

Y KUŞAĞI

TOPLUMSAL PARADİGMALARA MEYDAN OKUYOR





Sadece size özel bir Valeron.

Valeron, kişiye özel üretimleri ile yatak odalarınıza özgün ve şık tasarımlar kazandırırken size de stilinizi kendi zevkinize göre belirleme imkanı sunuyor.

Ayrıca beğenilerinizle biçimlenen ve size özel olarak üretilen siparişleriniz evinize kadar teslim ediliyor.

Dilerseniz siz de ince zevkinizi yansıtan, beğenilerinizle biçimlenen, ihtiyaçlarınıza göre tasarlanan sadece ve sadece size özel bir Valeron'a sahip olabilirsiniz. Valeron'un kişiye özel ürünleriyle Valeron Koleksiyonu'nda bulunan tasarımları en zarif ve yalın haliyle kullanabilir ya da istediğiniz ölçü ve detaylarla yeniden şekillendirerek dantellerin göz alıcı ihtişamıyla süsleyebilirsiniz.



V A L E R O N



ZORLU

Valeron Nişantaşı : Abdi İpekçi Cad. No: 44/4 Nişantaşı İstanbul
Valeron Zorlu Center: Meydan Katı No: 147 (Raffles Arcade) Beşiktaş İstanbul
www.valeron.com.tr  valeronhomeluxury

Hep birlikte daha aydınlık bir geleceğe...

Değerli çalışma arkadaşlarımız,

Ülke olarak hepimizi derinden yaralayan bir darbe girişimini 15 Temmuz 2016 Cuma günü akşam saatlerinde yaşadık. Halkımız, devletimizin yetkili organları, siyasilerimiz, güvenlik güçlerimiz, medya organları, sivil toplum kuruluşları ve iş dünyasının temsilcileri dahil olmak üzere tüm toplumun onurlu ve dik duruşu sayesinde demokrasimiz ve ülkemizin birlik ve beraberliğini hedef olan bu kalkışmayı çok şükür ki önledik.

Yaşadığımız bu üzücü olay bizlerin birlik ve beraberlik içinde oldukça her türlü sorunun üstesinden gelebileceğimizi bir kez daha göstermiştir. Şimdi ülkemizin potansiyeline, genç nüfusumuza, dinamik yapımıza bir kez daha dikkatli bakmaya ve işimize gücümüze çok daha fazla sarılmaya ihtiyacımız var. Çünkü dünya çok hızlı değişiyor. Gençleri çok daha iyi anlamamız ve onların dinamizmi ile bir önceki kuşağın tecrübesini bir araya getirmemiz gerekiyor. Bugün hayatın birçok alanında iki ve hatta üç kuşağı yan yana görüyoruz. Doğal olarak bu kuşakların düşünce biçimleri ve çalışma modelleri de birbirinden farklılaşıyor. Y kuşağı da denilen nesil ile X kuşağını ortak bir nokta, ortak bir hedef için buluşturabilirsek çok daha aydınlık bir geleceği hep birlikte oluşturabileceğimize inanıyorum.

Bugün tüm iş pratiklerini adeta tersyüz eden Y kuşağı, geleceğin dünyasında var olmak isteyen köklü şirketlerin kendisini yeniden yapılandırmasına neden oluyor. Zira geleneksel çalışan profili ile bu kuşak ciddi farklılıklar gösteriyor. Ancak iyi gözlem ve analizlerle bu kuşağı anlamak üzerine kafa yoran yöneticiler ve şirketler, mutlu çalışanların olduğu başarılı şirketler yönetiyorlar. Zira başarının formülünü ötekileştirmeden karşısındakini anlamaya çalışmak oluşturuyor.

Grubumuzun çalışan profiline büyük bir kısmı da Y kuşağı gençlerden oluşuyor. Zorlu Grubu olarak onları anlamaya çalışmakla yola çıktık. Bu amaç doğrultusunda yöneticilerimiz üniversitelerin düzenlediği etkinliklere sıkça katıldı. Beklentilerini, taleplerini, isteklerini ajandamıza not ettik. Hatta bununla da yetinmeyip kendimize Y kuşağından ters mentorlar seçtik. Tek amacımız ise bugüne kadar olduğu gibi bugünden sonra da Zorlu Grubu şirketlerinin varlık gösterdiği her alanda öncü kimliğini sürdürmesi. Bunun anahtarının da Y kuşağının elinde bulunduğunun bilincindeyiz.

Değişen sadece insan profili değil elbette. Gündemimize önce dijitalleşme kavramı dahil oldu; bugün tüm hayatımızı dijital dünya üzerinden çekip çeviriyoruz. Hal böyleyken ticaret hayatının dinamikleri de elbette değişim gösteriyor. Şirketler dijital dünyaya ciddi yatırım yapıyor. Çünkü yeni nesil tüketiciler tüm faaliyetlerini internet ortamında gerçekleştiriyorlar. Şirketlerin can damarı olan pazarlama faaliyetleri artık farklı yürütülmesi gereken süreçler

haline geldi. Zorlu Grubu olarak geçmişte olduğu gibi bugün ve gelecekte de tüketici bizim odak noktamız olacak. Onları tanımak ve beklentilerini doğru bir şekilde idrak ederek bu yönde çalışmalar ortaya koymak için ciddi çaba sarf ediyoruz.

Zorlu Grubu olarak Y kuşağının bu dinamizmi ile X kuşağının tecrübesini aynı hedefler etrafında buluşturarak birçok başarılı işe imza atmayı sürdürüyoruz. Geçtiğimiz dönemde Tekstil ve Vestel'in ihracattaki başarıları bizleri bir kez daha gururlandırdı. Tekstil Grubumuz, ihracattaki başarısı ile ülke ekonomisine ve ülkemiz için önemli bir sorun olan cari açığın kapatılmasına katkı sağlamaya devam ediyor. Tekstil Grubumuzun bu başarısı İTHİB tarafından düzenlenen“İhracatın Liderleri” ödülleriinde layık görüldüğü Platin ödülle bir kez daha tescillenmiş oldu.

Vestel ise 18. kez sektörünün ihracat lideri olmayı başardı. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından düzenlenen ödül töreninde Vestel, hem sektör liderliği ödülünü, hem de Türkiye 5'inciliği ödülünü aldı. Her iki grubun aldığı ödüller bununla da sınırlı kalmadı. Her iki grup dünyanın ve Türkiye'nin en prestijli yarışmalarında inovasyon, tasarım ve müşteri memnuniyeti konusunda da pek çok ödüllü bünyemize kazandırdı. Bu ödüller çalışmalarının merkezine müşteri memnuniyetini alan Zorlu Grubu'nun Ar-Ge, inovasyon ve tasarıma yaptığı uzun dönemli yatırımların bir sonucudur.

Sürdürülebilirliği iş modelinin merkezine alan Zorlu Enerji, ise geçtiğimiz aylarda karbon yönetimi ve temiz enerji teknolojilerine geçişte gerçekleştirdiği etkin ve verimli uygulamalarıyla üst üste ikinci kez “Düşük Karbon Kahramanı” ödülüne layık görülerek bu yaklaşımını bir kez daha tescil etmiş oldu. Bunun yanında Kızıldere III Jeotermal Santrali projesi ile EMEA Finance tarafından “En İyi Enerji Altyapı Finansmanı” ödülüne layık görüldü ve Pakistan'daki rüzgar santrali için de “Gold Standard” sertifikasını almayı başardı.

Gayrimenkul Grubumuz ise Zorlu Center'ın gösterdiği yüksek performans ile yatırımlarının meyvesini toplamaya başladı. Açıldığı günden bu yana 27 ödül alan Zorlu Center AVM, bu kez de ICSC European Shopping Centre Awards'ta Avrupa'nın “En İyi Alışveriş Merkezi” seçilerek bizleri bir kez daha gururlandırdı.

Deneme üretimini tamamlayarak geçen yıl operasyonel çalışmalarına başlayan Manisa Gördes'teki Meta Nikel Kobalt şirketimiz, geçtiğimiz aylarda ilk ihracatını gerçekleştirerek önemli bir başarıya daha imza atmış bulunuyor.

Tüm bu başarılı çalışmalarda emeği geçen çalışma arkadaşlarıma teşekkürü borç bilirim. Daha iyi bir gelecek için çalışmalarımıza yılmadan, şevkle devam edeceğiz.

Sevgi ve saygılarımla,
Ahmet ZORLU

Türkiye’de ve dünyada Zorlu Dergisi, Zorlu Holding A.Ş. yayınıdır. Para ile satılmaz.

Katkıda Bulunanlar:



Metin Salt / Vestek Genel Müdürü

Metin Salt, 1990’da ODTÜ Elektrik ve Elektronik Mühendisliği Bölümü’nü bitirdi. ABD’de Digital Microwave Corp. ve Cellnet Technology Inc. adlı şirketlerde Ar-Ge grup yöneticiliği yaptı. Halen Vestel Şirketler Grubu’nun Ar-Ge çalışmalarını yürüten Vestek Elektronik Araştırma Geliştirme A.Ş.’de Genel Müdür olarak görev yapıyor. ABD, Avrupa ve Türkiye patent enstitüleri tarafından verilen altı patenti bulunuyor.



Ayşegül Güngör / Minerva Eğitim Teknolojileri A.Ş. Genel Müdürü

1989’da İstanbul Üniversitesi Ekonometri Bölümü’nden lisans derecesi, 1991’de aynı bölümden yüksek lisans derecesi aldı. Bankacılık sektöründeki kariyerinin yanı sıra 1995’te Marmara Üniversitesi Çağdaş Bilimler Vakfı, Çağdaş İşletmecilik Sertifika Programı’nda hazine ve sermaye piyasaları konusunda dersler verdi. 2001’den bu yana yönetici ortağı olduğu Minerva Eğitim ve Danışmanlık bünyesinde, çeşitli kurum ve kuruluşlara eğitim ve danışmanlık hizmetleri veriyor.



04 Kapak / Y kuşağı toplumsal paradigmalara meydan okuyor

- 12 Babalar ve Oğullar
- 14 Ahmet Zorlu’ya Onur Ödülü...
- 15 İhracata adını altın harflerle yazdırdı
- 24 Sosyal medya çağında ‘pazarlama’
- 30 Korteks, EVTEKS’te gövde gösterisi yaptı
- 31 Zorlu Enerji’nin finansal itibarı tescillendi
- 35 Zorlu Enerji, ikinci kez “Düşük Karbon Kahramanı”
- 36 Valeron Nişantaşı’ndaki yeni lokasyonunda
- 37 Zorlu Çocuk Tiyatrosu, 13. yılında 1000’den fazla oyunuyla 700 bin çocuğa ulaştı
- 38 “Ben nesli”, Narkissos ve iletişime dair...
- 42 Vestel Müşteri Hizmetleri ödülleri topluyor
- 44 Zorlu Performans Sanatları Merkezi’nde bahar-yaz etkinlikleri ses getirdi
- 46 Başarıları adanmış 10 yıl
- 49 Karayel, Efes 2016’da göz doldurdu
- 50 GIS Projesi’ne Zorlu imzası...
- 51 Sofralarınız Pierre Cardin ile ışıldasın
- 52 Zorlu gönüllüleri Şanlıurfa’da bir hayali gerçekleştirdi
- 53 Şanlıurlu miniklere Eataly’den büyük sürpriz

- 54 Tasarım denince Vestel
- 55 Brunch’a Raffles İstanbul yorumu...
- 56 Pakistan RES de “Gold Standard”a kavuştu
- 57 Valeron ‘Kişiyeye Özel’ koleksiyonu ile denize açıldı
- 60 İş hayatına Küçük Bi’ Mola
- 61 Spora destek meyvelerini veriyor
- 62 Zorlu Center, hayata keyif katıyor
- 64 AB Çevre Ödülleri’nde Türkiye’yi Vestel temsil edecek
- 65 Linens perdelerle evinize canlılık katın
- 66 Zorlu Center’ı dünya takdir ediyor
- 67 Sıra dışı deneyimlerin adresi: Vestel
- 68 Raffles Spa’da cilt bakımı ve masaj keyfi
- 69 Zorluteks’in çevre politikasına büyük ödül
- 70 Değişim mutfaklardan başlıyor
- 71 Kitap sohbetine lezzet kattı
- 71 Şehrin kalbinde küçük bir kaçamak
- 72 Kısa Kısa
- 82 Burçlar
- 83 Kültür Sanat
- 84 English summaries



16 Zorlu Holding ile çocukların hayalleri gerçek oluyor



18 Büyük Hackathon, Vestel iş birliği ile gerçekleşti



20 Gayrimenkul sektöründe Didem Aydın’ın topuk sesleri yükseliyor



22 Yılın en büyük uluslararası enerji fuarı ICCI’da Zorlu Enerji’nin yıldızı parladı



28 İnovatif ürünleri ile EVTEKS’e çıkarma yaptı



32 Digilogue Paneli, dijital dönüşümün yaratıcı isimlerini ağırladı



48 Hızlı ve yerli iş birliği



58 Vestel, sporu tabana yaymak için harekete geçti

ZORLU

Zorlu Holding A.Ş. Adına Sahibi
Olgun Zorlu

Genel Yayın Yönetmeni ve Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Yaprak Özer

Yayın Kurulu
Vedat Aydın, Lale İlalcan, Necmi Kavuşturan
Yayın türü: Yerel, süreli, 3 aylık

İçerik Tasarım ve Uygulama Hizmetleri

indeks:
indeks içerik-iletişim danışmanlık
Levent Loft II No:4 Şişli, İstanbul
Tel: 0212 347 70 70 Faks: 0212 347 70 77
e-mail: indeks@indeksiletisim.com
web: www.indeksiletisim.com

Renk Ayrımı ve Basım
SNS Tanıtım
Cengiz Topel Cad. Tuğcular
Sok. No:1,
Etiler/İstanbul
Tel: (0212) 287 7234

Dergi Yönetim Yeri
Levent 199 Büyükdere Caddesi,
No: 199 34394 Şişli / İstanbul
Telefon: 0212 456 20 00
Faks: 0212 422 00 49
e-posta: zorludergisi@zorlu.com

“Zorlu” Dergisi’nin içerik ve tasarımı İndeks İçerik İletişim Danışmanlık tarafından yaratılmış olup, Fikir ve Sanat Eserleri Yasası kapsamında eser olarak koruma altındadır. “Zorlu” Dergisi’nde yayınlanan yazı ve fotoğrafları yayma hakkı ve “Zorlu” markası ve logosu Zorlu Holding A.Ş.’ye aittir. Kaynak gösterilse dahi, hak sahiplerinin yazılı izni olmaksızın ticari amaçlarla kullanılamaz.

Dergide yayınlanan yazılar, yazarların kişisel görüş, yorum ve tavsiyelerini içermektedir, İndeks İçerik İletişim Danışmanlık veya Zorlu Holding A.Ş., yazılarda yer alan bilgi, görüş ve tavsiyeler nedeniyle doğabilecek maddi veya manevi zararlardan hiçbir şekilde sorumlu değildir.

Y kuşağı toplumsal paradigmalara meydan okuyor

İş yaşamının tüm kodlarını yeniden yazıyorlar. Her şeyi sorguladıkları için adlarını İngilizcedeki WHY kelimesinden alıyorlar. Tüm hayatlarını sosyal sorumluluk, hedef odaklılık, esneklik, takımdaşlık ve farklılıklara saygı kavramı etrafında şekillendiriyorlar. İşverenler bu yetenekli nesli anlayabilmek için onlardan ters mentorluk bile alıyor. Kimden mi bahsediyoruz? Elbette Y kuşağından.

1980 ve 1995 arasında doğanları tanımlayan, millenniallar, internet nesli, iGen gibi isimlerle de anılan Y kuşağı, geleneksel örüntüler üzerinden kendisini ifade eden iş yaşamını ve sosyal hayatı derinden ve geri dönülmez bir şekilde değişime uğratmış bir neslin adı. Toplumun her kademesinde devrim niteliğindeki yeniliklerle adından sıkça bahsettiren Y kuşağı, adeta tüm ezberleri bozarak hayata yeni ve de hiç alışılmadık davranış kodları ve kuralları getiriyor. Peki, ama bu Y kuşağı kimlerden oluşur? Hayata ve iş yaşamına bakış açıları ne? Hangi hayalleri kuruyorlar?

Yegane mottoları özgürlük ve fark yaratmak

Y kuşağı üzerine yapılan pek çok araştırmadan da çıkan sonuçlara göre Y kuşağı, kendisinden bir önceki kuşak olan X kuşağından keskin çizgilerle ayrılıyor. Öncelikle Y kuşağı, özgürlüklerine oldukça düşkün bir kuşak. Bu bakış açısıyla beklentilerini karşılamadığına inandıkları zaman kariyerlerini yeniden kurgulamaktan da korkmuyorlar.

Motivasyon için takdir ve geri bildirim şart. Zira motive edilmek, onların yaratıcı işler ortaya koymalarında birinci dereceden etkili bir faktör. Yöneticilerine korkuyla karışık itaat etmek yerine, onlarla sevgi ve samimiyete dayalı bir ilişki kurma konusunda oldukça istekliler. X kuşağının aksine

görev tanımları neyi gerektiriyorsa sadece onu yapmak yerine işin tüm aşamalarında görev almaktan hoşlanıyorlar. Disiplin odaklı olan ve tek bir işe kanalize olmaktan hoşlanan X kuşağının tersine aynı anda pek çok şeyi yapabilme becerisine sahipler. Yine de kendilerini yaptıkları işe ait hissetmedikleri zaman adaptasyon sorunu yaşıyorlar. Bu nedenle Y kuşağını herhangi bir işe adapte etmenin yolu onları işin bir parçası haline getirmekten geçiyor. Hayattaki en büyük beklentilerini ise uzmanlaşmak oluşturuyor. Özel hayat ve iş hayatının iç içe geçtiği işler yerine bu ayrımın keskin bir şekilde yapıldığı işlerde çalışmaktan yanalar.

İşe bakış açıları hedef odaklı olmak yerine tatmin olma üzerine kurulu. Hal böyle olunca geleneksel iş ilanlarının neticesinde gelişen işe alım süreçleri onlara hitap etmiyor. Şirketler de gelişen ve değişen koşullara ayak uydurmak ve yetenekli çalışanı bünyesine çekebilmek için farklı metotlar geliştirmek zorunda kalıyor.

İnsan kaynaklarına büyük görev düşüyor

Yapılan araştırmalar Y kuşağının X kuşağının aksine rastgele değil de bilinçli tercihler ortaya koyduğunu gösteriyor. Seçilmekten ziyade seçmekten hoşlanan Y kuşağı, çalışmak için tercih ettikleri şirketleri şirket kültürü, çalışanların refah

düzeyi, yaş ortalaması, çalışma ortamının niteliği ve şirketin çalışanlarına sunduğu sosyal olanaklar gibi konularda derinlemesine araştırıyorlar. Teknolojinin içine doğan Y kuşağı, teknolojik tüm aygıtları adeta bir uzvu gibi kullandığı için bu araştırmayı yaparken de sosyal medyayı yoğun bir şekilde kullanıyor. Bu nedenle şirketlerin İK birimleri de eleman alımında şirket web sitesinin yanı sıra Facebook kurumsal ve kariyer sayfaları ile LinkedIn, Twitter, Instagram, Youtube ve Google Plus sayfalarını aktif olarak kullanmak zorunda kalıyorlar. Şirketler arasından karar verirken de şirket kültürü ve çalışma modellerinin niteliği etkili oluyor.

Yine şirketlerin sosyal medyada sahip olduğu itibar da seçimlerinde önemli bir rol oynuyor. Geçmişte iş görüşmelerinde adaylara yöneltilen “şirketimize ne katacağınıza inanıyorsunuz” sorusu el değiştiriyor. Artık Y kuşağı mensupları, şirketinizi tercih etmem halinde şirketiniz bana ne katacak sorusunu sormaktan çekinmiyorlar. Bunun yanında mevcut çalışanların mutluluğunu gelecekte başlarına ne geleceğinin açık bir kanıtı gibi değerlendiren Y kuşağı, şirketin çalışanlarını da sosyal medyada takip ediyor. Bu veriden yola çıkarak şirketlerin mevcut çalışanlarını mutlu ettiği taktirde yeni yetenekleri bünyesine katacağını söylemek mümkün. Y kuşağı için çekici hale gelmek isteyen şirketler,

geçmişin aksine sadece tüketici markalarına değil aynı zamanda işveren markalarına da yatırım yapmak zorunda kalıyorlar. Markalarına bu yönde yatırım yapan şirketler, yetenekli çalışanı istihdam etme yarışında öne geçiyorlar.

İş dünyası boyut değiştiriyor

Günümüzde her alanda olduğu gibi iş dünyasında da yetenekli insan kaynağı önem kazanır hale geldi. Zira tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de rekabette fark yaratmanın yegane yolu, yetenekli bireyleri istihdam etmekten geçiyor. Bu, iş dünyasının üzerinde sessizce uzlaşıya vardığı can alıcı bir konu. Hal böyle olunca yetenekli bireyleri kendi bünyesinde katmak için şirketlerin geçmiştekinin aksine daha fazla çaba göstermesi gerekiyor. Bunu başarmak için de şirket kültürlerinin, çalışma modellerinin ve iş pratiklerinin yeniden tanımlanması gerekiyor.

Y kuşağı bireyler toplumsal konulara duyarlı, sürdürülebilirliği temel hedef olarak belirlemiş tüm çalışma modellerinin temeline insanı koymuş bir yapı oluşturmaları için şirketlere baskı yapıyorlar. Ayrıca Y kuşağına mensup üst düzey çalışanların hızla yönetim kademelerinde varlık göstermesi de bu sürecin sanıldığıının aksine daha hızlı gerçekleşmesine neden oluyor.

Y kuşağı mensupları çalışacakları şirketi pek çok kriteri göz önünde bulundurarak seçiyor, bu konuda tesadüfe yer bırakmıyor. İçinde bulundukları şirketin kültürünü ve iş yapış şeklini kayıtsız şartsız kabul etmiyor, sorgulamaktan asla vazgeçmiyor ve yanlış bir gidişat varsa bunu yüksek sesle dillendirmekten de geri kalmıyorlar. Kariyer olanakları kısıtlı, düşük ücretli ve bol mesaili işler de onların ilgi alanına girmiyor. Y kuşağına yöneltilen eleştirilerden biri de çok fazla bireysellikten yana olmaları. Ancak araştırmalar gösteriyor ki sanılanın aksine Y kuşağı için takım çalışması çok önemli. Çünkü onlar X kuşağının tam tersi olarak her şeyi bildikleri iddiasında değiller. Bu nedenle de ekip ruhu ile yoğrulmuş takım çalışmasını çok fazla önemsiyorlar. Otorite, bürokrasi, dikey hiyerarşi ve fikirlerin dayatılması onların o şirketten vazgeçebilmelerine dahi sebep olabiliyor. Araştırmalara göre sanılanın aksine Y kuşağı kariyeri ile ilgili fikir almak

istediğinde ya eski yöneticilerine ya da deneyimli aile büyüklerine başvuruyorlar. Bu da onlar için söylenen “başına buyruk” oldukları tezini çürütüyor.

Geçmişte “İlk düğme kapalı mı olmalı açık mı? Çalışan giriş kartını okuttu mu?” sorularının iş yaşamının portresini çizdiği bir süreçten kıyafet hatta çalışma yeri serbesti olan bir iş dünyasına geçildi. Zira Y kuşağına mensup genç yetenekler kendilerini kısıtlayan sabah 9 akşam 5 bir iş yerine esnek çalışma saatlerine sahip işlerde çalışmak istiyorlar.

Roller değişiyor

Çağın beklentilerine uygun pozisyon alıp sürekli kendini güncelleyen şirketlerin üst düzey yöneticileri işi bir adım daha ileri taşıyarak gençlerden akıl alma olarak özetlenebilecek tersine mentorluk almaya başladılar. Bu yöntemle halen büyük bir çoğunluğu X kuşağına mensup şirket çalışanları ile Y kuşağı arasındaki olası uyum ve iletişim problemlerinin önüne geçiyorlar. Çift taraflı etkileşim ile sürece yumuşak geçiş yapmanın mümkün olduğunu fark eden şirketlerin yöneticileri de geleneksel kalıpları kırarak eğlencenin göz ardı edilmediği bir çalışma hayatından yana tavır koyuyorlar. Bunun yanında çeşitli gelişim programlarını şirket bünyesinde hayata geçirerek Y kuşağının dikkatini çekmeye çalışıyorlar.

Gelecekte “Zorlu” izi olacak

Çalışanlarının yüzde 65’i Y kuşağına mensup olan Zorlu Holding, Y kuşağını anlamak ve onları doğru yönetmek ve Y kuşağının değiştirdiği çalışma hayatı kurallarına adapte olabilmek adına pek çok enstrümanı devreye sokuyor. Y kuşağı ile daha yakın bir ilişki kurabilmek için Zorlu Grup şirketlerinin yöneticileri sıklıkla üniversitelerdeki panellere ve seminerlere katılıyor. Buradan elde ettikleri veriler ışığında Y kuşağı ile çalışma stratejisini belirleyen Zorlu Holding, Türkiye’de gençleri destekleyen ve onları dinleyen yegane gruplardan biri olma özelliğini sürdürüyor.



“Kuşaklar arası farklılığı zenginliğe çevirmek için çalışıyoruz”

Zorlu Grubu, X ve Y kuşağına mensup çalışanlarının güçlü yanlarını ortaya çıkararak kuşak farklılığını hayalleri hayata geçirecek bir güce dönüştürüyor. Farklı kuşakların oluşturduğu sinerjinin kendilerini her geçen gün daha da ileriye taşıyacağına inandıklarını kaydeden Zorlu Holding CEO’su Ömer Yüngül, “Bir işyerinde bu çeşitliliği kaosa da çevirebilirsiniz muhteşem bir güce de...” diyor.



Zorlu Holding CEO’su Ömer Yüngül

Y kuşağının talep ve beklentilerini anlamadan geliştirilen ürün ve hizmetlerin uzun vadede sonuca ulaşmayacağına inanan Zorlu Holding, yeni tüketici kitlesini de oluşturan bu kuşağı doğru analiz edebilmek için pek çok enstrümanı devreye alıyor. Hatta öyle ki Y kuşağının fikirlerini dinlemek ve doğru iletişim ortamının oluşmasına zemin hazırlamak için Zorlu Holding CEO’su Ömer Yüngül, holding bünyesinde çalışan ve rastgele seçtiği iki Y kuşağı mensubunun kendisine ters mentorluk yapmalarına fırsat tanıyor. Her cuma sabahdan öğle saatlerine kadar onlarla sohbet eden Yüngül; “Yarının pazarı onlar olduğu için onları anlamadan hiçbir işe soyunmamak lazım” şeklinde konuşuyor.

Gözler Y kuşağında, herkes bir tarafından tutmaya çalışıyor. Y kuşağı Ömer Yüngül gözünden nasıl görünüyor? Bu kuşağı diğerlerinden ayıran temel özellik ne?

Bugün üç kuşak bir arada yaşıyor. Hepsı birbiriyle etkileşim halinde. Özellikle X ve Y artık çok daha fazla iç içe... Birinin diğerine üstünlüğü ya da birinin daha öncelikli olması gibi bir bakış, açıkçası çok rasyonel değil. Önemli olan bunların nasıl bir sinerji yarattığı, toplumsal olarak nasıl bir katma değer ortaya koyduğu... X kuşağının Y kuşağından, Y kuşağının da X kuşağından öğreneceği çok şey olduğunu düşünüyorum. Y kuşağı yenilikçi, yaratıcı,

hızlı değişim gösterebilen, taleplerini direkt ileten ve aynı zamanda dijital iletişim yöntemlerini etkili bir şekilde kullanabilen bir yapıya sahip... Aynı zamanda birer tüketici olan Y kuşağının taleplerini anlamadan bir şirketin ürün ve hizmetlerini geliştirebilmesi ve iş hedeflerine ulaşabilmesi pek mümkün görünmüyor. Ar-Ge, inovasyon, tasarım ve üretim gibi tüm süreçlerde, en yoğun tüketici kitlesi olan

bu kuşağı dikkate almak, X kuşağı ile birlikte oluşturdıkları kesişim kümesinin ortaya çıkardığı sinerjiyi anlamak bu yüzden kritik bir önem taşıyor.

Zorlu Grubu olarak her zaman dinamik ve hızlı karar alan bir kurumuz. Çünkü Grubumuzun DNA’sında yenilikçilik ve teknoloji var. Bu yapımız, hem yüksek yetkinliğe sahip X kuşağından olan insan kaynağımızın dijital dönüşüm çağına uyumunu kolaylaştırıyor hem de dinamik Y kuşağının ilgisini çeken bir grup olmamızı sağlıyor. Biz iki kuşağın birlikte yaratacağı sinerjinin çok anlamlı ve değerli olduğunu düşünüyoruz. Çünkü her iki kuşağın da birbirinden çok farklı üstünlükleri var. Biri diğerinden daha iyi, öncelikli ya da önemli elbette değil. Burada her iki kuşağın da iyi yanlarının uyumlu bir şekilde birlikte çalışması çok daha önemli... Grup olarak bu sinerjiyi ortaya çıkaran bir organizasyon yapısını geliştirmeye devam ediyoruz. X kuşağının üstünlükleri ile Y kuşağının üstünlükleri birleşince Zorlu Grubu, bugün olduğu gibi yarın da çok daha büyük bir ivmeyle yolunda ilerlemeye devam edecektir.

Zorlu Grubu’nda çalışan Y kuşağı 2 çalışanı kendinize mentor seçtiniz. Size ne aktarıyorlar?
Öncelikle günümüz kuşağının yaşam biçimini, bakış açılarını, yaptıklarını, görmek istediklerini ve hayallerini

ilk elden öğreniyorum. Ayrıca Y kuşağının birer temsilcisi olarak onların hem tüketici hem de çalışan olarak şirketlerden neler beklediklerini anlamaya çalışıyorum. Bu konuda çok faydalı geri dönüşler aldığımı söyleyebilirim. Gerçekten farklı ve renkli bir dünyaları var. Özellikle dijital medyayı çok etkin kullanıyorlar. Sadece eğlence amaçlı bir kullanım olduğunu düşünmeyin. Onlardan öğrendiğim ve çok işime yarayan birçok iş uygulaması var. Çok hızlı tepki verip, çok hızlı bir şekilde harekete geçebiliyorlar. Tabii ki bunda kullandıkları direkt iletişim metodunun büyük bir payı var. Trendleri çok yakından takip ediyorlar. Dünyadaki her yeniliği anında kullanmaya başlıyorlar. Tabii Grup olarak inovasyon odaklı olmamızdan dolayı çok memnun olduklarını söylüyorlar. Ayrıca bana dünyada inovatif olarak gördükleri birçok gelişmeyi de aktarmış olmaları beni mutlu ediyor. Diğer taraftan X kuşağının tecrübelerinden sık sık yararlandıklarını söylüyorlar. Herhangi bir projede iki farklı kuşak olarak masanın etrafında bir araya geldiklerinde yarattıkları sinerjiyi anlatan birçok başarı hikâyesini bizzat onlardan dinlemiş olmak beni oldukça mutlu ediyor.

Ezber bozuyorsunuz, gençler tecrübeli mentor peşinde koşarken, amacınız ne?

Aslında yaptığım basit ben de onlardan öğrenmeye çalışıyorum. Benim tecrübeme dayanarak iş dünyasına dair bildiğim birçok şey olduğu gibi onların da yeni dünya düzeni hakkında uygulamaya dayalı birçok tecrübesi var. Tabii bu sadece benim kişisel olarak hayata geçirdiğim bir yaklaşım da değil... Zorlu Grubu’nda da benzer bir anlayışı yerleştirmeye çalışıyoruz. Grubumuzun içerisindeki yapılanmamız ve iş süreçlerinde de kuşaklar arası farklılığı zenginliğe çevirmek için çalışıyoruz. Bu anlayış doğrultusunda ben de bir yandan gençlerin dünyasını anlamaya çalışırken bir yandan da deneyim ve birikimlerimi onlarla paylaşmaya gayret ediyorum. Bu çerçevede bir liderlik okulu olan YGA’daki genç bir arkadaşımıza bir yılı aşkın süredir mentorluk yapıyorum. Aynı şekilde Grubumuzda da Y kuşağının X kuşağının tecrübelerinden yararlanabileceği bir yapı sunuyoruz.

Türkiye’de Y kuşağı yönetim kadrolarında varlık göstermeye aday olsa da üst düzey pozisyonlar halen X kuşağının tekelinde. Y’nin X’in yerini almasına ne kadar zaman var?

Her ne kadar kuşaklar yıllara ayrılarak tanımlanmış olsa da aslında bunun yaşla ilgili olduğunu düşünmüyorum. 65 yaşındaki biri de yaşam biçimi ve hayata bakışı ile Y kuşağının özelliklerine sahip olabilir. Bu açıdan bu



iki kuşağın birbirinin yerini aldığı, zaman zaman farklı kesişim kümelerinin olduğu organizasyon yapıları ortaya çıkabiliyor. Dijital devrim devam ediyor ve ihtiyaçlar arttıkça insanlar kendini değiştirme gereği duyuyor. Bazen X kuşağından bir yöneticinin, yeni birçok mobil uygulamayı, Y kuşağından çok daha yoğun ve etkili bir şekilde kullandığını görebiliyoruz. O yüzden tüm kuşakların birlikte çalışacağı bir organizasyon yapısını verimli bir şekilde çalıştırmak gerekiyor. Örneğin Grubumuz bünyesinde de birçok farklı kuşak bir arada çalışıyor, birlikte üretiyor. Grubumuzun beyaz yaka çalışanlarının yüzde 61’i, mavi yaka çalışanlarının ise yüzde 67’si Y kuşağından oluşuyor. Fakat pozisyonlar ve görevlendirmeler, çalışanların hangi kuşaktan olduğuna göre değil, tamamen ihtiyaçlara ve yetkinliklere göre belirleniyor.

