki 2.0 l HDi FAP'ın, maksimum 27 kW (37 bg) kapasiteli elektrikli bir motorla eşleştirilmesini ifade ediyor. Dizel motorlar benzinli motorlardan daha az yakıt tükettiklerinden, Peugeot 3008'de hibrid çalışması için mantıklısal olarak bu enerji tipi benimsendi. >>>

Lancia'nın Fenomeni Stratos

2010 yılında doğuşunun 40. yılını kutlayan Lancia'nın fenomen modeli Stratos'un özel girişimci Michael Stoscheck ve Fenomenon tasarım şirketi sahibi Christian Hrabalek'in girişimleriyle yeniden hayat bulan ve Pininfarina tarafından üretilen versiyonu, tüm dünyadaki hem Lancia hem de Stratos fanatiklerinin dikkatlerini üzerine çekti.



Ferrari 430 Scuderia şasisi ve V8 motoruyla dikkat çeken Yeni Lancia Stratos, Fiat'ın Balocco Test Pisti'nde yapılan ilk test sürüşleri sonrasında etkileyici yapısını net biçimde ortaya koymayı başardı. Sadece bir defalık üretildiği belirtilen Yeni Lancia Stratos'tan yaklaşık 25 adetlik küçük ve özel çaplı bir parti üretilmesi bekleniyor. İlk olarak 1970 Torino Otomobil Fuarı'nda sergilenen ve 1974 yılında ilk Dünya Ralli Şampiyonluğu unvanını elde eden Stratos, kısa sürede birbiri ardına devam eden istikrarlı başarılar elde etti. Bertone ta-

rafından tasarlanan bu efsaneden Lancia, yollara çıkmak üzere sadece 492 adet üretti. Stratos, ralli parkurlarında elde ettiği başarının ardından kısa sürede koleksiyonerler arasında da kıymete binecek kadar değerli hale geldi. Lancia Stratos, İtalyan otomobil üreticisine çok uzun yıllar süren sportif imajın yanı sıra Delta Integrale gibi bir başka efsanenin geliştirilmesi aşamasında da maddi ve manevi güç kaynağı oldu. >>>

Toyota Teknolojik Yenilikleriyle İstanbul Autoshow 2010'da

Paris Otomobil Fuarı'nda dünya prömiyeri yapılan Toyota Verso-S, 2010 İstanbul Autoshow'da Türk tüketicisiyle buluşmaya hazırlanıyor. Toyota standında ayrıca Optimal Drive ve Hibrid teknolojisi ile donatılan geniş ürün gamı beğeniye sunulacak.



Toyota, 2010 İstanbul Autoshow'da geniş ürün yelpazesinin yanı sıra geleceğe ışık tutan teknolojilerini de sergileyecek. Fuarda, Optimal Drive ve Hibrid bölümleriyle çevreci teknolojilere verdiği önemin altını çizecek. Toyota, dünya prömiyeri Paris Otomobil Fuarı'nda yapılan B-MPV segmentinin en yeni üyesi Verso-S'i de Türk tüketicisine ilk kez 2010 İstanbul Autoshow'da tanıttak.

Skoda SuperB Combi Auto Show'da

Otomobil dünyasının kalbinin atacağı 13. Uluslararası Otomobil Fuarı Auto Show'da ileri teknoloji ile donatılan Skoda Superb Combi, tasarımdaki estetikliği, geniş hacmi ve güvenliği elden bırakmayan donanımlarıyla Türk kullanıcısının beğenisine ilk kez sunulacak. Superb Combi, diğer Superb modelleri gibi düşük yakıt tüketimi ile de dikkatleri üzerinde toplayacak.

Skoda, bu yıl 13'ncü kez düzenlenecek olan Uluslararası Otomobil Fuarı Auto Show'da satış rekorları kıran Superb modelinin Station Wagon versiyonu olan Superb Combi'yi Türk kullanıcısının beğenisine sunacak. CNR Fuar ve Kongre Merkezi'nde düzenlenecek fuarda ilk kez tanıtılacak olan Superb Combi, teknolojisi, geniş hacmi, tasarımı ve güvenliği ön planda tutan donanımlarıyla ideal bir otomobil olarak öne çıkıyor. Üst orta segmentte yer alan Superb Combi, Skoda'nın marka kimliğini yansıtan tipik ön ızgara tasarımına sahip ön görünümüyle asil ve zarif bir duruş sergiliyor.



Uzun dingil mesafesi ve makul bir eğim oluşturan tavan çizgisi, araca mükemmel bir orantı kazandırırken, yolcu ve bagaj bölmesi ebatlarının da optimum kombinasyonu sağlanıyor. Superb Combi'de bulunan motor seçenekleri Superb'in sedan modelindeki gibi (1.4 TSI 92 kW, 1.8 TSI 118 kW, 2.0 TSI 132 kW ve 3.6 FSI V6 191 kW) ve üç dizel motordan (1.6 TDI CR DPF, 2.0 TDI CR DPF 103 kW ve 2.0 TDI CR DPF 125 kW) oluşuyor. Düşük yakıt tüketimi ve çevre dostu yakıt enjeksiyon sistemi Superb Combi modellerinin hepsinin ortak özelliği olarak dikkat çekiyor.>>>



OTOBAN dergisi için röportaj talebimizi kırmayan Ömer Onan ile yağmurlu bir İstanbul öğleden sonrası Kalamış sahilinde buluştuk. Spor Audi'siyle Kalamış'ta kısa bir tur yaparken otomobillerle ilgili değerlendirmelerini bize aktardı. On iki dev adamdaki biri olarak gönüllerimizde yer eden Ömer Onan, "bana her açıdan güven veren otomobilleri tercih ediyorum" diyor.

Röportaj: Tamer Atsan

**Milli Basketbolcu Ömer Onan:
"Sadece aracımdan
değil aldığım hizmetten de
güven duymak isterim"**

Otomobil senin için ne kadar önemli, otomobil senin için ne ifade ediyor?

Geniş bir aileye sahip olduktan sonra otomobil anlayışım değişti. Önceleri hep spor arabaları tercih ediyordum. Hatta hala spor bir aracım var. Ailemi yanıma aldığım zaman ise daha konforlu, bir yandan lüks yanında güven bir arada olsun istiyorum. Ben yanlarında olmadığım zaman araç kullandıklarında aklımın onlarda kalmaması ya da ben de aracın içindeyken ailemle birlikte yol alırken bana güven veren bir arabayı tercih ediyorum. Tek başıma olduğumda, örneğin idmanlara gelirken her zaman spor aracımı kullanıyorum. Otomobildeki, kuvveti ve gücü hissetmeyi eskiden beri severim. Arabamın o gücünü hissetmek tekbaşına olduğum zaman farklı bir keyif veriyor. Fakat hiçbir zaman kendimi veya bir başkasını tehlikeye sokacak kadar hızlı araba kullanmadım.

Otomobil alırken nelere dikkat ediyorsun, alacağın otomobilde neler olmalı, "ille de bu olmalı, olmazsa almam" diyeceğin özellikler nelerdir?

Eğer spor bir araba almayı hedefliyorsam, kuvvetli bir araç olmasını tercih ediyorum. Bu en az 2,7 olabilir. Özellikle torkunun ve beygir gücünün yüksek olması gerekli. Bazı araçlar yüksek motorlu olabiliyor, fakat beygir gücünün düşüklüğü

bana göre dezavantaj oluşturuyor. Gaz pedalına dokunduğumda bu gücü ve hareketi hissetmeliyim. Özellikle hangi aracı kullanıyor olursak olalım, ikinci vitesten üçe geçiş aralığı ya da dördüncü vitesten beşinci vitese geçiş aynı hıza denk geliyor. Ama aracın gücünü hissettiğiniz zaman, ikinci vitesten üçüncü vitese çıkış aralığıyla elde ettiğiniz hız insana keyif veriyor. Spor araç tutkum da işte bu yüzden. Spor aracımın yanı sıra bir de jeepe sahibim. Yedi koltuklu Discovery Land Rover'im var. Geniş hacmi ve koltuk sayısı tam da benim aileme göre. Üç çocuğumuz var. Arka koltuğu açabiliyoruz, büyük oğlumuz arka koltuğa geçiyor. İkizlerimizin koltuklarıyla beraber aracımıza rahatlıkla sığabiliyoruz. Yine dört çekerli bir jeep tercih edersem bana göre temel özelliği iç hacminin genişliği olacaktır.

Showroom da veya servis'e bire bir hizmet almaya gidiyormusun? Bakım yaptıracığın zaman nasıl bir hizmet bekliyorsun?

Bir kere benim için en önemli "yolunacak kaz olarak görülmemek". Çünkü sonuçta kim ne iş yapıyorsa yapsın, sırf lüks araba sahibiyse gittiği her yerde bu parayı ödeyebilir yaklaşımına sahip olunulması beni çok üzüyor. Böyle şeyler duyuyor ve hatta birebir yaşıyoruz. Çok yakın bir arkadaşım Audi Bayi olarak hizmet veriyor. Ben araçlarını oradan alıyor ve servise oraya gidiyorum. Bir aile dostumuz ve bir aile gibiyiz.



OTOMOBİL VE YAŞAM >>>

Bu yüzden kafamda en ufak bir soru işareti taşıyorum. Benim zaten çok kısıtlı zamanım kalıyor, o bayiden çoğu zaman ben gidemediğimde, birisi gelerek aracımı alıyor, servise, bakıma alıyor. Araçtaki aksaklık ya da gelişmeleri de bana açıklıyorlar. Ben o bayiye devamlı gittiğim zaman da, oturmaya, sohbet etmeye gidiyorum. Mesela arkadaşımın sahip olduğu showroomun temizliği, bana çok önemli geliyor. Özellikle insan kalitesi de çok önemli. Yani bir insanın sabahleyin, aracınızı teslim ettiğinizde size güler yüzle bakması, konuşması benim o bayi ilgili düşüncelerimi bir anda değiştirebiliyor.

Yani; sabah sabah araba bırakırken suratsız bir adamla karşılaşmak çok can sıkıcı oluyor. Kibarca, sizinle güler yüzle konuşulması ve ilgilenilmesi çok önemli.

Türkiye yi otomotivde son dönemlerde nasıl görüyorsunuz? Her marka araç ülkemize gelmeye başladı. Sektörde bir atak yapılıyor, yıllık satış adetleri ise 700.000'leri aştı. Sen bu konuda neler düşünüyorsunuz.

Zaten bunu biz trafikten her yıl anlıyoruz. İstanbul çok garip, her sene kullandığımız güzergahlar biraz daha sıkışıyor. Hep bazı yeni çareler bulunuyor ama o yüzden bende anlıyorum ki devamlı bir araba alımı var. Tabi ki Türkiye Dünya çapında gelişmekte olan bir pazar. Genç nüfus çok fazla. Bunun içinde genç nüfus ilk etapda kendine evden önce kredi ile araba almak istiyor. Çünkü baktığınız zaman kredilerin de bu kadar aşağı düşmesi ile ve de bu kadar çok şirketin rekabeti ile fiyatlar cazip hale geliyor. Ve genç nüfusta fazla olduğu zaman devamlı bir sirkülasyon var ve trafiğe giren araç sayısı her geçen gün artıyor. Onun için bence Türkiye bütün dünyadaki markalar için çok cazip bir ülke. Zaten onların yaptığı yatırımlardan belli oluyor.

Bir sonraki Dünya kupasında birinci olur muyuz?

Onu ben göremeyebilirim, çünkü yaşım otuz iki. Dört sene de bir yapılıyor biliyorsunuz. Ama gelecek sene Avrupa şampiyonası var, Litvanya da. Bizim için çok önemli. Birde 2012 olimpiyatlar var. 2012 olimpiyatlara da katılmak içinde Londra da. Avrupa şampiyonasının da ilk altının içerisine girmemiz lazım. Hem şu andaki federasyon hem Başbakan'ın da bize gösterdiği yeni hedef ülkemizi 2012 olimpiyatlarında temsil edebilme hakkını kazanmak bunun için çok önemli. Çünkü, 1950'lerden beri takım sporlarında olimpiyatlarda hiçbir zaman olamamışız. Oniki dev adam bütün Türkiye tarihinde takım sporlarında ilk defa dünya şampiyonasında bir final oynadı. 1950'lerden sonrada ilk defa olimpiyatlara bu takım giderse bu bizim için ayrıca bir gurur olur. Bütün konsantasyonumuz önümüzdeki 2011'deki Avrupa şampiyonasına katılmak ve 2012'deki Londra Olimpiyatlarına katılabilmek.



Peki, Amerika'yı yenebilirdik?

Amerika'yı yenip yenelemenizi bilemezsiniz maç oynandıktan yani şuan da her zaman yenebilirsiniz ama bu maç bu kadar erken kopmazdı eğer ki bir gün bize izin verebilirdiler. Amerika oynadığı maçı 19:00'da başlattı 21:00'de; yirmi, otuz sayılıkla bitirdi. Stresiz sakin gece geçirdiler. 22:00'de otellerine döndüler. En geç saat 24:00'de uyumuşlardır. Ya da dinlenme ihtimalleri fazladır. Biz 21:30'da maça başladık, 23:30'a kadar öyle bir maç oynadık ki son saniyesine kadar stres, heyecan sinir harbi içinde geçti. Hem maçı oynarken hem de maç sonucu müthiş bir boşalım yaşadık. 00:30 da salondan çıktık. Salondan Ataköy'ün içindeki otele 1.5 saate gidebildik. Seyirciler yolları kesip, sevgi gösterisinde bulundular, bizi kolayca bırakmadılar.

Akşam yemeğinden kalktığımız zaman akşam 02:30'du saat. Gece sabaha karşı da 05:30 da hepimiz ayaktaydık. Çünkü 02:30 da yemekten kalkan oyuncular zaten isteseler de o adrenalin ve yemek üzerine uyuyamaz. Saat 05:30'da biz hala sohbet ediyorduk, uyuyamıyorduk. Bu yüzden çok yorgunduk. Belki yine kaybederdik ama maçın hiçbir zaman ben öyle kopacağını beklemezdim.

O potansiyel var mıydı sence?

Bence var ama tabi şu da var, Amerika basketbol takımıyla ilgili herkes yanlış bir değerlendirme yaptı. Herkes bize "B" takımı ile geldi dedi. Halbuki Amerika takımında oynayan bütün oyuncular en tehlikeli oyuncu türü. Hepsi NBA kökenli ve genç. Yani NBA da her dakika kendilerini ispat edebilmek, uluslararası başarılarında da kendi isimlerini daha en öne yazdırmak ve NBA'de daha iyi yer bulabilmek için her topa saldıran müthiş atletik kuvvetli çocuklar. Herkesin tanıdığı büyük isimler gelseydi, bu kadar maça asıla bileceklerini beklemiyordum. Herkes diyordu ki Amerika yenilir. İşte bu yenilir mantığı, herkesin yanlış olduğu nokta oldu. Hepsi NBA oyuncusu ama hepsi genç, çelik gibi oyuncularla geldiler. Bu durum genelde biraz sıkıntı yaratı. Ve sonucu biliyorsunuz ama yine güzel ve keyifli bir maç yaşadık. >>>



Audi A1. Bir sonraki büyük Audi.

www.audi.com.tr



Audi'nin tercihi

Audi yetkili satıcıları ve modelleri hakkında bilgiyi (212) 335 04 24 Audi info'dan veya www.audi.com.tr'den alabilirsiniz. AUDI AG Türkiye distribütörü **Doğuş Otomotiv Servis ve Tic. A.Ş.**'dir.