Sizce bu iki kuşağın ortak çalışmasından şu an, ortaya bir sinerji çıkıyor mu? Nasıl tarif edersiniz?

Çatışma ve farklılıkları bir zenginliğe çevirmek bizim elimizde... Bunun için daha fazla diyalog, empati, paylaşım ve etkileşim gerekiyor. Örneğin X kuşağı; yüksek uyum gücü, yüksek aidiyet duygusu ve çalışkanlığı ile Grubumuza güç katarken Y kuşağı; yenilikçi bakışı, hızlı değişime uyumu ve yaratıcılığı ile fark yaratıyor. Birbirimizin güçlü

yanlarını ortaya çıkararak kuşak farklılığını, hayallerimizi hayata geçirecek bir güce dönüştürüyoruz. Biz Grup olarak bu ortamı yaratma konusunda istekli ve kararlıyız. Çünkü bu zenginlik sayesinde oluşturduğumuz sinerjimizin bizi her geçen gün daha da ileriye taşıyacağına inanıyoruz.

Y kuşağının potansiyelini doğru yönetmenin formülü nedir?

Bunun sihirli bir formülü yok ama onların dinlemenin, istek ve taleplerini iyi okumanın ilk koşul olduğunu söyleyebilirim. Bunu da onlarla etkileşim halinde olduğunuzda ve doğru ve etkili yöntemler geliştirdiğinizde başarabilirsiniz. Ayrıca onların potansiyelini doğru bir şekilde yönetmenin X kuşağı ile etkileşim yaratacak bir iş ortamı sağlamakla çok yakından ilişkili olduğunu düşünüyorum. Biz geçen yıl Zorlu Grubu’nda, değerli çalışma arkadaşlarımızı daha yakından tanımak ve birlikte Grubumuzun geleceği ile ilgili fikir alışverişinde bulunmak üzere kahvaltılı sohbet toplantıları düzenlemeye başladık. Bu toplantılarda Y kuşağından arkadaşlarla bir araya gelirken aynı zamanda X kuşağı ile etkileşim yaratabilecek bir ortam da oluşturduk. Bu toplantılarımızdan Grubumuz ve çalışanlarımıza fayda sağlayacak çok önemli fikirler ortaya çıkıyor. Hatta ters mentorluk fikri de bu toplantılardan birinde ortaya çıkmıştı.

“X kuşağının üstünlükleri ile Y kuşağının üstünlükleri birleşince Zorlu Grubu, bugün olduğu gibi yarın da çok daha büyük bir ivmeyle yolunda ilerlemeye devam edecektir.”



Y Kuşağı ile çalışma stratejiniz nedir? Y kuşağını kazanmak için Zorlu'da çalışma koşullarını revize etmek zorunda kaldınız mı, nasıl?

Sonuç olarak Grubumuzun önemli bir kısmı Y kuşağından oluşuyor. Üstelik Grup olarak DNA'mızda yenilikçilik ve teknoloji olduğu için X Kuşağı'nın da içinde yaşadığımız dijital endüstri dönüşüme uyumu oldukça yüksek. Bu yüzden çalışma koşullarını dijital dönüşüme uygun bir şekilde geliştirme konusunda hızlı yol almış bir grubuz. Öncelikle tüm iç iletişim kanallarımızı dijital çağa uygun hale getirdiğimizi söyleyebilirim. Bunun dışında iletişim stratejimizi de daha şeffaf, geri bildirim içeren, paylaşım ve etkileşim gücü yüksek olacak şekilde geliştirdik. Ortak iletişim platformumuz olan intranetimiz Zone'u kısa bir süre önce hayata geçirdik. Burada etkileşim ve paylaşımı artırmayı hedefliyoruz. Dijital dönüşümün Türkiye'deki öncüsü bir Grup olarak akıllı tahta, akıllı telefon ve akıllı uygulamaların şirket içerisinde kullanımını teşvik ediyoruz. Sürdürülebilir etkileşim sağlanmasına izin veren, çalışanlarımızın potansiyelini ortaya koyan ve kendini geliştirmesine izin veren bir yapı oluşturma konusunda kendimizi sürekli yeniliyoruz.

Y kuşağın yetenekli bireylerini Zorlu bünyesine çekmek için İK stratejinizi ne yönde kurguladınız?

Bugün Zorlu Grubu bünyesinde X, Y ve hatta Z kuşağı bir arada çalışıyor. Bunlar arasındaki iletişimi güçlendirmek çok önemli. Bir işyerinde bu çeşitliliği kaosa da çevirebilirsiniz muhteşem bir güce de... Bu gerçekten güçlü ve vizyoner bir İK politikası gerektiriyor. Biz Zorlu Grubu olarak CEO düzeyinde buluşmalar gerçekleştiriyor, farklı kuşaklardan temsilcilerin ortak katıldığı konferanslar düzenliyoruz. Bu konuda çok iyi bir ivme yakaladık. Farklı kuşakların uyumu ve pozitif katkısını belirgin şekilde görüyoruz. Bu strateji bizim işveren markası olarak potansiyel çalışanlarımızın gözündeki yerimizi daha da güçlendiriyor.

Y kuşağının da iş hayatına katılımı ile Zorlu bünyesinde nasıl bir kültürel değişim yaşıyor?

Sohbetimizin başında da söylediğim gibi Zorlu Grubu, kuruluşundan bu yana her zaman yenilikçiliğin adresi olmuş ve teknolojinin en yoğun şekilde kullanıldığı, teknolojinin üretildiği ve ihraç edildiği bir grup olmuştur. Bizim yapımız ne dün ne de bugün katı, yeniliklere kapalı,

hiyerarşik duvarlarla örülü olmamıştır. İşte bu yüzden dijital dönüşüm ile birlikte ortaya çıkan yeni iş yapış biçimlerine biz çok daha hızlı uyum sağladık. Teknolojiye hakim ve bunu kullanmakta son derece yetkin, bilgiye hızlı ulaşan, mobil, yenilikçi fikirlere sahip, sonuç odaklı bu kuşak, bizim genetik kodlarımızda yer alan özelliklerimizi daha güçlü bir şekilde ortaya koymamıza katkı sağladı. Zaten mevcut olan diyalog kültürünün, daha da güçlenmesine vesile oldu.

Bunun bir yansıması olarak yöneticilerimiz ve farklı kademedeki çalışanlarımız için ayrı ayrı ve hepsinin bir araya gelebileceği ortamlar yaratıyoruz. Birlikte aynı hedefe koşabileceğimize inandığımız konularda önemli konferanslar düzenleniyoruz. Intranetimizde CEO olarak benim de içerisinde olduğum güzel bir paylaşım ortamı yarattık. Farklı gruplar altındaki çalışanlarımızı burada bir araya getirerek müthiş bir sinerji yarattık. Tüm bunların bizim yenilikçi gücümüzü daha da artıracığına inanıyorum. Çünkü farklı kuşakların çatışması değil birlikteliğini besleyen bu organizasyon yapısı bizi birçok gruptan farklı bir yere taşıyacak.

“Y kuşağının hızı ve pratikliği şirketimizde değişim yarattı”

Vestel Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Tunç Berkman

Vestel, Türkiye'nin gurur kaynağı ve son teknolojinin adresi olma misyonunu başarı ile sürdürüyor. Öncü kimliğini devam ettirebilmenin yolunun Y kuşağının doğru okunmasından geçtiği gerçeğiyle Vestel, çalışmalarını bu minval çerçevesinde yapılandırıyor.

Üniversitelerdeki panel ve seminerlere konuşmacı olarak katılan Vestel Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Tunç Berkman'ın gözlemlerinde Y kuşağı genellikle “yönetilmesi zor” olarak öne çıkıyor. Aslında nasıl yönetileceği bilindiğinde ve motive edildiklerinde sahip oldukları yaratıcılık ve yetenekle başarılı işler çıkarabilirler” şeklinde özetliyor.

Üniversite etkinliklerinde farklı kültürlere mensup bir Y kuşağı profili ile karşılaşıyorsunuz. Homojen bir Y kuşağı olduğu söylenebilir mi? Gözlemlerinizi bizimle paylaşır mısınız?

Farklı okullara, kültürlere rağmen Y kuşağının temel benzerlikleri var. Bunlar aslında eğitim, seminer ve workshop'larda öğrendiğimiz/anlattığımız hususlar. Y kuşağını 1980 ile 1995 arasında doğanlar diye tanımlıyoruz.

Şu an Türkiye nüfusu ortalama 30,1 yaşında ve Türkiye nüfusunun %35' ini Y kuşağı oluşturuyor.

Bugün en küçükleri 21 en büyükleri 36 yaşında olan Y kuşağı artık iş hayatının tam ortasında... Ve ciddi bir harcama gücüne sahip. Genel özelliklerine bakınca; özgürlüklerine düşkün, ne istediklerini bilen, otoriteye meydan okuyan, teknoloji hayranı olan gençleri görüyoruz. Teknoloji ve yenilikler ile bu kadar yakın olan, biz X kuşağına göre kültürlerarası etkileşimin arttığı bir ortamda yaşayan bu gençleri uzmanlar “yaratıcı kuşak” olarak da tanımlıyor.

Türkiye'deki kültürel farkları Y kuşağı içinde de görebiliyoruz. Temel özellikleri aynı olmakla birlikte Türkiye'nin konjoktürel yapısına göre kültürel değişimleri görüyoruz. Örneğin özgürlüklerine düşkün bu kuşakta farklı kültürler arasında “özgürlük” anlayışının da “farklı beklentiler” içinde olduğunu söylemek mümkün.

Şirketlerin, kampüs iletişiminde kurguladıkları etkileşimde gençlerle sadece eğlenceli birkaç saat geçirmenin ötesine geçmesi gerekiyor. Yeni nesil insan kaynakları stratejilerinin

Ele avuca sığmayan bir kuşak olarak nitelendirilen Y kuşağı ile katıldığı toplantı ve paneller vasıtasıyla yoğun bir teşrikimesai içinde olan Vestel Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Tunç Berkman, “‘Okul şirket’ kimliğini koruyan kurumlar yetenek savaşlarında ön plana çıkıyor. Biz de okul şirket yapısını çözümseyerek bu kuşağa yaklaşıyoruz” diyor.



“Y kuşağı kendini genel olarak akıllı, komik, eğlenceli olarak tanımlıyor. Bu nedenle “iş” eğlenceli hale getirmek onların DNA’larını bir anlamda çözmek demek.”

pazarında rekabet avantajı kazanıyor. “Kendime yeni neler katabilirim?” sorusu da bu kuşağın önceliklendirdiği bir konu. Devamlı sorgulayan, verilen yanıtların üzerine gidip daha fazlasını almak için çaba sarf eden, teknoloji ile birlikte araştırma yeteneği gelişen bir kuşak... Bu kuşağa “yeni” olarak izlettığınız pek çok şeyi onlar zaten internet sayesinde biliyorlar.

Bu kuşağı yönetmenin sırrı nedir?

Onlarındilindenkonuşmak,ast–üstilişkisindençokarkadaş olmak, sadece iş değil, özel hayatlarına ve sorunlarına eğilmek, onların potansiyelini doğru yönetmenin sırları diyebilirim. Y kuşağı kendini genel olarak akıllı, komik, eğlenceli olarak tanımlıyor. Bu nedenle “iş” eğlenceli hale getirmek onların DNA’larını bir anlamda çözmek demek. Bir de sabırlı olmak lazım. Çünkü her konuyu sorgulayan bu kuşağın isminin İngilizce “Why” sözcüğünden geldiğini hepimiz biliyoruz. Bir şeyin gerekçe gösterilmeden “yap” denilmesine alerjisi olan Y kuşağı, kolay inanmıyor, mantık arıyor ve neden diye sorguluyor. Sabır onlarla doğru iletişim kurmak için kilit bir özellik. Bu kuşağı doğru yönetebilmek için onların mutlaka farklı ve özel yönlerinin ortaya çıkarılmasının sağlanması gerekiyor. Zaten tam da bu noktada Y kuşağı bir yetenek kaynağına dönüşüyor. Y kuşağının farklı bir sadakat anlayışı olduğu görüşündeyiz. Bu sadakat duygusunu da kabul görmek, ilham almak,

yaratıcılık yetkinliklerini kullanmalarını sağlamak, sürekli yenilenme isteklerini desteklemek, takım çalışması yapmak besliyor. Yöneticilerin de özellikle bu noktaları göz önüne alarak bir yönetim anlayışı geliştirmeleri gerekiyor.

Y kuşağı çalışanlarından üst düzeyde verim almak ve onları kurumda tutmak isteyen yöneticinin dikkat etmesi gerekenleri şöyle sıralayabiliriz.

- Genelleyerek değil, kişiselleştirerek yönetin.
- Gerçek bir koçluk ilişkisi kurun.
- Y kuşağı çalışanlarla arkadaş ve meslektaş ilişkisi içinde olun.
- Kurumdaki entelektüel sermayeden kolayca yararlanmalarını sağlayın.
- Y kuşağının kendiyile ilgili yüksek beklentilerini karşılamalarına yardımcı olun.
- Y kuşağı çalışanların, yaşları gereği kolay ve hızlı öğrendiklerini dikkate alın.

Y kuşağı ile çalışma stratejiniz nedir?

Kendi kurallarını kendi koymak isteyen Y kuşağı mensubu, çalışılan şirketin ya da yapılan işin kendine uygun olmadığını düşündüğü zaman yeni arayışlara girer ve iş değiştirmekten çekinmez. Bir anlamda beklentileri yerine gelmezse sabırlı davranmak yerine hızlı aksiyon alır. Yani bu konuda biz X kuşağı gibi tutucu değillerdir. Bu özellikler, onların sadakatsiz olduğu anlamına gelmiyor. Y kuşağının sadakat anlayışı farklı.

Y kuşağı genellikle “yönetilmesi zor” olarak nitelendiriliyor. Aslında nasıl yönetileceği bilindiğinde ve motive edildiklerinde sahip oldukları yaratıcılık ve yetenekle başarılı işler çıkarabilirler. Çalışma ortamının heyecan verici olması, kariyer imkanı, kendilerini gösterebilme fırsatları, maaş ve diğer hakların tanınması bu kuşağın çalıştığı şirkete bağlılığı açısından önem taşıyor. Aslında günümüzde şirketler Y kuşağı ile nasıl daha verimli çalışırlar bunun üzerine kafa yoruyorlar diyebiliriz.

Y kuşağından beklentiniz nedir?

Y kuşağının en önemli özelliği yaratıcı olmaları. Hatta önümüzdeki dönemde gelecek olan Z kuşağı Y kuşağının da önüne geçecek. Bu sebeple bu kuşağın bu özelliklerini kullanabilecekleri gerekli ortamı sağladığımız sürece karşılıklı alacağımız çok şey mevcut. Farklı bakış açıları katabilecekleri ve fikirlerini uygulayabilecekleri ortamları onlara sunduğumuz sürece, Y kuşağının başarısını izleyeceğimizden şüphemiz yok. Hırslı, meraklı, inovatif ve



teknoloji düşkünü oldukları için bu kuşağın daha yaratıcı olmasını bekliyorum. İşe farklı bir bakış açısı katmalarını, yenilikçi düşüncelerini ve bunun da iş sonuçlarına yansımaları umuyorum.

İnovasyon ve girişim ruhunu radarına alan bir grup olarak Y kuşağından istediğiniz geri dönüşü aldığınıza inanıyor musunuz?

Yüksek akademik yetkinliklerle mezun olan gençler, 21. yüzyıl iş yaşamının talep ettiği profesyonel yetkinlikleri edinmek ve geliştirmek için iş ortamının sürekli bir öğrenme merkezi haline gelmesine ihtiyaç duyuyor. Okul şirket kimliğini koruyan kurumlar yetenek savaşlarında ön plana çıkıyor. Biz de okul şirket yapısını özümseyerek bu kuşağa yaklaşıyoruz.

Böylece onlara özgür olabilecekleri ve kendilerini iyi hissedebilecekleri bir ortam sunduğumuzda

fazlası ile geri dönüş alıyoruz. Sadece onların ne kadar sabırsız ve doyumsuz olduklarını unutmamak gerekiyor. Kendilerini besledikleri ve kariyerlerine katkı sağladığını düşündükleri sürece Y kuşağından fazlası ile verim sağlıyoruz. Aksi takdirde monoton iş süreçlerinde boğulacakları hissine kapılarak iş değiştirmeye yönelmeleri kaçınılmaz oluyor.

Y kuşağının aranızda katılması ile birlikte Vestel marka kimliğinizde ne gibi bir değişim ve dönüşüm yaşandı?

Y kuşağının aramıza katılması ile birlikte şirketimizde X kuşakları da Y kuşağının dinamizmine ayak uydurdu. Y kuşağının hızı ve pratikliği şirket içi iletişimimizde gözle görülür bir değişim yarattı. Bu sisteme X kuşağı da çok hızlı bir şekilde adapte oldu. Zaman zaman kuşak çatışmaları yaşansa da her kuşak diğerinin karakteristik özelliklerini iyi biliyor. Bu konuları aşmak için ekip içerisinde sürekli eğitimler veriyoruz. Bu sayede uyum içinde çalışıyoruz.



Babalar ve Oğullar

Teknolojik olarak üstün, zorlamalardan kaçan ve yaptıkları işten tatmin olmayı paranın önüne koyan Y kuşağı sahnede...

Ben X kuşağıyım. Oyundan anladığım sokakta top oynamak, mahalle maçı yapmaktı. Okulda inektim. Hangi üniversiteye gideceğim ortaokulda belliydi. Bitirince iş seçmedim, iş beni seçti. Savunma sanayinde çalıştım. “Senin notlar iyiymiş” deyip beni kripto algoritmacı yaptılar. Kapısı kilitli bir laboratuvara koydular. Zaten sadece gündüz değil geceleri de çalıştığımız için kilitli laboratuvarıda uyku kaçamakları daha güvenli oluyordu. Tek sorunum; hizmetli içeri giremediği için çay kahvenin gelmemesiydi. Kendim çay ocağına gidip alırdım. Bu da sorun mu demeyin, uyanık kalıp çalışmak için günde 2-3 demlik çay içerdik. Bunları hiç sorgulamazdık. Sadece ülke değiştirdiğim için iş yeri değiştirdim. Yoksa en kötü günümde bile işten ayrılma çabasında olmadım. Özetle iş yerine sadık, çalışkan bir görev adamıydım. Sadece ben mi, bizim kuşağın çoğu böyledir.

Benim oğlum Y kuşağının en genci. Neredeyse Z demek gerekir. Hiç sokakta oyun oynamadı. Elektronik oyunların tüm çeşitlerini ezbere bilir. Tamamen bir teknoloji manyağı. Benim işimin bu olmasına rağmen, teknolojiyi benden daha iyi takip eder. Yeni ürün lansman tarihlerini aylar önceden bilir ve online olarak sunumları izler. Okulda sevdiği bir ders olursa sabah 4’te kalkıp çalışır, tam not alır. Ders ona mantıksız gelirse beni de öğretmenini de canından bezdirir. İleride profesyonel hokey oyuncusu veya video prodüktör veya bilgisayar uzmanı veya o dönemde aklına ne eserse o olmayı planlıyor. Gelişmelere bakacakmış. Bu yaşta kararsızlık normal diye düşünenler varsa söyleyeyim bu sene liseyi bitirecek. Üniversite seçme konusunda henüz hazır değil, çünkü daha hangi bölümü seveceğini anlamak için yazları değişik yerlere staja gidiyor. Üniversitelerin yaz kamplarına da katılıyor. İşe girerken de potansiyel işveren ile görüşme yapıp, çalışma ortamını anlamak istiyor. Umarım parayı sormak aklına gelir.

Ivan Turgayev’in klasik eseri “Babalar ve Oğullar”ın Türk versiyonu gibiyiz. Neyse ki sadece benim oğlum değil,



Y kuşağının çoğu böyle. Yani babasını deli etmek için yapmıyor. Bu nesil teknolojik üstünlükleri, zorlamalardan kaçmaları ve yaptıkları işten zevk almayı paranın önüne koymaları ile öncekilerden ayırıyorlar.

Sonuç o kadar da kötü değil. Bu kuşaktan sıra dışı işler yapan birçok ünlü tanıyoruz. Bizim evin favorisi: Casey Neistat. 1981 doğumlu. Teknik olarak Y kuşağının ilk doğanlarından denebilir. Adamı anlatmadan önce ne iş yaptığını size söylemek isterdim ama ben hala ne yaptığını tanımlayan bir meslek adı bulamıyorum. Adamın bir diploması da olmadığı için “doktor”, “mühendistir” veya “demirci ustasıdır” gibi bilinen bir işten bahsedemiyoruz. 15 yaşında liseyi terk etmiş. Genelde liseyi veya üniversiteyi erken bırakanlar

profesyonel sporcu, oyuncu veya girişimci olmak için bu yolu seçerler. Casey’in benzer bir motivasyonu olduğunu sanmıyorum çünkü liseden sonraki ilk işi restoranda tabak yıkamak olmuş. Sonrasında ilerleme gösterip, tabak yıkamaktan aşçılığa terfi ediyor ama kapalı ortamlar onu açmadığı için kariyerine bisikletli kurye olarak devam ediyor.

Bulaşıkçının nesini mi anlatıyorum? Şöyle söyleyeyim: bu yıl oğlumun buz hokeyi sporcu seçmeleri için Los Angeles’daydık. Kaldığımız otelde VidCon - Online Video Severler - konferansı yapılıyordu. Birçoğunuza “Kanarya Severler Derneği” toplantısı gibi geliyordu ama inanın kanarya severler yirmi bin kişi bir salona doluşmuyordu.

Online (sosyal) video ABD’de bir çılgınlık. Netflix, Hulu, Youtube artık yeni kanallar. Mobil cihazlar da televizyonların yerini alıyor. Bizde bile başladı. Çevrenize bir bakın; herkesin kafası aşağıda, gözü 5 inç telefon ekranlarında. TV’de üç saatlik aşk filmleri, dört saatlik Türk dizileri eski kuşağın eğlencesi. Fransız filmlerinden bahsetmiyorum bile. Yeni kuşak Snapchat, Instagram en kötüsü Youtube’ta “shorty” denen 2-3 dakikalık videolar izliyor.

Vidcon’un bu seneki yıldızlarından biri Casey Neistat’dı. İki gece kaldık, onun yüzünden doğru dürüst uyumadık. Binlerce genç (ergen de diyebiliriz), adamı gece gündüz ilah gibi takip edip gördükleri yerde çılgılığı basıyorlardı. Çünkü Casey Neistat Youtube ve sosyal medyada bir fenomen. Ortalığı kasıp kavuruyor. Gençler onun kaykay ile gezerek video çektiği yerlere sabahtan gidip kamp kuruyor ve Casey’i görme umuduyla bekliyor. “Bunlar ABD’de olur” demeyin.

Bizde de “ablan star bebeğim” etiketli Kerimcan Durmaz var. Bizim “shorty” yıldızımız Kerimcan, Periscope’tan çıktı. Instagram ve Snapchat ile zirveye tırmadı. Ne mi yapıyor? Kendi hayat görüşünü paylaşıyor ve kamera önünde eğleniyor diyelim. Kendine has bir “reality show” ortaya koyuyor. Yazı yok. Kurgu yok. O anda aklına ne gelirse.

İyi de sosyal medya ne zaman bu kadar önemli oldu. Bu VIP ilgiyi, film yıldızları ve dizi oyuncularını görmez miydi? Siz de bunları sorguluyorsanız, bilin ki artık genç değilsiniz. Gençler yeni idollerini televizyondan değil sosyal medyadan seçiyor.

Casey Neistat gerçek bir medya sihirbazı. Mesleğe başlangıcı; iPod pillerinin 18 ayda çöp olduğunu anlattığı bir video çekip, Youtube’a koyduğu gün. Üç dakikalık video, Casey’in Apple’ın teknik servisini araması ile başlıyor. iPod pilinin bozulduğunu söylüyor. Kimse yardımcı olmuyor. Pili



“Bu nesil teknolojik üstünlükleri, zorlamalardan kaçmaları ve yaptıkları işten zevk almayı paranın önüne koymaları ile öncekilerden ayırıyorlar.”

değiştirmek, yeni bir iPod almaktan daha pahalıya geliyor. Casey, bunu herkes bilsin diye bir “halka duyuru” girişimi başlatıyor. Aslında şehirde bulduğu tüm duvarlara Apple’ın ne kadar berbat iş yaptığını yazıyor. Bu olayların yer aldığı üç dakikalık video o kadar yayılıyor ki sonunda Apple boyun eğmek zorunda kalıyor. Bir ay sonra Apple iPod pil garantisini uzatıyor ve değiştirmeye onay veriyor.

Apple’ı dize getiren adam Casey, burada durmayıp 2015 yılında günlük Video Blog yayınlamaya başladı. Vblog işi günlük serbest yazı yazmaya benziyor ama yazı yerine yaşadıklarınızla veya önemsediklerinizle ilgili videolar çekip yayınlıyorsunuz. Bunu yaparsanız ilginç bir kişiliğiniz olsa iyi olur elbette. Casey, 2016 yılbaşı günü New York kara kışa gömülmüşken şehrin göbeğinde bir aracın arkasına bağladığı halatla snowboard yaptı. Bu videosu tüm ulusal televizyon kanallarında yayınlandığında zaten şöhret olmuştu. Casey’nin Vblog Youtube kanalında üç buçuk milyon kayıtlı üyesi var. Youtube’un en iyi ilk 500’ü içerisinde yer alıyor. Ayda 100 milyona yakın izlenme alıyor. Sadece kanalından elde ettiği yıllık geliri-sıkı durun- 4 milyon dolara yaklaşıyor.

Online video çekme tekniklerini ve sosyal medyanın gücünü kullanmayı beceri haline getiren Casey, geçen yıl Berne adlı başarılı bir video paylaşım mobil uygulaması piyasaya çıkardı. Casey, ayrıca Nike, Google, Mercedes gibi birçok ünlü marka için reklam filmleri çekiyor. ABD’nin meşhur kanalı HBO’da kardeşiyle birlikte kendi hayatlarını

anlattıkları bir dizi çekip yayınladılar. Casey, artık sadece kendi çektiği videolarda değil birçok önemli konferansta konuşmacı olarak yer alıyor. Bir bulaşıkçı için hiç fena değil, ne dersiniz?

Oğlumun rol modeli işte böyle biri; klasik akademik öğretiyi gerekli görmeyen, düzgün bir iş tanımı olmayan, kalıplara sıkışmadan çalışmak isteyen bir adam... Aman sizinkilere de kötü örnek olmasın. Ya da olsun mu? Çünkü diğer bir bakış açısıyla; bu özgür ruhun arkasında hayata kendi yön veren, 20 yaşında mesleğe erken başlayan, teknolojiye çok hakim, toplumu iyi okuyan, seçtiği işte her detaya önem veren, çalışkan, azimli ve başarılı biri var.

Aslında biz de bugünkü eğitimin bize ileriye götürecek olan insan tipini yetiştirmediğini söylemiyor muyuz? Anlamsız üniversite seçme sınavları gençlerin en verimli yıllarını yaratıcılıktan uzak binlerce soru ezberleterek heba etmiyor mu? Dijital okur-yazarlık ve teknoloji hakimiyeti en çok aranan özellikler değil mi? İş hayatı da güllük gülistanlık değil. Büyük şirketler ve eski kalıplar yenilik ve inovasyon geliştirmede yetersiz kalmıyor mu? Yeni kuşağın kurduğu Startup’lar ve farklı düşünen bireyler daha başarılı olmuyor mu? Girişimciliği ve iş inovasyonunu ekonomik kurtuluşun temel ögesi olarak görmüyor muyuz?

Bu açıdan bakınca Casey gibileri çok da kötü adamlarmış gibi durmuyor. Belki geleceğini çizmede bizim oğlanı da kendine bıraksam daha iyi olur. Hoş zaten beni dinleyen kim?

Ahmet Zorlu’ya Onur Ödülü...

Türk tekstil sektörünün tüm dünyada söz sahibi olmasında büyük payı bulunan sektör duayenleri İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) tarafından ödüllendirildi. Gecede Zorlu Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Zorlu da ödüle layık bulundu.

Türkiye’nin geleceği için daima en iyisini yapma mottosu ile çalışan Zorlu Şirketler Grubu’nun ilk göz ağrısı Zorlu Tekstil Grubu, çalışmalarının meyvelerini aldığı ödüllerle topluyor. İhracattaki başarısı ile ülke ekonomisine ve ülkemiz için önemli bir sorun olan cari açığın kapatılmasına katkı sağlayan Zorlu Tekstil Grubu, İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) tarafından gerçekleştirilen “İhracatın Liderleri” ödüllerinde Platin ödülüne layık bulundu. Dünyanın en büyük ev tekstili üreticilerinden Zorlu Tekstil Grubu’nun başarısının altında imzası bulunan Ahmet Zorlu ise İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) tarafından onur ödülüne layık görüldü.

İhracata atılan imza...

Üretim kapasitesinin büyüklüğü, sektörde kaliteli üretim anlayışının beraberinde getirdiği yüksek ihracat rakamları ve istihdama sağladığı olağanüstü katkı ile büyük bir rekabete sahne olan dünya tekstil sektöründe söz sahibi olan Zorlu Tekstil Grubu, Türk tekstil sektörünün de lokomotif şirketlerinden biri.

Temelleri 1953 yılında Denizli’nin Babadağ ilçesinde küçük bir tekstil atölyesinde atılan Zorlu Tekstil Grubu’nun başarı hikayesi Babadağ’dan Trabzon’a, Trabzon’dan İstanbul ve Bursa’ya oradan da dünyaya uzanıyor. Grup bugün yurt içinde ve yurt dışında ev tekstili sektöründe trendleri belirleyen birbirinden değerli markaları bünyesinde barındırıyor. Faaliyete başladığı ilk dönemlerde haftada 5 çarşaf üretebilen Zorlu Tekstil, bugün son teknolojiye sahip modern üretim tesislerinde ürettiği akıllı ürünlerle dünyanın dört bir yanına ulaşıyor.

Zorlu Tekstil Grubu, Korteks Kadife Dokuma Tesisi ile halihazırda Avrupa’nın en büyük entegre ve inovatif polyester iplik üretim merkezi ve ihracatçısı ünvanına sahip. Bu başarıda Ahmet Zorlu’nun daima yeniliklere açık vizyonu, sektörde uzun yıllarla tarihlenen bilgi birikimi ve deneyiminin payı tartışılmaz. Mevcut ürün yelpazesini sürekli geliştirmek anlayışı doğrultusunda Ar-Ge ve Ür-Ge yatırımlarına büyük



önem atfeden Zorlu Tekstil Grubu, aynı zamanda TAÇ, Linens, Valeron gibi markalarıyla da ev tekstilinin lideri olarak Türkiye genelinde yüzde yüz bilinirliğe sahip.

Sektör duayeni: Ahmet Zorlu

Sektörün gelişimine ve değişimine katkı sağlamak ve bir adım ileriye taşımak misyonu ile hareket ettiklerini her platformda dile getiren Ahmet Zorlu, yenilikçi bakış açıları ve gece gündüz demeden işlerini sahiplenmeleri sayesinde başarıya ulaştıklarını kaydediyor.

Sektörde ilklerin adı: Zorlu Tekstil Grubu
1976 Korteks Kadife Dokuma Tesisi, Burda’da kuruldu. Türkiye’de ilk kez 220 cm çarşaf üretildi.
1988 Avrupa’nın en büyük entegre ve inovatif polyester iplik üretim merkezi ve ihracatçısı Korteks İplik Fabrikası , Türkiye tekstil sektörünün kaliteli polyester iplik ihtiyacını karşılamak üzere Bursa’da kuruldu.
1994 Korteks perde, Türkiye’de ilk güpür aplık perde üretimini gerçekleştirdi.
1997 Avrupa ve Ortadoğu’nun en büyük ev tekstili üretim tesisi olan Zorlu Linen, kuruldu ve TAÇ markalı nevresim üretimine başladı.
2001 Zorlu Linen, pamuklu ev tekstilinde Avrupa’nın birinci, dünya’nın üçüncü büyük tesisi konumuna ulaştı. Korteks, Türkiye’deki polimer üretiminin % 50’den fazlasını üretmeye başladı.
2002 Üniversite-Sanayi İş birliğini başlatan TAÇ, ev tekstilinde yeni tasarım ve tasarımcıların ortaya çıkması için Bir De Sen Tasarla Yarışması gerçekleştirdi.
2003 Korteks, dünyada ilk defa süper-mikro kalite polyester flaman ipliğin üretimine başladı. Zorlu Linen, Global Organic Textile Standard-GOTS sertifikasıyla Türkiye’de % 100 biyolojik mamuller üreten ilk ve tek üretici oldu.
2006 Korteks, teknik ve fonksiyonel iplikler üretimine başladı. Bu kapsamda Dry Touch, TAÇ Cottonlike, TAÇ Antimicrobial, TAÇ Micro-muss vb. ürünler piyasaya sunuldu.
2008 Korteks tarafından “Teknik Tekstil”lere yönelik “Güç Tutuşur” polyester iplik ve “Antistatik” özellikli iplik geliştirildi.

Ahmet Zorlu’nun bu bakış açısı ile Zorlu Tekstil Grubu, ev tekstili ihracatında Avrupa’da birinci, dünya genelinde de ilk 3’te yer alıyor. Türk ekonomisi ve tekstil sektörüne sağladığı katkı da her platformda takdir ediliyor. Son olarak 17 Mayıs 2016 tarihinde İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) tarafından Raffles Hotel’de gerçekleştirilen “İhracatın Liderleri” ödül töreninde Türk tekstil sektörünün tüm dünyada söz sahibi olmasında büyük payı bulunan sektör duayenleri ödüllendirildi. Bu alanda ilk akla gelen isimlerden olan Zorlu Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Zorlu da ödüle layık bulundu.

İhracata adını altın harflerle yazdırdı

Tekstilde ihracata adlarını yazdırdılar, liderliği yine elden bırakmadılar. İTHİB, gerçekleştirdikleri ihracat rakamları ile ülke ekonomisine katma değer sağlayan ihracatçı firmaları ödüllendirdi. Törende Zorlu Dış Ticaret ve Zorluteks Tekstil, Platin ödüle layık görüldü.

2015 yılında gerçekleştirdikleri ihracat rakamları ile hem ülke ekonomisine hem de sektöre katkı sağlayarak öncü rol üstlenen başarılı firmalar ödüllerine kavuştu. İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) tarafından gerçekleştirilen ‘İhracatın Liderleri’ ödüllerinde Zorlu Dış Ticaret dördüncü, Zorluteks Tekstil ise beşinci sırada yer alarak Platin ödülünü almaya hak kazandı. Ödüllerine her geçen gün yenilerini ekleyen Zorlu Dış Ticaret ve Zorluteks Tekstil, 25 milyon dolar ve üzeri ihracat yapan firmalara verilen Platin ödülü ile başarısını bir kez daha taçlandırdı.

Raffles Hotel’de düzenlenen ödül töreninde Zorlu Dış Ticaret ve Zorluteks Tekstil adına ödülü Zorlu Holding Yönetim Kurulu Üyesi Olgun Zorlu aldı. Olgun Zorlu’ya ödül Ekonomi Bakanı Yardımcısı Fatih Metin, TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi ve İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Gülle tarafından takdim edildi.

“Sektör üretim, istihdam ve ihracat rakamlarına ciddi katkı sağlıyor”

Tekstil sektörünün önde gelen isimlerinin de yoğun bir katılım gösterdiği gecede bir konuşma gerçekleştiren İTHİB Başkanı İsmail Gülle, tekstil sektörünün Türk ekonomisindeki önemine değindi. İnsanlık var olduğu sürece tekstil sektörünün de varlığını devam ettireceğini belirten Gülle, sektörün Türkiye’de artan üretim, istihdam ve ihracat rakamlarına ciddi oranda katkı sağladığını kaydetti.



İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Gülle - Zorlu Holding Yönetim Kurulu Üyesi Olgun Zorlu - Ekonomi Bakanı Yardımcısı Fatih Metin - TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi

Zorlu Holding ile çocukların hayalleri gerçek oluyor

Dünya üzerinde kaydedilmiş her türlü başarı hayal etmekle başlar. Bu fikri “Hayallerine Hayat Ver” sloganıyla benimseyen Zorlu Holding, bu kez çocukların hayallerini gerçekleştirmek için harekete geçti. “Bir Hayal Bir Oyun” yarışması ile Zorlu Holding, çocukların hayal dünyasını tiyatro sahnesine taşıyor.

Küçük bir işletmeden dünya çapında söz sahibi bir holding yaratarak hayallerini gerçeğe dönüştüren Zorlu Holding, “Hayallerine Hayat Ver” olarak özetlediği marka sloganı çerçevesinde geliştirdiği birbirinden yaratıcı projelerle, insanlara ilham vererek hayallerinin peşinden koşmalarına yardımcı oluyor.

13 yıldan beri Zorlu Çocuk Tiyatrosu ile çocukların yaratıcılıklarının gelişmesine katkıda bulunan Zorlu Holding, çocukların hayalleri ile süsledikleri yeteneklerini ortaya çıkarmak ve onların özgüvenlerinin inşasına katkıda bulunmak amacıyla “Bir Hayal Bir Oyun” adlı yarışmayı hayata geçiriyor. Yarışma ile her şeyin hayal kurmakla başladığı, mutluluğun ve başarının hayallerinin peşinden gidip onları hayata geçirenler tarafından yakalanabildiği konusunda çocuklarda farkındalık oluşturulması amaçlanıyor. “Bir Hayal Bir Oyun”un hedefleri ise çocuklara tiyatroyu ve yazarlığı sevdirmeye, sanata yönlendirme ve yazma yeteneklerini ortaya çıkarmak.

“İstiyoruz ki insanlar bizden ilham alsın ve açtığımız yoldan gitsin...”

Çocukları sanatla iç içe olmaya teşvik eden projenin tanıtım toplantısında Zorlu Holding Yönetim Kurulu Üyesi Olgun Zorlu, konuşma gerçekleştirdi.

Ülkemizi geleceğe sınırsız hayal gücünün taşıyacağına inandıklarını, Zorlu Holding olarak kendilerinin de böyle bir inançla Türkiye’nin en büyük gruplarından biri haline geldiklerini kaydeden Olgun Zorlu, “Biz istiyoruz ki insanlar da bizden ilham alsın ve açtığımız bu yoldan gitsin” dedi.

Bu anlayış doğrultusunda eğitim, kültür ve sanata destek veren projelerde, insanların kendilerinden ilham almaları için çaba gösterdiklerine işaret eden Zorlu, bu konuda önceliklerinin çocuklar olduğunun altını önemle çizdi.

Olgun Zorlu sözlerini şöyle sürdürdü: “Çocukların özgüvenli, mutlu ve başarılı olabilmeleri bizim en büyük dileğimiz. Bunun için de istedikleri, kalplerinden geçirdikleri şeyleri gerçekleştirmeye gücünü kendilerinde bulmaları ve bunların peşinde gitmeleri gerekiyor. Biz büyükler zaman zaman unutsak da çocuklar rengârenk hayallerinden hiçbir şekilde vazgeçmiyorlar. Yeter ki onların iç dünyalarında yaşadıklarını harekete geçirecek, onlara bu motivasyonu sunacak ortamlar sağlansın...”

2003 yılında Zorlu Çocuk Tiyatrosu’nu kurarken de bu düşünceyle hareket ettik. Çocukların içindeki yaratıcı gücü harekete geçiren en önemli sanat dallarından biri olan tiyatro bizim için önemli bir platform oldu. Tiyatromuz aracılığıyla 13 yıldır çocuklarla etkileşim halinde olan bir grup olarak çocukların zengin iç dünyalarına bizzat yakından şahitlik ettik. Tiyatro gibi hayal gücünün en yoğun şekilde kullanıldığı bir sanat dalı ile çocuklara ulaşmış olmanın bizim için eşsiz bir deneyim olduğunu söylemeliyim. Bu süreçte tiyatromuz aracılığıyla 13 yılda, 1000’e yakın oyunla, 700 bin çocuğa ulaştık. Tiyatro aracılığı ile bir yandan çocukların hayal dünyasını harekete geçirirken aynı zamanda onların rengârenk iç dünyalarını keşfetme şansına sahip olduk.”

Türkiye’de bir ilk...

Tiyatro oyununa gelen çocukların bıraktıkları notların, oyunlar hakkındaki yorumların ve hatta bazı oyunların devamını yazdıkları küçük senaryoların kendilerini oldukça duygulandırıp heyecanlandığını vurgulayan Olgun Zorlu, tüm bunların kendilerinde, “Çocukların hayalleri ile zenginleşen bir oyun sahneye konulsa ne kadar güzel olur” fikrini doğurduğunu belirtti. 9 yaşında bir çocuğun hayal dünyası ile zenginleşen ve 27 Mart Dünya Tiyatro Günü’nde Zorlu Çocuk Tiyatrosu tarafından sahnelenen oyuna göndermede bulunan Olgun Zorlu, “En başından beri aklımızda bu projeyi bir yarışmaya dönüştürmek fikri vardı. 27 Mart Dünya Tiyatro Günü’nde sergilenen oyundan sonra aldığımız olumlu tepkiler bu fikrimizi hayata geçirme konusunda bizi daha da cesaretlendirdi. Edindiğimiz bu



tecrübe ile şimdi çocukların zengin hayal dünyasını harekete geçirmek üzere benzersiz bir proje olan ‘Bir Hayal Bir Oyun’ adlı hikâye yarışmasını başlatıyoruz” dedi.

Yarışma ile Türkiye’de bir ilke imza attıklarını da dile getiren Zorlu, “Bir Hayal Bir Oyun” yarışmasının, çocukların kurdukları hayalleri hayata geçirebilmeleri için fırsat sunacak bir platform olacağını ifade etti. Çocukların geleceğimiz olduğunu, onların hayallerinin bizim geleceğimizi şekillendirdiğini kaydeden Zorlu, sözlerini şöyle devam etti: “Çocuklara tiyatroyu ve hikâye yazarlığını sevdirmek, sanata yönlendirmek, hikâye yazımı konusunda temel becerileri kazandırarak yeteneklerini görmelerini sağlamak da hedeflerimiz arasında... Zorlu Holding olarak hayata geçirdiğimiz bu projeye Türkiye’nin dört bir yanından çocuklarımız kendi hayal güçleri ile yazacakları hikâyelerle katılabilecek. Türkiye için bir ilk olan bu projenin bugünün çocukları, yarının tiyatrocusu, hikâye ve oyun yazarları için ilham kaynağı olacağına tüm kalbimizle inanıyoruz. Biz de Zorlu Holding olarak, dün olduğu gibi bugün ve yarın da onlara ilham vermek için yanlarında olmaya devam edeceğiz.”

Seçilen hikâye tiyatro oyununa dönüştürülecek

2016-2017 eğitim-öğretim yılında üçüncü veya dördüncü sınıfta okuyacak öğrenciler, Zorlu Holding tarafından hayata geçirilen “Bir Hayal Bir Oyun” yarışmasına “yolculuk” temalı özgün hikâyelerle katılım sağlayabilecek. Aralarında tiyatro sanatına gönül vererek çeşitli katkılarda bulunmuş öğretim



görevlileri, oyun ve roman yazarı, tiyatro yönetmeni ve oyuncusunun yer aldığı ayrıca edebiyat ve sanat dünyasındaki farklı disiplinlerde profesyonel olarak çalışan birbirinden değerli isimlerin bulunduğu jüri üyeleri tarafından yapılacak değerlendirme sonucunda en iyi hikâyeler seçilecek. Daha sonra en başarılı eser, uzman tiyatro yazarları tarafından tiyatro oyununa dönüştürülerek oyun 27 Mart 2017 Dünya Tiyatro Günü’nde Aydın Üniversitesi ve Mimar Sinan Üniversitesi öğrencilerinden oluşan amatör bir tiyatro ekibi tarafından sahneye taşınacak. Bu sayede gençlerin kendilerini gösterebilmelerine olanak sağlayacak olan bir platform da yaratılmış olacak. Yarışmada dereceye giren eser sahipleri aynı zamanda birbirinden değerli ödülleri de sahibi olacak. Yarışmada birinci olan eser 10 bin TL, ikinci eser 5 bin TL, üçüncü eser ise 3 bin TL’lik para ödülünün sahibi olacak. Eser sahiplerinin ayrıca “Yaratıcı Yazarlık Eğitimi”ne katılarak hikâye yazımı konusunda tecrübe kazanmalarına da olanak sağlanacak.

Yarışmanın jüri koltuğunda tiyatro yönetmeni Özdemir Nutku, ülkemizde çocuk edebiyatı alanındaki en önemli isimlerden “Kelime Çocuk Oyunları Atölyesi” isimli tiyatro grubunun da yöneticisi Dr. Asya Çağlar, çocuk edebiyatı alanında kırka yakın kitabı bulunan Süleyman Bulut, Uluslararası İstanbul Tiyatro Festivali’i direktörü Leman Yılmaz, 13 yıldır Zorlu Çocuk Tiyatrosu’nu yürüten Zorlu Tekstil Grubu’nda Kurumsal İletişim Grup Müdürü olarak görev alan Lale İlalan ve Zorlu Performans Sanatları Merkezi Genel Müdürü Murat Abbas oturuyor.



Büyük Hackathon Vestel iş birliği ile gerçekleşti

Görme engellilerin hayatını daha erişilebilir hale getirmek için, 600 başvuru arasından seçilen 20 üniversite öğrencisi ve yeni mezun gençlerimiz 48 saat süren Hackathon’da görme engelliler için uygulanabilirliği olan ve tüm topluma fayda sağlayacak projeleri, Vestel sponsorluğunda geliştirdiler. Kazanan ekiplere Vestel markalı ürünler hediye edildi.



Vestel, ürettiği cihazları, fabrikaları, mağazaları, internet sitesi ve müşteri hizmetlerini kapsayan “Erişilebilirlik Projesi” ile toplumun her kesiminin ama en çok da engellilerin daha kaliteli bir yaşam sürmesine katkıda bulunacak. Zorlu Holding, Vestel ve YGA iş birliği ile gerçekleştirilen proje çerçevesinde Vestel’de üretilen tüm cihazların engelliler tarafından rahatlıkla kullanılmasına olanak sağlanacak.

Erişilebilirlik Projesi kapsamında hayata geçirilecek çalışmalarla TV’ler ve beyaz eşyalar, cep telefonu ve tabletle sesli olarak yönetilebilecek. Beyaz eşyaların kontrol paneline

Braille alfabesi ile uygulama yapılacak, akıllı cep telefonu Venus “Erişilebilirlik Modu” sayesinde engelliler tarafından da rahatlıkla kullanılacak, kullanım kılavuzları sesli hale getirilecek, küçük ev aletleri sesli yönlendirme ile kullanılacak, internet sitesi tüm sayfalarıyla erişilebilir olacak, tanıtım videoları sesli şekilde tasvir edilecek, işitme engellilere yönelik görüntülü çağrı merkezi oluşturulacak. Tüm çalışma ortamlarının ve iletişim platformlarının engelliler tarafından rahatlıkla kullanılması konusunda etkin çalışmalar sergileyen ve bu kapsamda erişilebilirliğin esas alındığı Ar-Ge’ye oldukça ciddi yatırımlar gerçekleştiren Vestel, bu sayede



ürettiği cihazları ve iletişim kanallarının engelliler tarafından da rahatlıkla kullanılmasına imkan tanıyacak. “Erişilebilirlik Projesi”ne STK’lar, ilgili dernekler ve eğitmenler de dahil edildi. Vestel, projenin sürdürülebilir olması adına engelli ve ileri yaş tüketicilere uygun erişilebilir ürün/hizmetleri sunmanın yanı sıra, doğru iletişim dili geliştirecek ve müşteri yolculuğunu baştan sona 360 derece değerlendirecek planlanmasını sağlayacak.

“Amacımız her bireye eşit imkan sağlamak”
Herkesin teknolojiye ulaşma ve kullanma hakkı olduğuna



inancıyla Vestel’de yürütülen tüm çalışmaların ortak bir çatı altında konsolide edildiğini belirten Vestel Şirketler Grubu İcra Kurulu Başkanı Turan Erdoğan, amaçlarının Vestel ürünlerini kullanabilme konusunda her bireye eşit imkan sağlamak olduğuna işaret etti. Erdoğan, sözlerini şöyle sürdürdü: “Engelli engelsiz ayırt etmeden tüm tüketicilerimizin teknolojimizden, ürünlerimizden aynı şekilde yararlanabilmeleri için büyük bir dönüşüm başlattık. Vestel City’de üretilen tüm ürünlerimizin herkes tarafından erişilebilir olmasını hedefliyoruz. Bunu sadece engelliler özelinde bir girişim olarak değerlendirmem gerekiyor. Bu, tüm toplumu



ilgilendiren, dikkat çekmek, öncüsü olmak istediğimiz bir konu.”

Engelsiz Hackathon’a 668 başvuru yapıldı

Bu kapsamda Vestel, Young Guru Academy (YGA) ile birlikte 7-8 Mayıs 2016 tarihleri arasında Engelsiz Hackathon yarışmasını gerçekleştirdi. Yarışmaya üç hafta içinde rekor sayıda başvuru yapıldı. 668 başvurunun olduğu Hackathon’a toplam 60 kişilik 17 takım seçildi. Seçilen takımlar 24 saat içinde engellilerin hayatında fark yaratacak ve onların hayatını daha kolay hale getirecek projelere imza atmaya çalıştılar. Yarışma



sonunda, görme engellilerin önlerindeki cisimleri sesli olarak algılamalarını sağlayan sensörle akıllı gözlük ile ITC takımı birinci olurken, internetteki fotoğrafların betimlenerek bir veri tabanında toplanmasını amaçlayan Betim takımı ikinci, görme engellilerin renkleri, sesle algılamalarını sağlayan Rengarenk takımı ise üçüncü oldu.

Projeler Vestel City’de üretilecek

Vestel, yarışma çerçevesinde engellilerin günlük ihtiyaçlarına cevap veren donanım ve yazılım projelerinin uygun görülenlerini Vestel City’de üretmek için de kolları sıvadı.



Gayrimenkul sektöründe Didem Aydın'ın topuk sesleri yükseliyor

2015 yılında Zorlu Center AVM Genel Müdürü olarak başladığı yolculuğuna Nisan ayı itibarıyla Zorlu Center Genel Müdürü olarak devam eden Didem Aydın, sektörde uzun yıllar boyunca elde ettiği bilgi birikimi ve deneyimi ile fark yaratmaya devam ediyor.



Zorlu Gayrimenkul'ün kuruluş amacının İstanbul'a, Türkiye'ye ve hatta dünyaya örnek teşkil edecek projeler üretmek olduğunu söyleyen Zorlu Center Genel Müdürü Didem Aydın, Zorlu Gayrimenkul olarak ancak ve ancak inandıkları projelere yatırım yapmak gibi bir bakış açısı ile hareket ettiklerinin altını önemle çiziyor. Gelecekte de herkesin sahibi olmak istediği nitelikli konut, ofis, iş merkezi, alışveriş merkezi, hastane, otel ve ticari depolar geliştirmek, geliştirdiği gayrimenkuller üzerinde yatırımlar yaparak satmak, kiralamak veya işletimini gerçekleştirmeyi arzu ettiklerini kaydeden Aydın, "Amacımız doğru zaman ve doğru proje formülü ile başarımızı devam ettirmek" diyor.

Kısa bir süre önce Zorlu Center Genel Müdürü olarak görev yapmaya başladınız. Göreve geldikten sonra kendinize nasıl bir yol haritası çizdiniz? Amacınız nedir?

Zorlu Gayrimenkul olarak başta potansiyel müşterilerimiz olmak üzere konut ve ofis sahipleri, projelerde yaşayanlar, AVM'deki kiracılarımız, ziyaretçilerimiz ve çalışanlarımızdan oluşan çok geniş bir hedef kitleye sahibiz. Amacımız geniş bir yelpazeden oluşan hedef kitemize en kaliteli hizmeti sunmak. Zorlu Center özelinde konuşmak gerekirse, biz burayı insanların gönülleriince alışveriş yapabildiği, dünya çapında ses getirmiş gösterileri izleyebildiği, farklı bir konaklama deneyimi yaşadıkları, sevdikleri ile buluşup keyifli zaman geçirdikleri 24 saat yaşayan şehrin içinde başka bir dünya olarak kurguluyoruz. Tüm enerjimizi de bu amaç doğrultusunda harcıyoruz.

Türkiye, Fransa, ABD, Çin ve İtalya'nın yanı sıra dünyada alışveriş turizmi için en çok tercih edilen ilk 10 ülke arasında bulunuyor. Zira İstanbul, yüzyıllardır alışveriş turizminin deyim yerinde ise kalbinde yer alıyor. Alışveriş

seyahatlerinde ürün fiyatlarının yanı sıra varış noktasının çekiciliğinin de son derece önemli bir rol oynadığının bilinci ile hareket ediyoruz. Zorlu Center'ı 'buluşma noktası' denilince insanların aklına gelen ilk adres haline getirmek için yoğun bir çaba sarf ediyoruz. Bu anlamda Zorlu Center'ı herkes için cazip kılacak projeler üzerinde çalışıyoruz.

Lokasyonu, çevreci özellikleri, teknolojik altyapısı ile A+ ofis çözümleri sunan Levent 199'da da kiralanabilir alanların yüzde 80'ini kiralandık. Kalan kısım için de çalışmalarımız devam ediyor. Akıllı bina özellikleri ile dikkat çeken projemizde bugün pek çok uluslararası şirkete ev sahipliği yapıyoruz. Zorlu Holding'in de Genel Müdürlük olarak yer aldığı Levent 199'da doluluk oranı yüzde 90'a ulaşmış durumda. Kalan bölümler için de potansiyel müşterilerle görüşmelerimiz devam ediyor.

Zorlu Gayrimenkul'ün büyüme grafiği hangi yönde seyrediyor?

İlk günden beri Zorlu Gayrimenkul olarak istikrarlı bir büyüme performansı sergiledik. Hem ciro hem de ziyaretçi sayısı anlamında Alışveriş Merkezleri Yatırımcıları Derneği'nin (AYD) ortalamasını 2016 yılının ilk 5 ayında ikiye katladık. AYD rakamlarına göre Ocak - Mayıs döneminde AVM cirolarındaki ortalama büyüme yüzde 8.8 olarak hesaplanırken, Zorlu Center'ın büyümesi yüzde 18.6 seviyesinde gerçekleşti.

Ziyaretçi sayıları göz önünde bulundurulduğunda ise AYD ortalamasının geçen yıla göre aynı seviyelerde kaldığını görüyoruz. Zorlu Center olarak farklı aktiviteler ve kampanyalarla yılın ilk 5 ayında ziyaretçi sayımızı ortalama yüzde 7.5 seviyesinde artırmayı başardık.

Zorlu Gayrimenkul'ün potansiyel hedef kitesini kimler oluşturuyor? Bu hedef kitle için ne gibi projeler geliştiriyorsunuz?

Kozmopolit bir şehir olan İstanbul, tüm yaşam tarzlarına hitap eden yapıyla öncelikle körfez sermayesi olmak üzere yabancı yatırımcıların her geçen gün daha fazla dikkatini çekiyor. Ayrıca genelde Türkiye, özel de ise İstanbul; kaliteden ödün vermeyen nitelikli, lokasyon bakımından ulaşım yollarının kesişim noktasında yer alan konut ve ofis projeleri ile Körfez yatırımcılarının ilk adresi olmaya devam ediyor. Biz de Zorlu Gayrimenkul olarak bu yatırımcı profiline uygun projeleri ortaya koymaya çalışıyoruz. Bu çerçevede Zorlu Gayrimenkul imzasını büyük bir gururla attığımız Türkiye'nin ilk 5 fonksiyonlu projesi olan Zorlu Center ile nitelikli gayrimenkul yatırımı arayışında olanlara eşsiz bir fırsat sunuyoruz.

Bunun yanında A sınıfı ofis ihtiyacı her geçen gün daha da artıyor. Biz de pazarın tüm ihtiyaçlarını analiz ederek bu ihtiyaç, beklenti ve talepler doğrultusunda 123 bin metrekare inşaat alanına sahip Levent 199 projesini hayata geçirdik. 161 metre yüksekliği ile İstanbul'un en yüksek binaları arasında yer alan Levent 199 projesinde 40 bin metrekarelik kiralanabilir alanımız mevcut. Tamamı camdan dış cephesi, LED donanımlı iç ve dış aydınlatması, bisiklet parkı, yerel bitki örtüsüne sahip 10 bin metrekare yeşil alan ve yeşil çatı gibi çevreci özellikleri ile dikkat çeken projemiz, ileri teknoloji altyapısı, iklimlendirme ve telekomünikasyon sistemleri, fiberoptik IT altyapısı ile akıllı bina kavramının tam karşılığı olarak vücut buluyor. Ulaştığımız yüzde 90 doluluk oranı da projemize olan yoğun ilginin en net kanıtı. Çok sayıda uluslararası şirketlerin de yer aldığı projemizde kiralanabilir alanların yüzde 80'ini kiralamış durumdayız.

Zorlu Center 3 yıllık bir geçmişe sahip olmasına karşın şehrin yaşam kültüründe kendisine kolaylıkla yer edinmeyi nasıl başardı? Bu pencereden baktığınızda başlangıçtaki hedeflerinizi gerçekleştirdiğinizi söylemek mümkün mü?

Zorlu Center, İstanbul kadar benzersiz ve İstanbul'a değer katacak bir proje hayali ile ortaya çıktı. Geldiğimiz noktada baktığınızda bu hayali gerçekleştirmiş görünüyor. Bugün lokasyon tariflerinde bile Zorlu Center referans noktası olarak alınıyor. Bu durum bulunduğumuz coğrafyada ve her şeyden önce halkın algısında yer ettiğimiz anlamına geliyor. Bu kadar kısa sürede bunu gerçekleştirmiş olmak başlı başına bir başarı.

Zorlu Center'ın şehrin buluşma noktası haline gelmesinde pek çok fonksiyonu içinde barındırıyor olmasının etkisi çok



büyük. Zorlu Center çatısı altında dünyaca ünlü restoranlar ve yerel lezzetler kusursuz bir şekilde harmanlanıyor. Raffles İstanbul, dünyanın dört bir tarafından gelen konuklarına lüks bir konaklama deneyimi sunuyor. Dünyada ses getirmiş gösterileri ve farklı sanat dallarından pek çok etkinliği sahnelerinde ağırlayan Performans Sanatları Merkezi de bu alandaki büyük boşluğu ustaca dolduruyor. Bugün geldiğimiz noktada alışveriş merkezimiz hem ziyaretçi sayısı hem de ciro bakımından çok yüksek bir performans sergiliyor. Konut satışları tarafında seçici davrandığımız bu projede yüzde 80 seviyelerini aşmış bulunuyoruz. Ofislerimizde ise yerli ve yabancı pek çok şirketin öncelikli tercihleri arasında yer alıyor.

Uluslararası arenada aldığımız 30'u aşkın ödülle de başarımızı taçlandırdık. En son Nisan ayı içerisinde ICSC (Uluslararası Alışveriş Merkezleri Konseyi) tarafından Avrupa'nın En İyi Alışveriş Merkezi Ödülü'ne layık görüldü. Bu ödüller bize ne denli doğru bir yolda olduğumuzu anlatıyor ve gelecek projeler için canla başla çalışmamıza vesile oluyor.

Zorlu Center, tüm fonksiyonları ile ayrı ayrı hizmet verirken, hepsinin sinerjisiyle ziyaretçilerine, konut sahiplerine, kiracılarına ve de çalışanlara katma değer sağlamaya devam eden bir proje.

Türkiye'de gayrimenkul sektörü nasıl bir portre çiziyor? İstatistikler de gösteriyor ki 2015 yılında altın ve dolardan daha fazla bir oranda emlak sektörüne yatırım yapılmış durumda. Aynı zamanda bu yatırımların getirisinin de altın ve dolardan daha fazla olduğunu söylemek mümkün. Zira Merkez Bankası Konut Fiyat Endeksi'ne göre 2015 yılında konut fiyatları Türkiye genelinde yüzde 18.4 artarken, İstanbul'daki getirisi yüzde 25 seviyesinde oldu. Son beş yıllık rakamlara baktığımızda İstanbul'daki konut fiyatlarının toplamda yüzde 141.8 oranında arttığını görüyoruz. Türkiye genelinde ise bu rakam yüzde 93.4 seviyesinde. Bu veriler de emlak yatırımının ne denli kazançlı olduğunu bize bir kez daha kanıtlıyor.

Gelecekte de gayrimenkul sektörünün Türkiye'nin ekonomik büyümesinde başı çeken sektörlerden biri olacağına olan inancım sonsuz. Bu nedenle ilerleyen dönemlerde yüksek standartlardaki projelerinin sayısının artacağını öngörüyorum. Ancak buradaki en önemli nokta konut sahibine ne vadettiğiniz. Çünkü geçmişin aksine artık tüketiciler dört duvar yerine bir yaşam kültürü satın aldıklarının bilinciyle hareket ediyorlar. Dolayısıyla gayrimenkul sektörü de proje üretirken yenilikçi, farklı, teknolojik ama aynı zamanda çevreci çözümleri tercih etmeli ve her şeyden önemlisi kullanıcıya ayrıcalıklar sunan konseptlere yönelmeli.

Yılın en büyük uluslararası enerji fuarı ICCI'da Zorlu Enerji'nin yıldızı parladı

Enerji sektörü ICCI 2016'da bir araya geldi. Fuarda konuşan Zorlu Enerji Genel Müdürü Sinan Ak, "Güneş enerjisi teknolojilerinin geliştirilmesiyle ülkemiz, bölgede üretim üssü haline gelebilir" dedi.



Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı ve Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu'nun (EPDK) destekleriyle 27-29 Nisan 2016 tarihleri arasında İstanbul Fuar Merkezi'nde gerçekleştirilen 22. Uluslararası Enerji ve Çevre Fuarı ve Konferansı'na (ICCI 2016) Zorlu Enerji etkin bir katılım gösterdi. Sektör duayenleri, kamu kurum ve kuruluşlarının yanı sıra özel sektörün de oldukça yoğun bir katılım sergilediği fuarda Zorlu Enerji Genel Müdürü Sinan Ak, TÜSİAD Özel Oturumunda; Zorlu Enerji Genel Müdür

Yardımcısı Yağmur Özdemir ise Türkiye Rüzgar Enerjisi Birliği (TÜREB) Özel Oturumunda birer konuşma gerçekleştirdi.

"Türkiye, güneş enerjisi teknolojisini geliştirmeli"

Fuarın ilk gününde düzenlenen "Enerji Sektöründe Yeni Bir Yol Haritası: Serbestleşme Sürecinde Neredeyiz?" başlıklı TÜSİAD Özel Oturumunda Sinan Ak iklim değişikliğiyle mücadeleyle ilişkin bir konuşma yaptı. İklim değişikliğiyle mücadeleyle katkı dahilinde Türkiye'nin 2030 yılına kadar rüzgar enerjisi



kapasitesini 16 GW, güneş enerjisi kapasitesini ise 10 GW düzeyine çıkarmayı amaçladığını belirterek, "Bu hedefleri yakalayabiliriz" dedi.

Fosil yakıt maliyetlerindeki düşüşün yenilenebilir enerji yatırımlarına etki etmeyeceğini kaydeden Sinan Ak, Türkiye'nin güneş enerjisi potansiyeline de değindi. Türkiye'nin rüzgar enerjisinde olduğu gibi, geleceğin enerji kaynağı olarak nitelendirilen güneş enerjisinde oldukça ciddi bir potansiyele



sahip olduğuna işaret eden Ak, "Kuzey Afrika, Çin ve Orta Doğu gibi güneş sektöründe katlanarak büyüyecek bir pazarın merkezinde yer alıyoruz. Türkiye'nin bu potansiyelini çok iyi değerlendirmesi, güneş enerjisi teknolojisini geliştirmesi gerekiyor. Böylece çevre pazarlara da panel ihracatı yaparken, yabancı yatırımcıların da bu alandaki üretimini Türkiye'ye kaydırmasını sağlayabiliriz. Güneş enerjisi teknolojilerinin geliştirilmesiyle ülkemiz, bölgede üretim üssü haline gelebilir. Böylece güneş enerjisinde 10 bin MW hedefinin de üzerine çıkabileceğine inanıyorum" şeklinde konuştu.

"YEKDEM alım garantisi geçerlilik sürelerinin 10 yılın üzerine çıkarılması sektörü destekleyen önemli bir adım..."

Yağmur Özdemir ise etkinliğin ikinci gününde düzenlenen Türkiye Rüzgar Enerjisi Birliği (TÜREB) Özel Oturumunda, yenilenebilir enerji projelerine fiyat ve alım garantisi desteği veren Yenilenebilir Enerji Kaynakları Destekleme Mekanizması'na (YEKDEM) değindi. Özdemir, YEKDEM alım

garantisi geçerlilik sürelerinin 10 yılın üzerine çıkarılmasının sektörü destekleyen önemli bir adım olduğunu kaydetti.

Türkiye'nin rüzgar enerjisinde önümüzdeki dönemde sisteme bağlanması planlanan ek 5000 MW hedefinin yerine getirilmesi için Zorlu Enerji olarak yoğun bir çaba sarf ettiklerinin de altını önemle çizen Yağmur Özdemir, "Rüzgar enerjisi sektöründe fizibilitesi doğru ve rasyonel analizlerle yapılmış olan kapasitelere başvuruda bulunulmasının, bu kapasitelerin öngörüldüğü şekilde hayata geçirilmesi için büyük fayda sağlayacağını düşünüyorum. Bu anlamda YEKDEM mekanizmasının sürelerinin uzatılmasının önemli olduğuna inanıyorum" dedi.

Zorlu Enerji, ziyaretçilerin karbon ayak izini hesapladı

Türkiye'de 1994 yılından itibaren her yıl düzenli olarak gerçekleştirilen uluslararası enerji ve çevre etkinliği olan ICCI'de Zorlu Enerji, standını ziyaret edenlerin karbon ayak

izini de hesapladı. "Sıfır Karbon Ayak İzi Ormanları" projesi kapsamında geliştirdiği bu özel uygulama ile Zorlu Enerji, katılımcılardan tam not aldı.

İklim değişikliği ile mücadele, sürdürülebilir bir çevre yaratmak ve toplumda farkındalık oluşturarak bilinç düzeyini artırmak amacıyla gerçekleştirdiği proje kapsamında Zorlu Enerji, katıldığı fuar, zirve ve konferans gibi birçok etkinlikte yarattığı karbon emisyonunu telafi edebilmek amacıyla, işletmelerinin bulunduğu bölgelerde ağaçlandırma faaliyetlerine imza atıyor.

21 ülkeden 277 firma ve 200'ü aşkın konuşmacının katıldığı ICCI 2016'da enerji politikaları, enerji mevzuatı ve stratejileri, enerji verimliliği ve teknolojileri gibi birçok konu düzenlenen 35 oturumda derinlemesine ele alındı. 15 bine yakın ziyaretçinin katılım gösterdiği fuarda, Avrupa ve Afrika enerji ticareti ile ulusal ve uluslararası pazarlardaki yeni teknolojiler en çok dikkat çeken konuların başında yer aldı.



Sosyal medya çağında ‘pazarlama’

Değişen çağa ayak uyduran firmalar kazanırken ayak uydurmakta gecikenler geride kalıyor. Sosyal medya bu değişimin büyük bir parçası. Zorlu Grubu, tüm grup bileşenleriyle sosyal medya eksenli pazarlama çalışmalarını yürütürken çağın getirilerini de göz ardı etmiyor.