Audi A1'lerin CO₂ emisyonu 103 - 122 g/km, ortalama yakıt tüketimi 3,9 - 5,3 lt/100 km arası değerlerdedir.

Trafik Hayattır | Doğuş Otomotiv

Blok Muafiyeti Tüzüğü'nü anlamak

Ülkemizde daha çok otomotiv sektörüne ilişkin gelişmeler kapsamında takip edilen "blok muafiyet", rekabet ve fikri mülkiyet başta olmak üzere birçok alanda önem taşımaktadır. AB ile Gümrük Birliği ilişkisi olan Türkiye'de bu konuya ilişkin gelişmelerin dikkatli bir şekilde izlenmesi gerektiğine inanmaktayız. Özellikle internet üzerinden yapılan ticaretin gittikçe önem kazandığı günümüz şartlarında, AB tarafından alınan kararların Türk iş dünyasınca bilinmesi ve buna uygun stratejiler geliştirilmesinin üyelik yolunda atılacak adımlar olduğu kanısındayız.

Türkiye Gümrük Birliği Kararı çerçevesinde, blok muafiyetine ilişkin rekabet politikasını Avrupa Birliği'nin söz konusu politikası ile uyumlaştırmayı taahhüt etmiştir. Bu çerçevede Avrupa Birliği'nde blok muafiyetine ilişkin değişikliklerin Türkiye'de de etki doğuracağı açıktır.

Blok Muafiyet nedir?

Avrupa Birliği, Birlik düzeyinde uyguladığı rekabet politikası aracılığı ile rekabete aykırı eylemlerin engellenmesini ve serbest piyasa ekonomisi ilkelerine uygun işleyen bir tek pazar oluşturulmasını amaçlamaktadır.

İşletmeler arasında, üye ülkeler arası ticareti etkileyecek ve iç pazarda rekabeti engelleyici, bozucu, kısıtlayıcı etki yaratacak anlaşmalar ve benzeri uygulamalar, yasaklanmıştır. Bu bağlamda, fiyatların doğrudan ya da dolaylı olarak belirlenmesine neden olan yatay ya da dikey anlaşmalara, Birlik genelinde izin verilmemektedir. Üretim ya da dağıtım zincirinin aynı seviyesinde yer alan, aktif ve potansiyel işletmeler arasında gerçekleştirilen anlaşmalar, yatay anlaşmalar olarak adlandırılmaktadır. Dikey anlaşmalar ise, üretim ve dağıtım zincirinin farklı aşamalarında faaliyet gösteren işletmeler arasında gerçekleştirilen anlaşmalardır. Tarafların çeşitli ürün ve hizmetlerin alım-satım, dağıtım koşulları ve bir takım ek yükümlülükler bu tip anlaşmalar ile belirlenmektedir.

Ancak, tüketiciler için avantajlı bir durum yaratması, malların üretim ve dağıtımının iyileştirilmesi, teknolojik ve ekonomik gelişime katkı sağlaması halinde işletmeler arası anlaşmalara ve ortak davranışlara muafiyetler tanınabilmektedir. Bu bağlamda, AB'de bazı yatay ve dikey anlaşmalara çeşitli tüzükler aracılığı ile blok muafiyetler tanınmıştır.

Avrupa Komisyonu tarafından 20 Nisan 2010 tarihinde dikey anlaşmalar ve ilgili uygulamalara ilişkin yeni bir blok muafiyet tüzüğü kabul edilmiştir. 330/2010 sayılı Tüzük, uygulama süresi 31 Mayıs 2010'da dolacak olan 2790/1999 sayılı Tüzüğün yerini almaktadır ve 1 Haziran 2010 ile 31 Mayıs 2022 arasında yürürlükte olacaktır.¹

Başka bir blok muafiyet tüzüğü'nün kapsamına giren dikey anlaşmalar 2790/1999/EC sayılı Tüzük ile sağlanan genel blok muafiyetten yararlanamamaktadır. Teknoloji transferi ve motorlu taşıtlar sektöründe dağıtım anlaşmaları bunlar arasında yer almaktadır. Bu çalışma kapsamında 330/2010 sayılı Tüzük kapsamında yer alan dikey anlaşmalar ve basta internet üzerinden yapılan ticarete ilişkin olmak üzere, getirilen yenilikler ele alınmaktadır.



Tüm mal ve hizmetlerin ticaretini kapsayan dikey anlaşmalar, üretim ve dağıtım zincirinin farklı seviyelerindeki teşebbüsler arasındaki anlaşmaları ifade etmektedir. Bu bağlamda Blok Muafiyet Tüzüğü'nün üzerine kurulduğu 4 temel ilke bulunmaktadır:

- Anlaşmalara uygulanır, tek taraflı tasarruflar için geçerli değildir;
- Anlaşma, iki veya daha fazla teşebbüs arasında olmalıdır. Son tüketici bir teşebbüs değilse anlaşma bu Tüzük kapsamına girmez;
- Üretim ve dağıtım zincirinin farklı seviyelerindeki teşebbüsler arasındaki , dikey anlaşmalara uygulanır;
- Otomotiv sektörü haricinde, tüm mal ve hizmetler için satın alma, satma ya da yeniden satış işlemlerini kapsar. 27 Mayıs 2010 tarihli Motorlu Taşıtlar Grup Muafiyeti Tüzüğü'nün (461/2010) 3. Maddesi uyarınca, yeni motorlu taşıtların alım, satım ya da yeniden satımına yönelik dikey anlaşmalar, 1 Haziran 2013'ten itibaren Genel Dikey Grup Muafiyeti Tüzüğüne düzenlenecektir. Bu tarihten sonra yeni motorlu taşıtların alımı, satımı ya da yeniden satımına ilişkin olan dikey anlaşmalara sadece 330/2010 Sayılı Genel Dikey Grup Muafiyeti Tüzüğü uygulanacaktır.

330/2010 SAYILI TÜZÜK VE GETİRDİKLERİ

Tüzüğün 2. maddesi, dikey anlaşmalara blok muafiyetinin uygulanmasına ilişkin hükümleri düzenlemektedir. Buna göre muafiyet, bir işletmeler birliği ile üyeleri arasında veya böyle bir birlik ile tedarikçileri arasında imzalanan dikey anlaşmalara; birliğin tüm üyelerinin perakendeci olması ve her bir üyenin yıllık cirosunun 50 milyon Avro'yu asmaması koşuluyla uygulanmaktadır.

Öte yandan, tedarikçinin mal ve hizmet sunduğu piyasadaki; satın alan tarafın da mal ve hizmetleri satın aldığı piyasadaki pazar paylarının yüzde 30'u geçmemesi öngörülmektedir. Çok taraflı bir anlaşma olması ve teşebbüslerden birinin hem tedarikçi hem de satıcı konumunda bulunması halinde bu işletmenin de yüzde 30 kuralına uyması gerekmektedir.

Tüzükte öngörülen düzenlemeler rakip işletmelere uygulan-



maktadır. Rakip işletmeler, hem hâlihazırda rakip olanları (aynı piyasada çalışan iki teşebbüs) hem de potansiyel rakipleri (dikey anlaşmanın olmaması halinde, kısa bir sürede gerekli yatırımları yaparak pazara girebilecek teşebbüsler) içermektedir. Bu durumun bir istisnası bulunmaktadır. Arz eden tarafın hem üretici hem de dağıtıcı olması durumunda; satın alan taraf dağıtıcıysa ve üretim safhasında rakip değillerse blok muafiyet geçerli olur. Benzer şekilde, arz eden taraf, ticaretin değişik seviyelerinde hizmet sağlayıcısıysa ve alıcı taraf mal ve hizmetlerini perakende düzeyinde tedarik ediyorsa, ticari düzeyde rakip değillerse Tüzük uygulanır.

KATI SINIRLAMALAR

Blok Muafiyet Tüzüğü Madde 4, dikey anlaşmaların Tüzük kapsamının dışında tutulmasına yol açacak katı sınırlamaları düzenlemektedir. Söz konusu katı sınırlamalar AB içerisindeki ticarete konu olan veya Birlik dışarısından ithal edilen ürünlere ilişkin dikey anlaşmaları içermektedir.

Maddenin ilk paragrafı, 4(a), üretici ile perakendeci arasında sağlanan anlaşma sonucunda perakende fiyat korunması sisteminin işletilmesi yani fiyata perakendecinin uygulayacağı fiyata müdahale edilmesi halinde, bu dikey anlaşmanın blok muafiyetinin dışında kalacağını ifade etmektedir. Fiyata sadece direkt olara müdahale edilmesi değil, dolaylı müdahaleler de yasaktır; örnek olarak; dağıtım miktarının belirlenmesi, azami indirim oranının belirlenmesi, rakiplerin perakende fiyatlarına göre fiyatlandırılması, ceza ve erteleme gösterilebilir. Satın alan tarafın fiyat düşürme konusundaki inisiyatiflerini kısıtlayıcı önlemler, doğrudan ve dolaylı mekanizmaları güçlendirmektedir (tavsiye edilen perakende fiyatın ürün üzerine basılması, en çok kayırılan müşteri uygulaması, vb.). Burada hatırlatılması gereken nokta, tavsiye



edilen fiyatların veya azami rakamların liste halinde tedarikçi tarafından bayilere verilmesi, perakende fiyat korunması olarak değerlendirilmemektedir.

Madde 4(b), yapılan dikey anlaşmalarda bölge veya müşteri grubu sınırlaması olması halinde anlaşmanın blok muafiyeti kapsamında yer almayacağını düzenlemektedir. Söz konusu sınırlama, doğrudan zorunluluklar sonucunda ortaya çıkabilmektedir. Örneğin, belirli müşterilere satış yapılmaması veya belirli bölgelerdeki müşterilere satış yapılmaması gibi hükümleri içeren anlaşmalar bu kapsamdadır. Ayrıca, tedarikçi ile yapılan sözleşmenin iptal edilmesi, indirim ve diğer kampanyaların reddedilmesi veya talep edilenden daha az ürün sağlanması gibi dolaylı araçlar da aynı şekilde değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, tüm bayiler tarafından sağlanması mecburi olan ve masrafları tedarikçi tarafından karşılanan garanti hizmetinin sağlanmaması da dolaylı bir sınırlamadır. Söz konusu hizmetin Birlik çapında verilmesi gerekmektedir. Ancak, tedarikçinin markasının kullanılması zorunluluğu katı sınırlama olarak değerlendirilmemektedir.

Madde 4(b)'de getirilen sınırlamaların 4 istisnası bulunmaktadır. İlk istisna uyarınca, tedarikçiye, belirli bir bölgeye veya müşteri grubuna aktif satış yapılmasını sınırlama yetkisi verilmektedir. Tedarikçi, söz konusu bölgeyi başka bir satıcıya vermiş veya kendine ayırmış olabilecektir. Bu durum, tedarikçinin satış için tek bir bayi ile anlaşmış olması ve bu bayinin satış yaptığı bölge ve müşteri grubuna Birlik içerisinde başka satıcılardan aktif satış yapılmasının tedarikçi tarafından önlenmesi halinde geçerlidir. Söz konusu istisnanın geçerli olduğu durumlarda başka satıcıların pasif satış yapma yetkisi devam etmektedir. Avrupa Komisyonu, aktif satışı, posta, e-posta, reklam (televizyon ve internet üzerinden) ve çeşitli promosyon yönetmeleriyle müşterilere tek tek ulaşılması olarak tanımlamaktadır. Pasif satış ise, bireysel olarak müşterilerden gelen taleplere yanıt verilmesi (mal ve hizmetlerin satılması dahil) şeklinde tanımlanmaktadır. Müşterilere ulaş-

mak için mantıklı bir yol olarak kullanılmakla birlikte, başka bayilere ayrılmış bölgelere ulanan genel reklam ve promosyonlar da pasif satış olarak değerlendirilmektedir.³ Aktif ve pasif satış kapsamında önemli bir husus olan internet üzerinden satışlar konusuna ileride detaylı olarak değinilmektedir. Öncelikle, Madde 4(b)'de öngörülen diğer istisnalardan bahsetmek konunun bütünlüğü açısından faydalı olacaktır.

Bu maddede belirtilen ikinci istisna, tedarikçinin, toptan ve perakende satış düzeylerini birbirinden ayırmak amacıyla, toptancının tüketicilere doğrudan satış yapmasının kısıtlanmasını düzenlemektedir. Aynı kapsamda, toptancıların belirli bir müşteri grubuna satış yapması da yer almaktadır. Üçüncü istisna, tedarikçinin belirli bir satış bölgesinde görevli yetkili bayisinin yetkilendirilmemiş diğer bayilere satış yapmasını engellemesini getirmektedir. Son istisna ise, birleştirilmek üzere satılan parçaları satın alan teşebbüsün, bu ürünleri tedarikçinin rakiplerine satmasını sınırlamaktadır. Söz konusu ürünler, "bütün"ün üretimi için gereken tüm ara malları ifade etmektedir.

İNTERNET ÜZERİNDEN YAPILAN SATIŞLAR: AKTİF Mİ PASİF Mİ?

İnternet her geçen gün daha fazla sayıda müşteriye ulaşılması ve geleneksel ticaret yöntemlerinin ötesine geçilmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Bu yüzden blok muafiyet kapsamında internete ilişkin düzenlemeler getirilmektedir. Avrupa Komisyonu, ilke olarak, tüm satıcıların interneti ürün satmak için bir mecra olarak kullanabileceklerini belirtmektedir.⁴ Genel olarak, işletmelerin web sitelerinin olması bir pasif satış yöntemi olarak değerlendirilmektedir. Müşterilerin satıcılara, herhangi bir bölge kısıtlaması olmaksızın ulaşabilmesi bu durumu değiştirmemektedir. Bir müşteri web sitesi aracılığıyla bayi ile irtibata geçiyor ve bu durum satıl ile sonuçlanıyorsa, pasif satış gerçekleşmiş demektir. Aynı şekilde, müşteriler düzenli olarak gelişmelerden haberdar olmak istiyor ve bu durum satışla sonuçlanıyorsa yine pasif satış

olduğu varsayılmaktadır. Bu bağlamda Komisyon, aşağıdaki durumları doğuran anlaşmaları pasif satışa yönelik katı sınırlamalar olarak değerlendirmektedir:

- Belirli bir bölgede faaliyet gösteren bayinin, farklı bir bölgedeki müşterilerin web sitesini ziyaret etmelerini önlemesi veya o bölgedeki bayinin web sitesine otomatik yönlendirme yapılması (bu durum, bayinin web sitesinde farklı sitelere link vermesine hanel getirmez),
- Bayinin, müşterilerin kredi kartı bilgilerinde yer alan adresin kendi bölgesinde olmadığını tespit etmesi halinde alışveriş işlemini kesmesi,
- Bayinin internet üzerinden yapacağı toplam satışa sınırlama getirmesi (bu, en azından belli miktarda ürünün geleneksel yollarla satılması kuralının getirilebilmesini engellemez),
- Çevrimiçi satılacak ürünlerin fiyatlarının diğer yollarla satılacak ürünlerden daha pahalı belirlenmesi.

İnternet kullanımına bayiler tarafından sınırlama getirilmesi, internet üzerinden yapılan satışların aktif satış olarak değerlendirilmesine bağlıdır. Avrupa Komisyonu, belirli müşterilere yönelik çevrimiçi reklamları aktif satış olarak nitelendirmektedir. Örneğin, bölgeye özgü reklam başlıklarının (banner) bu kapsamda yer aldığı ifade edilmektedir. Aynı şekilde, arama motorlarına veya çevrimiçi reklam hizmetlerine, belirli bir bölgedeki müşterilere reklam yapılması amacıyla ödeme yapılması aktif satışa girmektedir.⁵

İnternet üzerinden yapılan satışlar hakkındaki kurallara ilişkin olarak değinilmesi gereken son nokta, blok muafiyet kapsamında tedarikçinin, satışın gerçekleştirildiği web sitesi için bazı kalite standartları belirleyebileceğidir. Benzer şekilde tedarikçi, bayiler ile yaptıkları anlaşmalar doğrultusunda, üçüncü tarafların bir satış platformu olarak kullanılmasına ilişkin kuralları belirleyebilecektir.

DiĞER KATI SINIRLAMALAR

Madde 4(c), belirli bir dağıtım ağının müşterilerine (son kullanıcılar) yapılan aktif ve pasif satışların kısıtlanmasının Blok Muafiyet Tüzüğü'nün dışında kalacağını belirtmektedir. Belirli bir dağıtım ağına dâhil olan teşebbüsler, aktif ve pasif satış işlemlerini gerçekleştirebilmektedir.

Belirli bir dağıtım ağı içerisindeki bayiler arası çapraz tedariklere yönelik hükümler Madde 4(d)'de yer almaktadır. Bu bağlamda, söz konusu bayiler arasındaki aktif ve pasif satış işlemlerine kısıtlama getirilemeyecektir. Dolayısıyla toptan veya perakende seviyesinde olsun, bayiler arasında yapılacak ticaretin önü açık tutulmalıdır. Böylece, bayileri, sözleşmeye konu ürünleri tek bir kaynaktan almaya zorlayacak dikey kısıtlamaların önüne geçilmesi hedeflenmektedir.

Müşteri, tamirci ve hizmet sağlayıcıların, yedek parçaları doğrudan üreticiden satın almasına yönelik kısıtlamalar Madde 4(e) kapsamında ele alınmaktadır. Bu çerçevede, yedek parça üreticisi ile satın alan taraf arasındaki bir anlaşma, doğrudan veya dolaylı olarak bu ürünlerin son kullanıcı, tamirci veya

hizmet sağlayıcılara satılmasına engel getiremeyecektir. Öte yandan, üretici taraf, tamirci ve hizmet sağlayıcıların bu parçaları orijinal olarak kendisinden temin edilmesini isteyebilecektir.

DIŞARIDA BIRAKILAN SINIRLAMALAR

Blok Muafiyet Tüzüğü Madde 5, pazar payı esiğinin aşılmadığı durumlar dâhil, belirli şartlarda bazı zorunlulukların kapsam dışında tutulmasını düzenlemektedir. Bu kapsamda, ilk olarak, süresi belirsiz olan veya 5 yılı asan dikey anlaşmalar, doğrudan veya dolaylı rekabet dışı zorunluluklar⁶ içermeleri halinde blok muafiyetinin dışında kalmaktadır. Aynı şekilde, 5 yıllık sürenin dolmasının ardından yenileneceği bariz olan dikey anlaşmalar da blok muafiyetin kapsamında yer almamaktadır. Bu kuralın istisnası, satın alan tarafın mal ve hizmetleri tedarikçinin bünyesinde veya tedarikçi tarafından sağlanan imkânlar dâhilinde yeniden satmasıdır. Böyle bir durumda 5 yıl sınırı uygulanmaz, ancak rekabet dışı zorunlulukların bu ilişkinin geçerli olduğu süreyi asmaması beklenmektedir. Söz konusu istisnanın mantığı, tedarikçinin kendi bünyesinde rakip ürünler satmaya zorlanamayacağıdır.

Benzer şekilde, anlaşmanın sona ermesini takiben üretim, satış, yeniden satış ve satın almayı yasaklayan dikey anlaşmalar da blok muafiyetin içerisinde yer almamaktadır. Yalnızca, teknik bilginin anlaşma süresi boyunca kullanabileceği ve bu sürenin 1 yılı aşmayacağı istisnası getirilmektedir. Belirli bir dağıtım sisteminin üyelerinin rakip tedarikçi markalar satmasına yönelik doğrudan ve dolaylı sınırlamalar da Tüzük kapsamının dışında tutulmaktadır. Böylece farklı markaların belirli bölgelere girişinin engellenmesinin ve dolayısıyla "ko-olektif boykot"un önüne geçilmesi hedeflenmektedir. >>>

Can Mindek, İktisadi Kalkınma Vakfı

Kaynaklar:

- 1 Commission Regulation (EU) No 330/2010 on the application of 101(3) of the Treaty on the Functioning of the European Union to categories of vertical agreements and concerted practices, Avrupa Birliği Resmi Gazetesi, 23.4.2010
- 2 Case C-306/96 Javico v. Yves Saint Laurent (1998).
- 3 European Commission SEC (411), Commission Notice: Guidelines on Vertical Restraints, Brussels, 2010, s.19.
- 4 IPR Helpdesk, The European Commission adopted a new block exemption Regulation on vertical agreements and related practices, (Çevrimiçi), http://www.iprhelpdesk.org/news/news_6907.en.xml.html 28.04.2010
- 5 European Commission SEC (411), Commission Notice: Guidelines on Vertical Restraints, Brussels, 2010, s.20.
- 6 Satın alan tarafın, bir önceki yıl itibarıyla, sözleşmeye konu mal ve hizmetlerin en az yüzde 80'ini tedarikçiden veya tedarikçinin belirlediği bir teşebbüsten sağlaması durumudur. Bu durumda satın alan taraf, rakip mal ve hizmetleri en fazla yüzde 20 oranında kullanabilmektedir.



OYDER'e neden üye oldunuz?

Öncelikle biz yetkili satıcıları temsil etsin, güçlü bir şekilde sesimizi duyurup, sektörel sorunlarımızı dile getirsın, çözüm üretsin, sektörümüzle ilgili ihtiyacımız olan yurt içi ve yurt dışı tüm verilerin toplanması ve analizinin yapılmasını sağlasın, özellikle hukuki konularda danışacağımız bir kaynak veya danışman olsun, beklentisiyle üye olduk.

Otomotiv Yetkili Satıcılarının tek tek çözüm üretmelerinin yüksek maliyetli olduğu konularda; akademi kurup otomotiv ihtiyacı duyduğu personelin yetiştirilmesi veya yetiştirecek eğitim kurumlarıyla anlaşılıp ihtiyacı duyulan eğitilmiş kalifiye personelin sağlanmasına öncülük etmesi, yasal prosedür ve bürokrasideki hantallık, aksaklık, işimizi kolaylaştıracak yapısal düzenlemeler konusunda resmi kurumlar nezdinde bizi temsil ederek, işleyişle ilgili sistemler veya programlar sağlanması, OYDER'in üyelerine destek olacağı konuların başında gelmektedir.

Ulugöl Otomotiv San. Tic. Ltd. Şti. Yönetim Kurulu Başkanı
Alaaddin Ulugöl:

Finansman yükü bayilerin üzerinden kaldırılmalı

Satış, servis, yedek parça, kiralama, 2.el satışta distribütörlerin, sigorta şirketlerinin programlarıyla muhasebe programlarının entegre çalışacağı bir program yazılımına öncülük etmesi.

OYDER için neler düşünüyorsunuz?

OYDER' in özverili olup, sektörün tümünü kapsayacak bir örgüt yapısına kavuşması ve ürettiği projelerle örgütün çoğunluğunun desteğini arkasına alabilecek iletişimi sağlaması gerekiyor.

OYDER' in güçlü bir yapıda sürekliliğinin sağlanması için gelir kaynağı yaratması gerekliliğini düşünüyorum. Bunun içinde önerim insan kaynakları siteleri, 2. el araç alım-satım siteleri gibi, siteler kurup, yetkili satıcılar için yaptıracağı paket programla gelir kaynağı yaratmalı.

Sektöre nasıl girdiniz? Otomotiv sektörünü kısa ve orta vadede nasıl değerlendiriyorsunuz?

Öğrencilik yıllarımda otomobile olan merakım kendi aracımı satmamla başladı.

Türkiye' nin üç lokomotif sektörü ne baktığımızda otomotiv, inşaat, tekstil düşünülürse, bunların içinde otomotive yakınlığımız, bizim otomotiv sektörüne girmemizde etken oldu.

Dünya'da gelişmiş ülkelere ve Avrupa' ya baktığımızda 1000 kişide, kişi başına düşen araç âdeti % 30 ile % 60 adet arası, ülkemizde ise kişi başına düşen araç sayısı % 9, %10 arasında olduğunu görmekteyiz. Olması gereken sayısının çok altındayız.

Orta ve uzun vadede sektörün otomobil ve hafif ticari araç satışı olarak büyüme potansiyeline baktığımızda pazarın % 30, % 40 oranında büyümesi gerektiği görülmekte.

Otomotiv yetkili satıcılığını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Düşük kar marjlarına karşılık ciddi boyutta tesis yatırımı gerektiren ve artan rekabet koşulları içerisinde sürekli yenileme yatırımı isteyen işletmeler olarak görüyorum.

Yatırımı yenileme sürekliliğini sağlamak için yeterli karlılık, ancak dikine büyüme ile mümkün.

Bu büyümeyi sağlayamayan yetkili satıcıların, zaman içinde işlerini bırakmak zorunda kalacaklarını düşünüyorum.

Marka standartlarını yerine getirmek için sadece tesis ve personel yatırımı yapmak yetmiyor.

Özellikle stok finansmanı içinde ciddi boyutta işletme sermayesi gerektiriyor. Finansman yükünün bayi üzerinden kaldırılması, finansmana çözüm getirilmesi gerekmektedir.



Kâr merkezlerini arttırmak zorundayız. Bu kârlarla yetkili satıcının bu finans yüküyle yaşamını idame etmesi mümkün değil, üzerindeki finansman yükünün kalkması. Ek kâr merkezleri oluşturması gerektiğini veya Yeni ürünler yaratarak karlılığı arttırması gerekiyor. Satıştan da azda olsa mutlaka kâr elde etmeli.

Hangi alanlarda müşterilerinize hizmet veriyorsunuz?

Üretim harici otomotiv ve hafif ticari araçlarla ilgili satış, servis, yedek parça satışı, 2.el araç alımı ve satımı, sigorta acenteliği, kısa ve uzun vadeli kiralama faaliyetleri gibi hizmetleri veriyoruz.

Otomotiv sektörü dışında başka alanlarda faaliyet gösteriyormusunuz?

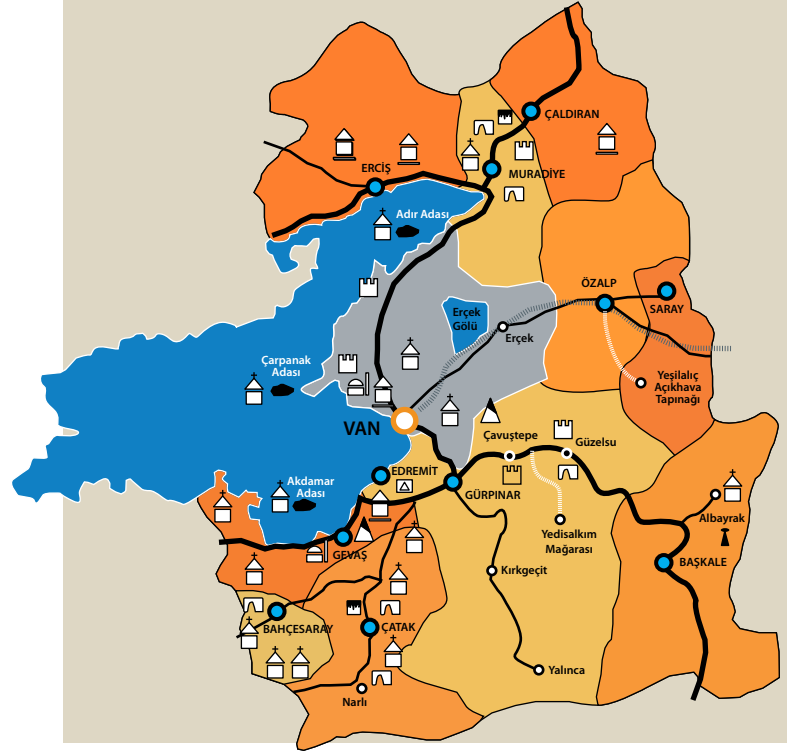
İnşaat sektöründe Birlik Yapı Teknik Ltd. Şti. adı altında, Erguvan Konakları isminde, Sancaktepe' de 40 daireden oluşan bir site yaptık. Daire satışlarımızdan sonra, yeni projeler yapmayı hedefliyoruz.

Sizi tanıyabilir misiniz?

Lise öğrenimimi memleketim Van' da tamamladıktan sonra, yüksek öğrenimimi İstanbul' da şimdiki adıyla Marmara Üniversitesi' nde Teknik Öğretmen olarak tamamladım.

Eğitimim sonrası 1987 yılına kadar taşımacılık, nakliye ve gıda sektörlerinde ticaretimizi sürdürdük. 1987 yılında otomotiv sektöründeki ilk adımımızı atarak; ULUGÖL OTOMOTİV 2. EL galerimizi Ziverbey' de açtığımız ofisimiz ile kurduk. 1993 yılında Skoda yetkili satıcılığını 4 S Olarak Ümraniye' de, 1995- 1997 yılları arasında Finans sektöründe hisse senedi aracı kurum ve döviz büfesi işlettik. 1997 yılında finans sektöründen çıkıp devam etmekte olan otomotiv işimize, Mitsubishi yetkili satıcılığını, Ak sigorta acenteliği ve 2004 yılında Citroen yetkili satıcılığını bünyemize katarak Ataşehir ve Ümraniye olmak üzere iki lokasyonda hizmet vermeye devam ediyoruz. Kardeşlerimizle birlikte aile şirketi olarak başlattığımız otomotiv yetkili satıcılığını kurumsal bir yapıda büyümeği sürdürmek istiyoruz. >>>

Van Gölü, Akdamar Kilisesi, "kaleler kenti" olarak anılmasını sağlayan kaleleri, dünyaca ünlü kedisi ve pek çok turizm aktivitesine olanak veren coğrafyası ile Doğu'nun önemli bir turizm merkezidir.