Çağ değişiyor, hem de büyük bir hızla... Önce dijitalleşme başladı, ardından akıllı cihazlar ve nesnelerin interneti gibi kavramlar hayatımıza girdi. Bu dönüşüm ‘mobil’in giderek daha fazla öne çıkmasıyla daha büyük bir ivme kazandı. Elbette çağın gereksinimleri bu yönde değişirken tüketiciler nezdinde de alışkanlıklar değişim gösterdi, önceleri var olmayan ihtiyaçlar ortaya çıktı. Örneğin 30 yıl önce hayal dahi edemeyeceğimiz dijital ödeme, e-ticaret, mobil alışveriş, sosyal medya, e-posta gibi farklı yöntem, mecra ve eylemler bugün hayatımızın çok önemli noktalarını meşgul ediyor. 1990’lardan günümüze kısaca göz atalım, bu değişim nasıl yaşandı?

1990’da ilk internet sitesi kuruldu. Üç yıl sonra bu rakam 130 siteye ulaştı. 1995’te dünyada yaklaşık 16 milyon internet kullanıcısı vardı. Aradan 14 yıl geçtikten sonra, yani 2009’da tüm dünyada yollanan e-posta sayısı 90 trilyona ulaştı. 2010’da 234 milyon internet sitesi mevcutken Facebook’a yüklenen fotoğraf sayısı 30 milyarı buldu. Geçmişten günümüze değişimi hızla yaşarken bugüne bakacak olursak, yapılan araştırmaların dahi dijitalleşme, mobilizasyon ve bunların yanı sıra sosyal medya ve internet kullanımındaki ivmeyi yakalayamadığını söylemek yanlış olmaz. Yine de eldeki veriler ve bu verilerin artış hızı çok büyük anlamlar ifade ediyor.

We Are Social 2015 araştırmasına göre;

- Türkiye’de yaklaşık 40 milyon aktif internet kullanıcısı bulunuyor. Dünyada ise bu rakam 3 milyardan fazla. Her yıl küresel ölçekte bu rakamın yüzde 21 oranında arttığı tahmin ediliyor.
- Ülkemizde 40 milyonu aşkın sosyal medya hesabı bulunuyor, dünyada ise 2 milyardan fazla...
- Yaklaşık 70 milyon kişi, yani ülkemizin nüfusunun tamamından biraz azı, mobil kullanıcısı. Dünyadaki mobil kullanıcılar ise 3,7 milyarı aşkın.



- Türkiye’de mobilden sosyal ağlara aktif olarak erişen kişi sayısı ise 32 milyondan fazla. Küresel düzeyde ise bu rakam 1,7 milyar civarında.
- Bununla beraber, Türkiye’de en çok kullanılan sosyal ağlar: Facebook, WhatsApp ve Facebook Messenger ilk üç sırada yer alıyor. Bunları Twitter, Google+ ve Skype takip ediyor.

Hal böyleyken elbette pazarlama anlayışı da değişim gösteriyor. Öyle ya, tüketici alışkanlıklarına ayak uydurmak, ihtiyaçlarına uygun, zamanında ve doğru çözümleri sunmak her marka için hızla gerçekleştirilmesi gereken unsurlar. Peki öyleyse çağımızın pazarlama anlayışında hangi unsurlar öne

çıkıyor? Elbette artık sosyal medya her markanın ciddi yatırım yapması gereken bir unsur olarak karşımıza çıkıyor. Tüketici ile marka arasındaki alışverişin en büyük belirleyicisi olarak kabul edebileceğimiz ‘pazarlama’, radikal bir dönüşüm ile karşı karşıya. Çünkü yeni nesil tüketiciler, kendini sanal dünyada daha iyi ifade ediyor ve günlük aktivitelerini internet ortamına entegre olarak gerçekleştiriyor. Markalar, yeni pazarlama stratejilerini mevcut duruma uyarlamak için neler yapıyor?

2015’in ilk çeyreğinde yayımlanan Global Web Index araştırmasına göre;

- Markaların yaklaşık yüzde 34’ü bir ‘dijital pazarlama stratejisi’ne sahip olduğunu ifade ediyor. Markaların yüzde 50’si ise bir stratejisi olmasa da dijital pazarlamaya önem verip bu doğrultuda çalışma yaptıklarını dile getiriyorlar.
- Araştırmaya katılan markaların yüzde 11’i dijitalleşme çalışmaları için en az iki yıl harcadığını ifade ederken yüzde 37’si henüz böyle bir dönüşüm için çalışma yapmadığını belirtiyor.
- Araştırmanın B2C içerik pazarlaması konusunda sunduğu bilgi şaşırtmıyor. B2C içerik pazarlamasında tabii ki birincilik sosyal medya ağlarında. Ardından bültenler ve web siteleri geliyor. Bunu bültenler ve internet siteleri takip ediyor. Mikro siteler ise eski popülerliğini yitirmiş durumda.
- Buna karşın pazarlama çalışmalarının yüzde 4,53’ü sosyal medyayı kapsıyor. Yüzde 28,68’i ise arama motorları üzerine gerçekleştiriliyor. Doğrudan kanallar ise elbette yine liste başı.

Tüm strateji ve eylemler tüketici odaklı...

Ar-Ge’den müşteri hizmetlerine, üretimden sunuma dek bir ürünün meydana gelmesinden son kullanıcıya ulaşmasına dek geçen sürecin tamamında olduğu gibi söz konusu pazarlama olduğunda da elbette tüm stratejilerin hedefini ‘tüketici’ oluşturuyor.



Sosyal medya dijitalleşmenin en önemli sonuçlarından biri... Bugün artık sosyal medyayı hesaba katmadan gerçekleştirilmiş bir medya planlaması, tutarlı ve sonuç odaklı kabul edilmiyor.

Nelere dikkat etmeli, ne yapmalı? İşte tüyolar...

- Portallar, arama motorları ve sosyal ağlara ihtiyaç duyulduğu anda ve orantılı şekilde pazarlama yatırımı yapmak gerekiyor.

- Hedef kitleyi tespit etmek, bulmak ve mikro hedef kitleye ulaşmak gerekiyor.

- ‘İçerik kraldır’ mottosunu benimseyenler kazanıyor. İçerik pazarlamasının hala devam eden yükselişi asla göz ardı edilmemeli. Doğru mecraya uygun doğru içerikler geliştirin.

- Sosyal ağlarda yalnızca tanıtımlar yapmak ve reklam vermek yeterli değil. Mikro hedef kitlenizin yer aldığı sosyal ağların tamamında var olmanız ve bunu da suni değil, söz konusu sosyal ağın doğasına uygun şekilde hareket ederek gerçekleştirmeniz gerekiyor.

- Rakipleri mercek altına almayı ihmal etmeyin. İnceleyin, bakın onlar neler yapıyor?

- Strateji oluşturun ve sürekli güncelleyin.

- Paylaşılabilir olmayı aklınızdan çıkarmayın, sosyal ağlarda herkes tarafından kolayca paylaşılabilir içerikler yayınlayın. Kalbe dokunan, duygusal içerikler her zaman dikkat çeker.

- Sosyal medyada müşterilerinizi içerik ile etkileşim içine sokabilmeniz için kişiselleştirme yapmanız gerekir. Müşterilerinize sorular sorun veya onların sorularını dinleyin, onlara karşılığında bir robot değil gerçek bir kişi olduğunu hissettirin. Böylece dile-dikleri an diledikleri mecradan markanıza ulaşabilmenin rahatlığını potansiyel müşterilerinize yaşatabilirsiniz. Bu konfor, satın alma davranışını büyük ölçüde etkiler.

- Müşterilerinizin kendi tecrübelerini anlatmalarına da fırsat verin. Bu davranış markanıza olan güveninizi gösterir. Ayrıca kurgusal hikayeler oluşturarak müşterilerin gerçek hayattan kaçmaları için küçük fırsatlar da verebilirsiniz.

- Hikaye anlatıcılığı önem kazanıyor. Geliştireceğiniz ürünün bir hikayesi olmalı, hem de özgün bir hikaye... Çağ, geleneksel yerine farklı olanı ortaya koymayı gerektiriyor.

- Ölçümlemeyi ihmal etmeyin. Bunun için pazarlama analizlerine değer verin, sosyal medya hesaplarınızı düzenli takip edin.

- Videolar popülerliğini koruyor. Artık yalnızca metin ve fotoğraf içerikli paylaşımlar eskisi gibi etkili olmuyor. Kısa, 15-20 saniyelik videolar bazen çok fazla mesaj içerebiliyor.

Artık yalnızca ürün/hizmet kalitesi ile fiyat dengesini yakalamak yeterli değil. Tüketicilerin sosyal, çevresel ve duygusal tatmini de dikkate değer birer unsur!



İletişim sürecini tüketici odaklı olarak sürdürmek ve etkili bir iletişim stratejisi oluşturmak...

Tüketicie hangi oranda ulaşıldığını, gönderilen mesajların satışa yönelik davranışa nasıl yansıdığını ölçülemek...

Farklı mecralara dağılmış bir pazarlama stratejisi geliştirmek...

Zorlu Enerji, bilinçli ve duyarlı tüketiciyi hedefliyor

Zorlu Enerji Grubu pazarlama stratejilerini oluştururken hem sektör hem de tüketici araştırmalarına yer veriyor. Böylece pazardaki fırsat ve tehditleri belirliyor. Araştırmalardan elde edilen iç görüler pazarlama stratejisinin temel yapı taşlarını oluşturuyor. Kampanyaların pazarlama iletişimi çalışmalarında da bu iç görülerden yararlanılıyor. Bu esnada rakipler de devamlı takip altında tutuluyor. Sahadan gelen veya dijital kanallar aracılığıyla geribildirimler sayesinde güncel kalan Zorlu Enerji Grubu belirli dönemlerde ise detaylı rakip analizi çalışmaları yaparak pazardaki konumunu değerlendiriyor. Grup gelecekte pazarlama çalışmalarını bu yönde geliştirirken daha bilinçli, tasarruf etmeyi alışkanlık haline getiren, bunları yaparken kendini iyi hissedenden duyarlı bir tüketici profiline sahip olmayı umut ediyor.

Sıraladıklarımız ve bunların yanı sıra daha pek çok unsur pazarlamanın çağ atladığını ifade etmeye yetiyor. Ancak dijital pazarlama çağı olarak kabul edebileceğimiz bu yeni dönemde de geçmişte olduğu gibi tüketici yine stratejilerin çıkışı noktası. Bu alanda çalışan ve yeni stratejiler belirlemek isteyen markalar, onlarca soruya cevap bulmakla yükümlü. Sosyal medyanın hayatın vazgeçilmez bir parçası olduğu, dijitalleşmeyle beraber 'mobil'in de artık daha büyük önem taşıdığı gerçeğinden yola çıkarak dijital odaklı pazarlama anlayışında hangi unsurlar öne çıkıyor? Sosyal medya dijitalleşmenin en önemli sonuçlarından biri... Bugün artık sosyal medyayı hesaba katmadan gerçekleştirilmiş bir medya planlaması tutarlı ve sonuç odaklı kabul edilmiyor. Peki sosyal medyaya yatırım yapmak gerekirken aynı zamanda nelere dikkat etmek gerekiyor? Giderek daha mobil hale gelen dijital dünya pazarlamayı nasıl dönüştürdü, değişim ne yönde sürüyor?

Yeni doğanlar dahi, sosyal medya pazarlama çalışmalarının bir parçası...

Radikal bir dönüşüm yaşıyor desek yanlışmış olmayız çünkü

Lale İtalan, Zorlu Tekstil İletişim Grup Müdürü: “Takipçilerimiz ürünlerimizi ve markalarımızı çok beğeniyor”

“Zorlu Tekstil Grubu olarak, markalarımızla tüm sosyal medya mecralarında varlık göstermeye ve tüketicilerimize ulaşmaya çalışıyoruz. Her mecranın takipçi kitlesi, sosyal medya trendleri ve içerik türüne uygun içerikler paylaşmaya özen gösteriyoruz. Takipçilerimizin büyük çoğunluğu 18-35 yaş aralığında evlilik hazırlığı yapan ya da yeni evlenmiş kadınlardan oluşuyor. Ürünlerimizi ve markalarımızı çok seven ve bunu her fırsatta dile getiren bir kitleye sahibiz. TAÇ Facebook sayfamız 580 bin, TAÇ Instagram sayfamız 37 bin; Linens Facebook sayfamız 325 bin ve Linens Instagram sayfamız 62 bin takipçiyi sahip.

Ana iletişim mecramız Facebook, diğer sosyal medya unsurlarını destekleyici mecralar olarak kurguladık. Sosyal medyada tek taraflı iletişim yapmamaya özen gösteriyoruz. Bununla beraber her ay düzenli olarak rakip analizi yapmaktayız. Etkileşim rakamlarına göre değerlendirmelerimizi yapıyoruz ancak bunun yanında ‘social listening’ önemli bir araç. Hem kendi takipçilerimiz, hem de rakiplerimizin takipçilerini dinlemeye, anlamaya çalışıyoruz. Marka sağlığı araştırmaları, perakende araştırmaları, sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve marka konsept araştırmalarımız ile tüketicilerimizi ve pazan değerlendirerek pazarlama stratejimizi oluşturuyoruz. Bu araştırma sonuçlarımızı marka konumlandırmamızda, reklam çalışmalarımızda, yeni ürün konseptleri oluşturmada ve satış kanallarımızı geliştirmekte kullanıyoruz.

Ev tekstili alanında lider markayı ancak sektör git gide geliştiriyor. Teknolojiyi ve inovasyonu üretimimizin her aşamasında değerlendirmeye ve tüketicilerimizin hayatını kolaylaştırmaya çalışıyoruz. Örneğin akıllı telefon ve internet kullanımı artıştı. Bunu ev tekstili sektöründe fırsata çevirebileceğimiz, üzerinde QR kodlar bulunan bir nevresim takımı ürettik. Gelecekteki tüketicimiz bugünün sabırsız Y ve Z kuşakları olacak. Ancak biz şimdiden müşterilerimizi tatmin edebilmek için dijital dünyaya sonuna kadar entegre olmaya çalışıyoruz.”



her şeyden önce tüketici yani hedef kitle geçmiştekenden çok farklı. 2000’li yılların tüketicileri olan X kuşağıyla beraber Y kuşağını da bu yeni hedef kitleye katacak olursak çağın en önemli tüketici gruplarının teknolojinin kalbinde doğduğunu söyleyebiliriz. Bugün anneler, yeni doğan bebekleri için açtıkları sosyal medya hesaplarını dahi ticarileştirebiliyor, tatlı bebeklerinin fotoğraflarını, bebek ürünleri satan markaların tanıtım stratejileriyle buluşturarak bebeklerinin geleceği için yeni gelir kaynakları oluşturabiliyorlar.

Özellikle henüz birkaç yaşında olan ve geleceğin tüketici potansiyelini oluşturan çocukların bir-iki yaşlarından itibaren akıllı cihazları kullanmaya başladığını hesaba katarsak geleceğin pazarlama stratejilerinde dijital ve mobil teknolojilerin artık yok edilemez bir yere sahip olacağını belirtmek hiç de yanlış olmaz. Özellikle Türkiye gibi genç nüfusu bulunan ve yeni teknolojiye entegrasyonu, dünya ülkeleriyle kıyaslandığında fazlasıyla yüksek olan bir topluluk hedeflendiğinde, pazarlamanın dijital, mobil ve sosyal medya odaklı olması elzem kabul edilebilir.

Tüketiciler artık daha aktif ve daha güçlü!

Unutmamalı ki çağımızın müşterilerinin farkındalıkları oldukça yüksek. Gelişen teknoloji; ekranları büyüyen ve daha kolay okuma olanağı sağlayan akıllı cihazların yanı sıra hızlanan internet ve dolaşan verinin miktarı dikkate alındığında artık tüketicilerin kıyas yapma, farklı fiyatları araştırma, özellik karşılaştırma gibi eylemleri gerçekleştirmeleri söz konusu. Tüm bu eylemleri tamamlayan tüketiciler satın alma aşamasına geçiyor. Eskinin ihtiyaçları ve alışveriş alışkanlıklarıyla bugünün mevcut alışkanlıkları kıyas kabul etmiyor. Müşteriler artık daha güçlü ve daha aktif. Bu yüzden pazarlama da artık eskisinden çok daha zor bir alan.

Bugünün müşterileri, sosyoekonomik unsurları dikkate alıyor, sosyal medyada ve dijital mecralarda beğendiği ya da potansiyel gördüğü markaları takip altına alarak alışveriş kararlarını veriyor. Örneğin sosyal ve toplumsal bir harekette kapılarını eylemci halka kapatan bir cafe, pastane belli gruplar tarafından boykot edilirken, kapılarını açıp, internet şifresini eylemcilerle paylaşan bir başka kuruluş

söz konusu görüşün savunucuları tarafından favori marka ilan edilerek alışverişler bu yönde desteklenebiliyor. Politik, sosyal davranışlarla beraber markaların çevreye duyarlılığı da önem taşıyor. Hayvanlar üstünde deney yaptığı ortaya çıkan bir kozmetik markası sosyal medyada başlatılacak küçücük bir kampanyayla milyarlarca dolarlar kaybedebiliyor. Dev bir akaryakıt şirketi, denizleri ve kutup ayılarının yaşam alanlarını kirleterek petrol aradığı gerekçesiyle zincirleme halde büyüyen bir sosyal medya kampanyası sebebiyle basın açıklaması yapmak zorunda kalabiliyor. Kısaca ifade etmek gerekirse tüketiciler artık sadece ürün veya hizmetin kendisini değil aynı zamanda duygusal tatmini de dikkate alıyor. Bir başka ifadeyle; çağımızın pazarlama stratejileri katilim ve iş birliğine dayalı diyebiliriz.

Vestel Pazarlama İletişimi Grup Müdürü Feza Turunçoğlu Erim “Doğru içerik, doğru zaman, doğru yer”

“Vestel, dijital gelişimin tüketicinin beklenti ve davranışlarını değiştirdiğinin bilincinde olarak tüm iletişim stratejisini dijitalleştiren bir yaklaşım benimsiyor. Doğru içeriği doğru kitleye ulaştırmanın yanı sıra, doğru kanal ve doğru zaman bileşenlerini gözeterek oluşturduğu iletişim stratejisi dahilinde, dijital dünyada karşılaştığı tüketicinin aslında bir kullanıcı olduğunun bilinciyle hareket ediyor. Vestel, marka gündemi ile tüketici gündemini doğal bir şekilde harmanlayan içeriklerin başarısına inanıyor.



Sosyal medyada bu strateji marka hakkında mesaj verme kaygılı uygulamalardan çok, tüketicileri ile diyalog kurmayı hedefleyen, gerçek ve samimi içeriklere odaklanıyor. #GururlaYerli konumlandırmasını güçlendirecek konseptler, gündemi takip eden gerçek-zamanlı içerikler, tüketiciye fayda sağlayacak markalı native içerikler, tüketici insight'ları üzerine kurulu storytelling yöntemini kullanan kampanyalar, sosyal medya aksiyonlarının önemli bir parçasını oluşturuyor. Facebook'ta 700 bin, Twitter'da 80 bin ve Instagram'da 23 bin takipçisi bulunan Vestel, pazar araştırmalarının yanı sıra rakiplerini de çok sıkı takip ediyor. Sadece kendi tüketici profili için değil, potansiyel müşterileri için de çalışmalar yapan Vestel'in sosyal medya takip profili de hedef kitlesi kadar geniş ve çeşitli.”

Zorlu Holding sosyal medya trendlerini takip ediyor

Zorlu Holding ve Grup şirketleri sosyal medyadaki etkin varlığıyla tüm paydaşlarıyla daha yakın ve etkili bir iletişim sağlıyor; sosyal medya stratejisini önceden belirlenmiş prensipler çerçevesinde yönetmeye devam ediyor. Bu bağlamda Holding bünyesinde, sosyal medya varlığının doğru, etkin ve sürdürülebilir biçimde yönetilmesine yönelik ana ilkelere dayanarak oluşan ve farklı öneriler içeren bir rehber tüm çalışanlarla paylaşıldı.

Kurum içi bilinçlendirme çalışmalarının yanı sıra, Holding rakip kurum ve şirketlerin sosyal medya hesaplarını düzenli olarak takip ediyor, aynı zamanda hem dünya hem ülkede değişen sosyal medya trendlerini izlemeye ve sosyal medya stratejisi doğrultusunda bu trendlere uygun davranmaya gayret ediyor. Zorlu Holding olarak marka stratejisini belirlerken tüm platformların kendine özgü dinamiklerini ve yapılarını göz önünde bulundurarak bütünlük bir iletişim geliştiriyor.

Zorlu Gayrimenkul Grubu ‘destinasyon pazarlama’ stratejisini benimsiyor

Zorlu Gayrimenkul Grubu, Zorlu Center'ın pazarlama stratejisini oluştururken; özellikle hedef kitle üzerinde yapılan kantitatif araştırmaları dikkate alıyor. Türkiye'nin ilk beş fonksiyonlu karma kullanım projesi olan Zorlu Center'ın tüketici algısı, fonksiyon bazında değil bütünsel bir algıya dayalı olduğu için ‘destinasyon pazarlama’ stratejisiyle yola çıkıldı, sosyal medya stratejisi de bu vizyon üzerinden inşa edildi. Zorlu Gayrimenkul Grubu, dijital varlıklarının takibi anlık, günlük ve aylık olarak gerçekleştirip tüm raporları en ince ayrıntısına kadar değerlendiriyor. Sosyal medyada Zorlu Center ile ilgili olumlu, olumsuz ve nötr olmak üzere konuşulan tüm konu başlıklarını gelecekte alınacak aksiyonlar için değerli veriler olarak kabul ediyor. Öte yandan Zorlu Gayrimenkul Grubu rakip analizini de ihmal etmiyor. Rakiplerin en çok beğeni alan, en çok etkileşimi olan iletilerini içeren raporları düzenli olarak inceliyor.

Zorlu Gayrimenkul Grubu'nun sosyal medyada tüketici profilinin %65'i kadınlardan, %35'i erkeklerden oluşuyor. Kadın takipçilerin büyük bir kısmı 25-34 ve 35-44 yaş aralığında, erkek takipçilerin çoğunluğu ise 18-24 ve 25-34 yaş aralığında. Takipçilerin çoğu İstanbul'da bulunuyor, sonrasında ise Ankara ve İzmir geliyor. Grubun Facebook'ta 76 bin, Instagram'da 16 bin 800, Twitter'da ise 5600 takipçisi bulunuyor.

İnovatif ürünleri ile EVTEKS'e çıkarma yaptı

Hayata geçirdiği yenilikçi ürünlerle ev tekstili sektöründe liderliği elden bırakmayan Zorlu Tekstil, ev tekstili teknolojisinde devrim yaratan pek çok ürününü 22. İstanbul Uluslararası Ev Tekstili Fuarı'nda tüketicilerin beğenisine sundu.



Zorlu Holding Tekstil Grubu Başkanı Vedat Aydın

Zamanın önemli değer olduğu günümüzde, ev tekstilini inovatif ürünlerle tanıştıran hayatı kolaylaştıran Zorlu Tekstil, "TAÇ Inova" çatısı altında topladığı tüm yenilikçi ürünlerini CNR EXPO'da düzenlenen 22. İstanbul Uluslararası Ev Tekstili Fuarı'nda görücüye çıkardı.

Fuara bu yıl üç ayrı stantla katılan Zorlu Tekstil, ziyaretçilerin yoğun ilgisi ile karşılaştı. Geçmişte kendini ışıkla temizleyen stor perdelerle zamandan tasarruf sağlayan, okaliptüs ağaçlarının liflerinden yapılarak kullanıcılara hem sağlıklı



TAÇ Glow koleksiyonu, pastel dokular ve renk geçişleri ile harikulade bir görünüm sergiliyor. Koleksiyon, LED teknolojisi ile kusursuzluğunu taçlandırıyor. Koleksiyonda yatak odaları için LED perdeler, nevresim takımlarının üzerinde reflektör baskılar ve yine reflektör baskılı dekoratif yastıklara kadar pek çok ürün bulunuyor.



TAÇ Inova'nın gençleri hedef olarak hayata geçirdiği içerik üreten nevresim takımı TAÇ Connect'de yer alan QR kodları okutmak için öncelikle TAÇ Kendin Tasarla uygulamasını indirmek gerekiyor. Tüketiciler, QR kodları uygulama aracılığıyla okuttuklarında, TAÇ'a özel hazırlanan eğlenceli içerik listelerinden, Spotify müzik listesine ve oyun inceleme yazıları gibi birçok farklı ve güncellenen içeriklere yönlendiriliyor.

hem de kusursuz bir deneyim vadeden ürünlerle farklılaşan TAÇ Inova, ürün gamına bu yıl da son derece inovatif ürünler ekledi. Başta Led Işıklı Perde ve Nevresim Koleksiyonu, İçerik Üreten QR Kodlu Nevresim, Yeni Nesil Stor Sistemleri, Silinebilir Özel Kumaştan Üretilen Mutfak Koleksiyonu olmak üzere son teknolojiden yararlanılarak geliştirilen pek çok ürün, kullanıcıya bambaşka bir deneyim yaşatırken ev tekstili sektöründe de taşları yerinden oynatıyor.

"TAÇ Inova ev tekstilinde inovasyon anlayışının yerleşmesinde başrol oynayacak"

Fuarın ilk gününde Zorlu Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Zorlu, Zorlu Holding Yönetim Kurulu Eş Başkanı Zeki Zorlu, Zorlu Holding Yönetim Kurulu Üyesi Olgun Zorlu, Zorlu Holding Yönetim Kurulu Üyesi Selen Zorlu Melik ve Zorlu Holding Tekstil Grubu Başkanı Vedat Aydın, TAÇ Inova, Zorlu Tekstil ve Korteks stantlarını ziyaret ederek sergilenen ürünleri yerinde incelediler. Zorlu Tekstil'in ürün çeşitliliği ve kalite konusunda sadece Türkiye'de değil tüm dünyada

Muftakta zaman harcayan herkesin ortak problemi olan temizlik, TAÇ Cuisine sayesinde son buluyor. TAÇ'ın silinebilir özel bir kumaştan ürettiği masa örtüsü kolayca temizlenebiliyor. TAÇ Cuisine ürün grubu, aynı zamanda enerji tasarrufuna da gözle görülür bir katkı sağlıyor.



adından saygıyla bahsettiren bir marka olduğuna dikkat çeken Zorlu Holding Tekstil Grubu Başkanı Vedat Aydın, "Biz ürün kalitemizden taviz vermeden inovatif olmayı hem Zorlu Tekstil'de hem de Korteks'te temel fonksiyonlarımızdan biri haline getirdik. Bu amaçla Zorlu Tekstil'in inovatif yönünü ön plana çıkaran ürünlerle EVTEKS'te yer aldık. Aldığımız geri bildirimlerden anlıyoruz ki, TAÇ Inova ürünlerinin tamamı ev tekstilinde inovasyon anlayışının yerleşmesinde başrolü oynayacak" dedi.

Sürdürülebilir bir çevre için...

İmza attığı her projede topluma ve çevreye olan duyarlı duruşunu ön planda tutan Zorlu Tekstil, sürdürülebilirlik konusunda farkındalık yaratmak adına "Doğa Bizim Evimiz" çatısı altında tüketici ile buluşturduğu "Anadolu Orkideleri" ve "Güneşe Doğru" koleksiyonlarıyla da EVTEKS'te göz doldurdu. Anadolu'nun yok olma tehlikesi ile karşı karşıya olan doğal güzelliklerine dikkat çekmek amacıyla hayata geçirilen "Anadolu Orkideleri" projesinde Zorlu Tekstil, fotoğrafçı Faruk Akbaş

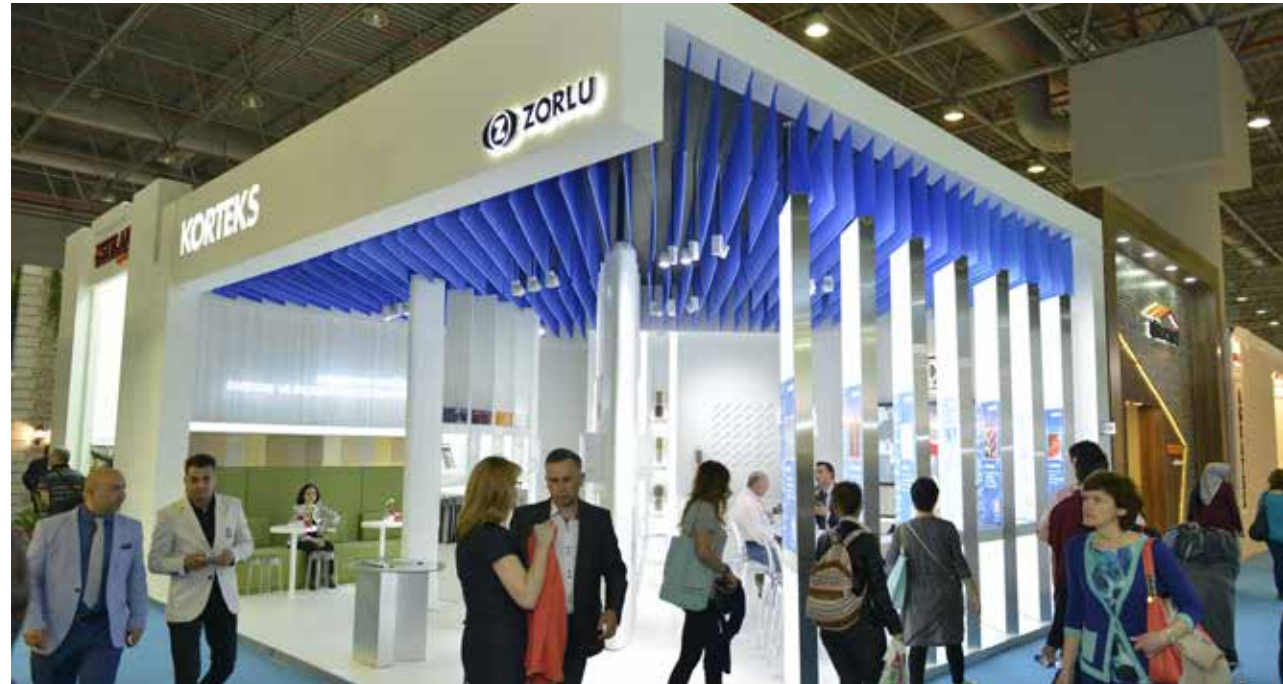
tarafından çekilen orkide fotoğraflarını nevresim takımlarının üzerine taşıdı. Sosyal sorumluluk projesi dahilinde nevresimlerin satışında elde edilecek gelirle Akdeniz Koruma Derneği'ne ve Anadolu Orkideleri projesine katkı sağlamak hedefleniyor.

Zorlu Tekstil'in fuarda sergilediği ve ziyaretçiler tarafından büyük ilgi gören bir diğer koleksiyonu da "Güneşe Doğru" oldu. Young Guru Academy (YGA) iş birliği ile hayata geçirilen proje dahilinde yine YGA tarafından tasarlanan beş desen nevresimlerin üzerine işlendi.

YGA'nın birlikte çalıştığı ilköğretim ve lise çağındaki görme engelli çocuk ve gençlere yenilenebilir enerjiyi doğru anlatabilmek, farkındalık oluşturmak ve saha üzerinde öğrenmeyi de sağlamanın yanında proje, seçilen okulların çatılarına panel kurulmasına da yardımcı oluyor. Tüketicilerin satın aldıkları her doğa dostu baskılı nevresim ile katkı sağladıkları proje, sektörde bu anlamda hayata geçirilen ilk çalışma olma özelliğine de sahip.

Korteks, EVTEKS'te gövde gösterisi yaptı

Avrupa'nın en büyük entegre ve inovatif polyester iplik üretim merkezi Korteks, son teknolojiyi kullanılarak ürettiği iplik ve kumaş yelpazesini EVTEKS'te gözler önüne serdi.



Zorlu Grubu'nun ilk şirketi olan Korteks, sektörde uzun yıllar boyunca elde ettiği bilgi birikimi ve deneyimi, 17-23 Mayıs 2016 tarihleri arasında CNR Expo'da gerçekleşen EVTEKS 22. İstanbul Uluslararası Ev Tekstili Fuarı'nda görücüye çıkardı. 335 bin metrekare üretim alanında, yıllık 200 bin ton iplik üretimi yaparak Türkiye'nin polyester iplik üretiminin büyük bir kısmını tek başına karşılayan Korteks, üretim kapasitesinde ve teknolojiye yakaladığı başarıyı EVTEKS'te tüketicilerle buluşturdu. TAÇ markalı ev tekstilinden, giyime, halıdan, döşemelik kumaşa kadar her alanda kullanım için tercih edilen ipliklerin yanı sıra, Korteks imzasını taşıyan pek çok inovatif ürün de EVTEKS'te ziyaretçilerin beğenisine sunuldu.

Korteks, fuarda ayrıca tente, branda, bahçe mobilyası gibi dış ortam kumaşlarındaki renk kayıplarını ortadan kaldıran TAÇ UV Resistant polyester ipliklerini de sergiledi. Geliştirdiği teknoloji sayesinde hem mukavemeti artıran hem renk kayıplarının önüne geçen hem de ipliğin dış ortamdaki ömrünü artıran Korteks, devrim niteliğindeki buluşuyla sektördeki taşları yerinden oynatacak.

Konforun adı: DRY TOUCH®

Yine son teknoloji kullanılarak üretilen, havanın dışarıdan içeriye, nemin ise içeriden dışarıya kolayca atılmasını sağlayan Zorlu Holding'in sertifikalı performans kumaş markası



Necat Altın
Zorlu Tekstil Grubu
Başkan Yardımcısı

DRY TOUCH® da fuarda ziyaretçilerin beğenisine sunulan diğer bir ürün oldu. Pamuğa göre nemi 10 kat daha hızlı emen, suya dikey daldırarak yapılan ölçümlerde ise pamuğa göre daha fazla su emdiği gözlemlenen DRY TOUCH®, kullanıcılara eşsiz bir konfor sağlıyor. Ürün, spor giyim, iç giyim, denim giyim, iş elbisesi ve hazır giyim sektöründe yoğun bir talep görüyor.