VAN

Kaleler Kenti

Van'ın yerel lezzetler sunan mutfağının önemli bir kısmını kahvaltılık salıncıkları oluşturuyor. Kentin çeşitli yerlerinde bulunan kahvaltılık salıncıklarında masaları, kaymak, bal, otlu peynir ve tereyağı gibi doğal ürünler donatıyor. Ayrıca, kente gelen turistleri, geleneksel Van yemekleri arasında bulunan kavurmalı uşkun ekşilisi, sengeser, kurut aşısı, Kürt köftesi, ayran aşısı, şile, bulgur aşısı, çılıbr, keledoş, mihla ve tandır balığı bekliyor.

an şehri Urartular'dan kalmadır. Urartular'ın başkenti olan Van'ın ozamanki adı "TUŞBA" idi. Van'ın tarihi M.Ö. 7000 yıllarına kadar uzanır. Van Kalesinin 6 km güneyinde bulunan Tilki tepe ve Van Gölünün kuzeyindeki Ernis Mezarlıklarında yapılan kazılarda Kalkolitik, Bronz ve Demir devrine ait kültürel buluntulara rastlanmıştır. Şehri ilk kuran Asur Kraliçesi Semiramis'dir. Bu bölgeye önce Huriler yerleşmişlerdir. Sonra Urartular, Medler, Persler, Makedonyalılar, Büyük İskender, Partlar, Sasaniler ve Bizans hakim olmuştur. M.S. 675 yılında Müslümanlar bu bölgeyi fethetmiş, daha sonra bölge yine Bizanslılara, bunları yenen Selçuklulara ve sonrada İlhanlılara, Celahiroğullarına, Karakoyunlara, Akkoyunlara ve Safevilere yurt olmuştur.

Van adı nereden geliyor?

Evlîya Çelebi, Seyahatnamesinde Büyük İskender'in Van Kalesindeki Vank adlı bir mabedin adını şehre verdiğini belirtmektedir. Başka bir rivayete göre; Van pek eski bir şehir olduğu için M.Ö. 1900'lerde Asur Melikesi Mesnure Şah Meryem (Semiramis) tarafından kendisine izafeten Şah Meryem Kürd şeklinde adlandırılmıştır. Daha sonra Keyanilerin son devrinde, Wan adındaki valinin, şehri genişletip güzelleştirmesi nedeniyle bu idareciden itibaren şehir Van olarak anılmıştır. Van adının kaynağı konusunda akla yakın ve bilimsel olan görüş Urartuca, "Biane" veya "Viane"den çıkmış olduğudur. Tarihi kaynakların bütününde, Urartular kendilerine Bianili demiş-

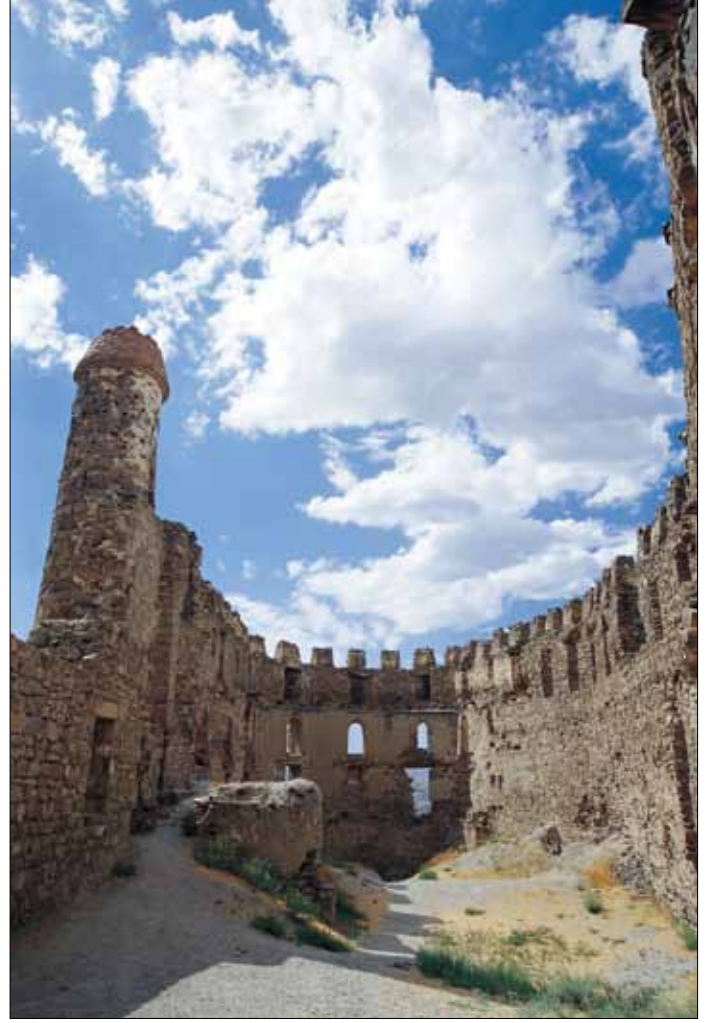
VAN'A ULAŞIM

- **Karayolu:** Van'dan Gürpınar-Başkale üzerinde Yüksekova ve Hakkari ile irtibat sağlayan, aynı zamanda Yüksekova üzerinden İran ile bağlantı kuran devlet yolu mevcuttur. Otobüs terminali kent merkezine yaklaşık 4 km. uzaklıktadır. Ulaşım minibüsle sağlanmaktadır.
- **Demiryolu:** Tren istasyonu şehre yaklaşık 5 km. uzaklıkta olup ulaşım minibüslerle sağlanmaktadır.
- **Havayolu:** Havaalanı il merkezine yaklaşık 7 km. uzaklıktadır. Ulaşım minibüslerle ve THY' ye ait servis araçlarıyla yapılmaktadır.
- **Van Gölü Ulaşımı:** Devlet Demir Yolları'na paralel olarak Van ile Tatvan istasyonu arasında demiryolu bağlantısı Van Gölü üzerinden feribotla sağlanmaktadır. Van İskelesi ile Tatvan iskelesi arasında karşılıklı olarak yük, vagon, araç ve yolcu taşıyan feribot seferlerin düzenlenmektedir. Van-Tatvan arası feribot yolculuğu yaklaşık 4 saat sürmektedir. Ayrıca Van Gölü üzerinde adalara turistik amaçlı yolcu taşımacılığı yapılmaktadır.

ler ve Urartuların yükselme devrinde Biate adı altında bir çok şehir ve insan topluluğu Van bölgesine toplanmışlardır. Bir başka rivayete göre tarihçiler, Van'ın Milâttan 1800 yıl önce Asur Kraliçesi Semiramis tarafından kurulduğunu söylerler. Semiramis, Mezopotamya bölgesinin üst kısımlarında yaşayan Surların kraliçesidir. Koca bir ülkeye hükmeden, dediği dedik, kestiği kestik olan dünyalar güzeli Semiramis, o güne kadar gönlüne göre birini bulamamıştır; ta ki Van'ın Muradiye kazasının kuzey yamaçlarına bir sefere çıkana kadar.

Semiramis, bu sefer sırasında bölgenin hâkimi olan Ara adında genç bir hükümdara gönlünü kaptırır. Güzel olduğu kadar mağrur da olan kraliçe, bu sırrını kimseye açıklayamaz. Savaş devam etmektedir. Semiramis'in kuvvetleri son bir saldırı ile bölgeyi ele geçirirler. Ancak son saldırı sırasında Hükümdar Ara da öldürülür. Haberi alan Semiramis, Ara'ya olan aşkını yüreğine gömer, hemen dönüş emrini verir.

Dönüş yolu üzerindeki Van'a gelirler. Van'ın zümrüt yeşili bağ ve bahçelerini, Van Gölü'nü çok beğenen Kraliçe'nin en fazla dikkatini çeken yeşillikler arasından göle doğru uzanan heybetli bir kaya parçası olur. Ara'nın hâtırasına bu kayalık üzerinde bir kale inşa ettirmeye karar verir. Kısa süre içerisinde



kale yapılır, eteğinde şanına uygun bir şehir kurulur. Şehrin adını da Şamrangerd bırakırlar.

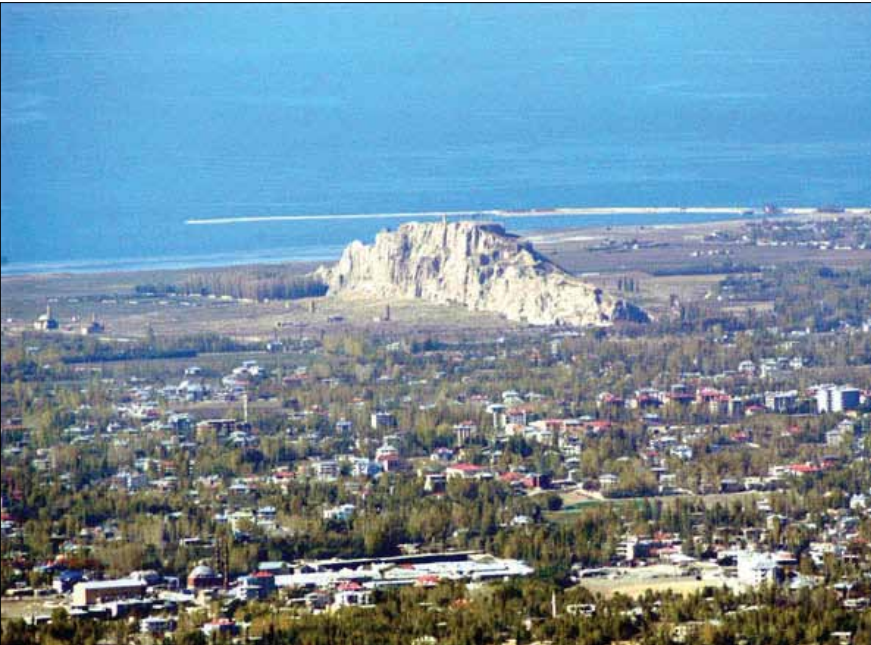
Osmanlı ve Cumhuriyet Dönemi Van

1534-1535 yıllarında gerçekleştirilen İran Seferi sırasında Bağdat, Tebriz ve Van gibi önemli merkezler Osmanlı idaresine girmiştir. Ancak Osmanlı Devletinin Macar Kralı Ferdinand ile başlayan mücadelesi nedeniyle kuvvetlerin Rumeli'ye kaydırılması sonucu, fethedilen yerlerden bazıları tekrar Safevilerin idaresine geçmiştir.

25 Ağustos 1548'de Van Kalesi Osmanlı egemenliğine girmiştir. Van Kalesinin fethinden sonra bölgenin beylerbeyliği, Anadolu Defterdarı İskender Paşaya verilmiştir. Bu arada Vastan (Gevaş), Erciş, Adilcevaz ve Ahlat da tekrar Osmanlıların eline geçmiştir.

Osmanlı taşra teşkilatında eyaletler sancaklardan, sancaklar kazalardan, kazalar nahiye ve köylerden meydana gelmekteydi. Osmanlı idaresinde Van, "Eyalet" statüsü kazanmış olup 1568-1574 yıllarında livâ tabir edilen 12 sancağa sahipti. Bunlar, Van (Paşa Sancağı), Adilcevaz, Bitlis, Muş, Bargiri, Erciş, Kârgâr, Kesan, Ispayrıd, Ağakis, Nısf-ı Şırvî, Vadi-i Beni Kotur'dur.

İran sınırında olması bakımından hem ordunun hareket noktası hem de önemli merkez olan Van'ın idari yapısı savaşlar sebebiyle sık sık değişikliğe uğramış, fethedilen yerlerin bir kısmı buraya dahil edilmiştir. Nitekim daha önce 12 olan san-



çak sayısı, 1578-1588'de 27ye yükselmiştir. Son çağ dünya tarihi içerisinde en büyük olay olan I. Dünya Savaşı ve neticesinde Van kadar harap olmuş bir şehir, ahalisi Van ahalisi kadar cefa çekmiş bir topluluk örneği çok azdır. Öyle ki, büyük harp öncesinde Van merkezinin toplam nüfusu 70 bin civarında iken, savaş sonrası Nisan 1919 sıralarında bu sayı 10-15 bine düşmüştür. Şehir ise tamamen harap olmuş ve bu yüzden yerleşim alanının değiştirilmesine neden olmuştur.

Birinci Dünya Savaşındaki istilalar, onun içinde ve ondan sonra meydana getirilen haksız uygulamalar, vaktiyle mamur olan bu bölgeyi bir harabeye çevirmiştir. Harpten sonra Van, yavaş da olsa bir gelişme göstermiştir. Van ilinin 11 ilçesi vardır. Bunlar; Özalp, Muradiye, Saray, Erciş, Başkale, Bahçe-saray, Çaldıran, Gevaş, Edremit, Gürpınar ve Çatak'dır.

Van'da nereleri gezmeli?

Van Gölü ve Akdamar Adası: Van iline adını veren Van Gölü Türkiye'nin ve dünyanın en büyük soda gölüdür. Dört tarafı yüksek dağlarla çevrilidir. İçinde Akdamar, Adır, Çarpanak, ve Kuş adaları olmak üzere 4 ada bulunmaktadır. Tarih boyu Yüksek Deniz, Nairi Denizi ve Yukarı Deniz dendiği gibi Deryaçe (Küçük Deniz) adını da alır. Gölün suyu çok tuzlu ve sodalıdır. Sabunsuz köpük verir ve temizlik maddeleri kullanılmadan içinde herşey yıkanabilir ve temizlenebilir. Her mevsim, her saatte farklı bir renk alan, gündeğümü ve günbatımının muhteşem olduğu göl, bölge turizmüne önemli bir katkı sağlamaktadır. Sahil boyunca yapılaşma ile bozulmamış koylar, yeşil bitki örtüsüyle sarılmış kıyılar görülmeye değerdir.



Kaleler: Van'a bir anlamda "Kaleler Kenti" denilebilir. Van ve çevresinde küçüklü büyüklü çok sayıda kale bulunmaktadır. Bu tarihi kalelerden bir kısmı Urartu döneminden, diğerleri Ortaçağ ve sonrasında kalmadır.

Van Kalesi: Van Kalesi, Van il merkezi sınırları içerisinde olup, şehir merkezine 5 km. mesafede bulunmaktadır. Urartu kalelerinin görkemlilerindendir. MÖ. 9. yüzyılda Lutupri'nin oğlu I. Sarduri tarafından yaptırılmıştır. Büyük bölümü ayakta kalan kalenin kuzeybatı ucunda bulunan ve Sardur burcu denilen taş bloklarla örülen yapının üzerinde I. Sarduri'ye ait olan,



VAN YEMEKLERİ

Doğu Anadolu'nun en tipik yörelerinden olan Van, mutfağı ile de haklı bir üne sahip. Van 'ın yerel lezzetler sunan mutfağının önemli bir kısmını kahvaltı salonları oluşturuyor. Kentin çeşitli yerlerinde bulunan kahvaltı salonlarında masaları, kaymak, bal, otlu peynir ve tereyağı gibi doğal ürünler donatıyor. Kente gelen turistleri, geleneksel Van yemekleri arasında bulunan kavurmalı uşkun ekşilisi, senger, kurut aşı, Kürt köftesi, ayran aşı, şile, bulgur aşı, çilbir, keledoş, mihla ve tandır balığı bekliyor.

Başlıca geçim kaynağı hayvancılık olduğu için Van mutfağı, et ve süt ürünleriyle biçimlenmiştir. Karayolu bağlan-



Asur çivi yazısı ile yazılmış, bilinen en eski Urartu yazıtı vardır. Kalenin diğer önemli bir yapısı, I. Agridiştı'ye ait olan kaya mezarı ve hemen bunun dışındaki kaya üzerinde bulunan Urartu'ların günümüze ulaşan en uzun yazıtı, "Horhor Yazıtları" vardır. Ayrıca kalenin kuzey yamacında II. Sarduri'nin açık hava tapınağı (Analı-Kız), Kale içinde Menau ve Sarduri'ye ait mezar odaları, mağaralar, su sarnıçları ve çeşitli odalar vardır.

Kalenin güneyinde ise eski şehrin kalıntıları bulunur. Ulu Cami, Hüsrev Paşa Cami, Kay Çelebi Cami, Hamamlar (Çifte

tısından sonra yöre mutfağına sebze girmiştir. Et ve süt ürünlerinin çok tüketildiği yörede, peynir, keşkek, kavurma gibi yiyecekler çoğunlukla çömlek içinde yere gömülerek korunur.

Van ilinin en tanınmış hayvansal ürünü otlı peynirdir. Özellikle otlı peyniri ülke sınırlarını aşmış dünya peynirleri ile boy ölçüşüyor. Koku ve lezzet açısından öteki peynirlerden çok farklı olan otlı peynir, koyun sütü, özel bir peynir mayası ve yaylalardan toplanan dağ nanesi, kekik, sirno (yabani sarmısak), mendo, çuşur gibi otlar kullanılarak üretilir.

Elma, armut gibi meyvalar buğdaya gömülerek saklanırken, turp, lahana, havuç gibi sebzeler 'kuyulama' yöntemiyle korunur. Vanda, mutfağa 'tandirevi' denir. Lavaş, tap-tapa gibi yöresel ekmekler burada pişirilir.

Taze kavrulmuş ve öğütülmüş buğdayın tereyağıyla kavrulduktan sonra bulamaç haline getirilmesiyle hazırlanan kavut, sabah kahvaltılarının vazgeçilmez yiyeceğidir. Yağda yumurtaya yörede 'ilitme' denir. Sengeser, murtuğa ve kelledos yöresinin kavurma ile yapılan diğer özgün yemekleridir.

Arıcılık ve küçük çapta tavukçuluğun da yapıldığı ilde su ürünleri avcılığı da önemli yer tutar. Van Gölü ve diğer göllerde balıkçılık yapılır. Balık genellikle bulgur, yoğurt ve salçayla yapılan ayran aşıyla birlikte yenir.

Özellikle Van gölünün sodalı sularına uyum sağlamış bir balık olan inci kefalinden havyar elde edilir ve bu balık tuzlanarak tüketilir.



Hamam) Kümbetler (İkiz Kümbet) ve çoğu tahrip olmuş eski evler, gezenleri tarihin yaprakları arasında seyahate çıkarlar.

Hoşap Kalesi: Van il merkezine 60 km. uzaklıkta, Gürpınar ilçesinde, Van-Hakkari karayolu üzerindeki Hoşap (Güzelsu)'da yer almaktadır. Dik bir kaya kütleli üzerine kurulan kale, iç kale ile bunun kuzeyindeki dış kaleden oluşur. Gözetleme kulesi, surları, burçları, beden duvarları, mescit, fırın, zindan seyir köşkü, harem, selamlık ve orijinal demir kapı kanatları kalenin önemli yapılarıdır. Ayrıca kalenin güney tarafında Van Bölgesinin en eski Osmanlı Köprüsü bulunur.



Ağartı Kalesi: Van Gölü'nün doğu kıyısında kurulan kale iyi korunarak günümüze kadar gelen sur duvarları andezit taş bloklarla örülmüştür.

Kef Kalesi: Urartu'ların önemli merkezlerinden biridir. Kalede çok odalı bir saray, hayvan ve bitki rölyefleri vardır.

Çavuştepe Kalesi: Van il merkezine 25 km. uzaklıkta, Gürpınar ilçesine bağlı Çavuştepe köyünde yer almaktadır. Bol Dağı silsilesinin batı ucuna kurulmuş olan kale; aşağı ve yukarı kalelerden oluşmaktadır. Kale, II. Sarduri tarafından M.Ö. 764-734 tarihleri arasında yaptırılmıştır. Kalelerde Haldi tapınağı, açık hava tapınağı, surlar, depo, ahır, saray binaları, su sarnıçları, çivi yazısı bulunmaktadır.

Ayanis Kalesi: Van'a 35 km. mesafedeki Ayanis köyündedir. Argıştı'nın oğlu Rusa tarafından M.Ö. 645-643 tarihleri arasında yaptırılmıştır. Urartu tarihinin son safhalarının aydınlatılması açısından çok önemlidir. Van Gölü sahiline yakın bir alanda kuruludur.

Toprakkale: Van il merkezinin doğusunda Zimzim Dağları silsilesine bağlı kayalık bir tepe üzerinde yer almaktadır. Kale Urartu kralı II. Rusa tarafından M.Ö. 685-645 tarihleri arasında yaptırılmıştır. Sarnıç, açık hava tapınağı, kayaya yontulmuş merdivenler bulunmaktadır.



Aşağı-Yukarı Anzaf Kaleleri: Van'ın 10 km. kuzeydoğusunda Van-Özalp karayolu yakınında yer almaktadır. Aşağı ve Yukarı Kalelerden oluşmaktadır. Her iki kalede surlar, kuleler, atölye, depo, saray yapısı, kitabe bulunmaktadır.

Akdamar Kilisesi: Gevaş ilçesi sınırları dahilinde Van Gölü içersinde bulunan en büyük adaya ismini veren kilisedir. Adanın güney doğusuna kurulmuş olan kilise sahile 3 km. uzaklıktadır. Günün her saatinde Akdamar Adası'na, sahilde bulunan motorlarla ulaşım sağlanmaktadır.

Kutsal Haç adına Vaspurakan Kralı I. Gagik tarafından Keşiş Manuel'e yaptırılmıştır. Kilisenin figürlü repertuarı oldukça zengindir. Bunun yanında, İncil ve Tevrat'tan alınmış çeşitli sahneler bulunmaktadır. Yunus Peygamberin denize atılması, Hz. Meryem ve kucağında İsa, Adem ile Havva'nın Cennetten kovulması, Hz. Davut ile Kral Goliat'ın mücadelesi Samson Filistinli ikilisi, ateşte üç İbrani genci, Aslan ininde Daniel sahneleri bulunmaktadır. Zengin hayvan, asma sarmaşıkları ve çeşitli figürler görmek mümkündür.

Adır Kilisesi: Kilise, Van merkezine bağlı Yaylıyaka köyü döşeme mezrasına yakın Van Gölü içersindeki aynı isimli adada yer almaktadır. Adanın güney tarafına kurulmuştur. Manastır 1305 yılında yapılmıştır. Daha sonra 1621 yılında Aziz Georges Kilisesi eklenmiştir. Yakınında bulunan sahildeki teknelerle ve Van İskelesi'nden kiralanan teknelerle gezilip görülebilir. Yedi Kilise Erek Dağı eteklerine 8. yüzyılda inşa edilmiştir.



arasında Urartular zamanında yapılmıştır. Bunların en önemlisi Menua (Semiramis/Şamran) sulama kanalıdır. Urartu Kralı Menua tarafından yaptırılmıştır. Menua/Şamran kanalı dünya mühendisliğinin bir harikası olarak geçtiği yerlere hayat vermiş, işlevini günümüze kadar sürdürmektedir.

Geleneksel Van Evleri: Van evleri Van'ın geleneksel mimarisinin günümüze taşıyan önemli unsurlardır. Tarihi Van Kalesi'nin güneyinde bulunan eski Van şehri, çarşıları, sokakları, mahalleleri, han, hamam, taş döşeli caddeleri yanında Van Evleri ile Osmanlı kentlerinin tipik özelliklerini taşımaktadır.

Mesire Yerleri: Van'da yer alan mesire yerleri arasında; Van'a 20 km. uzaklıkta, doğal plajları ve yeşilliği ile hoş görümlü Edremit, yeşillikler arasında doğal plajları ile bir gezi ve mesire yeri olan Gevaş, İl merkezine 80 km. uzaklıkta, iki çayın birleştiği yerde bir vadi içerisinde ormanlık, hoş manzaralı



Cami, Medrese ve Kümbetler: Van'daki önemli camiler Ulu Cami, Hüsrev Paşa Cami, Kızıl Camii, Gevaş İzzettin Çir Camii, Süleyman Han Camii, Kaya Çelebi Camii, Horhor Camii, Abbasağa Cami'dir. Hüsrev Paşa Medresesi, Hoşap Hasan Bey Medresesi, Hoşap Evliya Bey Medresesi, Gevaş Halime Hatun Kümbeti, Erciş Anonim (Zortul) Kümbet görülmeye değerdir...

Köprü ve Su Kanalı: Van'daki köprüler Bend-i Mahi Köprüsü, Kırmızı Köprü, Çatak Köprüsü, Hurkan Köprüsü, Zeril Köprüsü, Şeytan Köprüsü olarak sayılabilir.

Van'da ilk sulama kanalları ve barajlar M.Ö. 9. ve 6. yüzyıllar





Çatak ile İl merkezine uzaklığı 40 km. mesafede Van Gölü'nün sahilinde Süphan Dağı karşısında doğal plajları ve meyve bahçeleri ile ünlü Amik sayılabilir.

Van'da ne alınır?

Van'da alışveriş etkinliklerinin merkezini, turistik, hatıra eşya alım-satımları oluşturur. Özellikle dünyaca ünlü olan Van ve çevresinde dokunan kilimler büyük ilgi görmektedir. Turizm mevsimi ile beraber her türlü halı - kilim ve el sanatları, süs eşyaları şehir merkezindeki halı ve kilim galerilerinden satın alınabilir.



Van'da neler yemelisiniz?

Murtuğa (kahvaltılık), cacık (kahvaltılık), ilitme, ekşili, senseger gibi yemek türleri ile ünlü Van otlu peyniri yöreye özgü yemeklerdir. Van peyniri (otlu peynir), içerisine mahalli otlar katılarak yapılan güzel kokulu ve son derece lezzetli bir peynirdir. Yaz sonuna doğru küplere basılarak toprağa gömülür, kış için saklanır. Ayrıca, Van gölünden çıkarılan Van balığı (inci kefali) mutlaka yenmelidir. Van balığı, Van gölünün sodalı suyuna uygun "inci kefali" diye adlandırılan, bol havyarlı bir balık türüdür. Az kılçıklı olan bu balık oldukça lezzetlidir.



Van'da neler yapmalısınız?

Van Kalesi, Van Müzesi, Hoşap Kalesi, Muradiye Şelalesi, Edremit ve Gevaş kıyı boyu ve Gölü gezilip görülmeden,

Dünyaca ünlü bir gözü mavi diğer gözü yeşil olan Van kedisini görmeden, Dünyaca ünlü Van Kilimleri ve Savat (gümüş) İşlemeli el sanatları ürünlerinden almadan, Zengin bir mutfağa sahip olan Van yemeklerinden yemeden dönmeyin...

Van Gölündeki adalardan en büyüğü olan Ahtamar Adası, üzerindeki kilisesi ile ünlüdür. 900'lü yılların başında Kral Gagik tarafından yaptırılmış olan kilise taş işçiliğinin en seçkin örneklerindedir. Akdamar adasına Gevaş iskelesinden dolmuş motorları çalışmaktadır. >>>



Türkiye

otomotivin parlayan yıldızı

Ernst & Young raporunda, otomotiv sektöründe Türkiye'nin, Orta ve Doğu Avrupa'da en büyük büyüme potansiyeline sahip ülke olduğu vurgulandı. Otomotiv sektörünün önümüzdeki yıllarda Türkiye'nin "parlayan yıldızı" olmaya devam edeceği ifade edildi.

Ernst & Young raporunda, otomotiv sektörüyle Türkiye'nin Orta ve Doğu Avrupa'da en büyük büyüme potansiyeline sahip ülke olduğu vurgulanarak, sektörün önümüzdeki yıllarda düşük araç yoğunluğu ve hızlı nüfus artışı sayesinde cazibesini artıracığına işaret edildi. Raporda şunlar kaydedildi: "Ülke nüfusu 76 milyonu aşmaktadır. Bölgede kişi başına düşen otomobil sayısı en az Türkiye'dedir ve ortalama otomobil yaşı 16'dır. Bununla birlikte, ülke ekonomisindeki dalgalanmalar nedeniyle pazar potansiyeli tam olarak değerlendirilememektedir. 'Hurda araç teşviki' sayesinde, 2003-2004 döneminde yeni binek otomobil satışları tavan yaparak 678 bin adede ulaşmıştır. İç piyasada otomobil satışları 2008'de yüzde 17 oranında düşerek 494 bin 569 adede gerilemiş ancak 2009'da yaklaşık yüzde 13 artarak 557 bin adedi aşmıştır."

2008 yılında Türkiye'de yaklaşık 1 milyon 100 bin 198 adet olan hafif araç üretiminin 2009'daki krizle birlikte yüzde 20 oranında düştüğü, Avrupa otomotiv endüstrisinin değer zinciriyle daha çok entegre olduktan sonra, Türk otomotiv endüstrisinin son yıllarda hızla büyüdüğü ifade edilen raporda, üretimin yüzde 80'inin ihraç edildiği ve 2008 yılında toplam ihracatın yüzde 30'unu otomotiv sektörünün gerçekleştirdiği belirtildi. Öte yandan, dünya ekonomisindeki daralmanın, istikrarı korumak amacıyla uygulanan disiplinli para politikasının sağladığı ekonomik gelişmeyi sektöre uğrattığı, finans-

man kaynağı sağlamak ve daha çok yatırım çekebilmek için IMF ile anlaşma yapılmasının bir seçenek olabileceği vurgulanan raporda, ekonominin daraldığı dönemde, para biriminin zayıflığı ve yüksek borç gibi diğer bazı sorunların da gün ışığına çıktığı, binek otomobil talebinin artırılması amacıyla, 2009 yılının Mart ayında hükümetin belli bir süre için ÖTV indirimi uygulamaya başladığı ve sonuçta binek otomobil satışlarının aynı yıl yüzde 10 arttığı, hafif araç ve otomobil üretiminde, Türkiye'nin Avrupa'nın 'hurda indirimi' teşviklerinden de yararlandığı, ancak bazı Türk ihracatçıların daralan Avrupa pazarına alternatif olarak Orta Doğu'ya gitmeye başladığı kaydedildi.