Hem ürün kalitesinde hem de üretim altyapısında sürdürülebilir inovasyonu kendisine ilke edinen, ürünlerini Türkiye'de 30'dan fazla ilin yanı sıra dünyada 5 kıtaya ve 50'ye yakın ülkeye ihraç eden Korteks, aynı zamanda otomotiv kumaş projelerine yönelik sunduğu yenilikçi çözümleri de ziyaretçilere tanıttı.

Zorlu Enerji'nin finansal itibarı tescillendi

Enerjide sürdürülebilirliğin yolunun yenilenebilir enerji kaynaklarından geçtiğine inanan Zorlu Enerji, Kızıldere III Jeotermal Santrali projesi ile “En İyi Enerji Altyapı Finansmanı” ödülünü kazandı.

Avrupa, Orta Doğu ve Afrika'nın önde gelen finans yayınlardan biri olan EMEA Finance, Zorlu Enerji yatırımı olan Kızıldere III Jeotermal Enerji Santrali'ne sağlanan finansmanı “En İyi Enerji Altyapı Finansmanı” ödülüne layık gördü. Yenilenebilir enerji alanındaki elde ettiği deneyimler, sürdürülebilirlik vizyonu ve katma değer yaratan yatırımlar Zorlu Enerji'ye 2015 yılında Orta ve Doğu Avrupa bölgesinin “En İyi Enerji Altyapı Finansmanı” ödülünü getirdi. Londra'da düzenlenen ödül törenine Zorlu Enerji adına, Zorlu Enerji Mali İşler Direktörü Elif Yener ve Zorlu Holding Yapılandırılmış Finansman Müdürü Erdinç Çetin katılarak ödülü teslim aldı.

Kızıldere I ve II'nin devamı için 320 milyon dolarlık yatırım
Dünyanın en iyi sürdürülebilir enerji projelerinin finansmanının ödüllendirildiği yarışmada ödül kazanan Kızıldere III Jeotermal Santrali projesi, Zorlu Enerji'nin yüzde 100 iştiraki olan Zorlu Doğal Elektrik Üretimi A.Ş. bünyesindeki Kızıldere I ve Kızıldere II jeotermal enerji santrallerinin devamı niteliğinde bir proje. Türkiye'nin jeotermal gücünün beşte birini tek başına karşılayan Zorlu Enerji'nin 320 milyon dolar yatırım bedeli ile hayata geçirdiği Kızıldere III Jeotermal Santrali, tamamlandığında 165 MW kurulu güce sahip olacak. Kızıldere III Jeotermal Enerji Santrali, aynı zamanda Zorlu Enerji'nin Türkiye'deki dördüncü jeotermal enerji santrali yatırımı olma özelliğini elinde bulunduruyor.

Türkiye'nin sürdürülebilir enerji politikasına büyük katkı
İmza attıkları projelerle Türkiye'nin sürdürülebilir enerji politikasına yadsınamaz katkılar sağladıklarını belirten Zorlu Enerji Genel Müdürü Sinan Ak, yenilenebilir ve sürdürülebilir enerji projelerinde etkin rol aldıklarını kaydetti. Sinan Ak sözlerini şöyle sürdürdü: “Türkiye ekonomisinin sürdürülebilir



Zorlu Enerji adına ödül, Zorlu Enerji Mali İşler Direktörü Elif Yener ve Zorlu Holding Yapılandırılmış Finansman Müdürü Erdinç Çetin'e takdim edildi.

Yenilebilir enerji hedefte

Zorlu Enerji, yerli ve yenilenebilir kaynaklara odaklanarak, katma değer yaratan yatırımlarına devam ediyor. Yurt içindeki kurulu gücünün yüzde 60'ından fazlasını, toplamda ise yüzde 50'sine yakınıni oluşturan yenilenebilir kaynaklardaki uzmanlığıyla dikkat çeken Zorlu Enerji, Denizli'deki Kızıldere I ve II ile Manisa Alaşehir'deki toplam üç santraliyle 140 MW'lık jeotermal güce sahip. Grup, kurulu gücünün yanı sıra, jeotermalden sera, konut, otel ısıtması ve ticari tesislere karbondioksit sağlanması gibi entegre özellik taşıyan santralleri ve sürdürülebilirlik yaklaşımıyla sektörde özel bir konuma sahip.

büyümesi için hayati önem taşıyan yerli, yenilenebilir ve sürdürülebilir enerji projelerinde etkin rol alıyoruz. 140 MW'a ulaşan toplam jeotermal kurulu gücümüz ile Türkiye'deki jeotermal enerji gücünün beşte birini tek başımıza temsil ederken, ekonomik sürdürülebilirliğin yanında, çevresel ve toplumsal sürdürülebilirlik vizyonumuzu bir arada hayata geçiriyoruz. Kurulu gücümüzün yüzde 60'ından fazlasını oluşturan yerli ve yenilenebilir enerji kaynaklarında elde ettiğimiz tecrübe ve teknik bilgi birikiminin, detaylı değerlendirme süreçleri sonucunda uluslararası takdire layık görülmesinden dolayı gurur duyuyoruz. Başarımızı, projelerimizde ekonomik, çevresel ve sosyal hassasiyetlere duyarlı, uluslararası standartlarda uygulama ve finansmana azami değer vermemize borçluyuz. Önümüzdeki dönemde de hayata geçireceğimiz enerji projelerinde, bu alandaki uzmanlık ve öncülüğümüzü geliştireceğiz.”

Akbank, Türkiye Garanti Bankası, Türkiye İş Bankası ve Türkiye Sınai ve Kalkınma Bankası arasında Kasım 2015'te imzalanan bir anlaşma ile Kızıldere III Jeotermal Enerji Santrali'nin yatırım finansmanı ve mevcut borçlarının refinansmanı için 815 milyon dolarlık kredi sağlandığını hatırlatan Ak, sözlerine şöyle devam etti:

“Dört ayrı bankadan uzun vadeli olarak sağlanan finansmanın, yatırımlarımıza duyulan güven ve itibarın önemli bir göstergesi olduğuna inanıyoruz. 255 milyon dolarlık bölümü Kızıldere III yatırımı finansmanında değerlendirilen kredi anlaşması ile yerli ve yenilenebilir kaynaklar odaklı yatırımlarımızda düzenli ve dengeli büyümemiz finansal saygınlıkla desteklendi. Sürdürülebilirlik misyonuyla hayata geçirdiğimiz bu projelerin finansal itibarının uluslararası platformda da ödüllendirilmesinden büyük mutluluk duyuyoruz.”

Digilogue Paneli, dijital dönüşümün yaratıcı isimlerini ağırladı

Dijital dönüşüme yön veren birbirinden değerli isimler Zorlu Performans Sanatları Merkezi’nde düzenlenen “Digilogue Paneli”nde bir araya geldi.

Zorlu Holding ve Zorlu Performans Sanatları Merkezi ev sahipliğinde, 6 Mayıs 2016 tarihinde Zorlu Performans Sanatları Merkezi’nde gerçekleştirilen “Digilogue Paneli”, dijital teknoloji, dijital sanat, yen medya ve deneysel mimari alanında söz sahibi işlere imza atan birbirinden yaratıcı isimleri ağırladı. Zorlu Holding ana sponsorluğunda ve Vestel’in desteğiyle düzenlenen “Digital Revolution” sergisi kapsamında gerçekleştirilen Digilogue Paneli’nde dijital alandaki yerli yabancı değerli isimler edindikleri deneyimleri izleyicilerle paylaştı.

İki oturum halinde düzenlenen “Digilogue Paneli”nde dinleyiciler, dijital devrimin yaşandığı günümüz dünyasında dijital teknolojinin sanat, mimari ve moda ile etkileşimi sonucunda yeni çalışma alanları yaratarak nasıl daha yaratıcı bir hal aldığına dair ufuk açıcı bir panel izleme şansına eriştiler.

İlk oturumda, küratör Birce Özkan, yeni medya sanatçısı Refik Anadol, mimar Ebru Kurbak, mimar Güvenç Özel ve Heykeltraş Michael Tyka katılımcılarla buluştu. Panelin ikinci oturumunda ise Levent Erden’in moderatörlüğünde Karnaval Medya Group COO’su Ali Şahinbaş, Hürriyet İcra Kurulu Başkanı Çağlar Göğüş, Digturk IT Genel Müdür Yardımcısı Hatice Memigüven ve Sony Pictures’ın başarılı animasyon direktörü Coşku Turhan’ın da aralarında yer aldığı Türkiye’nin dijital alandaki en önemli isimleri deneyim ve tecrübelerini aktardılar.

“Dijital dönüşümde Türkiye’de öncüyüz”

Digilogue Paneli’nin moderatörlüğü Webrazzi Yayın Yönetmeni Noyan Ayan tarafından gerçekleştirildi. Panele Zorlu Holding CEO’su Ömer Yüngül ve Zorlu Performans Sanatları Merkezi Genel Müdürü Murat Abbas da konuşmacı olarak katıldı. Birbirinden değerli isimleri dinleyebilme fırsatına eriştikleri

için tüm izleyicilerin şanslı azınlıktan olduğunu kaydeden Ömer Yüngül, Zorlu Grubu şirketlerinin Türkiye’de dijital dönüşüme öncülük ettiğine işaret etti. Yüngül, “Zorlu Holding olarak böyle bir etkinliğe imza atmak ve birbirinden değerli isimleri bir araya getirmiş olmak bizi gerçekten sevindiriyor. Biz, “Tekstil”, “Elektronik, Beyaz Eşya ve Bilgi Teknolojileri”, “Enerji”, “Gayrimenkul” ve “Maden ve Metalürji” alanda faaliyet gösteren Türkiye’nin en büyük gruplarından biriyiz. “Teknoloji”, “İnovasyon”, “Tasarım” ve “Ar-Ge”deki gücümüzle özellikle dijital dönüşümde Türkiye’de öncüyüz. Bugün, burada dijital dönüşümün arkasındaki yaratıcı insanları bir araya getirebildiysek bu bizim dijitalleşmedeki liderliğimizin bir yansımasıdır. Grup olarak ülkemize ve insanımıza güveniyor ve inanıyoruz. Bugün, buradaki konuşmacıların önemli bir kısmının bizi yurt dışında başarı ile temsil eden isimlerden oluşması bizi ayrıca gururlandırıyor. Ülkemize ve insanımıza her koşulda güvenen ve inanan bir grup olarak milli gururlarımız olan bu arkadaşlarımızın başarılarının salondaki diğer gençlere de örnek olacağına ve onlara ilham vereceğine inanıyorum” dedi.

“Digilogue Paneli yaşanan dijital devrimi anlama yolunda önemli bir fırsat”

Panelde Murat Abbas da bir konuşma yaptı. Son 15 yılda, dijital müzik, sosyal medya ve mobilitenin artması gibi pek çok yeni kavramın hayatımıza girdiğini dile getiren Abbas, “Böyle bir dünyada sanatın dijitalleşmesi kaçınılmaz bir son olarak karşımıza çıkıyor. Zorlu Performans Sanatları Merkezi olarak bu doğrultuda Avrupa’nın en değerli sanat merkezlerinden Barbican Centre’ın yarattığı Digital Revolution sergisini İstanbul’a getirdik. Oldukça ilgi gören bu sergi kapsamında Zorlu Holding ile birlikte ev sahipliği yaptığımız ‘Digilogue Paneli’nin yaşanan dijital devrimi daha iyi anlama yolunda bu salondaki herkes için önemli bir fırsat olduğunu düşünüyorum” şeklinde konuştu.



Ömer Yüngül: “Bugün, burada dijital dönüşümün arkasındaki yaratıcı insanları bir araya getirebildiysek bu bizim dijitalleşmedeki liderliğimizin bir yansımasıdır.”

Her biri sıra dışı çalışmalara imza atmış isimler...

• Giyilebilir teknoloji tasarımcısı, araştırmacı ve küratör Birce Özkan teknolojiyi moda dünyasına entegre ederek yepyeni bir akım başlattı. Özkan, elektronik pusula ve üzerine yüklenen uygulama ile kullanıcıyı yönlendiren ‘pusula ceket’, yaşayan organizmalar gibi çevreyi algılayabilen ‘yeteneğine sahip ‘yapraklarını döken elbise’, ‘üzerinde kelebekler uçan etek’, mekana ve harekete göre kendini değiştiren kıyafet’ gibi birbirinden fantastik tasarımları hayata geçirdi.

• Yeni medya sanatçısı ve araştırmacı Refik Anadol uluslararası pek çok platformda ülkemizi başarıyla temsil eden ‘Microsoft Research’ ve ‘Research at Google’ ödülleri sahibi... Sanat ve teknolojiyi daha önce hiç görülmemiş biçimlerde kullanan Anadol, dijital ve fiziksel dünyaların melez alanlarını inceliyor. Anadol, dünyanın ilk görsel data heykeli olan 15x30 metre büyüklüğündeki Virtual Depictions adlı heykelini ABD’nin San Francisco şehrinde sergilemişti. Anadol, aralarında Walt Disney Konser Salonu’nda Los Angeles Filarmoni (Amerika Birleşik Devletleri), Hammer Sanat Müzesi (Amerika Birleşik Devletleri) ve Uluslararası Dijital Sanatlar Bienali Montreal (Kanada) gibi çalışmaların da bulunduğu mekana özel yaptığı görsel/işitsel enstalasyonları ile dikkat çekiyor.

• Mimar, sanatçı, araştırmacı ve eğitmen Ebru Kurbak geleneksel yön-

temleri kullanarak giyilebilir teknolojik sanat eserlerine imza atıyor. Ebru Kurbak, eserlerinde tekstil tekniklerini ve malzemelerini kullanıyor. Kurbak, şu sıralar ‘Stitching Worlds’ (Dünyalar Örmek) adında bir proje yürütüyor. Avusturya Bilim Fonu’ndan kendisinin aldığı fon ile başlattığı uluslararası sanatsal projeyi, Viyana Uygulamalı Sanatlar Üniversitesi’nde ekibiyle birlikte yürütüyor. Kurbak, ‘The Knitted Radio’ eseri ile de örgüyle bir radyo vericisi üretebileceğini ispatlamıştı.

• Mimar, sanatçı ve araştırmacı Güvenç Özel ise NASA’nın düzenlediği ‘Mars Kolonisi’ isimli mimari yarışmada dereceye girmeyi başarmıştı. Güvenç Özel, sanatı teknolojik inovasyon yapmak için bir platform olarak kullanıyor. Dijital teknolojileri binalara uyarlama konusunda bir uzman olan Özel, interaktif mimari ve interaktif mekanlar yaratma konusunda yenilikçi bir çok fikre sahip. Özel’in uzun dönemli hedefi, insanların belirli sensörler aracılığıyla binalarla iletişime geçebileceği, insanların değil mekânların ihtiyaca göre hareket ettiği bir mimari...

• Heykeltraş Michael Tyka ise protein moleküllerinin büyüklü dünyasını metal ve camdan heykellere dönüştürüyor. 2009’da heykel ve sanat alanına ilgi duymaya başlayan Tyka, protein katlanmasına ilişkin

heykeller yapıyor ve bu büyüleyici moleküller hakkında daha fazlasını öğrenmek isteyen kişilere ilham vermek istiyor. Tyka, Seattle’da paylaşımlı bir sanat stüdyosu olan ALTSpace’nin de kurucuları arasında yer alıyor. Tyka ayrıca Google da Connectomics (beyindeki sinir kavşaklarını inceleyen bilim dalı) adlı bir proje için bilgisayar simülasyonu yazılımları hazırlıyor. Yapay sinir ağıları üzerine sanatsal çalışmalar yürüten Tyka’nın DeepDream adındaki projesi bu konudaki en değerli projelerden...

• Londra’daki dünyaca ünlü Mimarlık Birliği’nin Dizayn Araştırma Laboratuvarı’nın Direktörü olan Spyropoulos aynı zamanda deneysel mimarlık ve tasarım stüdyosu Minimaforms’un da kurucularından. Zaha Hadid ve Peter Eisenman gibi dünyaca ünlü iki mimarın ofislerinde de proje mimarı olarak çalışan Spyropoulos, Mimarlık Birliği’nin Yeni Medya ve Bilgi Araştırma Girişimi’nin de kurucu ortaklarından. 2002’den bu yana deneysel mimari ve tasarım çalışmaları yapan Spyropoulos, yakın dönemde iki adet tematik iskele yapısı, Atina’daki Ulusal Park için hazırladığı aydınlatma ve Emotive City adındaki kendi eseri ile dikkatleri üzerine çekmişti.

Yeni medya sanatının efendisi...

Sanat ve teknolojiyi daha önce hiç görülmemiş biçimlerde kullanarak eserlerinde seyirci ile ortam arasında ezber bozan ilişkiler kuran Refik Anadol ile keyifli bir sohbet gerçekleştirdik.

Kurulduğu günden bu yana sıra dışı çalışmaları sanatseverlerle buluşturan Zorlu Performans Sanatları Merkezi, dijital sanat alanındaki tecrübesi ile Digilogue Paneli'nin geniş kitlelere ulaşmasını sağladı. Panelin en dikkat çeken isimlerinden birisi hiç kuşkusuz Türkiye'de dijital sanata ilgi duyan birçok insanın yakından tanıdığı Refik Anadol oldu. İstanbullu sanatseverlerin Zorlu Center'da gerçekleştirilen İstanbul Light Festival'de sergilediği Liminal Room adlı eserinden de hatırladığı Anadol, "Microsoft Research" ve "Research at Google" gibi birçok ödüle sahip. Kendisini "Yeni Medya Sanatçısı" olarak tanımlayan Refik Anadol, canlı görsel/işitsel performans ve sürükleyici mimari enstalasyonlar alanlarında dünyanın pek çok yerinde beğeni ile takip edilen çalışmalara da imza atıyor.

Sanat anlayışınızı hangi sözcüklerle tanımlıyorsunuz?

Gelecek, yarın, mekan, zaman, veri ve ışık sözcükleri birçok noktada buluşan sözcükler.

Genel olarak eserleriniz hangi kavramlar çerçevesinde şekilleniyor?

Çalışmalarında obsesif bir seviyede mimari ve medya sanatlarının kesiştiği yerlerde çerçeve çiziyorum. Bu kimi zaman direkt mekan algısına zaman ile birlikte müdahale veya çevresel verilerin görülemezliğini değiştiren görülür kılan mekansal dijital heykel çalışmaları olabiliyor. Özellikle galeri ve müze deneyimden çok kamusal alanda herkes tarafından özgürce ve istenilen zamanda deneyimlenen işlere de ayrıca önem veriyorum.

Eserlerinizde seyirci ile ortam arasında ne tür bir ilişki kuruyorsunuz? Bu eserlerde temel amaç sorgulamak mı?

Temel amaçlardan biri kesinlikle sorgulamak. Sorgulamazsak düşünemeyiz. İçinde bulunduğumuz bilgi çağı sorgulamaya çok zaman bırakmayan şekilde ilerliyor. Ayrıca gündelik yaşamımızda içerisinde olduğumuz zaman temposu DNA'larımızın çok dışında hızlı ve kaygı duymaktan öteye geçmeden olup biter bir hal almış durumda. İn-

sanoğlunun geleceği filozof Marshall McLuhan'ın defalarca bahsettiği gibi ilk uydunun yörüngeye girmesiyle tamamen değişti. İşte bu değişim sonrası başımıza gelenler, gelebilecekler temel amaçlarımızı oluşturuyor. Bunun içinde mimarının bizleri yüzbinlerce yıldır doğa koşullardan koruyan, kültür üretiminin başını çeken bir disiplin olduğu için kanvas olarak kullanımını kendime uygun buldum.

Post-dijital sanat nedir? Sizce Türkiye bu yeni sanat anlayışının neresinde yer alıyor?

İster istemez yer alınma hali de post-dijital sanat kavramının içerisinde. Bu anlayış aslında teknolojiden ve dijitalleşmeden çok insan olarak kalabilmeyi, kritik edebilme becerelerine bağlı bir şekilde sorgulayabilmeyi getiren bir akım. Jem Finer'in en yerli yerinde tanımlı neredeyse 30 yıl öncesinde var olan fikir ve materyallere geri dönüşü sembolize ettiğini söylüyor. Türkiye zaten o dönemi henüz kapatmış değil dolayısıyla kültür olarak muazzam biricik bir yerdeyiz.

Son dönemde bilim, teknoloji, keşifler vs. çerçevesinde büyük bir değişim ve dönüşüm süreci yaşıyor. Bir sanatçı olarak bu size nasıl bir sorumluluk yüklüyor?

Alan C. Kay'ın çokça ilham aldığım sözü "geleceği öngörmenin en iyi yolu onu icat etmektir" aslında içinde bulunduğum ruh haline çok yakın bir tanım. Keşif ve buluşlarla dolu bir stüdyoya sahip olmayı hayal etmişim ve şu an Los Angeles'ta bu sorumluluğunu sonuna kadar yerine getirebilen bir yapı kurabildim. Mesela LA Phil gibi kar amacı gütmeyen bir kurumun 100. yıl kutlamaları için birçok araştırma odaklı proje üretiyorum. Google ve Microsoft gibi kurumlardan destekler alıp, UCLA gibi köklü üniversitelerden derin fizyolojik sensor ağlarına dair araştırmalara katılıyorum. Tam olarak 21. yüzyılın başında insan olmanın anlamını ve önemini betimleyen bir dijital opera üzerine çalışıyorum. Sanıyorum bu operanın sonucunda izleyicinin duygularını eş zamanlı hikayeye dönüştürebilirim bu sorumluluklardan en önemlisi olduğunu düşündüğüm şey başarıyla gerçekleşmiş olacak.



Zorlu Enerji, ikinci kez “Düşük Karbon Kahramanı”

Zorlu Enerji, karbon yönetimi ve temiz enerji teknolojilerine geçişte ortaya koyduğu etkin ve kamu yararı gözeten uygulamalarıyla ikinci kez “Düşük Karbon Kahramanı” ödülüne layık görüldü.

Karbon piyasası ve iklim politikaları konusunda farkındalık oluşturmak amacıyla Sürdürülebilir Üretim ve Tüketim Derneği (SÜT-D) tarafından 14-15 Nisan 2016 tarihinde düzenlenen III. İstanbul Karbon Zirvesi'nde karbon ekonomisinin mevcut durumu ve geleceği, tüm yönleri ile ayrıntılı bir şekilde masaya yatırıldı.

Uluslararası Emisyon Ticareti Birliği desteğiyle düzenlenen zirvenin ilk gününde Prof. Dr. Filiz Karaosmanoğlu'nun moderatörlüğünde gerçekleştirilen “Karbon Yönetimi ve Endüstri” başlıklı oturumda Zorlu Enerji Genel Müdürü Sinan Ak, bir konuşma yaptı. Konuşmasında yenilenebilir enerji kaynakları ve Türkiye'nin güneş enerjisi potansiyeline vurgu yapan Sinan Ak, ayrıca Zorlu Enerji'nin yenilenebilir enerji alanındaki hedeflerini de aktardı.

Yenilenebilir enerji kaynaklarından üretim maliyetlerinin, fosil yakıtlara oranla daha rekabetçi duruma geldiğine işaret eden Sinan Ak şu açıklamada bulundu:

“Bundan 10 yıl sonra yenilenebilir enerji kaynaklarına ulaşım, diğer enerji kaynaklarına göre daha kolay olacak. Bir süre önce Bloomberg New Energy Finance ile işbirliğimiz çerçevesinde imza attığımız 'Güneş Enerjisi Raporu'muzun bulgularına göre, yenilenebilir enerji kaynakları arasında en hızlı büyüyen alan ise güneş olacak. Raporumuza göre, 2040'ta dünyadaki toplam kurulu gücün yüzde 26'sı güneşten gelecek. Türkiye'de ise bu oran yüzde 12 olarak öngörülüyor. Ülkemizin coğrafi konumu da düşünüldüğünde, bu oranın yükselebileceğini düşünüyoruz. Dolayısıyla Zorlu Enerji olarak, güneş enerjisi yatırımlarımızı hızlandıracağız. Kısa ve



Sinan Ak, Zorlu Enerji Grubu adına ödülü, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı Müsteşarı Mustafa Öztürk'ten aldı.

orta vadede çatılara güneş paneli kurma ve yerli güneş paneli fabrikası kurma hedefi koyduk.”

“Sektöre ilham kaynağı olmaktan mutluluk duyuyoruz”

Üretim ve tüketim süreçlerinde oluşan karbon emisyonunu etkin bir şekilde yöneterek karbon konusunda başarılı çalışmalara imza atan firmalara zirve kapsamında Türkiye'de bir ilk olma özelliği taşıyan “Düşük Karbon Kahramanı” ödülü verildi. Zorlu Enerji, üst üste ikinci kez “Düşük Karbon Kahramanı” ödülüne layık görüldü. Hayata geçirdikleri karbon salımını azaltan projelerle ve bilinçlendirme çalışmaları ile ödül almaktan dolayı duydukları memnuniyeti dile getiren Sinan Ak sözlerini şöyle sürdürdü: “Karbon ayak izimizi ölçme, izleme ve değerlendirme çalışmalarımızı ulusal ve uluslararası ölçekte kamuoyuyla şeffaf bir biçimde paylaşarak enerji sektörü başta olmak üzere karbon salınımını azaltan projelerle

sektöre ilham kaynağı olmaktan mutluluk duyuyoruz. Her yıl katıldığımız fuar, zirve ve konferans gibi birçok etkinlikte yarattığımız karbon ayak izini hesaplıyor, neden olduğumuz karbon salımına karşılık fidan dikimi gerçekleştirerek iç ve dış paydaşlarımız nezdinde iklim değişikliği konusunda farkındalık artırıcı faaliyetler gerçekleştiriyoruz. Önümüzdeki dönemde de Karbon Ayak İzi Ormanımızı büyüterek ekonomik, çevresel ve sosyal boyutlarıyla sürdürülebilirlik politikamızı bütüncül uygulamalarımızla hayata geçireceğiz.” Enerji, sanayi ve iklim değişikliği alanında çalışmalar sergileyen yerli ve yabancı sektör temsilcileri, sivil toplum kuruluşları, akademisyenler ve şirketlerin bir araya geldiği zirvede, karbon yönetimi, emisyon ticareti, karbon piyasaları, temiz enerji teknolojileri ve iklim değişiklikleri konusunda tüm dünyadan etkin bir katılımın sergilendiği Paris Anlaşması derinlemesine ele alındı.

Valeron, Nişantaşı'ndaki yeni lokasyonunda

Yaşam alanlarını elegan bir stille buluşturan Valeron, Nişantaşı'ndaki yeni lokasyonunda hizmet vermeye başladı. Yalın ve zarif detayların hakim olduğu Valeron, Abdi İpekçi Caddesi üzerindeki yeni mağazasında evine zarafet katmak isteyenleri bekliyor.

Kendine has çizgisiyle evlere sıra dışı bir yorum katan Valeron, detaylarda farklılaşan tasarımlarının yer aldığı Nişantaşı'ndaki yeni mağazasının kapılarını açtı.

Nevresim, pike, yatak örtüsü takımlarından; bornoz, havlu, perde ve dekoratif ürün çeşitlerine kadar geniş bir ürün yelpazesine sahip olan Valeron, şık ve bir o kadar cezbedici koleksiyonuyla dikkat çekiyor. Saten ve jakar satenden üretilen nevresim takımları; nakışlı, dantelli, brodeli modellerin yanı sıra baskılı ve renkli modelleriyle Valeron, şıklığın sözlüklerdeki yeni karşılığı olmaya aday.

Valeron'un koleksiyonunda yaşam alanlarına ferahlık katan soft tonlar başrolde. Etnik ve vintage öğelerin dijital baskı tekniği ile kusursuz bir şekilde harmanlandığı Valeron koleksiyonundaki modellerde retro esintiler modern tasarımlarla buluşuyor.

2016 yılının en moda rengi olan mavi, Valeron'da floral desenlerle adeta ahenk içerisinde dans ediyor. Dantelin büyüülü havasından vazgeçemeyenler için Premium Koleksiyonu'nda ki Fransız dantelleri ise kendini prensesler gibi hissetmekten hoşlananlar için bulunmaz bir fırsat.

Şıklığın adresi Valeron

Kaliteli, yenilikçi ve yaratıcı koleksiyonlarıyla Valeron, seçkin bir tarza sahip göz alıcı evler yaratıyor. Tercihini sadelik ve doğallıktan yana kullananlar için bej tonlarındaki yatak örtüsü, nevresim takımı ve yastık kılıflarından oluşan Arterna takımlar, kusursuz bir seçenek oluşturuyor. Dantel işlemeli dokusuyla Arterna takımlar, yatak odalarında romantizm rüzgarları estiriyor. Modern çizgilerden vazgeçemeyenlerin yardımına ise koleksiyondaki Jacques yatak örtüsü takımı koşuyor. Geometrik dikiş detayları ile sıradanlıktan uzaklaşan Jacques yatak örtüsü takımı, fildişi rengiyle odalara geniş ve ferah bir hava katıyor.

Geleneksel şıklıktan hoşlananların tercihi nil yeşili rengi Vitaliy takımlar ise göz alıcı dikiş detaylarıyla evlere elegan bir şıklık katıyor. Grinin ışıltısını yansıtan Mallory nevresim takımları ince işçiliği ile sadelikle gelen şıklığı gözler önüne sererken, etnik desenlerden hoşlananlar ise koleksiyondaki Labriese'nin bohem tasarımlı takımıyla yatak odalarını farklılaştırıyor.



Zorlu Çocuk Tiyatrosu, 13. yılında 1000'den fazla oyunuyla 700 bin çocuğa ulaştı

Çocuklara tiyatroyu sevdirmek amacıyla yola çıkan Zorlu Çocuk Tiyatrosu, sezon boyunca Türkiye'nin dört bir yanında sahnelediği oyunlarla, çocukların hayal dünyalarını zenginleştirmeye devam etti.

Tiyatroyu çocuklara tanıtmak ve sevdirmek misyonu ile 13 yıl önce Mehmet Zorlu Vakfı tarafından hayata geçirilen Zorlu Çocuk Tiyatrosu, 2015/2016 sezonunda Kibritçi Kız Müzikali ve Karlar Ülkesi müzikli-danslı çocuk oyunu ile binlerce minik tiyatroseverle buluştu. Ayrıca Karlar Ülkesi oyunu turne kapsamında 12 ilde sahnelendi. Bugüne kadar sergilediği her oyunla çocukların kültür sanat dünyasında farklı kapılar açan Zorlu Çocuk Tiyatrosu, 2015/2016 sezonunda post-modern müzikal “Kibritçi Kız” ve “Karlar Ülkesi” müzikli-danslı çocuk oyununu, Zorlu Performans Sanatları Merkezi ve Kadıköy Halk Eğitim Merkezi'nde ücretsiz olarak sahneleyerek çocukların kalbine adını altın harflerle yazdırdı.

Zorlu Çocuk Tiyatrosu'na 13 yılda 9 ödül

Hans Christian Andersen'in ünlü masalından yola çıkılarak tiyatro oyun yazarı ve Anadolu Üniversitesi Devlet Konservatuarı Sahne Sanatları Bölümü Başkanı Prof. Dr. Hasan Erkek tarafından tiyatro eseri haline getirilen Kibritçi Kız Müzikali, sezon boyunca Zorlu Performans Sanatları Merkezi'nde 29, Kadıköy Halk Eğitim Merkezi'nde ise 9 kez olmak üzere toplamda 38 kez sahnelendi. Zorlu Çocuk Tiyatrosu ayrıca 13 yılda sahnelediği oyunlardaki başarısını 9 ödülle taçlandırdı.

12 ilde toplam 44 oyunla çocukları büyüledi

Yine Hans Christian Andersen'in “Karlar Kraliçesi” masalından yola çıkılarak Özlem Saraç tarafından yazılan ve Gaye Çankaya tarafından yönetilen Karlar Ülkesi oyunu ise 18 oyun ile Zorlu Performans Sanatları Merkezi'nde; 16 oyun ile Kadıköy Halk Eğitim Merkezi'nde olmak üzere İstanbul'da toplamda 34 oyun ile çocukların karşısına çıktı. Çocuklara doğa sevgisini, dostluk ve dürüstlüğü öğretmeyi kendisine amaç edinen Karlar Ülkesi oyunu İstanbul'un yanı sıra turne programı dahilinde Ordu Fatsa, Trabzon, Rize, Denizli, Aydın, İzmir, Manisa, Çorlu, Edirne,



Kırklareli ve Bursa'da toplam 44 oyun sergileyerek çocuklara unutulmaz dakikalar yaşattı. Oyun ayrıca Şehir Tiyatroları'nın düzenlediği 32. Çocuk Şenliğinde de sergilendi.

Zorlu Çocuk Tiyatrosu, gelecek sezonda da minik tiyatroseverlerin hayal dünyalarını zenginleştirmeye devam edecek





“Ben nesli”, Narkissos ve iletişime dair...

Platon: “Önce kendini yönet, kendini yönetince dünyayı yönetecek gücü bulursun.”

Ege Kıyılarından Eski Zaman Masalları” benim çok sevdiğim kitaplardan biri. Her ne kadar çocuk kitabı olarak gözüксе de zaman zaman masal kitabı okumak, mitolojiye bakmak ve ondan ders çıkarmak çok hoşuma gidiyor. Bunun en önemli nedeni sanırım çocukluğumda dedemden Yunan mitolojisinin öykülerini dinleyerek büyümüş olmam. Dedem, ben küçükken mitolojiden değişik masallar anlatır, çeşitli masalları birbirine karıştırır, bazen sonlarını değiştirir ya da benim değiştirmemi, kendi masalımı yazmamı isterdi. Bu hikaye zenginliğinin içinde en çok Yunan mitolojisindeki öyküleri severdim.