İŞÇİLİK MALİYETİ DÜŞÜK

Raporda, Türkiye'nin güçlü sanayi temeli ve AB standartlarına ulaşma çabalarının, otomotiv üreticileri nezdinde cazip bir yatırım lokasyonu olmasını sağladığı ifade edilerek, şunlar belirtildi:

"Hyundai, Avrupa pazarına daha yakın olmak amacıyla ve Hindistan'daki işgücü uyuşmazlıkları nedeniyle i20 üretiminin bir bölümünü Türkiye'ye taşımaya karar vermiştir. Çinli otomotiv üreticisi Chery, 2009 yılının Mart ayında iç pazara ve Doğu Avrupa'ya satış yapmak amacıyla Türkiye'de tesis kuracağını açıklamıştır. Çinli Dongfeng Motor ise yeni binek otomobil üretim tesisine yatırım yapmayı planlamaktadır. Araç farı ve elektronik oto aksamı üreticisi Hella, kayda değer büyüklükteki satış sonrası (aftermarket) işlerden pay alabilmek için İstanbul'da araç parçası ticareti yapan bir Türk firmasının yüzde 49'unu 2009'un Ocak ayında satın almıştır. 2008 yılı Ekim ayında Lamborghini İstanbul'da ilk showroomunu açmıştır. Türkiye'nin Avrupa ve Asya arasındaki stratejik konumu nedeniyle Lamborghini, ülkeyi büyüme stratejisinin önemli bir parçası olarak görmektedir. Diğer üreticilerin yatırım planlarının aksine Honda, şu anda krizden etkilenen Rusya pazarına satış yapmayı planlamış olduğu Türkiye'deki ek tesislerinin yapımını ertelemeyi düşünmektedir."

Düşük araç yoğunluğu ve hızlı nüfus artışının sektördeki en büyük fırsat olduğuna dikkat çekilen raporda, köklü bir geçmişi olan yabancı otomotiv endüstrisinin varlığı ve yapısal reformların, yabancı Orijinal Ekipman İmalatçıları'nın (OEM) piyasaya daha kolay girmelerini ve üretimi artırmalarını sağladığı vurgulandı.

"Bölgede kişi başına düşen otomobil sayısı en az Türkiye'dedir ve ortalama otomobil yaşı 16'dır. 'Hurda araç teşviki' sayesinde, 2003-2004 döneminde yeni binek otomobil satışları tavan yaparak 678 bin adede ulaşmıştır. İç piyasada otomobil satışları 2008'de yüzde 17 oranında düşerek 494 bin 569 adede gerilemiş ancak 2009'da yaklaşık yüzde 13 artarak 557 bin adede aşmıştır."

Raporda, sektörün, yaklaşık 15 yabancı OEM projesi ve 700'ü aşan yabancı tedarikçiyle, yeni tesislerin kolaylıkla kurulabileceği olgunluğa eriştiği belirtildi.

Birçok Avrupa ülkesine kıyasla, Türkiye'de işçilik maliyetlerinin daha düşük olduğu, yetişmiş işgücü ve oldukça gelişmiş teknolojik altyapı imkanlarının, 2005 yılında yürürlüğe giren vergi reformundan sonra değiştirilen ve mükellefler için vergi konusundaki uygulamalara açıklık getiren mevcut kurumlar vergisi kanununun (yüzde 20 sabit vergi oranı) yatırım ortamını teşvik edeceği kaydedildi.

RİSKLER

Raporda sektörü bekleyen riskler ise şöyle sıralandı: "Makroekonomik açıdan bakıldığında, Türkiye'nin önünde ciddi sorunlar vardır ve IMF hedeflerine ulaşmada güçlükler yaşanabilecektir. Uzun vadeli faiz oranları hala yüzde 10'un üzerindedir, halen negatif değerini koruyan cari işlemler dengesi, dış borçların azaltılmasında yeni bir engel oluşturacaktır.

Enflasyonla birlikte sürekli büyüme rakamları görülmesine rağmen, Türkiye'nin ekonomik krizlerden yara almaması için yapısal değişikliklerin uygulanması gereklidir. Türkiye'nin ekonomisi büyük sermaye girişlerine çok bağımlıdır. Enflasyon oranı büyük ölçüde düşmekle birlikte, sorun varlığını korumaktadır ve sıkı para politikası uygulanmalıdır."

Türkiye'nin coğrafi konumunun, bazı ülkelere ihracatı tehlikeye sokabileceğine işaret edilen raporda, enerji fiyatlarının artması nedeniyle, dünya genelinde taşımacılık fiyatlarının da arttığı, bundan doğrudan etkilenen araç taşımacılık maliyetlerinin de yükseldiği belirtildi.

Raporda, araç ihracatının yüzde 90'ının Batı Avrupa'ya yapıldığı, komşu ülkelerin Türkiye'den araç ithalatının çok düşük olduğu, Orta ve Doğu Avrupa'nın, Batı Avrupa pazarlarına daha yakın olan ülkelerinde üretim arttığı zaman, Türkiye'nin uzaklığı nedeniyle yoğun bir rekabetle karşılaşabileceği, öte yandan, Türkiye'nin Orta Doğu ve Kuzey Afrika'ya yakınlığı açısından benzersiz bir konumda bulunduğu vurgulandı.

Bankaların sunduğu kredi imkanlarına rağmen, iç pazarda otomobil satışlarının son yıllarda yavaş seyrettiği de raporda yer aldı.

Ernst & Young Türkiye Vergi Bölüm Başkanı Mustafa Çamlıca da raporu değerlendirirken, önümüzdeki yıllarda Türk otomotiv endüstrisinin öne çıkacağını ve Türkiye'de ihracatın lokomotif olacağını belirterek, "Global ekonomik krizin yol açtığı gecikmelere rağmen, Türk otomotiv endüstrisinin 2012 yılına kadar 1.1 milyon adet üretime ulaşacağına ve 600 bin kişiye istihdam sağlayacağına inanıyoruz" dedi. >>>



Otomotiv Pazarı

Ocak-Eylül 2010

Türkiye Otomotiv pazarında 2010 yılı Ocak-Eylül dönemi otomobil ve hafif ticari araç toplam pazarı 465.178 adet olarak gerçekleşti. 419.208 adet olan 2009 yılı 9 aylık otomobil ve hafif ticari araç pazar toplamına göre satışlar % 10,97 oranında arttı.

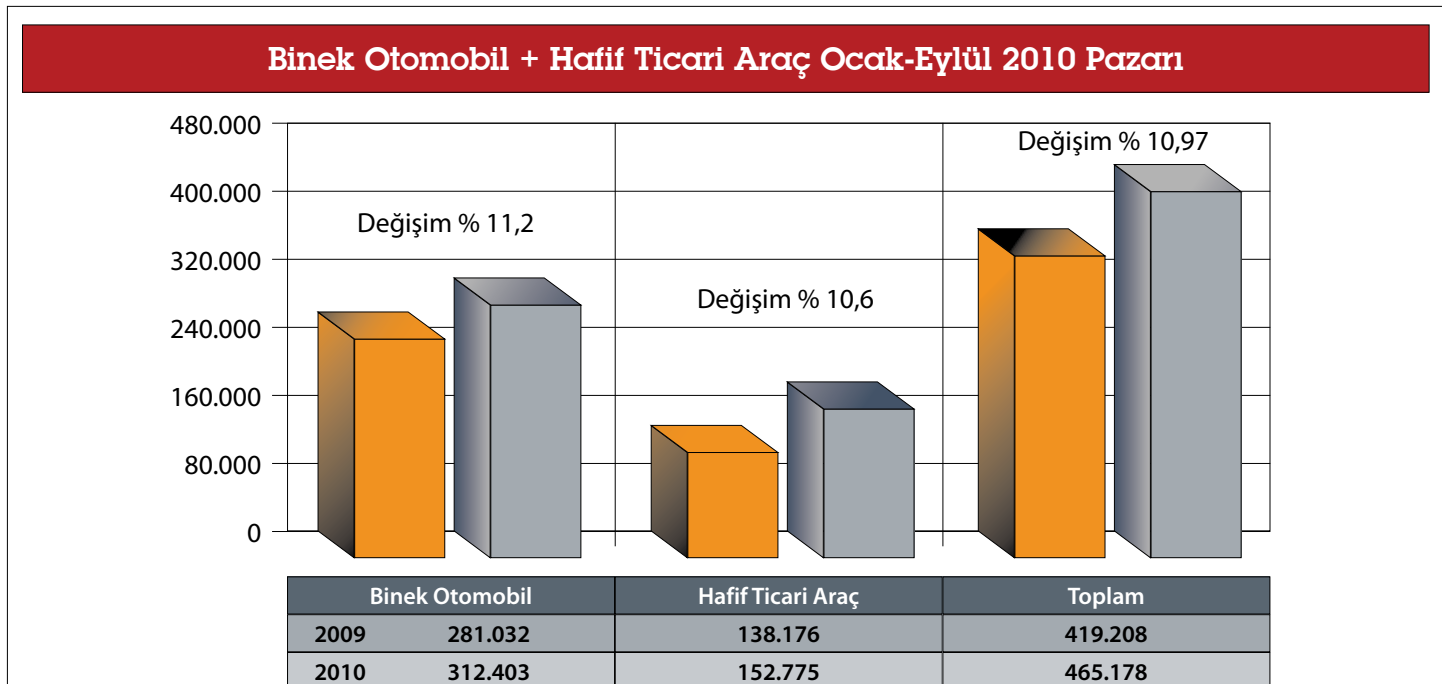
2010 yılında otomotiv sektörü beklentilerin üzerinde bir talep ile karşılaştı. Ekonomik aktivitenin ve büyümenin hızlanması, kredi piyasalarındaki normalleşme, krizden çıkış sinyalleri ve güven ortamındaki iyileşme, düşük faiz ortamı, TL'deki değerlenme, düşük Euro kuru ve şirketlerin yoğun kampanyaları gibi etkenler bir araya gelerek yılın ilk dokuz ayında sektörümüzde beklenenin üzerinde talep oluşmasına yol açtı.

2010 yılı Eylül ayında, geçen yılın Eylül ayına göre otomobil satışları %18,6 oranında daralarak 42.477 adet olarak gerçekleşti. 2010 yılı Ocak-Eylül döneminde toplam otomobil satışları geçen yılın aynı dönemine oranla %11,2 artarak 312.403

adet oldu. 2010 yılı Eylül ayında, hafif ticari araç pazarı geçen yılın Eylül ayına göre %27 oranında daralarak 21.337 adet oldu. Ocak-Eylül toplam hafif ticari araç satışları da aynı dönem için geçen yıla oranla %10,6 artarak 152.775 adet olarak gerçekleşti.

Otomobil pazarını motor hacmi bazında incelediğimizde, 2010 yılı Ocak-Eylül döneminde en yüksek paya yine 1600cc altındaki otomobiller sahip oldu. Geçen sene aynı döneme göre 1600cc altındaki otomobil satışlarında %8, 1600-2000cc aralığında motor hacmine sahip otomobil satışlarında da geçen seneye oranla %28, 2000cc üstü otomobillerde ise %13 artış görüldü. 2010 yılı 9 aylık dönemde dizel otomobil satışları geçen yıla oranla %38 oranında artış gösterdi. 2010 yılı 312.403 adet olan 9 aylık toplam otomobil satışının 166.160 (%53) adedini dizel otomobiller oluşturdu.

2010 yılı Ocak-Eylül dönemi otomobil satış adetleri geçen yılın aynı dönemi ile kıyaslandığında, tüm segmentler içindeki dizel otomobil satışlarının payı %43'den %53'e yükseldi. Toplam otomobil pazarında 2010 yılı Ocak-Eylül dönemi itibarıyla otomatik şanzımanlı otomobil satışları adedi 2009 yılının aynı dönemine oranla %24 arttı. 2010 yılı Ocak-Eylül dönemi otomobil satış adetleri geçen yılın aynı dönemi ile kıyaslandığında, tüm segmentler içindeki otomatik şanzımanlı otomobil satışlarının payı geçen seneye göre %28'den %31'e yükseldi. >>>

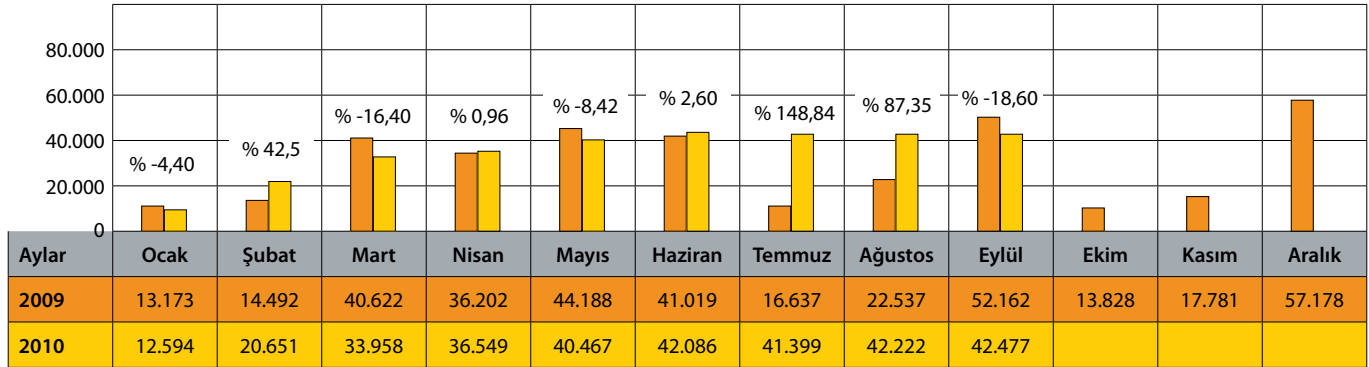


Parekende Satışlar Yerli/İthal Dağılımı Ocak - Eylül 2010

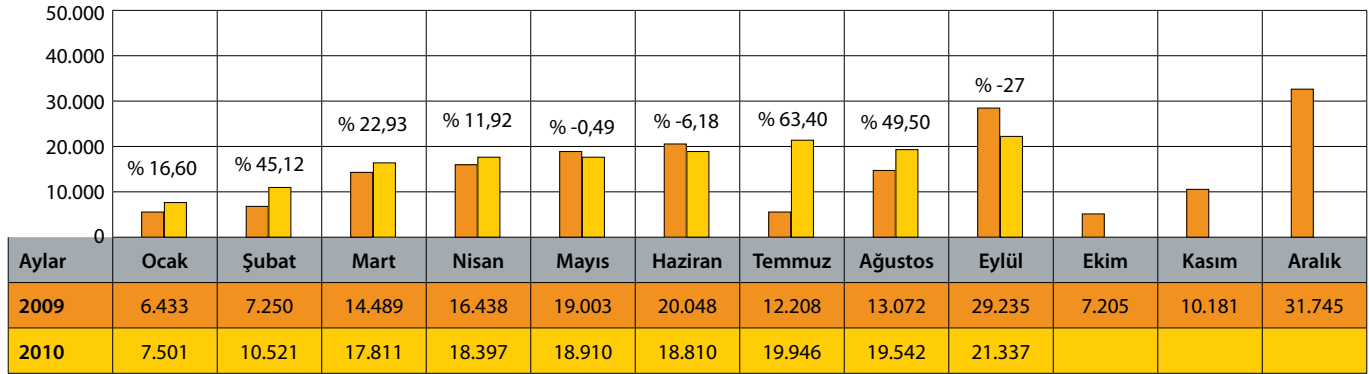
Marka	Binek Araç			Hafif Ticari Araç			Toplam		
	Yerli	İthal	Toplam	Yerli	İthal	Toplam	Yerli	İthal	Toplam
Alfa Romeo	0	245	245	0	0	0	0	245	245
Audi	0	6.618	6.618	0	0	0	0	6.618	6.618
Bentley	0	8	8	0	0	0	0	8	8
BMC	0	0	0	535	0	510	535	0	535
BMW	0	5.507	5.507	0	0	0	0	5.507	5.507
Chery	0	1.544	1.544	0	228	228	0	1.772	1.772
Chevrolet	0	10.916	10.916	0	0	0	0	10.916	10.916
Chrysler	0	136	136	0	0	0	0	136	136
Citroen	0	7.297	7.297	5.111	5.152	10.263	5.111	12.449	17.560
Dacia	0	7.898	7.898	0	3.726	3.726	0	11.624	11.624
Daihatsu	0	379	379	0	0	0	0	379	379
DFM	0	0	0	0	1.309	1.309	0	1.309	1.309
Dodge	0	58	58	0	0	0	0	58	58
Ferrari	0	14	14	0	0	0	0	14	14
Fiat	21.541	4.993	26.534	36.164	2.315	38.479	57.705	7.308	65.013
Ford	0	33.461	33.461	38.059	1.055	39.114	38.059	34.516	72.575
Geely	0	1.166	1.166	0	0	0	0	1.166	1.166
Honda	6.764	3.518	10.282	0	0	0	6.764	3.518	10.282
Hyundai	20.681	12.278	32.959	162	1.465	1.627	20.843	13.743	34.586
Ikco	0	112	112	0	0	0	0	112	112
Infiniti	0	58	58	0	0	0	0	58	58
Isuzu	0	0	0	512	1.680	2.192	512	1.680	2.192
Iveco	0	0	0	0	645	645	0	645	645
Jaguar	0	157	157	0	0	0	0	157	157
Jeep	0	425	425	0	0	0	0	425	425
Karsan	0	0	0	1.979	0	1.979	1.979	0	1.979
Kia	0	4.419	4.419	0	583	583	0	5.002	5.002
Lada	0	77	77	0	0	0	0	77	77
Lamborghini	0	3	3	0	0	0	0	3	3
Lancia	0	239	239	0	0	0	0	239	239
Land Rover	0	1.416	1.416	0	0	0	0	1.416	1.416
Mahindra	0	0	0	0	33	33	0	33	33
Maserati	0	18	18	0	0	0	0	18	18
Mazda	0	1.571	1.571	0	223	223	0	1.794	1.794
Mercedes-Benz	0	7.215	7.215	0	3.250	3.250	0	10.465	10.465
Mini	0	239	239	0	0	0	0	239	239
Mitsubishi	0	1.254	1.254	512	2.421	2.933	512	3.675	4.187
Nissan	0	5.852	5.852	0	1.266	1.266	0	7.118	7.118
Opel	0	21.882	21.882	0	1.024	1.024	9	22.906	22.906
Otokar	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Peugeot	0	12.426	12.426	8.684	6.447	15.131	8.684	18.873	27.557
Porsche	0	263	263	0	0	0	0	263	263
Proton	0	716	716	0	29	29	0	745	745
Renault	43.059	3.541	46.600	0	11.189	11.189	43.059	14.730	57.789
Saab	0	2	2	0	0	0	0	2	2
Seat	0	3.087	3.087	0	0	0	0	3.087	3.087
Skoda	0	3.772	3.772	0	0	0	0	3.772	3.772
Smart	0	27	27	0	0	0	0	27	27
Ssangyong	0	691	691	0	763	763	0	1.454	1.454
Subaru	0	723	723	0	0	0	0	723	723
Suzuki	0	1.160	1.160	0	0	0	0	1.160	1.160
Tata	0	457	457	0	680	680	0	1.137	1.137
Toyota	4.876	17.664	22.540	0	709	709	4.876	18.373	23.249
Volkswagen	0	27.043	27.043	0	14.838	14.838	0	41.881	41.881
Volvo	0	1.997	1.997	0	0	0	0	1.997	1.997
Toplam	96.921	215.482	312.403	91.718	61.057	152.775	188.639	276.539	465.178

Kaynak: ODD

Binek Otomobil Pazarı Aylık Gelişimi Ocak - Eylül 2010



Hafif Ticari Araç Pazarı Aylık Gelişimi Ocak - Eylül 2010



Otomotiv Pazarı Ocak - Ağustos 2010

2010 yılı Ağustos ayında geçen yılın aynı ayına göre toplam pazar %74 artarak 64.539 adete, üretim %21,8 artarak 60.291 adete, ithalat %91,6 artarak 40.277 adete, ihracat %8,2 artarak 36.685 adete ulaşırken ihracat değeri %5,7 azalarak 877 milyon 964 bin \$'a geriledi.

Dönem	Pazar* (adet)	Üretim (adet)	İthalat (adet)	İhracat (Adet)	İhracat** (\$)
Ağustos 2009	37.092	49.515	21.021	33.899	931.426.697
Ağustos 2010	64.539	60.291	40.277	36.685	877.964.283
(%)	74,0	21,8	91,6	8,2	-5,7

* Pazar: Binek Otomobil, Hafif Ticari Araç ve diğer motorlu taşıtlar toplamıdır.

** Ana ve yan sanayii toplamıdır.

2010 yılı Ocak-Ağustos döneminde de geçen yılın aynı dönemine kıyasla toplam pazar %19,4 artarak 417.531 adete, üretim %29,8 artarak 687.844 adete, ithalat %25,1 artarak 243.610 adete, ihracat %32,2 artarak 496.626 adete ve ihracat değeri de %16,9 artarak 10 milyar 281 bin \$'a ulaştı.

Dönem	Pazar* (adet)	Üretim (adet)	İthalat (adet)	İhracat (Adet)	İhracat** (\$)
Ağustos 2009	349.761	529.726	194.720	375.714	8.794.297.713
Ağustos 2010	417.531	687.844	243.610	496.626	10.280.615.612
(%)	19,4	29,8	25,1	32,2	16,9

* Pazar: Binek Otomobil, Hafif Ticari Araç ve diğer motorlu taşıtlar toplamıdır.

** Ana ve yan sanayii toplamıdır.

2010 yılı Eylül sonu otomobil pazarının %82'sini vergi oranları düşük olan A, B ve C segmentlerinde yer alan araçlardan oluştu. 2010 yılı Eylül sonu otomobil satış verileri segmentlere göre değerlendirildiğinde, en yüksek satış adetine %41 pay alan C (128.744 adet) ve ardından yine %40 pay ile B (125.652 adet) segmentleri ulaştı. Bu segmentlerin ardından %14 pay 42.404 adet ile D segmenti yer aldı. Geçen senenin aynı dönemine kıyasla 2010 yılı Eylül ayı sonunda otomobil pazarında sadece A (%45) segmentinde daralma görülürken en yüksek artışlar E (%76) ve F (%26) segmentlerinde görüldü. 2010 yılı Ocak-Eylül dönemi sonuçları kasa tiplerine göre değerlendirildiğinde, en çok tercih edilen gövde tipi yine Sedan otomobiller (%51) oldu. Sedan otomobilleri %35 pay ile H/B ve %8 pay ile SUV otomobiller takip etti. Kasa tiplerine göre satışlarda daralma yalnızca %8 ile MPV otomobillerde görülürken yine geçen senenin ilk dokuz ayına göre en fazla artış %110 ile CDV ve %79 ile SW otomobillerde gerçekleşti.

Binek Otomobil 2010 yılı Ocak-Eylül dönemi satışları									
2010' Eylül Sonu	1	2	3	4	5	6	7	Toplam	
Segment	S/D	H/B	S/W	MPV	CDV	Spor	SUV		
A (Mini)	19	1.660						1.679	0%
B (Entry)	52.044	65.634	2.577	2.760	2.050	61	526	125.652	40%
C (Compact)	76.400	42.122	2.464	4.472		1.155	2.131	128.744	41%
D (Medium)	26.670	670	540			1.330	13.194	42.404	14%
E (Luxury)	3.631	0	1.386	125		256	6.058	11.456	4%
F (Upper Luxury)	381					118	1.969	2.468	1%
Toplam	159.145	110.086	6.967	7.357	2.050	2.920	23.878	312.403	100%
Yüzde	51%	35%	2%	2%	1%	1%	8%	100%	

Binek Otomobil 2009 yılı Eylül Sonu satışları									
2009' Eylül Sonu	1	2	3	4	5	6	7	Toplam	
Segment	S/D	H/B	S/W	MPV	CDV	Spor	SUV		
A (Mini)		3.068						3.068	1%
B (Entry)	55.541	55.909	1.866	3.748	976	59	834	119.933	43%
C (Compact)	69.811	35.134	944	4.122		842	1.036	111.939	40%
D (Medium)	23.954	1.052	629			920	11.051	37.606	13%
E (Luxury)	1.944	1	408	96		246	3.827	6.522	3%
F (Upper Luxury)	366					125	1.473	1.964	1%
Toplam	152.616	95.164	3.897	976	976	2.192	18.221	281.032	100%
Yüzde	54%	34%	1%	0%	0%	1%	6%	100%	

Binek Otomobil Ocak - Eylül 2009/2010 satışları değişim oranı									
Değişim	1	2	3	4	5	6	7	Toplam	
Segment	S/D	H/B	S/W	MPV	CDV	Spor	SUV		
A (Mini)		-46 %						-45 %	
B (Entry)	-8 %	17 %	38 %	-26 %	110 %	3 %	-37 %	5 %	
C (Compact)	9 %	20 %	148 %	8 %		37 %	100 %	15 %	
D (Medium)	11 %	-36 %	-14 %			45 %	19 %	13 %	
E (Luxury)	87 %	-100 %	240 %	30 %		4 %	58 %	76 %	
F (Upper Luxury)	4 %					-6 %	34 %	26 %	
Toplam	4 %	16 %	79 %	-8 %	110 %	33 %	31 %	11 %	

SD: Sedan, H/B: Hatchback, S/W: Station Wagon, MPV: Multi Purpose Vehicle-Çok Amaçlı Araçlar, CDV: Car Derived Van-Binek Tipli Küçük Vanlar, SUV: Sport Utility Vehicle-Arazi Araçlar

Otomobil pazarını motor hacmi bazında incelediğimizde, 2010 yılı Ocak-Eylül döneminde en yüksek paya %81 ile 1600cc altındaki otomobiller 252.258 adetle sahip olurken, 1600-2000cc arası otomobiller de %17 pay ile 53.650 adet satıldı.

MOTOR HACMİ	2010'Eylül Sonu		2009' Eylül Sonu		Değişim	ÖTV	KDV
	Adet	Pay	Adet	Pay			
1600cc altı	252.258	81 %	233.235	83 %	8 %	37 %	18 %
1600cc-2000cc arası	53.650	17 %	42.028	15 %	28 %	60 %	18 %
2000cc üzeri	6.495	2 %	5.769	2 %	13 %	84 %	18 %
Toplam	312.403	100 %	281.032	100 %	11 %	Vergi Oranları	

2010 yılı 9 aylık dönemde dizel otomobil satışları geçen yıla oranla %38 oranında artış gösterdi. 2010 yılı 312.403 adet olan 9 aylık toplam otomobil satışının 166.160 (%53) adedini dizel araçlar oluşturdu. 2010 yılı Ocak-Eylül dönemi otomobil satış adetleri geçen yılın aynı dönemi ile kıyaslandığında, tüm segmentler içindeki dizel payı %43'den %53'e yükseldi.

DİZEL	2010'Eylül Sonu		2009' Eylül Sonu		Değişim
	Adet	Segment İçindeki Pay	Adet	Segment İçindeki Pay	
A (Mini)	86	5 %	122	4 %	-30 %
B (Entry)	65.235	52 %	47.960	40 %	36 %
C (Compact)	70.137	54 %	49.794	44 %	41 %
D (Medium)	17.959	42 %	14.663	39 %	22 %
E (Luxury)	10.712	94 %	6.169	95 %	74 %
F (Upper Luxury)	2.031	82 %	1.497	76 %	36 %
Toplam	166.160	53%	120.205	43%	38 %

Toplam otomobil pazarında 2010 yılı Ocak-Eylül dönemi itibarıyla otomatik şanzımanlı satış adetleri 2009 yılının aynı dönemine oranla %24 arttı. 2010 yılı Ocak-Eylül dönemi otomobil satış adetleri geçen yılın aynı dönemi ile kıyaslandığında, tüm segmentler içindeki otomatik şanzımanlı otomobil satışlarının payı geçen seneye göre %28'den %31'e yükseldi.