Bütün bu öyküler içinde beni en çok etkileyenlerden biri de “Yankı ve Nergis”in öyküsü olmuştur. Yankı ile Nergis çok farklı bir öykü aslında; narsisizm, yalnızlık ve yanlış anlaşılma üstüne...

Öyküden kısaca bahsederseniz; Yankı hem fiziği hem de sesi çok güzel bir peridir. Bir gün tanrıça Hera ile karşılaşır. Hera hem sesi hem de kendisi güzel olan Yankı’yı kıskanır ve onun güzelliğine dokunmadan sesini alır. Artık Yankı konuşamamakta ve karşısındaki insanın son sözlerini tekrarlamaktadır. Bir gün çok yakışıklı bir delikanlı ile karşılaşır ve ona aşık olur, ama delikanlı Yankı’yı küçümser ve kendisiyle alay ettiğini zannettiği için ondan uzaklaşır. Yankı’nın gözlerine bakmadan çeker gider. Delikanlının adı Narkissos’tur. Yankı’nın kendini anlatamamasına çok üzülen ve Hera’nın büyüsünü bozamayan tanrılar Narkissos’a bir ceza verirler ve onun kendisine aşık olmasını sağlarlar. Narkissos bir gün su içmek için göle eğildiğinde kendi silüetini görür ve ona aşık olur; yemeden içmeden kesilir ve ölür. Tanrılar onu oracıkta Nergis çiçeği haline getirirler. Yankı ise üzüntüsünden dağlara çıkar ve sonsuza kadar



kendisiyle konuşmaya çalışan herkesin son sözlerini onlara tekrarlamaya devam eder.

“Ben Nesli” kitabını okuduğumda bu öyküyü hatırladım. “Ben Nesli” kitabı Dr. Jean Twenge’e ait. Dr. Twenge San Diego Üniversitesi, Psikoloji bölümünde doçent olarak çalışmalarına devam ediyor. Kaliforniya ABD’nin en zengin eyaleti. Bu zenginliğin sonucu olarak da tüketim krallığının başkenti. Yazar Kaliforniya’da yaşayan genç nesilden yola çıkarak “Ben Nesli” kitabını yazıyor. Bu kitabı, ABD’deki 1.3 milyon genci inceleyerek yazmış. 1970, 1980 ve 1990’da doğan gençler üzerindeki araştırmaları kapsıyor. Kitap günümüz hakkında çok güzel ipuçları veriyor. Yazar çağımızın en büyük hastalığının bulaşıcı bir hastalık gibi yayılan narsisizmi, bir gerçekliğe dayanmayan iyimserlik, başarısız olma ihtimalinin getirdiği kaygı ve bu kaygı sonucu oluşan depresyon olarak tanımlıyor. Kitapta incelenen “ben nesli”, kendini evrenin merkezi haline getiren ve kendinden başka kimseyi önemsemeyen bir nesil, kendinden başka kimseyi önemsememeye başladıkça toplumsal değerlerin de bir anlamı kalmıyor ve bir süre sonra birey değer erozyonuna uğruyor. Tüketmek ve istediğini elde etmek için her şeyi hak görüyor ve kendinden başka kimseyi düşünmediği için başarısız oldukça umursamıyor ya da çok büyük bir kaygı duymaya başlıyor ve depresyona giriyor.

“Ben nesli” değer erozyonuna uğradığı için iş hayatına girince de aradığını bulamıyor ve kendini aramak adına sürekli iş değiştiriyor. Kendine odaklı olduğu için iletişim yönü zayıf. Kendini değerli hissetme hali öyle boyuttaki birçok kişi hiçbir şey yapmadan ve çaba sarf etmeden iş hayatında var olmak istiyor. “Sen özelsin” yaklaşımı ile iş yerinde en ufak iyi niyetli bir eleştiriyi bile kendine saldırı olarak algılıyor ve hemen savunma ya da yok sayma davranışına geçiyor. Kendini ön plana koyma isteği, bir yandan önemli bir özgürlük yaratırken diğer taraftan tarifsiz bir hayal kırıklığı yaşıyor ve sonunda kendini yalnız hissediyor. Yalnızlaştıkça da aynı Narkissos gibi kendine bakmaktan paralyze oluyor ve önemli değeri olan yaratıcılığını kaybediyor.

Yazarın görüşüne göre ABD’de iş hayatında kalma süresi uzun olduğundan “ben nesli”ni yetiştiren nesil şu an bu neslin yöneticisi durumunda ve ona bir ebeveyn gibi yaklaşıyor, ne olursa olsun onu anlamaya çalışıyor. Yazara göre asıl tehlike bir on yıl sonra başlayacak. Şirketlerde “ben nesli” her sene artmaya devam edecek; şu an iş hayatında yönetici olan ve “ben nesli”ni her koşulda seven nesil sahneden çekilecek ve sahneye farklı kuşaklara sahip yeni “ben nesil”leri gelecek.



Hayatta başarıya taşıyan en önemli değerlerden biri kendine güven. Kendine güvenmek için önce kendini tanımak ve neler yapabileceğinin farkına varmak gerekiyor. Sonra adım adım prensibiyle bu temel üzerine geleceği inşa etmek lazım.

Oysa Narkissos’un tarifsiz bir güzelliğe sahip oluşu gibi “ben nesli” de inanılmaz bir yaratıcılık potansiyeline sahip. Büyürken içinde bulundukları Kaliforniya sendromu onların kendilerini yanlış tanımlamasına neden oluyor. Tüketim toplumu içinde yaşama ve istediğini satın alabilme imkanı bir süre sonra para sahibi olmanın güç sahibi olma anlamına geldiği imajını yaratıyor. Bu da yaratıcılığı öldürüyor, doğadan kopuyor ve teknolojinin içine gömülüyorlar. Aynı Narkissos’un kendine bakmaktan paralyze oluyor ve kendini seyretmekten ölüme gitmesi gibi.

Kendine güven bir insan için olmazsa olmaz koşullardan biri. Bence hayatta başarıya taşıyan en önemli değerlerden biri. Eğer kendimize güvenmezsek başkalarının rüzgarında yok olur gideriz. Özgüven sahibi olmak ile narsist olmayı birbirine karıştırmamak gerekiyor. Kendine güvenmek için önce kendini tanımak ve neler yapabileceğinin farkına varmak gerekiyor. Sonra adım adım prensibiyle bu temel üzerine geleceği inşa etmek lazım. Kendimize koyduğumuz küçük hedefleri

gerçekleştirdikçe daha büyük hedefleri gerçekleştirmek için güç topluyoruz. Böylece hayat amacımıza ulaşmamızı sağlayacak yolu çiziyoruz ve mutlu oluyoruz. Mutlu oldukça daha çok özgüven sahibi oluyor ve ileriye atılıyor. Aksi halde boş bir özgüven ile Narkissos gibi kendimize hayran oluyor ve olduğumuz yerde kalıyoruz. “Ben değerliyim, ama benim değerimi kimse anlamıyor” düşüncesiyle kendimizden başka herkesi değersiz görüyoruz. Aslında kaybedenin kendimiz olduğunu görmüyoruz. Bizi sevenler de bizimle konuşamadıkları için Yankı gibi oluyor ve bizim sözlerimizi bize tekrarladığında kendi söylemlerimizi duymaya hazır olmadığımız için herkesten uzaklaşıyor ve yalnızlaşıyoruz.

İş dünyasında başarının yolu iletişimden geçiyor. Kaliforniya sendromu iletişim kanallarını tıkayan önemli etkenlerden biri. İş yaşamını kuşaklara ayırmaktan vazgeçerek bir bütün olarak bakmak ve her kuşağın birbirinden öğrenmeye başlamasını sağlamak için iletişim kanallarını açmak ve içimizdeki yaratıcıyı ortaya çıkarmak dileğiyle...



EN ÖZEL GÜNÜNÜZE IŞILTILI BİR İMZA RAFFLES ARCADE

Dünyanın ve Türkiye'nin en özel mücevher, saat, aksesuar ve tasarım markalarını bir araya getiren Raffles Arcade, göz kamaştıran ışıltısıyla bu yaz gelinlerin güzelliğine eşsiz bir imza atıyor.



Aigner | Anatoli | Atilla Karat | B Point | Blancpain | Bovet | Breguet | Breitling | Cartier | Chopard | Cigar Lounge | Cystos
Davidoff | Dewit | Franck Muller | Greenwich | Haremlique | Hublot | Jaeger Le Coultre | Jaquetdroz | Kafkas | Kwanpen
Le Baron | Molu | MontBlanc | Montegrappa | Omega | Panerai | Peigniet | Reuge Music Box | Rotap | Rotap Maranello
RotapSarrafians | Sevan Bıçakçı | SevenFriday | Shamballa | Sırmasyon | Sponza | Tiffany & Co. | Urartı | Valeron | Zenith

 **ZORLU CENTER**
İSTANBUL

Vestel Müşteri Hizmetleri ödülleri topluyor

Her koşulda müşteri memnuniyetini kendisine ilke edinen Vestel’in müşteri hizmetleri politikası ödülleriyle taçlandırılıyor.



Müşteri memnuniyetini tüm çalışmalarının odak noktasına alan Vestel, çabalarının karşılığını ödülleriyle alıyor. Vestel, müşterilerine daha kusursuz hizmet vermek adına çalışanlarının kişisel gelişimlerine de katkıda bulunacak pek çok eğitim programını hayata geçiriyor. Son üç yıldır müşteri memnuniyetine özel bir önem atfeden Vestel, çağrı merkezini Vestel bünyesine alıp müşteri hizmetlerini ayrı bir genel müdürlük olarak yapılandırdı. Memnuniyet oranlarını sürekli analiz eden Vestel, ihtiyaçlara göre Vestel müşterilerine farklı ve özel deneyimler yaşatmaya özen gösteriyor.

Tüketiciler “Vestel” dedi

T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından gerçekleştirilen Tüketici Ödülleri’nde Vestel, “Tüketici Memnuniyetini İlke Edinen Firma Ödülü”nü almaya hak kazandı. 19 yıldır düzenlenen Tüketici Ödülleri’nde tüketici memnuniyetini ilke edinen firmalar, tüketicileri koruyan kuruluşlar ve bilimsel çalışmalar ödüllendirildi. Vestel, tüketici memnuniyetini firma politikası olarak benimsediği ve buna uygun faaliyetlerde

bulunduğu, tüketicisine mevzuatla tanınan haklardan daha ileri haklar tanıdığı, tüketicilere yönelik telefon ve elektronik ortamda hizmet veren çağrı merkezini büyük bir başarıyla yürüttüğü, tüketici danışma hattı ile tüketicileri ve kendi çalışanlarını bilgilendirici çalışmalar gerçekleştirdiği için ödüle layık bulundu. Vestel Müşteri Hizmetleri ailesinin müşterilerine beklentilerinin de ötesinde hizmetler sunmayı vadettiğini kaydeden Vestel Şirketler Grubu İcra Kurulu Başkanı Turan Erdoğan, “Öncü, fark yaratan, kaliteli, hızlı ve güven duyulan hizmetlerimiz ile her zaman ürünlerimizin arkasında, müşterilerimizin yanı başındayız. İçten ve samimi iletişimden yanayız” dedi.

Müşterilerle empati kurduklarını belirten Erdoğan, “Müşterilerimizden bir teşekkür almak için her zaman bir fazlasını yerine getiriyoruz. ‘Ben olsaydım nasıl bir hizmet almak isterdim’ sorusuna cevap olacak nitelikte geri dönüşler sağlıyoruz” dedi ve sözlerini şöyle sürdürdü: “Vestel, sadece teknoloji üreten bir firma değil. Kusursuz Vestel deneyimi için tüketici memnuniyeti en önemli ilkelerimizden biri. Son



yıllarda üst üste gelen ödüller doğru yolda olduğumuzu gösteriyor.”

Müşteri memnuniyetinde lider...

Vestel’e bir ödül de A.L.F.A. Awards’dan geldi. 25 farklı sektörden onlarca firmanın katılım gösterdiği A.L.F.A. Awards’da Vestel, müşterilerden gelen şikayetlere hızlı geri dönüş yapma, efektif çözüm getirme ve sonuçtan memnuniyet gibi süreçlerden en yüksek puanı alarak “Beyaz Eşya” ve “TV” kategorilerinde birincilik ödüllerini almaya hak kazandı. Konu ile ilgili değerlendirmelerde bulunan Vestel Şirketler Grubu İcra Kurulu Başkanı Turan Erdoğan, “Türkiye’de teknoloji üretiminde lider marka olarak bugün Avrupa TV pazarında ikinciyiz, beyaz eşyada ilk beş üreticiden biriyiz. Uzun dönemli başarıların sadece üretim kalitesiyle yakalanmadığını biliyor, müşterilerimizle çözüm odaklı ve samimi bir ilişki kurmanın oldukça önemli olduğuna inanıyoruz. Bu anlamda 25 farklı sektörden çok sayıda saygın firmanın katıldığı bu yarışmada, en yüksek müşteri memnuniyetini yakalamaktan büyük bir gurur duyuyoruz” dedi.



Aldıkları her bir şikayetin kendileri için son derece değerli olduğuna işaret eden Erdoğan sözlerini şöyle sürdürdü: “Sosyal medyadan, çağrı merkezlerimiz aracılığıyla ya da sikayetvar.com sitesinden bize ulaşan müşterilerimizin taleplerini detaylıca değerlendiriyoruz. sikayetvar.com ekibimiz gelen müşteri taleplerine zaman kaybetmeden anlık geri dönüş sağlıyor. Süreci bu şekilde yönetmek de müşteri sayımızın her geçen gün artmasını ve marka sadakati yüksek bir tüketici profiliyle beraberinde getiriyor.”

Çağrı Merkezi’ne Kalite Ligi Ödülü

Vestel, Telephone Doctor Türkiye tarafından çağrı merkezlerine yönelik gerçekleştirilen Kalite Ligi’nde Nisan 2016 gizli müşteri değerlendirmeleri sonuçlarına göre “En İyi Konuşma Tarzı” kategorisinde ödülün sahibi oldu.

Müşterilerle en önemli temas noktalarından biri olan çağrı merkezindeki iletişim kalitesine büyük önem verdiklerini belirten Vestel Müşteri Hizmetleri Genel Müdürü Tarkan Tekcan, “Yerli üretimin gururu Vestel’e yakışır, Türk insanının beklentilerini karşılar nitelikte, samimi bir iletişim tarzımız var. “Ben olsaydım nasıl bir hizmet almak isterdim?” sorusu

en önemli kriterimiz. Vestel Çağrı Merkezi’ndeki müşteri temsilcilerimiz 7 gün 24 saat, tüm kanallardan gelen taleplere ailelerinden birine yardım eder gibi yanıt veriyor. “Robotlaşmış iletişime hayır” diyerek beklentilerin de ötesinde müşteri deneyimleri yaşatmak ve müşterilerimizden teşekkür almak için çalışıyorlar. Amacımız her alanda yaşatmayı hedeflediğimiz kusursuz Vestel deneyimini çağrı merkezimizde de müşterilerimize yaşatmak” dedi.

Eğitim ve kişisel gelişim Oscar’ı Vestel’in

İş yerinde öğrenme ve performans alanında dünyanın en prestijli organizasyonlarından biri olarak kabul edilen ATD’den de (Association for Talent Development) Vestel’e “En İyi Uygulama” ödülü geldi. Heryıleğitim ve kişisel gelişim alanında kayda değer çalışmalara imza atan şirketleri ödüllendiren ATD, Vestel’i Müşteri Hizmetleri Servis Akademisi’nin yetkili servislere verdiği “Uzun Dönem Teknisyen Uzmanlık Eğitim Programı”yla büyük ödüle layık buldu. Eğitim içeriği, eğitimi kalitesi, eğitimin markalaşması, eğitimin sahiplenilerek iş hayatında uygulanabilmesi, iş sonuçlarına ve çalışan performansına ölçülebilir katkı sağlaması ve dünya çapında örnek teşkil edebilecek proje olması kriterlerine göre yapılan

kapsamlı bir değerlendirme sonucunda 10 kategoride ödüle layık bulunan isimler belirlendi.

Vestel’in “Uzun Dönem Teknisyen Uzmanlık Eğitim Programı” ile müşterilere iyi hizmet sunabilmelerini sağlamak amacıyla teknisyenlerin program aracılığı ile teknik becerilerinin artırılmasının yanı sıra kişisel gelişim, iletişim, profesyonel müşteri yaklaşımı konularında da etkinlikleri geliştiriliyor.



Zorlu Performans Sanatları Merkezi'nde bahar-yaz etkinlikleri ses getirdi

Stacey Kent, PJ Harvey gibi dünya yıldızlarını sahnelerinde ağırlayan Zorlu Performans Sanatları Merkezi, yerli ve yabancı birçok sanatçı, grup ve etkinliği İstanbullu sanatseverlerle buluştururken spor tutkunlarına da Euro 2016 heyecanını ücretsiz olarak yaşattı.



Zorlu Performans Sanatları Merkezi açıldığı günden bu yana kültür, sanat ve sosyal yaşamın en önemli mekanlarından biri oldu. İstanbul'a farklı bir soluk getiren Zorlu Performans Sanatları Merkezi bahar ve yaz aylarında yine birbirinden keyifli etkinliklere sahne olarak sosyal yaşamın vazgeçilmezleri arasında yer aldı.

'Yüzük Kardeşliği' yeniden canlandı

'Yüzüklerin Efendisi: Yüzük Kardeşliği' filminin müzikleri 186 kişilik dev orkestra ve koro ile Zorlu Performans Sanatları Merkezi'nde sahnelendi. 2-3 Nisan 2016'da gerçekleşen ve Türkçe altyazı eşliğinde filmin de izlendiği konser yoğun ilgi gördü. Filmin tüm müziklerini canlı olarak seyirciye aktaran müzisyenler, koro, Soprano Kaitlyn Lusk ve Şef Ludwig Wicki, konserin sonunda dakikalarca ayakta alkışlandı.

Türk & Alman cazcıları bu festivalde...

Kabak & Lin Records tarafından, Goethe-Institut desteğiyle Berlin ve İstanbul müzik dünyasını bir araya getiren XJAZZ Festivali'nin önemli konserlerine Zorlu Performans Sanatları Merkezi ev sahipliği yaptı. Bu kapsamda Laia Genç ve Istanbul Composers

Orchestra 13 Nisan 2016'da, İstanbul x Berlin Ensemble ise 17 Nisan 2016'da Zorlu PSM Stüdyo sahnesine konuk oldu.

Stacey Kent performansı büyüledi

Fransız şansonlarıyla Amerikan caz repertuarını buluşturarak günümüzün en önemli caz şarkıcılarından biri olan Stacey Kent, 21 Nisan 2016'da Garanti Caz Yeşili Konserleri kapsamında Zorlu PSM Drama Sahnesi'nde müzikseverlerle buluştu. 20 yılı doldurduğu müzik kariyerinde sayısız başarılı albüme imza atan ve Grammy Ödülleri'ne aday olan Stacey Kent, iki saat boyunca aralıksız sahnede kalarak salonu dolduran seyircileri büyüledi.

Steven Wilson'dan etkileyici konser

Progresif rock tarihinin önemli yapı taşlarından Porcupine Tree'yle şu ana kadar birbirinden değerli 10 stüdyo albümüne imza atan Steven Wilson, 2 Mayıs 2016'da Zorlu PSM Ana Tiyatro sahnesinde müzikseverlerle bir araya geldi. Dört kez Grammy'ye aday olan sanatçı, prodüktör olarak da Opeth, Yoko Ono, Pendulum gibi birçok önemli isimle çalıştı.

Esra Kayıkçı gelecek vaat ediyor

Caz müziğin yeni temsilcilerinden Esra Kayıkçı, ilk solo albümü Bozgun Hatıra'nın lansmanı için 11 Mayıs 2016'da Zorlu Performans Sanatları Merkezi Stüdyo sahnesinde müzikseverlerle buluştu. Müzikseverleri masalsi bir yolculuğa çıkaran Bozgun Hatıra, pop, rock ve swing tonları arasında dinamik geçişlere sahip. 2011 yılında Akbank'ın düzenlediği 'Jamzz' adlı yarışmada yarı finale kalmayı başaran genç müzisyen Esra Kayıkçı, şimdiden gelecek vaat eden caz sanatçıları arasında gösteriliyor.

Nerissimo İstanbullular'la buluştu

Teho Teardo ve Blixa Bargeld 'Still Smiling'den üç yıl sonra çıkardıkları yeni albümleri 'Nerissimo' (Simsiyah) ile 13 Mayıs 2016'da Zorlu PSM Drama Sahnesi'nde müzikseverlerle buluştu. Sanatçılara sahnede aynı zamanda 2016 Donizetti Klasik Müzik Ödülleri Yılın Oda Müziği Topluluğu Ödülü sahibi Semplice Quartet eşlik etti. 1959 yılında Batı Berlin'de doğan Blixa Bargeld, 10 seneden fazla bir süre 'Nick Cave and the Bad Seeds'in gitaristliğini yaptı. Teho Teardo ise Oscar ödüllü yönetmenler Paolo Sorrentino ve Gabriele Salvatores'in birçok filminin müziklerine hayat verdi.



HerAnHerŞeyOlabilir

Dijital altyapı ve analog yaklaşımın bir arada sunulduğu bir konsept performansı HerAnHerŞeyOlabilir, 24 - 25 Mayıs 2016'da Zorlu PSM Stüdyo'da müzikseverlerle buluştu.

Gerçeklerle anlaşmakta zorlanan 11 şarkı, bir makinadan sesleniş ve analog kliplerin dansı HerAnHerŞeyOlabilir; Gülin Kılıçay, Öyküm Elif Erdoğan ve Mihran Tomasyan'ın performansı ile hayat buldu. Kırk beş dakikalık ses tiyatrosu, modern hayatın getirileri üzerine pek çok konuyu eleştirel bir şekilde yorumluyor.

Melankoli notalara döküldü, sahnede hayat buldu

90'lı yılların başında girdikleri müzik piyasasına birbirinden değerli 10 albüm armağan eden Tindersticks, son albümleri The Waiting Room'un turnesi kapsamında 27 Mayıs 2016'da Zorlu PSM Ana Tiyatro'da sahne aldı. Müzik eleştirmenlerince alternatif rock tarihinin en başarılı gruplarından biri olarak gösterilen Tindersticks, melankoliyi notaya dökabilen en iyi gruplar arasında kabul ediliyor.

'İkonik' kadın, sahneye saksafon çalarak çıktı

İki Mercury Prize sahibi, müzik dünyasının 'ikonik kadın' PJ Harvey, 2015'te çıkardığı dokuzuncu stüdyo albümünün turnesi kapsamında 8 Haziran 2016'da Zorlu Performans Sanatları Merkezi'ne konuk oldu. PJ Harvey, üflemeli çalgıların da olduğu dokuz kişilik orkestrasıyla saksafon çalarak sahneye çıktı. İngiliz müzisyen, besteci, şair ve söz yazarı PJ Harvey son albümünü Londra'da bir sanat enstalasyonunun parçası olarak halka açık şekilde kaydetmişti.

Sigur Rós dev sahnede

Kuzey müziğinin etkileyici gruplarından Sigur Rós, beklenen

canlı performansını 11 Haziran 2016'da Zorlu PSM Ana Tiyatro'da gerçekleştirdi. İzlandalı post-rock grubu, kurulan 1,750 metrekairelik dev sahne üzerinde İstanbullu sanatseverleri coşturdu. Dinleyiciler Sigur Ros'un farklı bir sound ile hazırladıkları Takk...'ın sonrasında ve grubun ilk İngilizce şarkısı All Allright ile tanışma fırsatı buldu.

İstanbul'dan bir 'bilge kadın' geçti...

Biletleri günler öncesinden tükenen 'Patti Smith and her band' konseri 23 Haziran 2016'da Zorlu Performans Sanatları Merkezi'nde gerçekleştirildi. "Sözün gücüyle üç akorlu rock'ın birleşimi" olarak tanımladığı ilk albümü 'Horses' ile punk-rock sahnesine öncülük eden 'bilge kadın' lakaplı Patti Smith, müzisyen, besteci, şair ve yazar kimliği ile yaşayan efsaneler arasında yer alıyor. Aynı zamanda bir yazar olan Smith, 2010'da çıkan kitabı Just Kids ile National Book Award'u kazanmıştı.

Müzisyenliğinin yanı sıra yazarlığı ile de geniş bir hayran kitlesine sahip olan Smith, ayrıca Domingo Yayınevi ve D&R işbirliğiyle Zorlu Performans Sanatları Merkezi fuayede kitap imza günü düzenledi. Konser biletleri satışa çıktıktan kısa bir süre sonra tükenen sanatçının yoğun ilgi gören imza gününe yüzlerce kişi katıldı.

Euro 2016 heyecanı Zorlu PSM Amfi'ye taşındı

Zorlu PSM Amfi'de futbolseverler Euro 2016 keyfini yaşadı. 11 Haziran'da gerçekleştirilen Euro 2016 Türkiye - Hırvatistan karşılaşması 'Futbol Hayattır' konseptiyle düzenlenen etkinlikler kapsamında futbol tutkunlarına dev ekranda sunuldu. Millîlerimizin mücadelesini 36 metrekairelik dev ekranda 1000'den fazla seyirci takip etti. Karşılaşma öncesinde ise İlker Yasin futbolseverlerle konuştu. Etkinlikler şampiyona sonuna kadar ücretsiz olarak devam etti.



Başarılarla adanmış 10 yıl

Yüksek hizmet anlayışı çerçevesinde, Trakya ve Gaziantep bölgelerinde, yaklaşık 523 bin aboneyi doğal gaz konforuyla buluşturan GAZDAŞ, sektörde 10’uncu hizmet yılını kutluyor. Zorlu Enerji Doğal Gaz Grubu Genel Müdürü Fuat Celepci, “Önümüzdeki 10 yılda abone sayımızı 1,5 milyona ulaştırmayı hedefliyoruz” dedi.

Gaziantep, Tekirdağ, Edirne, Kırklareli ve Kilis illerini içine alan Trakya ve Gaziantep bölgelerinin doğal gaz dağıtım hizmetini, 2006’da almış olduğu lisanslar çerçevesinde 30 yılına üstlenen GAZDAŞ, sektörde 10. yılını doldurmanın gururunu yaşıyor.

Zorlu Enerji Grubu’nun doğal gaz dağıtım faaliyetlerini sürdüren GAZDAŞ, her iki bölgede konut ve sanayi tüketicilerinin güvenli bir şekilde doğal gaz kullanmalarını

sağlamak amacıyla gerekli dağıtım şebekesini inşa ederek, işletme ve bakımını gerçekleştirmesi sonucunda yarım milyondan fazla aboneye doğal gaz dağıtım hizmeti sunuyor. Lisans bölgelerinde ihtiyaç duyulan şebekelerin projelendirilmesi, inşaaı, işletmesi, doğal gazın nakli, pazarlanması, satışı ve müşteri hizmetlerine kadar oldukça geniş bir yelpazede en iyi şekilde faaliyet veren GAZDAŞ, EPDK tarafından taahhütlerini en yüksek oranda tamamlayan şirketler arasında ilk sırada gösteriliyor.

Yükümlülüklerini eksiksiz ve en üst düzeyde tamamlayarak, 10 yıl boyunca, vatandaşların güvenli ve ekonomik bir yakıt olan doğal gazdan dolayısıyla da temiz enerjiden faydalanmaları için azami çaba gösterdiklerini kaydeden Zorlu Enerji Doğal Gaz Grubu Genel Müdürü Fuat Celepci, “Titizlikle sürdürdüğümüz çalışmalarımızı önümüzdeki dönemde de devam ettirerek, daha çok sayıda konut ve sanayi kullanıcılarımızın temiz, güvenli ve uzun vadede tasarruflu yakıt doğal gazla kesintisiz ve yüksek hizmet kalitesiyle buluşmasını sağlayacağız” dedi.

10 yılda Türkiye’yi üç kez kat edebilecek uzunlukta bir şebeke yaratıldı

Faaliyet gösterdikleri bölgelerde toplam 800 milyon TL yatırıma imza attıklarını, doğrudan ya da dolaylı olarak ortalama 2000 kişiye istihdam sağladıklarını ve 5 bin 745 kilometre uzunluğunda doğal gaz şebekesi ile Türkiye’yi bir uçtan diğer uca üç kez kat edebilecek uzunlukta bir şebeke oluşturduklarının altını önemle çizen Celepci, “10 yılda Trakya bölgesinde Edirne, Kırklareli, Tekirdağ, Babaeski, Lüleburgaz, Çerkezköy ve Karaağaç’ı içine alan 17 yerleşim biriminde doğal gaz altyapısını inşa ederek konut ve sanayiye doğal gaz arzı sağladık. Gaziantep bölgesinde ise Nizip ve Kilis’in içinde yer aldığı bölgede doğal gaz altyapısının geliştirilmesine büyük bir katkı sunduk. Önümüzdeki dönemde de genişleme çalışmalarımıza devam edeceğiz” şeklinde konuştu.

Dağıtım bölgelerine yenileri eklenecek

Hava kirliliğine yol açmayan önemli bir yakıt olan doğal gazın kullanımı sayesinde, artan araç kullanımına karşın, Gaziantep ve Trakya bölgelerinde hava kirliliğinde önemli oranda düşüş yaşandığını belirten Celepci, doğal gazın çevreci yönüne vurgu yaptı.

Yeni dönemde dağıtım bölgelerine yenilerini de ekleyecekleri bilgisini veren Fuat Celepci, Trakya bölgesinde dokuz, Gaziantep bölgesinde ise üç yeni yerleşim yerini doğal gazın konforu ile



Soldan sağa: Zorlu Enerji Doğal Gaz Grubu Kıdemli Yöneticisi Erdem Çakır, GAZDAŞ Trakya Bölge Müdürü Tamer Akaslan, Zorlu Enerji Doğal Gaz Grubu Genel Müdürü Fuat Celepci, Zorlu Enerji Kurumsal İletişim Müdürü Esra Çakır, Zorlu Enerji Doğal Gaz Grubu Genel Müdür Yardımcısı Recep Arslantay, GAZDAŞ Gaziantep Bölge Müdürü Muzaffer Yalçın.

Zorlu Enerji Doğal Gaz Grubu’nun 10 yılını değerlendirmek üzere basın mensuplarıyla bir araya gelen Fuat Celepci, dağıtım bölgelerine yenilerinin ekleneceğini vurguladı.

tanıştırıcaklarını dile getirdi. Bu yıl Gaziantep bölgesinde 20 milyon TL, Trakya’da ise 27 milyon TL olmak üzere toplamda 50 milyon TL’ye yakın bir yatırım planladıklarını da sözlerine ekleyen Celepci, “Lisans alanımıza dahil edilen yeni bölgelerde altyapı çalışmalarımızı sürdürerek daha fazla kişiye güvenli ve temiz doğal gaz hizmetini sunabileceğiz” dedi.

Hedef 1,5 milyon abone...

Enerji sektörünün en önemli oyuncularından biri olan Zorlu Enerji Grubu’nun ve Zorlu Holding’in gücünü ve desteğini de arkalarına alarak yola çıktıklarını kaydeden Celepci, 10 yıl boyunca azimle çalışarak sorumluluklarını hakkıyla yerine getirdiklerine işaret etti. Yatırımlara hız kesmeden devam edeceklerinin de altını önemle çizen Celepci, “Önümüzdeki 10 yılda abone sayımızı 1 milyonun üzerine çıkararak doğal gaz dağıtım şirketleri ilk üçe girmeyi hedefliyoruz. 2035 hedefimizde ise 523 milyon dolar düzeyinde yatırım

yaparak 9000 kilometrelik bir şebekeye ve 1,5 milyon aboneye ulaşmak var” diye konuştu. GAZDAŞ olarak sosyal sorumluluk projelerine de büyük bir önem verdiklerini belirten Fuat Celepci, “Enerjimiz Çocuklar İçin” projesi ile Türkiye’nin ilk ulusal enerji eğitimi projesini hayata geçirerek çocukları bilinçlendirdiklerini hatırlattı ve sözlerini şöyle sürdürdü:

“Gönüllü çalışanlarımızın katıldığı eğitimlerle bölgelerdeki ilkokul öğrencilerine doğal gazın sağlığa, çevreye ve yaşamımıza sağladığı katkıları anlatıp, temiz enerji kaynakları ve enerji tasarrufu konusunda bilgiler veriyoruz. GAZDAŞ olarak inanıyoruz ki, 2035’e ve daha da ötesine emin adımlarla yürüyeceğiz.

Ateşimiz hiç sönmeden, enerjimiz asla bitmeden, daha büyük başarılarla, ülkemiz için daha güzel yarınlarla...”



Soldan sağa: GAZDAŞ Trakya Bölge Müdürü Tamer Akaslan, Zorlu Enerji Doğal Gaz Grubu Genel Müdürü Fuat Celepci, Zorlu Enerji Doğal Gaz Grubu Genel Müdür Yardımcısı Recep Arslantay, GAZDAŞ Gaziantep Bölge Müdürü Muzaffer Yalçın.

Hızlı ve yerli iş birliği

Türkiye ekonomisinin lokomotif şirketlerinden Vestel ve Turkcell, 4.5G deneyimini yerli üretimin gücü ile tüketiciye sunmak üzere önemli bir iş birliğine imza attı.

Vestel, Turkcell için özel olarak Vestel Venus V3 5020'yi geliştirdi ve böylece iki dev marka güç birliğine gitti. Vestel ve Turkcell tarafından gerçekleştirilen iş birliği kapsamında akıllı telefon pazarındaki ithalat oranını ihracata çevirerek cari açığa pozitif yönde katkıda bulunmak amaçlanıyor. Vestel Venus V3 5020 akıllı telefonun kamuoyuna tanıtıldığı basın toplantısı Vestel Şirketler Grubu İcra Kurulu Başkanı Turan Erdoğan ve Turkcell Genel Müdürü Kaan Terzioğlu'nun katılımıyla düzenlendi.

“İş birliğimiz cari açığın azalmasına katkı sağlayacak”
Venus V3 5020 ile Türk mühendisliğinin ve yerli üretimin gücünü bir kez daha gözler önüne serdiklerini kaydeden Vestel Şirketler Grubu İcra Kurulu Başkanı Turan Erdoğan, Türkiye'nin lider şirketlerinden biri olan Turkcell ile gerçekleştirdikleri iş birliğinden dolayı duydukları memnuniyeti dile getirdi ve sözlerini şöyle sürdürdü: “İş birliğimiz gelişerek devam edecek. Kazandığımız bilgi ve birikimin yanı sıra üretim gücümüzü tüm teknoloji firmalarıyla ortaklaşa projeler gerçekleştirmek için kullanmaya hazırız.”

Türkiye’de cari açığa neden olan en önemli kalemlerinden birinin akıllı telefon ithalatı olduğunu belirten Turan Erdoğan, Venus V3 5020 akıllı telefonlarla yurt dışı pazarlarında da etkin bir şekilde varlık göstereceklerini vurguladı. Erdoğan, “Artık akıllı telefon üreten ve bu telefonları dünyaya ihraç eden bir Türkiye var. Turkcell ile yaptığımız iş birliği hem ürün, hem hizmet ihracatı ile cari açığın azalmasına ve doğrudan istihdamın artmasına katkı sağlayacak. Bu nedenle bugün burada gerçekleştirdiğimiz toplantı ile Türkiye’nin ihracattaki en önemli ve tarihi hamlelerinden birini duyuruyoruz” dedi.

“Piyasaya, herkesin erişebileceği uygun fiyatlı bir telefon sunuyoruz”
Her fırsatta teknoloji alanında yerli üretime destek verdikleri ifade eden Turkcell Genel Müdürü Kaan Terzioğlu,



Vestel Şirketler Grubu İcra Kurulu Başkanı Turan Erdoğan ve Turkcell Genel Müdürü Kaan Terzioğlu

dünyanın en güçlü 4.5G altyapısını Turkcell müşterilerine sunarak milyonlarca insanı birbirine bağladıklarını belirtti. Terzioğlu, sözlerini şöyle sürdürdü: “Turkcell olarak müşterilerimize hızlı, uygun fiyatlı ve en önemlisi yerli bir akıllı telefon sunmanın mutluluğunu yaşıyoruz. Üstelik bu cihazı alanlar Turkcell’in milyonlarca kişiye ulaşan en popüler servislerini de deneyimleyebilecekler. Yerli üretim alanındaki çalışmalarını gurur duyarak takip ettiğimiz Vestel ile hayata geçirdiğimiz bu iş birliği ile piyasaya, herkesin erişebileceği uygun fiyatlı bir telefon sunmakla kalmıyor, aynı zamanda Türkiye’nin cari açığının azaltılmasına da katkıda bulunuyoruz.”

Venus V3 5020 lansmanının ardından tüm katılımcılar, Vestel City’yi gezdiler. Venus akıllı telefonların anakartlarının üretildiği tesisin ardından katılımcılar, üretim ve test bantlarını da ziyaret ettiler.

Anında “Canlı Destek”

Kullanıcılar, Venus V3 5020’ye Turkcell servisleri de yüklü bir şekilde sahip oluyorlar. 4 çekirdekli işlemci, 8 MP arka, 5 MP ön kamera, 3140 mAh batarya ile kullanıcıya sunulan olan; 1 GB RAM ve 16GB dahili depolama kapasitesine de sahip olan Venus V3 5020’nin depolama alanı SD kart ile 32 GB’a kadar artırılabilir. Venus, HDR, filtreleme ve özel çekim, panoramik çekim ve hızlı otomatik odaklama fonksiyonları sayesinde fotoğraf ve video çekimi yapmaktan keyif duyanların her türlü beklentisini karşılıyor. Cihaz, V Market ile müşterilerin ihtiyaçlarına özel olarak derlenen uygulamalarla Venus’e özel bir çok avantaj sunuyor. Venus V3 5040 alanlar, binlerce film, sesli içeriğe, fotoğraf baskı uygulamasından diyet programlarına birçok uygulamada fırsatlar kazanıyor. Ayrıca V3 serisinde sunduğu Teamviewer destekli yeni uygulaması “Canlı Destek” ile müşterilerin servis merkezine gitme derdi de son buluyor.

Karayel, Efes 2016’da göz doldurdu

Vestel Savunma tarafından tamamen milli kaynaklarla geliştirilen yerli insansız hava aracı Karayel, Türk Silahlı Kuvvetleri’nin en önemli tatbikatlarından biri olan Efes 2016’da göz doldurdu.

Vestel Savunma Sanayi’nin ehil mühendisleri tarafından geliştirilen insansız hava aracı (İHA) Karayel, operasyonel uçuştaki becerilerini TSK üst düzey yetkililerine bir kez daha kanıtladı. Daha önce katıldığı Deniz Kurdu tatbikatında görevini layıkıyla yerine getirerek yetkililerden tam not alan Karayel, 30 – 31 Mayıs 2016 tarihlerinde İzmir’de düzenlenen Efes 2016 tatbikatında da gerçekleştirdiği başarılı uçuşlarla ilgi odağı oldu.

Kötü hava koşulları, yüksek irtifa ve buzlanma gibi olumsuz şartlar altında dahi görevini eksik yerine getiren Karayel, daha önce pek çok kez TSK tarafından operasyonel tatbikatlarda kullanıldı.

Bu yıl Türk savunma sanayii firmalarına ürünlerini uluslararası üst düzey askeri ve devlet erkanının beğenisine sunma şansı da veren Efes 2016 tatbikatında Vestel, 200 m2’lik alanda ürünlerini sergiledi. Ayrıca Vestel, etkinlik kapsamında Karayel’in ihracatı için pek çok ülke ile ikili görüşmelerde de bulundu.

Sivil hava sahalarında da kullanılabilir

Faydalı yükü (kamera), ana ve yedek veri bağı entegrasyonu tamamlanmış, ileri üs transferlerini yapar halde, TSK için Ekim 2015’ten bugüne kadar ortalama 1500 saatlik uçuş gerçekleştiren Karayel İHA sisteminde uçaklar, 24 saat esasına göre görev yapıyor. Karayel, aynı zamanda sivil

hava sahalarında kullanım için de gerekli tüm teknik altyapı ve donanımına sahip. Kareyel’in tasarımı NATO İHA Uçuşa Elverişlilik Standardı olan STANAG- 4671 çerçevesinde gerçekleştirildi.

Mühimmatlı İHA’da sona gelindi

Taktik sınıfındaki İHA’lara takılabilecek bir mühimmatın olmayışı üzerine TSK’nın talebi doğrultusunda fiili entegrasyon aşamasına geçen Vestel Savunma, yerli mühimmatların Karayel’de kullanılmasına olanak sağlayacak tasarım ve üretim faaliyetlerine başladı. Üç ay gibi kısa bir sürede mühimmat entegrasyonu gerçekleştirilen mühimmatlı Karayel’in, nisan ayı ortasında uçuş ve yer testleri tamamlandı.



GIS Projesi'ne Zorlu imzası...

Nobel Kimya Ödülü'ne layık görülerek Türkiye'yi gururlandıran Prof. Aziz Sancar, yine bir ilke imza atarak GIS Projesi'ni hayata geçirdi. Projeye sponsor olan Zorlu Holding, Prof. Aziz Sancar'ı bu çetin yolda yalnız bırakmadı.

DNA onarımı üzerine yaptığı mekanik çalışmalar dolayısıyla 2015 Nobel Kimya Ödülü'nü alan Prof. Aziz Sancar, Kız Çocukları İçin STEM (GIS) adlı proje ile kız çocuklarına umut oluyor. "Kız Çocukları İçin STEM" projesinin ödül töreninde konuşan Prof. Aziz Sancar: "Türkiye'nin taşra bölgelerinden gelen biri olarak, eğitimin gücünü çok iyi anlıyorum. Eğitimin hayatımı nasıl etkilediğinin farkındayım. Türkiye'deki ve dünyadaki bütün kızların benim sahip olduğum olanaklara sahip olmasını istiyorum" dedi.

Projenin 700 kız öğrenci yararlandı

Türkiye'nin yedi farklı şehrinde düzenlenen STEM Kamp programları kapsamında 6. sınıfa devam eden toplam 700 kız öğrenciyi eğitim verildi. GIS Projesi, seçilen şehirlerdeki valilikler, üniversiteler, millî eğitim müdürlükleri, sanayi ve ticaret odaları, belediyeler ve STK'lar ile birlikte hayata geçirildi. GIS Projesi kapsamında ayrıca ulusal ve uluslararası rol modellerin misafir konuşmacı olarak katılım gösterdiği "Kız Çocuklarının STEM Eğitimine Yönlendirilmesinin Önemi" konulu paneller de düzenlendi.

Küresel Cinsiyet Eşitsizliği Raporu'na göre 142 ülke arasında 125. sırada yer alan Türkiye'de bu program ile çevreye ve sürdürülebilir kalkınmaya hizmet eden bilim ve teknolojileri geliştirmenin temelini oluşturan STEM eğitimine merakı mümkün olan en erken yaşta kazandırmak hedefleniyor.

Projenin amaçları arasında 6. sınıfa giden kız çocuklarında küresel eğitim, bilim ve kültür alışverişi konularında farkındalık sağlamalarına katkı sunmak ve öğrencileri, geleceklerinin temellerini atarken STEM'i göz önünde bulundurmaya teşvik etmek yer alıyor.



Sofralarınız Pierre Cardin ile ışıldasın

Hayalleri yaratıcılıkla birleştirerek göz kamaştırıcı evler yaratan Pierre Cardin Home, birbirinden şık sofralar ürünleri ile farkını bir kez daha ortaya koyuyor.

Yüksek kalitede malzeme kullanımı, elegan çizgisi ve geniş bir yelpazeye sahip desen çeşitliliği ile sofraların vazgeçilmezi olma yolunda ilerleyen Pierre Cardin, yeni koleksiyonu ile büyülüyor.

Pierre Cardin'in yeni koleksiyonunda A'dan Z'ye her detay titizlikle bir arada sunuluyor. Pierre Cardin, aile olmayı hissetmenin en kısa yolunun aynı sofranın etrafında toplanmakla başladığına inanlar için zarif çizgilerin kusursuz tasarımlarla dans ettiği ürünler yaratıyor.

Sofralara değer katıyor

En değerli dostların ağırlandığı, sohbetle güzelleşerek uzayıp giden yemek davetlerinin ve kutlamaların kusursuz eşlikçisi olan Wedding serisi, sofralarda adeta bir yıldız gibi parlıyor. Etkileyici tasarımlardan oluşan Gala ve daha az parçalı, günlük kullanıma uygun All Day ürünleriyle Pierre Cardin Home, özel davetlerden günlük kahvaltılara kadar her anın daha keyifli geçmesini sağlıyor. Asaletten vazgeçemeyenler için altın ve gümüş detaylı çatal bıçak takımları; sürahi ve bardaktan oluşan cam sofralar takımları ile sofralara şıklık katıyor.

Işığı aldığı yöne göre renk değiştirme özelliğine sahip olan Magic efektli yemek takımları ise geleneksel çizgilerden uzaklaşıp fark arayanların yardımına koşuyor.

En değerli mirasınız olacak

Yüksek teknolojinin rehberliğinde yüksek kalitede hammadde kullanılarak üretilen Pierre Cardin sofralar koleksiyonu, görünümünü yıllar boyu koruyor. Pierre Cardin Home sofralar koleksiyonu ürünleri, Linens ve TAÇ Fabrika Satış mağazalarının yanı sıra; linens.com.tr'de de satışa sunuluyor.



Kaliteli hammadde kullanılarak dizayn edilen Pierre Cardin sofralar ürünleri, benzersiz görünümlerini yıllar boyu koruyor.

Zorlu gönüllüleri Şanlıurfa'da bir hayali gerçekleştirdi

Sosyal sorumluk anlayışı gereği Zorlu Holding çalışanlarından oluşan bir grup gönüllü, “24 Kasım 24 Hayal” projesi çerçevesinde Şanlıurfa'nın Siverek ilçesindeki Gazi İlköğretim Okulu'na kütüphane kurdular.

Çocukların ve gençlerin hayal gücünün ve ufkunun genişlemesinde kütüphanelerin son derece büyük bir paya sahip. Bu fikri benimseyen Zorlu Holding'in bir grup gönüllü çalışanı, Hürriyet Gazetesi ve Öğretmen Akademisi Vakfı'nın ortak girişimiyle hayata geçirilen “24 Kasım 24 Hayal” projesi kapsamında Şanlıurfa'nın Siverek ilçesinde kütüphane kurma çalışmalarına katıldı.

Bu eğitim ve öğretim yılında faaliyetine başlamasına rağmen Gazi İlköğretim Okulu'nun donanımsal birtakım ihtiyaçları bulunuyordu. Gazi İlköğretim Okulu Müdürü Sabri Vardar öğrencilerin kitap okuyabileceği, ders çalışabileceği ve farklı dünyalar hakkında bilgi edinerek hayal dünyalarını genişletmelerine katkıda bulunacak kütüphane hayalini “24 Kasım 24 Hayal” projesi için açılan platformda paylaştı. Müreffeh ve aydınlık bir Türkiye'nin ancak ve ancak iyi eğitim almış bilinçli çocuklarla mümkün olacağını savunan Zorlu Holding bu projeye de destek vermeye karar verdi. Sabri öğretmen çağrısına kulak veren Zorlu Holding, kütüphanenin oluşturulması için hemen çalışmalarına başladı. Gazi İlköğretim Okulu'nun içinde hayata geçirilen kütüphanenin tefrisatı ve içindeki kitaplar da Zorlu Holding tarafından bağışlandı.



Şanlıurfalı miniklere Eataly'den büyük sürpriz

Hayatında hiç pizza yememiş Şanlıurfalı bir çocuğun hayalinden yola çıkan Eataly İstanbul'un dünyaca ünlü İtalyan şefleri, Şanlıurfa'nın Germiş Dağ Eteği Köyü'nde 400 çocuğa pizza pişirerek bir ilke imza attılar.

Hayata lezzet katan Eataly İstanbul, gerçekleştirdiği sosyal sorumluluk projeleriyle de adından söz ettiriyor. Dreamstalk'un sosyal medyada paylaştığı, hayatı boyunca pizzayı tatmamış Urfalı Kadriye'nin videosundan yola çıkan Eataly İstanbul Executive Şefi Claudio Chinali ve ekibi Şanlıurfa'nın Germiş Dağ Eteği Köyü'nde 400 çocuğa pizza pişirdi. 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı kutlamaları çerçevesinde gerçekleşen etkinlikte bayram coşkusu Eataly sayesinde tavan yaptı.

Sadece Kadriye'nin değil, köyün tüm çocuklarına unutulmaz bir bayram yaşatmak isteyen Eataly İstanbul'un İtalyan

şefleri köydeki okul bahçesine bir fırın kurdu. Kurulan fırında birbirinden lezzetli pizzaları pişirerek çocuklara servis eden şefler çocukların mutluluklarının mimarı oldu. Etkinlik, Harran Üniversitesi Dreamstalk Hayal Kulübü ve Semih Yalman'ın eğitim verdiği Dreams Akademi öğrencilerinin organizasyonu ile hayat buldu. 20 Nisan'da gerçekleşen etkinlik sonrasında bu sevinci sürekli kılmak isteyen Eataly İstanbul'un deneyimli şefleri, Harran Üniversitesi'nin Dreamstalk Hayal Kulübü ile birlikte “fırıncılık, ekmek ve pizza eğitimleri” verecek. Eataly şeflerinin vereceği eğitimlerle köydeki üretimin sürdürülebilir temelde yürütülmesi amaçlanıyor.



24 Kasım 24 Hayal Projesi

“24 Kasım 24 Hayal” adlı sosyal sorumluluk projesi, tüm Türkiye'nin desteği ile 24 öğretmenin hayalinin gerçekleştirilmesi üzerine temellendirilmiş sıra dışı bir proje. “24 Kasım 24 Hayal” adlı sosyal sorumluluk projesi kapsamında katılımcılar, kampanya koşullarına uygun olan içeriği (fotoğrafı/metni) Hürriyet.com.tr üzerinden paylaştı. Tüm paylaşımlar halk oylaması ve özel jüri tarafından değerlendirilmeye tabi tutuldu ve seçilen 24 hayal el birliği ile gerçekleştirilmeye çalışıldı. Ayrıca proje kapsamında Türkiye'nin dört bir yanındaki eğitim neferlerinin öğrencilerinin ihtiyaçlarını hayırseverlerle buluşturacak ihtiyacharitasi.org adında özel bir sayfa da hayata geçirildi.

Tasarım denince Vestel

Tasarım alanında çığır açan yenilikleri ile hem lokal hem de uluslararası pek çok platformda prestijli ödüllerin sahibi olan Vestel, Türkiye’nin tasarım karnesine adını altın harflerle yazdırıyor.



Özgün tasarımlarıyla sektörde çıtayı her geçen gün daha da yükselten Vestel’in yoğun çaba ve emeği takdir görmeye devam ediyor. Müşterilerinden gelen geri bildirimleri ve zamanın ruhuna uygunluğu göz önünde bulundurarak ürünlerini çeşitlendiren Vestel, göz dolduran tasarımlarına her geçen gün yenilerini ekliyor. Kendini sürekli olarak geliştirme mottosu ile yola çıkan Vestel, aldığı ödüllerle de bunu başardığını herkese ispatlıyor. Son olarak A Design Award&Competition Endüstriyel Tasarım Yarışması 2016’dan beş ödül, Red Dot Awards 2016’dan da iki ödülle dönen Vestel, tasarım alanındaki iddiasını bir kez daha yineledi.

A Design Award&Competition’da Vestel rüzgarı esti

Vestel, tasarım alanında dünyanın en önemli ödülllerinden biri olarak kabul edilen A Design Award&Competition Endüstriyel Tasarım Yarışması 2016’dan beş ödülle döndü. Kalite ve mükemmeliyetin belgesi olarak ifade edilen yarışmada Vestel, Elektronik Cihazlar Tasarım Ödülü kategorisinde en çok ödül kazanan Türk firması unvanının da haklı sahibi oldu. Her yıl 80 farklı kategoride yüzlerce

markanın değerlendirmeye tabi tutulduğu yarışmada Vestel, Golden A Design Award, Silver A Design Award kategorilerinde ödüle uzandı. Vestel Elektronik Endüstriyel Tasarım Bölümü Müdürü Burak Emre Altınordu, tasarım alanında prestijli ödüller kazanmaktan dolayı duydukları mutluluğu dile getirdi. Altınordu, “Tasarım fabrikası Vestel, 2015-2016 döneminde toplam 40 tasarım ödülüne layık görüldü. Bu ödüllerin dokuzu Good Design Awards, 10’u A Design Award&Competition, 21’i de Plus X Award’dan geldi. Hedefimiz, tasarımdaki gücümüzü her yıl daha ileriye taşıyarak ödüllerimize yenilerini eklemek” dedi.

A-Design Award 2015-2016’da Ödül Kazanan Vestel Tasarımları:

Golden A Design Award
• Swing 65” UHD TV

Silver A Design Award
• Vdrop 55” UHD TV
• Twin Tower 65” UHD TV
• Venus Leo Smartphone
• Venus Vega 5,7” Premium Smartphone

İtalya’da düzenlenen A Design Award&Competition Endüstriyel Tasarım Yarışması’nda çalışmalar işlevsellik, ergonomi, mühendislik, sunum, inovasyon ve teknoloji gibi başlıklar altında üç farklı jüri ekibi tarafından değerlendiriliyor. Değerlendirme sonucunda kazananlar kamuoyuna duyuruluyor.

Tasarımda trend yaratan Vestel’e üç ödül...

Vestel, tasarımın karnesi olarak adlandırılan Red Dot Awards 2016’da beş bin ürünü geride bırakarak “Mutfak ve Ev Eşyaları” kategorisinde iki ödüle layık görüldü. IF Design Awards’ta da ise “Mutfak Eşyaları” kategorisinde ödüle uzanan Vestel, tasarımın geleceğine imzasını atıyor. Yarışmaya katılan tüm adaylar, aralarında bağımsız tasarımcılar, tasarım profesörleri ve alanında uzman gazetecilerin yer aldığı 41 kişilik jüri tarafından değerlendirmeye alındı.

Tasarımlar, yüksek kalite tasarım, fonksiyonellik, ergonomi, inovasyon derecesi, malzeme kullanımı, sağlamlık, kullanım kolaylığı ve ekoloji özelliklerine göre değerlendirildi.

Brunch’a Raffles İstanbul yorumu...

Keyifli anların mimarı Raffles İstanbul, özel anları eşsiz kılmak isteyenlerin yardımına koşuyor. Birbirinden farklı lezzetlerle şenlenen Raffles İstanbul Zorlu Center brunch’ları her yaştan misafire eşsiz bir kahvaltı deneyimi sunuyor.

Yaşamının merkezine kaliteyi yerleştirmiş olanları sunduğu kusursuz hizmet anlayışı her daim şaşırtmaya devam eden Raffles İstanbul Zorlu Center, nisan ve mayıs aylarında gerçekleştirdiği özel brunch’larla ulaşılabilir lüksü bu kez de anne ve çocuklarla buluşturdu.

En lezzetli çocuk bayramı

Raffles İstanbul Zorlu Center’ın küçük misafirlerine 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı’nda eğlence ile yoğrulmuş bir pazar brunch’ı sundu. Gymboree Play&Music’in çocuklara özel etkinlikleriyle renklenen brunch’ta minik misafirler lezzet dolu saatler geçirdi.

Brunch’ta renkli ekmeklerden yapılan mini hamburger ve sosisli sandviçlerden peynirli makarnaya, çıtır tavukta kıvrık patatese, salata çeşitlerinden mini brownie’ye, yuvarlak keklerden mini çilekli tarta kadar geniş bir yelpazeye sahip menü ile çocuklar kendilerinden geçti.

Birbirinden eşsiz lezzetlerin yanında Gymboree Play&Music’in şişme oyuncakları da çocukların bayram keyfini ikiye katladı. Uzman eğitmenlerin eşliğinde gerçekleştirilen boyama ve sanat aktiviteleriyle de minikler sanat yeteneklerini geliştirme fırsatı buldular. Brunch’ta ayrıca Raffles Patisserie de dondurma alan her küçük misafire, bir dondurmaya da ikram ederek bayram coşkusuna ortak oldu.

Anneler Günü’ne lezzet kattı

Her türlü cefaya katlanarak çocuklarını her fırsatta koruyup kollayan anneler, Raffles İstanbul Zorlu Center’ın brunch’ıyla benzersiz bir gün yaşadılar. Yılın en özel brunch’ında anneler ve çocuklarını ağırlayan Raffles İstanbul Zorlu Center, Anneler Günü’nde bu mekanı tercih eden misafirlerine Raffles Spa



bakımlarından da indirimli fiyatlarla yararlanma fırsatı sundu. Konukların çiçeklerle karşılandığı, canlı müzik ve birbirinden özel armağanlarla renklenen Raffles İstanbul’un Anneler Günü brunch’ı zengin lezzetlerden yüz boyama, film gibi çocuk aktivitelerine kadar uzanan özel bir programa sahne oldu. Anneler Günü Brunch’ında, suşi ve çeşitli Uzak Doğu lezzetleri, zengin deniz mahsulleri, dönerden barbeküye canlı pişirme istasyonlarında hazırlanan tatlar, fırından pizza ve pideler yer aldı. Brunch’ta; gazpacho soğuk çorbalar, paella gibi Arola’nın sevilen lezzetleri ile Raffles Patisserie’nin özenle hazırlanan pasta, ekmek ve tatlı seçenekleri de mevcuttu.



Pakistan RES de “Gold Standard”a kavuştu

Zorlu Enerji’nin “Gold Standard” kriterlerini yerine getirdiği rüzgar enerji santralleri arasına Pakistan’da bulunan santrali de katıldı. Böylelikle Pakistan’da yılda 100 bin tona yakın CO₂ salınımının önüne geçen Zorlu Enerji RES projesinin çevresel ve toplumsal sürdürülebilirliğe sunduğu katkı da tasdiklenmiş oldu.

Zorlu Enerji tarafından 2009 yılında Jhimpir bölgesinde faaliyete geçirilen Rüzgar Enerji Santrali, sürdürülebilirlik alanında küresel düzeyde en itibarlı programlardan biri olarak kabul edilen “Gold Standard” sertifikasını aldı. 56,4 MW kurulu güce sahip santral, Pakistan’ın ilk rüzgar enerjisi projesi olma özelliğine sahip. Diğer taraftan, yenilenebilir enerji sektöründe örnek teşkil eden projelere imza atan Zorlu Enerji, Pakistan’da “Gold

Standard” sertifikası almayı başaran “ilk şirket” unvanını da elde etti.

Zorlu Enerji’nin tüm RES projeleri Gold Standard sertifikalı Zorlu Enerji daha önce Gökçedağ, Sarıtepe ve Demirciler rüzgar enerjisi santral projeleri için Gold Standard sertifikası almıştı. Küresel ölçekli bu programa Pakistan’daki RES’in de katılmasıyla Zorlu Enerji’nin tüm RES projeleri Gold

Standard sertifikası sahibi oldu. Böylelikle Zorlu Enerji’nin tüm RES’lerinin; risk kontrolü, paydaş kabulü itibar artırımı ve piyasa görünürlüğü kriterlerini karşıladığı ve sürdürülebilir kalkınmaya katkıları, bu sertifikayla onaylanmış oldu.

Gold Standard sertifikasının yenilenebilir enerji projeleri için yüksek kaliteli karbon kredilerinin oluşturulmasında önemli bir güvence sunduğuna dikkat çeken Zorlu Enerji Genel Müdürü Sinan Ak, “Tüm yatırımlarında toplumsal, çevresel ve ekonomik kalkınmayı destekleme vizyonuyla hareket eden bir grup olarak, yenilenebilir ve temiz enerji projeleri için önemli bir eşiği temsil eden Gold Standard sertifikasına tüm rüzgar enerjisi projelerimizde sahip olmanın gururunu yaşıyoruz” dedi. Sinan Ak sözlerini şöyle sürdürdü: “Pakistan’ın Jhimpir bölgesinde 2009’da hayata geçirdiğimiz proje, yılda 100 bin tona yakın CO₂ salınımının önüne geçmesinin yanı sıra Pakistan’da toplumsal kalkınma konusunda da önemli bir değer yarattı. Sektörümüz açısından ilham verici olduğunu düşündüğümüz benzer projeleri hayata geçirmeye devam edeceğiz.”

“Gold Standard” nedir?

Gold Standard, toplumsal ve çevresel sürdürülebilirliğe katkıları ile karbon piyasasında işlem gören rüzgar enerji santralleri gibi enerji projelerini derecelendiren standartlar arasında en itibarlı kabul ediliyor. Dünyada 80’den fazla sivil toplum örgütü tarafından desteklenen ve 1100 projenin de gelişmesi için çalışan program, Gold Standard Foundation tarafından yürütülüyor. Sertifika, yenilenebilir enerji projelerini karbon emisyonlarında sağladığı düşüş, doğaya saygılı olması, toplumsal kalkınmaya sunduğu katkı gibi farklı kriterlere göre değerlendirerek veriliyor. Gönüllü piyasadaki kredibilitiyi ve şeffaflığı garanti eden sertifika, yüksek kaliteli karbon kredilerinin oluşturulmasında bir kalite güvence bedeli sağlıyor.

Valeron ‘Kişiyeye Özel’ koleksiyonu ile denize açıldı

Hayata geçirdiği yeni tasarımlar ve kişiyeye özel uygulamalar ile yatak odalarını yaşam alanlarının en gözde alanı haline getiren Valeron, bu kez tekne sahiplerinin yatak odalarında sofistike bir uyum yaratıyor.

Yalın detayları ince bir işçilik anlayışıyla buluşturarak küçük dokunuşlarla büyük farklar yaratan Valeron, kişiyeye özel ürün anlayışı ile tekstil tutkunlarının gönlünü bir kez daha fethediyor. Yenilikçi ve özgün ev tekstili markası Valeron, bu kez kaliteden ve şıklıktan ödün vermeyen tekne sahiplerinin yatak odalarını adeta bir sanat eserine dönüştürüyor.

Valeron şıklığı bu kez teknelerde...

Valeron, denizin kendilerine sağladığı özgürlük hissini seçimlerinde de yaşamak isteyen tekne sahiplerinin zevklerini yatak odalarına taşımalarına olanak sağlıyor.

Kullandıkları ürünleri isim ve amblem ile kendilerine özel kılmak isteyen tekne sahipleri Valeron sayesinde, renk ve desen seçiminin yanı sıra ölçü de belirleyebiliyorlar. Koleksiyonda bulunan ürünler tekne sahiplerinin istediği ölçü ve detaylarla yeniden şekillenebiliyor. Valeron’un bu özel ve benzersiz hizmeti sayesinde tekne sahipleri, adeta kendi yatak odalarının tasarımcıları olacaklar.

Kişiselleştirilmiş ürünler ezber bozuyor

Ev tekstil sektörünü kişiyeye özel üretim anlayışı ile tanıştıran Valeron, nevresim takımlarından masa örtülerine, havlulardan bornozlara kadar uzanan geniş bir yelpazede kendi stilini yaşam alanlarına taşımak isteyenler için benzersiz bir fırsat sunuyor. Valeron’un sunmuş olduğu hizmet kapsamında tüketiciler, isimlerini veya isimlerinin baş harflerini nevresim takımlarına, masa örtülerine, havlulara veya bornozlara işletebiliyor. Kişiyeye özel ürün uygulaması ile sektörde fark yaratan Valeron, zarafet anlayışı yüksek, trendleri yakından takip eden tüketicilere “Premium Koleksiyonu” ile cevap veriyor. Kendini ayrıcalıklı hissetmek isteyenlere en üst kalite ürünleri ve yüksek el



işçiliği ile hitap eden Premium Koleksiyonu’ndaki yüzde 100 mısır pamuğundan üretilen nevresimler, ev tekstili tutkunlarına birbirinden değişik nakış modelleri ve limitsiz renk seçeneği ile sunuyor.

Ulaşılabilir lüksün adı Valeron

Lüksü ulaşılabilir kılama iddiası ile yola çıkan Valeron, tasarım konusunda da iddialı olduğunu koleksiyonlarıyla herkese kanıtıyor. Valeron, nevresim, pike, yatak örtüsü takımlarından; bornoz, havlu, perde ve dekoratif ürünlere kadar geniş bir ürün aralığı ve benzersiz modellerle tüketicilerle buluşuyor. Valeron, saten ve jakar satenden üretilen nevresim takımları; nakışlı, dantelli, brodeli modellerin yanı sıra baskılı modelleriyle elegan çizgisini evin en özel alanlarına taşıyor.



Vestel, sporu tabana yaymak için harekete geçti

52. Cumhurbaşkanlığı Türkiye Bisiklet Turu, Vestel sponsorluğunda gerçekleşti. Tanıtım toplantısında konuşan Vestel Satış ve Pazarlama Genel Müdürü Ergün Güler, “Bisiklet sporunun ailelerin ve bireylerin hayatına girmesi için uzun vadede sponsorluğumuz devam edecek” dedi.

Vestel, bir toplumun gelişiminde sporun önemli bir etken olduğuna inanıyor. Bu doğrultuda, spora verdiği desteği bir adım öteye taşıyarak Vestel, Cumhurbaşkanlığı Türkiye Bisiklet Turu'na sponsor oldu. 52. Cumhurbaşkanlığı Türkiye Bisiklet Turu, 24 Nisan-1 Mayıs tarihleri arasında yoğun bir katılımı gerçekleştirildi. Etkinlik öncesinde Çırağan Palace Kempinski'de bir de tanıtım toplantısı düzenlendi. Cumhurbaşkanlığının destek verdiği tek yarış olarak toplumdaki bisiklet algısına farklı bir boyut katmak için hayata geçirilen 52. Cumhurbaşkanlığı Bisiklet Turu'nun tanıtım toplantısında Vestel Ticaret A.Ş. Genel Müdürü Ergün Güler, bir konuşma gerçekleştirdi.

Vestel'den sıra dışı bir proje: Vestel Sağlık Yolları

Cumhurbaşkanlığı Türkiye Bisiklet Turu'na sponsor olmanın heyecan ve mutluluğunu yaşadıklarını dile getiren Güler, “Geçtiğimiz yıl sponsor olduğumuzda yine dünyada bir ilki gerçekleştirmiştik. Dünyada ilk kez uluslararası bir yarışın rotasında bir fabrika yer almış, 152 ülkeye ihracat yapan Vestel City'den 50'den fazla ülkeden gelen sporcular geçmişti ve tüm dünya bunu yayınlamıştı” şeklinde konuştu.

Sporu tabana yaymak adına 52. Cumhurbaşkanlığı Türkiye Bisiklet Turu'na destek verdiklerine işaret eden Güler, uzun vadede bisiklet sporunun aileler ve bireylerin hayatına girmesi için sponsorluklarını devam ettireceklerinin altını önemle çizdi ve sözlerini şöyle sürdürdü: “Bir ilimizde şehir ile organize sanayiye birbirine bağlayan bir bisiklet yoluna sponsor olduk. Projemizin ismi; ‘Vestel Sağlık Yolları’. İşçilerimizin aynen



Efes Güvensan Marka Geliştirme & İşbirlikleri Uzmanı

“Böylesine heyecanlı bir serüvenin parçası olduğum için çok mutluyum”
“Vestel olarak bu yıl düzenlenen 52. Cumhurbaşkanlığı Türkiye Bisiklet Turu'nu bu yıl da başarıyla sonuçlandırdığımız için öncelikle mutluyuz. Bu etkinliğin hem Türkiye'nin tanıtımı, hem de bisiklet sporunun sevdirenliği bakımından önemli bir organizasyon olduğunu düşünüyorum.