OTOMATİK ŞANZIMAN	2010'Eylül Sonu		2009' Eylül Sonu		Değişim
	Adet	Segment İçindeki Pay	Adet	Segment İçindeki Pay	
A (Mini)	1.035	62 %	1.762	57 %	-41 %
B (Entry)	21.414	17 %	18.456	15 %	16 %
C (Compact)	37.809	29 %	31.023	28 %	22 %
D (Medium)	23.331	55 %	18.981	50 %	23 %
E (Luxury)	11.248	98 %	6.269	96 %	79 %
F (Upper Luxury)	2.462	100 %	1.961	100 %	26 %
Toplam	97.299	31 %	78.452	28 %	24 %

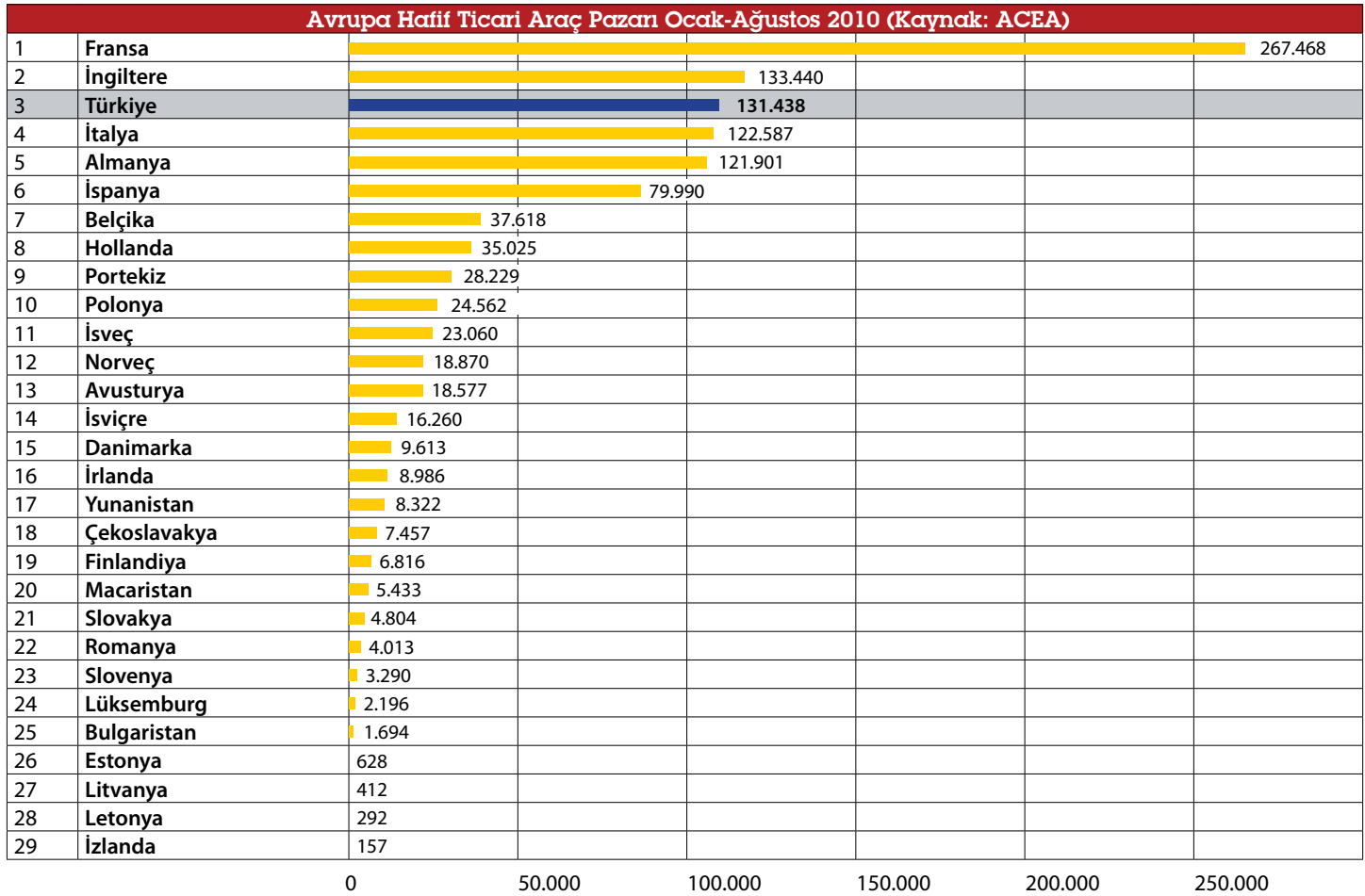
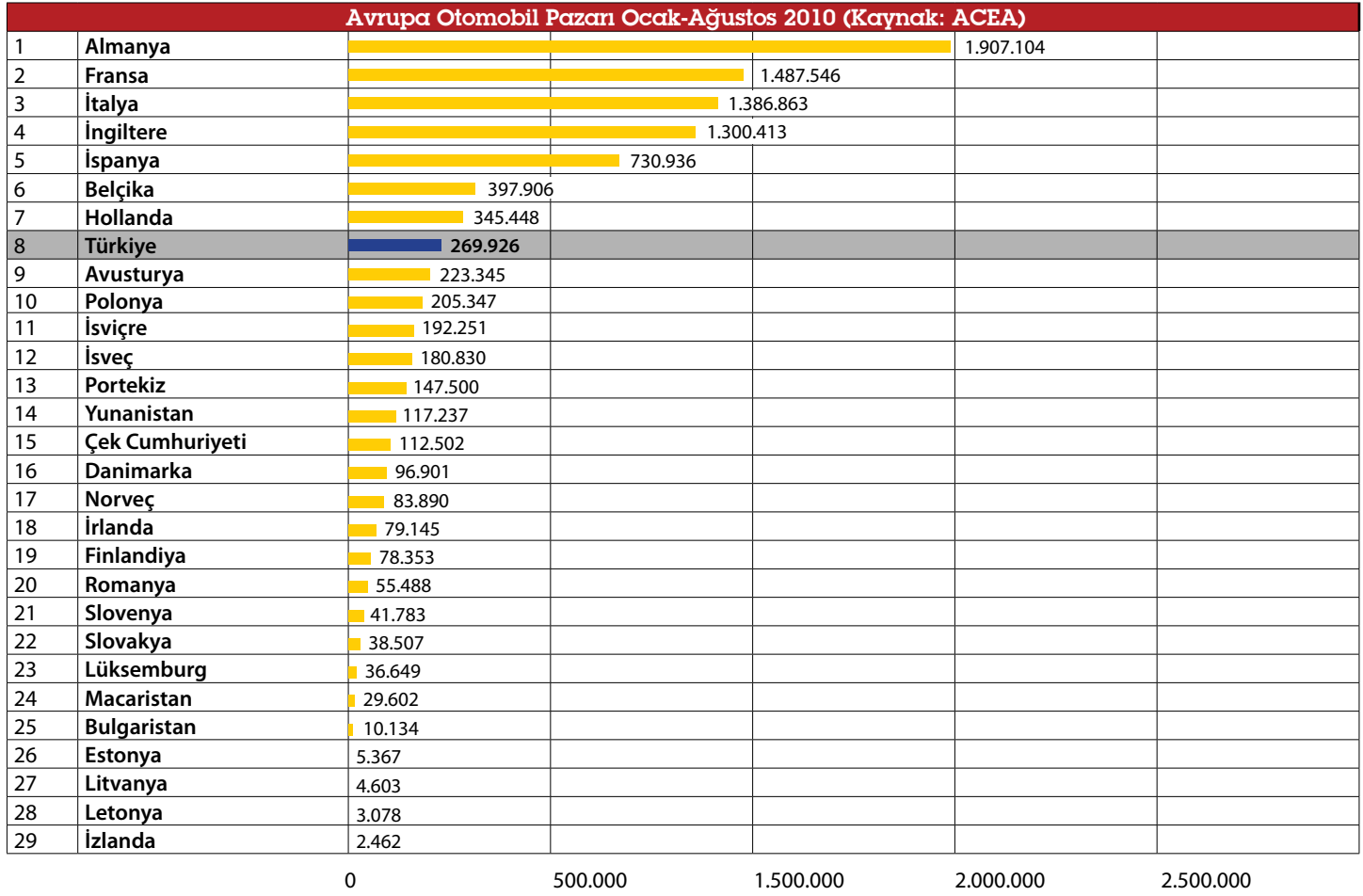
AVRUPA OCAK – AĞUSTOS 2010 DÖNEMİ OTOMOBİL VE HAFİF TİCARİ ARAÇ PAZARI

2010 yılı Ocak-Ağustos dönemi toplam Avrupa satışları (AB27+EFTA) bir önceki yılın aynı dönemine göre %3,0 azalışla 9.300.306 adet olarak gerçekleşti. 2009 ve 2010 yılları 8 aylık gerçekleşen kümülatif otomobil pazarı kıyaslandığında en belirgin düşüş %39,1 ile Bulgaristan'da gerçekleşirken, hemen ardından %35,4 ile Macaristan ve %33,1 ile Slovakya yer aldı. 2010 yılı 8 aylık en yüksek artış sırasıyla; İrlanda (%49,6), Portekiz (%46,4) ve İzlanda (%42,8) de gerçekleşti.

Türkiye 2010 yılı Ocak-Ağustos döneminde toplam otomobil satışları geçen yılın aynı dönemine oranla %17,9 artarak 269.926 adet oldu. 2010 yılı Ocak-Ağustos dönemi otomobil satışları ile Türkiye, Avrupa otomobil satışlarında yine 8. sırada yer aldı.

Avrupa Ocak - Ağustos 2010 Dönemi Hafif Ticari Araç Pazarı: 2010 yılı Ocak-Ağustos dönemi toplam Avrupa satışları (AB27+EFTA) bir önceki yılın aynı dönemine göre %8,1 artış ile 991.700 adet olarak gerçekleşti. 2009 ve 2010 yılları 8 aylık gerçekleşen kümülatif hafif ticari araç pazarı kıyaslandığında en belirgin düşüş %56,0 ile Romanya'da gerçekleşirken, ardından %49,8 ile Çek Cumhuriyeti'nde ve %47,8 ile Slovakya'da görüldü. 2010 yılı 8 aylık en yüksek artış sırasıyla; İsveç (%35,5), Norveç (%29,2) ve Portekiz'de (%22,0) gerçekleşti.

Türkiye 2010 yılı Ocak-Ağustos döneminde toplam hafif ticari araç satışları geçen yılın aynı dönemine oranla %20,7 artarak 131.438 adete ulaştı.



Trafik, sadece araçlardan ibaret değildir...

Ethem GENİM, Autodrom Yönetim Kurulu Başkanı

Ülkemizin en büyük sorunlarından birisi olan trafik terörüne karşı son yıllarda alınan bazı tedbirler sayesinde kazalarda önemli düşüşler sağlandı. Ancak ne acıdır ki; yaşanan trafik kazalarındaki ölüm oranı, hala Avrupa'dan 10 kat, Amerika'dan da 16 kat daha fazla. Bu, ülkemizdeki sürücülerin ve yayaların trafik konusunda iyi eğitim almadığının en büyük göstergesi. Ülkemizdeki trafik cezalarının yeterince caydırıcı olmaması, sürücü kurslarının müfredat gereği verdikleri yüzeysel eğitim ve okullarda nitelikli bir trafik eğitiminin verilmemesi bu kazaların başlıca sebepleri arasında...

Çok dikkatli ve yavaş otomobil kullanan bir sürücünün bile trafikte kaza yapmayacağını garanti yoktur. Siz hız sınırlamalarına, trafik ışıklarına, tabelalara tam olarak uyabilirsiniz fakat sizinle beraber trafikte otomobil kullanan milyonlarca kişiye bu konuda güvenebilir misiniz? Kırmızı ışıkta geçenler, ters şeritten gidenler, U dönüşü yasak olan yerden dönüş yapanlar, yoğun trafikte sağlı sollu makaslara girenler... Bunlar hepimizin, neredeyse her gün karşılaştığı olaylar. Trafik kurallarına uymak ve trafikte dikkatli olmak kadar, nasıl otomobil kullanılacağını ve kazaya sebebiyet verebilecek durumlarda kazayı nasıl engelleyebileceğinizi bilmek de önemlidir.

Ayrıca trafik denilince yalnızca otomobili düşünmek çok doğru değil. Trafiğin içinde yayalar ve hazırlıklı olmadığınız anda karşınıza çıkabilecek canlılar/nesnelere de var. Kazaların sadece sürücü hatalarından değil, karşı taraftan gelebilecek tehlikelerden de kaynaklanabileceğini unutmamak gerekir. İlerleyen haftalarda

yol şartlarının kazalardaki payının ne kadar önemli bir yeri olduğunu göreceğiz. Bu noktada da güvenli sürüşün yanında, defansif sürüş tekniklerinin önemi bir kez daha karşımıza çıkıyor.

Bir de uygun olmayan hava ve yol şartlarında otomobil kullanmanın, normal zeminde otomobil kullanmaktan çok farklı olduğunu vurgulamak gerek. Türkiye'de sizce kaç kişi kaygan zeminde nasıl bir sürüş gerektiğini tam olarak biliyor? Hafif bir yağmur yağmaya başladığı anda trafiğin neden yavaşladığını hiç düşündünüz mü? Trafiğin yavaşlaması, kilometrelerce kuyrukların oluşmasının yol şartlarından kaynaklanmasının yanı sıra bu sıkışıklığa sürücülerin katkılarının neler olduğunu biliyor muyuz? Trafikteki yaşanan bu karışıklığın ve küçük detayların unutulması ile ne kadar basit kazaların meydana geldiğini hepimiz yaşayarak görmekteyiz. Farklı yol zeminlerine ve iklim şartlarına göre verilecek kapsamlı bir eğitim ile bu kazaların önüne geçmek mümkün.

Her yıl trafik terörüne binlerce vatandaşını kurban eden bir ülkenin ferdi olarak bilgi ve tecrübelerimi sizlerle paylaşmak ve bu teröre dur demek amacı ile 2003 yılında Türkiye'nin ilk tek sürüş teknikleri eğitim kompleksi olan Autodrom'u, kurdum.

Autodrom, "trafik kültürü"nü oluşturmasını sağlamak amacı ile geçen süre zarfında İstanbul, İzmir ve Ankara'daki tesislerinde çeşitli branşlarda 70.000 sürücüye güvenli ve defansif sürüş teknikleri eğitimi vermiştir.>>>



Benim babam, Toyota gibi adam!



Çıkarım senle her yola...

Today
Tomorrow
Toyota



Hakkını verir...

Performansın, konforun, güvenliğin, estetiğin, yolun, yolculuğun... İtalyan tasarımını Alman teknolojiyle buluşturan Chery Tiggo Lusso paranızın hakkını verir. Güçlü gövde yapısı, güvenli duruşu ve modern çizgileriyle stil sahipleri için yaratılan Chery Tiggo Lusso ile sürüş keyfinin ve maceranın tadını çıkarın.



Tiggo Lusso 2.0L
OTOMATİK ŞANZİMAN

Çevre dostu 2.0L, Arçero motor • 18014000 maksimum tork • ABS • ESP • Immobilizer • Sürücü ve yolcu hava yastıkları • Alüminyum dışa doğru jantlar • Kof bilye çayan • Yükseklik ayarlı içtirmeli ön koltuklar • Elektrikli sunroof • Deri döşeme • Katlanabilir arka koltuklar • Yan basamaklar • Radyo CD çalar • MP3 (İkinci MP3 çalar için USB girişi) • Direksiyondan kumandalı müzik sistemi

CHERY TÜRKİYE DİSTRİBÜTÖRÜ MERMERLER OTOMOTİV A.Ş.

www.chery.com.tr

Barbaros Bulvarı No:155 34349 Beşiktaş - İstanbul Tel: 0212 274 5550 Faks: 0212 266 3596



**MERMERLER
OTOMOTİV**



ALIA 1.6L



KIMO 1.3L



TAXİM 1.5L