Alana ilk gittiğimde gördüğüm Vestel bayrak ve logoları beni çok heyecanlandırdı. Her şeyin yolunda olduğunu görmek, ekibin tüm kalbiyle Vestel için çalıştığını bilmek, anında bütün küçük aksaklıklara bile çözüm bulunması, herkesin işini ne kadar sevecek yaptığının ve bu projeye ne kadar inandığının canlı bir kanıtı gibiydi. Antalya'ya gittiğimizde her yer Vestel bayrakları, balonlarıyla süslüydü. Alana kurulan Vestel çadırında yaşlısıyla, genciyle herkes Vestel'in düzenlediği aktivitelere katılıyorlardı. Markamızın çadırı altında o kalabalığı görmek oldukça gurur vericiydi. Böylesine güzel bir organizasyonda görev almaktan, bu heyecanı onlarla beraber yaşamaktan oldukça keyif aldım.

Her etabın içinde arabayla yarışçılarla beraber gitmek, bu deneyimi onlarla yaşamak, bu süreçte de bütün etaplardaki balonlarımızı, markamızın bütün ürünlerimizi kontrol ederek bu anı deneyimlemek heyecan vericiydi. Bu heyecanlı serüvenin belki de en güzel tarafı üç ayrı şehirde üç ayrı mevsimi yaşamaktır.”



medeni ülkelerde olduğu gibi sağlıklı ve emniyetli bir şekilde bisikletle fabrikaya gelmesine vesile olacağız” diyen Ergün Güler, bu sayede sosyalleşmeye de katkı sağlayacaklarını kaydetti. Güler sözlerini şöyle sürdürdü: “O yolun en önemli katkılarında birisi de tabii ki çevreye olacak. Hem zehirli atıkların, hem de trafik yoğunluğunun şehirlerimizde azaltılması anlamında. Bunun devamını inşallah diğer şehirlerde de yapacağız. Sadece fabrikalarla evleri değil, aynı zamanda da okullarla evleri bisiklet yollarıyla birbirine bağlayarak trafik sorununa çözüm üretmeyi ve sağlıklı yaşamı teşvik etmeyi hedefliyoruz.”

Bu sponsorlukla, spora, sağlıklı yaşama ve sürdürülebilir çevre etkinliklerine verdikleri önemi gösterdiklerine de işaret eden Güler, bisiklet sporunu sahiplenmek ve buna yönelik çalışmaların devamını getirmek istediklerini de belirtti. Ülkemizde bisiklet sporunun yaygınlaşmasını hedeflediklerini de vurgulayan Güler, bundan sonra da bisiklet alanındaki iddialarını yeni projelerle güçlendirerek devam ettireceklerini vurguladı.

Vestel'in projesi örnek olmalı

Son 13 yılda Türkiye'nin 659 uluslararası spor organizasyonuna ev sahipliği yaptığını vurgulayan Cumhurbaşkanlığı Genel Sekreteri Fahri Kasırga, “Vestel Sağlık Yolları Projesi”nin çok büyük bir öneme sahip olduğunu kaydetti. Kasırga, “Vestel'in attığı adımı çok değerli buluyorum. Çok saygıdeğer bir proje olduğuna inanıyorum. Projenin, bisiklet kültürünün halkımızın tüm kesimine yayılması adına örnek olması gerektiğini düşünüyorum” dedi.



Gizem Birgül Pazarlama İletişim Uzmanı

“Çok anlamlı bir çalışmanın içindeydik”
“Türkiye'de bisiklet sporunun yaygınlaşması için büyük bir özveri ile 52 yıldır her sene gerçekleştirilen 52. Cumhurbaşkanlığı Bisiklet Turu'nu bu yıl da, “Gururla Yerli” ailesi olarak yeniden dahil olduk.



Vestel olarak, 52. Cumhurbaşkanlığı Türkiye Bisiklet Turu, sponsorluğumuz kesinleştiği andan itibaren heyecanlı bir koşuşturma başladı. Aksaray-Konya, Kumluca-Elmalı etapları Vestel Prim Kapısının olduğu ve bizim adımızla anılan etaplardı. Tüm giydirmelerimiz ve oyun kurgularımız, araçlarımız, bayraklarımızla hazırдық.

Tüm etaplarda vatandaşların katılımı çok yüksekti. Özellikle şehirler arası yollarda geçerken, ana okulundan liseye kadar ellerinde Türk bayrakları taşıyan ve öğretmenleriyle bizlere eşlik eden, alkışlayan öğrencileri gördükçe ne kadar güzel ve anlamlı bir işin içinde olduğumuzu anladık 7'den 77'ye herkesin ilgisi duyduğu bisiklet sporunu sahiplendiğimiz için gurur duydum.”

Nazlı Uysal Dijital Pazarlama Uzmanı

“Dünyaca ünlü sporcular ülkemizdeydi”

“Vestel olarak, 52. Cumhurbaşkanlığı Bisiklet Turu'na sponsorluğumuz kapsamında, bir kere daha “Geleceğe Pedal Çevir” dedik. Bisikletin önemli isimlerinden bir kısmını bu sene yine Türkiye Bisiklet Turu'nda izleme şansı bulduk. 2010'dan bu yana aralıksız her sene Türkiye Turu'na gelen Greipel, pelotonun en yaşlı bisikletçisi Davide Rebellin, geçen sene Vestel Türkiye Güzellikleri klasmanını ve son etabı kazanan Lluís Mas Bonet gibi isimler bunlardan birkaçıydı. Etaplar parkurlar sebebiyle oldukça zorluuydu. En zorlu olanı ise oldukça eğimli ve virajlı olan Kumluca etabıydı. Ama zor olanı başarmak her zaman daha güzeldir ve günün sonunda bisikletçiler zor ama güzel bir iş başarmış olmanın mutluluğunu yaşadılar.

Biz de Vestel ekibi olarak, bisikletçileri, Vestel giydirmelerinin ve Vestel Prim Kapısı'nın yer aldığı parkurlardan tur boyunca takip ettik ve o heyecanı onlarla birlikte yaşadık. Kendi adımıza en heyecanlandığımız anlardan biri, yarışın son anının yanında, aynı zamanda Vestel Prim Kapısı'ndan geçiş anlarıydı. Bunun yanında, hem bizim için hem de bisikletçiler için, yollarda Türk Bayrakları ile bekleyen büyüklü küçüklü destekçiler ise çok anlamlıydı.”



İş hayatına Küçük Bi' Mola

Yoğun iş temposunu Küçük Bi Mola etkinlikleri ile keyifli hale getiren Zorlu Holding, hayata geçirdiği projelerle içinde bulunduğu topluma ve sosyal hayata değer katan birbirinden değerli isimleri ağırladı.

Çalışma hayatına kısa da olsa renk katan aralar vererek çalışanlarına hem keyifli bir gün yaşatan hem de sosyal konularda farkındalıklarının artmasına yardımcı olan Zorlu Holding, Küçük Bi' Mola adını verdiği etkinliklerde yine birbirinden değerli isimleri çalışanlarıyla buluşturdu. Zorlu Holding, Mayıs ayında Özel Sektör Gönüllüleri Derneği Koordinatörü Başak Güçlü Elbir ve SineMASAL'ın kurucusu Enes Kaya'yı, Haziran ayında ise Çevre Günü kapsamında WWF'nin Türkiye ayağı ile birlikte Yeşilist, Antebies, Florame ve TruKid'i ağırladı.

Sanatın “Don Kışot”ları

26 Mayıs 2016'da gerçekleştirilen Küçük Bi' Mola! sohbet buluşmasında Özel Sektör Gönüllüleri Derneği Koordinatörü Başak Güçlü Elbir ile birlikte, SineMASAL'ın kurucusu Enes Kaya katılımcılara benzersiz bir mola deneyimi yaşattılar. Özel Sektör Gönüllüleri Derneği, çalışanların içinde yaşadığı topluma katkıda bulunabilmeleri için pek çok STK ve şirket arasında köprü görevini üstleniyor. SineMASAL ise kırsalda yaşayan çocukları sinema başta olmak üzere sanatın tüm renkleri ile tanıştırmayı amaçlayan bir sosyal girişim. Özel Sektör Gönüllüleri Derneği'nin amacını izleyicilere aktaran Elbir'in sunumunun ardından, Türkiye'de gönüllülük kavramının en iyi örneklerinden biri olan SineMASAL'ın kuruluşunun perde arkası ve bu girişimin ufuk açıcı yolculuğu Kaya tarafından izleyicilere aktarıldı.

Akıllı tüketim kavramı çevre gününde masaya yatırıldı

Küçük Bi' Mola etkinliklerinin bir diğeri ise “çevre” konusuna odaklandı. Temel hedeflerinden biri faaliyet gösterdiği tüm alanlarda çevre konusunda bilinç ve vizyonunu yukarılara taşımak olan Zorlu Holding, bu amaç doğrultusunda kaynakları doğru kullanmak, attığı her adımı geleceği düşünerek



tasarlamak üzerine çalışmalarını gerçekleştiriyor. Çevresel kodlarını sürdürülebilirlik üzerine inşa eden Zorlu Holding, kaynakların sonsuz olmadığına bilinci ile 5 Haziran Dünya Çevre Günü'nde farkındalık yaratacak bir etkinliğe imzasını attı. “Bilinçli Tüketim: Sağlıklı Yaşam, Sağlıklı Dünya” temasıyla gerçekleştirilen Küçük Bi' Mola! buluşması bu kez WWF'nin Türkiye ayağı ile birlikte Yeşilist, Antebies, Florame ve TruKid'i ağırladı. Etkinlik çerçevesinde Türkiye'nin ilk yeşil rehberi ve sürdürülebilir yaşam platformu Yeşilist Proje Koordinatörü Görkem Gömeç, “Akıllı tüketimin ötesinde: Bilinçli Tüketim 4.0” adlı bir sunum gerçekleştirdi. Amaçlarının üretici ile tüketiciyi bir araya getirmek olduğunu kaydeden Gömeç, Türkiye'de tek düze bir üretim ve tüketim kültürünün var olduğuna işaret etti. Bir ürünü alırken öncelikli olarak bireylerin kendisine “Ben bu ürünü neden alıyorum” diye sorması gerektiğinin altını önemle çizen Gömeç, “Bilinçli tüketimin en önemli etkisi kaynak kullanımında oluyor. Bize bir yıl için 1,5 dünya gerekiyor. Her yılın yarısında neredeyse yıllık kotamızı bitiriyoruz. Kaynak kullanımımız sürdürülebilir değil. Bizim dünyaya yaptığımız etkiler öyle bir düzeye ulaştı ki yeryüzünün yapısını değiştirmeye başladık. Dünya için yeni bir çağ açtık” dedi.



Spora destek meyvelerini veriyor

Zorlu Enerji, yatırımlarının olduğu bölgelerde gençlerin sporla buluşmasını kolaylaştırmak için yerel kulüplere ve bireysel sporculara desteğini sürdürüyor. Bu desteklerin meyveleri ise toplanmaya başladı: Osmaniye Demirspor Kadın Futbol ile Voleybol, Alaşehir Belediye Spor Kadın Voleybol takımlarının ve vücut geliştirme sporcusu Kudbettin Bulut'un başarıları gurur veriyor.

Zorlu Enerji, sorumlu yatırımcı bakış açısıyla yatırımlarının bulunduğu bölgelerde çocuk ve gençlerin spora teşvik edilmesi için yerel amatör spor kulüplerini destekliyor. Bu destekler ile başarıya ulaşan kulüpler ise hem Zorlu Enerji'yi hem de bulundukları bölgedeki yurttaşları gururlandırıyor.

Zorlu Enerji'nin sponsor olduğu Alaşehir Belediyespor 27 maçın tamamını kazanarak namağlup unvanıyla Türkiye Voleybol Federasyonu Bayanlar 3. Ligi'nden 2. Ligi'ne yükselmeyi başardı. Zorlu Enerji, Manisa Alaşehir Belediyespor Kadın Voleybol Takımı ile Osmaniye Demirspor Kadın Futbol ve Voleybol Takımlarının yanı sıra birçok kulübü destekliyor. Bunlar arasında, Tunceli Ovacık Ulaşspor Futbol Kulübü, Denizlispor Futbol Takımı ve Tercan Belediye Spor Kulübü yer alıyor. Zorlu Enerji, bu kulüplerin yaz ve kış aylarında açtığı kurslara ve spor okullarına kayıt olan yaklaşık 3 bin çocuk ve gencin spor yapmasına da destek sunuyor.

Zorlu Enerji'den üç yıldır almış olduğu destekle bölgesel amatör ligden Türkiye Futbol Federasyonu Kadınlar 2. Ligine yükselen yükselen Osmaniye Demirspor Kadın Futbol Takımı, 2. ligdeki ilk yılı olan 2015-2016 sezonunu 3. sırada bitirerek büyük bir başarıya imza attı. 2014-2015 sezonunda kurulan voleybol takımı ise kurulduğu ilk yıl bölgesel amatör ligden 3. Lige çıkarak grubunu sekizinci olarak bitirdi.

Zorlu Enerji, sporla beraber yatırım bölgelerinde düzenlenen yerel etkinlikleri destekleyerek kültürel değerlerin yaşatılmasına da katkı sunuyor. Zorlu Enerji'nin spora, gençliğe ve kültüre katkıları devam edecek.



Zorlu Enerji'nin desteğiyle dünya ikincisi oldu
Zorlu Enerji'nin jeotermal santral yatırımının bulunduğu Aydın ili Buharkent ilçesinde spor yaşamını sürdüren ve gençlere örnek olan Kudbettin Bulut, Dünya Vücut Geliştirme Şampiyonası'nda “Masterlar” kategorisinde dünya ikincisi oldu.

WABBA (World Amateur Body Building Association) tarafından 3-5 Haziran tarihleri arasında Padova'da gerçekleştirilen şampiyonada ülkemizi temsil eden 51 yaşındaki sporcu, Zorlu Enerji'ye teşekkür ederek gençlere örnek olmaktan mutluluk duyduğunu dile getirdi.



Zorlu Center, hayata keyif katıyor

Zorlu Center, birbirinden farklı etkinlikleri ile ziyaretçilerini şaşırtmaya devam ediyor. Hayata geçirdiği etkinliklerle ziyaretçilerine rengarenk bir dünya vadeden Zorlu Center, eğlencenin merkezi ünvanını fazlasıyla hak ediyor.



Sıra dışı etkinliklerle ziyaretçilerinin her dakikasını eşsiz bir ana çeviren Zorlu Center, yaz boyunca da birbirinden harikulade etkinliklere ev sahipliği yapmaya devam etti.

Açık havada film seyretmenin keyfine Zorlu Center'da varılır Beyazperdenin büyüünden vazgeçemeyenler Temmuz ayında her Salı ve Perşembe günü Zorlu Center Meydan Katı Park alanında bir araya geldi. Komedi, animasyon ve aksiyon dalında her biri gişede büyük hasılatlar yapmış olan birbirinden keyifli filmler İstanbulluların yaz gecelerine renk kattı.



Son zamanların en beğenilen romantik komedi filmlerinden olan 'Kocan Kadar Konuş 2 Diriliş', yaşlı genç demeden herkesin beğenisini kazanan 'Kung Fu Panda 3', bir Çağan Irmak filmi olan 'Nadide Hayat' ve sevimli mi sevimli görünüşleriyle herkesin sempatisini kazanan 'Minyonlar', Zorlu Center'ın açık hava sinemasında sinemaseverleri bir kez daha büyüledi. Tüm gösteriler ücretsiz ve halka açık olarak gerçekleşti.

Açık Pazar yaz aylarına damgasını vuracak

Zorlu Center, ziyaretçilerinin alışveriş keyfine doyısıya varmaları için 4-26 Haziran ve 13 Ağustos-4 Eylül tarihleri arasında hafta sonları birbirinden renkli ve tasarım markaların yer aldığı Açık Pazar konseptini hayata geçirdi.

Meydan Katı'nda kurulan Açık Pazar'ın açılışı 5 Haziran 2016 tarihinde Ayla Çelik konseri ile gerçekleştirildi. Agumigu, Alaim-i Sema, Atölye 11, Begart, Byzeyn, Eataty, İkiiki, King Naked, Linens, Lucky Culture, Mesele, One Ceramic, Pembecida, Performans Sanatları Merkezi, Pap,

Sheman, Tırtıl Design, Vestel ile bebek, dekorasyon, çanta, aksesuar, takı, tekstil, hediyeelik eşya markaları ve lezzet duraklarıyla Açık Pazar, misafirlere unutulmaz bir deneyim yaşıyor. Ziyaretçiler hem pazara özel hazırlanan çadırlarda alışveriş yapıyor hem de canlı müzik performansları ile keyifli dakikalar yaşıyor.

Müzik Zorlu'da

Zorlu Center her cuma, cumartesi ve pazar kulakların pasını silecek birbirinden güzel canlı müzik performansları ile de ziyaretçilerinden tam not aldı.

Küçüklere büyük eğlence...

Çocukların düş dünyasına ve yaratıcılıklarına katkıda bulunmaya önem veren Zorlu Center, birbirinden eğlenceli oyunlar ve atölye çalışmaları ile minik misafirlerinin gönüllerini fethetti. Zorlu Center'da sürekli değişen konseptlerle çocuklarla buluşan mini çocuk atölyeleri, hem çocukların eğlenceli vakit geçirmesine hem de analitik düşünme becerileri kazanmasına yardımcı oldu.



KÜÇÜKLERE BÜYÜK EĞLENCE ZORLU'DA!

Birbirinden eğlenceli oyunlar ve kendilerine özgü tasarımlarla yaratıcılıklarını geliştirmeleri için minik misafirlerimizi Zorlu'ya bekliyoruz.

Her Cumartesi ve Pazar
Meydan Katı Çocuk Etkinlik Alanı
14.00 - 16.00
Babalar Gününe Özel Mini Çocuk Atölyesi
14.00 - 16.00

ATÖLYE ADI	ATÖLYE ADI	ATÖLYE ADI
1. KÜÇÜKLERE BÜYÜK EĞLENCE ZORLU'DA!	2. KÜÇÜKLERE BÜYÜK EĞLENCE ZORLU'DA!	3. KÜÇÜKLERE BÜYÜK EĞLENCE ZORLU'DA!
4. KÜÇÜKLERE BÜYÜK EĞLENCE ZORLU'DA!	5. KÜÇÜKLERE BÜYÜK EĞLENCE ZORLU'DA!	6. KÜÇÜKLERE BÜYÜK EĞLENCE ZORLU'DA!
7. KÜÇÜKLERE BÜYÜK EĞLENCE ZORLU'DA!	8. KÜÇÜKLERE BÜYÜK EĞLENCE ZORLU'DA!	9. KÜÇÜKLERE BÜYÜK EĞLENCE ZORLU'DA!
10. KÜÇÜKLERE BÜYÜK EĞLENCE ZORLU'DA!	11. KÜÇÜKLERE BÜYÜK EĞLENCE ZORLU'DA!	12. KÜÇÜKLERE BÜYÜK EĞLENCE ZORLU'DA!

Yaratıcı minikler Zorlu'da buluştu

Zorlu Center, 23 Nisan-15 Mayıs 2016 tarihleri arasında, minik misafirlerinin eğlenirken öğrenecekleri birbirinden farklı aktiviteleri barındıran keyifli bir etkinliğe ev sahipliği yaptı. Etkinlik kapsamında çocuklar her gün karşılaştıkları makinaların nasıl çalıştıklarını eğlenerek öğrenme şansı yakaladılar. Minik misafirler, öğretmenlerin gözetiminde etkinlik alanında makinaların çalışma prensipleri konusunda bilgi edindiler. Ayrıca çark şeklinde hazırlanan greenbox'larda kendi seçtikleri bir konsept üzerinden resim çektirebilme şansına da erişen minikler, gün sonunda sertifikalarla

ödüllendirildiler. Atölyelerin yanı sıra dijital platformlarda iPadler aracılığıyla interaktif oyunlar oynadılar, çarkların nasıl çalıştıklarını bizzat deneyimledikleri mini sergiyi ziyaret ettiler, 3D printer yardımıyla çarkların üretimine tanıklık ettiler ve düzenlenen yarışmalarla hem eğlenip hem de yaratıcılıklarını geliştirdiler.

Zorlu, Euro 2016 heyecanına ortak oldu

Futbol severler dünyanın en önemli spor organizasyonlarından biri olan Euro 2016'nın nefes kesen maçlarını Zorlu Center farkıyla izlediler. Futbol keyfini açık havada yakamak isteyenler için maçları Zorlu Center'ın Meydan Katı Park Alanına kurduğu dev ekrandan izlediler. Tüm maçları futbolun usta yorumcularının sohbeti eşliğinde açık havada izlemek isteyenler ise Zorlu PSM Amfi'de buluştular. Açık havada, dev ekranda, birbirinden enfes maç menüleri ve özel ikramlar eşliğinde maç izlemek isteyenler ise Raffles İstanbul Lounge 6'da bir araya geldi. Eataty Teras'ı tercih edenler ise turnuvaya özel menu eşliğinde dev ekranda maç izlemenin keyfine doyısıya vardılar.



AB Çevre Ödülleri'nde Türkiye'yi Vestel temsil edecek

Yeni bir üretim teknolojisi geliştirerek sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunan inovatif şirketlere verilen Avrupa Birliği Çevre Ödülleri'nde Vestel, süreç kategorisinde birinciliğe layık görüldü. Vestel, Türkiye'nin en "sürdürülebilir ve yenilikçi" şirketi olarak ülkemizi Avrupa'da temsil edecek.

Çevresel, toplumsal ve etik değerler ışığında kurumsal sosyal sorumluluğunu yerine getirerek kaynak etkinliğini artıracak, yaşam döngüsünün çevre üzerindeki etkilerini en aza indirecek, enerjiden tasarruf edecek, emisyon ve atıkları azatacak yeni bir işletme vizyonu geliştiren şirketlerin ödüllendirildiği Avrupa Birliği Çevre Ödülleri'nde Vestel, süreç kategorisinde ödüle uzandı. Vestel, 3 Haziran 2016 tarihinde düzenlenen teknoloji ve çevre temalı iki farklı ödül töreninin kazananı oldu.

"İnovatif yaklaşımlarımızı çevreye duyarlı bir bakış açısıyla şekillendiriyoruz"

Avrupa Birliği Çevre Ödülleri, Bölgesel Çevre Merkezi (REC) Türkiye ve Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) iş birliği ile 3 Haziran 2016 tarihinde Ankara'da gerçekleştirilen bir törenle sahiplerini buldu. Akıllı telefon ve televizyon üretiminde "nano krom kaplama" sistemi ile süreç kategorisinde ödüle layık bulunan Vestel, Avrupa Birliği Çevre Ödülleri final töreninde ülkemizi temsil etmeye de hak kazandı.

Tüm üretim faaliyetlerinde yüksek teknoloji ve çevreye duyarlılığı merkeze aldıklarını kaydeden Vestel Şirketler Grubu İcra Kurulu Başkanı Turan Erdoğan, "Üretim süreçlerimizin her noktasında inovatif yaklaşımlarımızı çevreye duyarlı bir bakış açısıyla şekillendirmeye gayret gösteriyoruz. Teknoloji üretiminde çevre dostu faaliyetler yürütmek ve bu süreçlerin karşılığında ülkemizi global arenalarda temsil etmek bu zamana kadar izlediğimiz yolun doğruluğunu gözler önüne seriyor" dedi. Avrupa Birliği Çevre Ödülleri'nde açılış konuşmaları, Çevre ve Şehircilik Bakanı Mehmet Özhaseki, AB Bakanlığı Müsteşarı Büyükelçi Rauf



Engin Soysal, Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu Başkan Yardımcısı Bela Szombati, TOBB Başkanı ve EUROCHAMBRES Başkan Vekili M. Rifat Hisarcıkıoğlu, REC Türkiye ve AB Çevre Ödülleri Ulusal Program Direktörü Rifat Ünal Sayman tarafından yapıldı. Törene özel sektörden çok sayıda şirket, kamu kurum ve kuruluşlarının yanı sıra STK'lardan da çok sayıda davetli katılım gösterdi.

Teknoloji Ödülleri'nde de Vestel birinci...
TÜSİAD, TÜBİTAK ve Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV) tarafından düzenlenen "Teknoloji Ödülleri"nde de Vestel birinci oldu. Teknoloji Ödülleri, toplumsal duyarlılığı artırmak için yenilikçi ürün ve teknoloji geliştirme süreçlerinde sanayicileri bilinçlendirmek amacıyla gerçekleştiriliyor.

Linens perdelerle evinize canlılık katın

Modernlikten ödün vermeyen estetik ve konforlu çözümleriyle ev dekorasyonunda mükemmelliğin adresi olan Linens, her zevke uygun yüzlerce alternatiften oluşan perde koleksiyonuyla yazın coşkusu evlere taşıyor.

Trendlerin çarpıcı etkisini perdelerine yansıtan Linens, kusursuz renk ve çizgileri ile yaşam alanlarına ışık katıyor. Her beklenti ve zevke uygun ürünleri ile tercih edilen Linens, ev alışverişini keyifli bir aktiviteye dönüştürüyor. Birbirinden farklı desen ve geniş bir renk skalasına sahip perde koleksiyonuyla Linens, yatak odasından oturma odasına, salondan mutfığa kadar perdeye ihtiyaç duyulan her ortam için sunduğu kusursuz seçeneklerle yaşam alanlarına hak ettiği değeri veriyor.

Perde koleksiyonunda pudra ve ekru renklerinin vurucu etkisinden yararlanan Linens, aynı zamanda mavinin birbirinden farklı canlı tonlarıyla gökyüzüne ve denize atıfta bulunuyor. Geometrik desenlerin, yumuşak ve kadifemsi dokuların zarif bir şekilde yorumlandığı Linens perde koleksiyonunda özgünlük ve asaletten ödün verilmiyor.

A'dan Z'ye hizmet anlayışı...

Linens, perdelerini yenilemek isteyip de işe nereden başlayacağını bilmeyenleri A'dan Z'ye perde hizmeti ile tanıştırıyor. Müşteri memnuniyetinin artırılmasını ve kusursuz hizmet deneyimini kendisine başlangıç olarak belirleyen bu hizmet kapsamında, Linens'in ev dekorasyonunda uzman personeli, müşterilerin evlerine bizzat giderek ölçü alıyor. Talep edilmesi halinde kişinin zevkini de göz önünde bulundurarak ihtiyaçlarına uygun perde seçmesine de yardımcı oluyor.

Büyük bir dikkat ve özenle dikimi gerçekleştirilen perdelerin montajı ise yine Linens'in işinin ehli ekibi tarafından yapılıyor. Birbirinden özgün ürünleri ile ev dekorasyonunda çığır açan Linens'in perde koleksiyonunu yakından incelemek ve kumaşlara dokunarak seçim yapmak için Linens mağazalarını ziyaret etmek yeterli.



Zorlu Center’ı dünya takdir ediyor

Açıldığı günden bu yana tam 35 ödülün sahibi olan Zorlu Center AVM, son olarak ICSC European Shopping Centre Awards’ta New Development kategorisinde Avrupa’nın En İyi Alışveriş Merkezi seçildi. Bununla yetinmeyen Zorlu Center, Türkiye’de ilk kez düzenlenen ‘İstanbul Light Festival Zorlu Center’ projesi ile Altın Pusula’nın Pazarlama İletişimi ve Bütünleşik Pazarlama kategorisinde ödüle layık görüldü.



İstanbul’un kent yaşamına farklı bir soluk getiren Zorlu Center, gerek düzenlediği etkinlikleri gerekse değiştirdiği AVM anlayışıyla hem Türkiye’de hem de dünyada kamuoyunun beğenisini topluyor. Geçtiğimiz günlerde, ICSC European Shopping Centre Awards’ta New Development kategorisinde Avrupa’nın En İyi Alışveriş Merkezi seçilen Zorlu Center, Türkiye çapında düzenlenen Altın Pusula’dan da ödülle döndü.

12 finalist geride bıraktı

Zorlu Center, Uluslararası Alışveriş Merkezleri Konseyi (ICSC) tarafından her yıl düzenlenen ICSC European Shopping Centre Awards’ta 10 ülkeden katılan 12 finalist AVM’yi geride bırakmayı başardı. AVM anlayışını sanat ve kültürle harmanlayan Zorlu Center, New Development kategorisinde Avrupa’nın En İyi Alışveriş Merkezi seçildi.

Milano’da gerçekleşen ödül töreninde Zorlu Center adına ödülü alan Zorlu Center Genel Müdürü Didem Aydın, yaşadıkları haklı gururu şu sözlerle ifade etti: “Avrupa’nın en prestijli ödülleri arasında gösterilen ICSC European Shopping Centre Awards’ta en iyi alışveriş merkezi seçilmenin mutluluğunu yaşıyoruz. Bu başarıya ulaşmak için çok

çaba sarfettik; hizmete girdiğimiz ilk andan itibaren gerek marka karmamız gerekse yıl boyu süren ve geleneksel hale getirdiğimiz kampanya ve etkinliklerimizle misafirlerimizin kalbine dokunduk. Bu başarıda emeği geçen tüm ekibime teşekkür ediyor ve bizleri hiçbir zaman yalnız bırakmayan misafirlerimize şükranlarımızı sunuyorum.”

Altın Pusula’nın ibresi Zorlu Center’ı gösterdi

‘İstanbul Light Festival Zorlu Center’ projesi ile hem Türkiye



hem de İstanbul için önemli bir ilke imza atan Zorlu Center, bu çalışmasıyla Türkiye’nin en prestijli halkla ilişkiler ödülllerinden Altın Pusula’nın ‘Pazarlama İletişimi ve Bütünleşik Pazarlama’ kategorisinde ödül aldı. 15 ülkeden, 22 ışık sanatçısının 23 eseriyle yer aldığı ve tam 17 gün süren İstanbul Light Festival’e yaklaşık 700 bin ziyaretçi katılmıştı. Geleneksel ve yeni medya kanallarıyla yapılan iletişim çalışmaları kapsamında ise 53 milyondan fazla kişiye ulaşılmıştı.

Altın Pusula yarışmasında alınan ödülü değerlendiren Zorlu Center Genel Müdür’ü Didem Aydın, teşekkürlerini şu sözlerle ifade etti: “Türkiye’nin iletişim alanındaki en prestijli ödüllerinin sahiplerini bulduğu Altın Pusula kapsamında, Zorlu Center olarak büyük emek vererek ilk defa ülkemizde hayata geçirdiğimiz ‘İstanbul Light Festival’ ile bu ödülü almaktan çok mutluyuz. Çalışmalarımızın değerli bir meyvesi olarak gördüğümüz bu ödül için TÜHİD’in değerli jüri üyelerine teşekkür ediyor; emeği geçen ekip arkadaşlarıma, bizlerle beraber büyük bir özveri ile çalışan 17 iş ortağımızın yanı sıra, projenin tasarlanmasından uygulamasına her adımda yanımızda olan Republica’ya ve halkla ilişkiler ajansımız Hill&Knowlton’a şükranlarımı sunuyorum.”

Sıra dışı deneyimlerin adresi: Vestel

Toplunun ruhen ve fikren gelişmesinde sanatın son derece önemli bir rol oynadığına inan Vestel, sanata ve sanatçıya destek vermeye devam ediyor.

Sanatın bireylerin düş dünyasına, düşünüş şekline ve bilinç düzeyinin gelişmesine yardımcı olduğu gerçeğinden hareketle daha önce pek çok platformda çeşitli sponsorluklarla sanata ve sanatçıya desteğini esirgemeyen Vestel, son olarak 20 Şubat-12 Haziran 2016 tarihinde düzenlenen Digital Revolution ve 2 Mart-5 Haziran 2016 tarihleri arasında gerçekleştirilen The Goal sergisine sponsor olarak sanatseverlere sıra dışı bir deneyim yaşattı.

Dijital kültüre yakından bakmak...

Vestel’in sponsorluğunda Zorlu Performans Sanatları merkezinde sanatseverlerle buluşan Digital Revolution sergisi, Avrupa’nın en değerli sanat merkezlerinden biri olarak kabul edilen Barbican Centre imzasını taşıyor. Türkiye’de bu zamana kadar gerçekleştirilmiş olan en kapsamlı teknoloji sergisi olan Digital Revolution, sanatla teknolojiyi eşi benzeri olmayan bir şekilde buluşturuyor. Türkiye’de bugüne kadar gerçekleştirilenlerin çok daha ötesinde bir sanat deneyimi sunan sergide, her biri kendi alanında söz sahibi işlere imza atmış bir dizi sanatçı, oyun geliştirici, film yapımcısı, mimar, tasarımcı ve müzisyen bir araya geldi. Sergide DIY (Kendin Yap) kültürü, dijital topluluklar ile zenginleştirilmiş gerçeklik, giyilebilir teknolojiler, yaratıcı kodlama, yapay zeka ve 3D

yazıcılarla gelecekteki dünyanın portresi çizildi. Ziyaretçilerle buluştuğu süre boyunca katılımcı sayısının 10 bini geçtiği sergide en çok ilgiyi interaktif çalışmalar çekti. 40 m2’lik standı ile sergide varlık gösteren Vestel, “V Teknoloji Hikayesi” adını verdiği bu alanda 1860’dan günümüze teknoloji ve televizyonun gelişimini, kilometre taşlarını, yazılı ve görsel grafik tasarımıyla ziyaretçilere anlattı. 3 adet gerçek Vestel TV’nin de sergilendiği Vestel alanında her üç TV’de de 1985 yılına ait açılış filmi sanatseverlerle buluştu. Aynı alanda yer alan sürpriz çekmece açıldığında ise içindeki ekranda yine 1985 yılına ait fabrikanın içinde çekilmiş üretim bantlarının olduğu video ziyaretçilere zamanda kısa bir yolculuk yaptırdı. Ayrıca Vestel, geleceğin teknolojisi ile Vestel’in ilişkisini göstermek amacıyla stantta “Karanlık Oda Hologram Kurgusu” çalışmasına da imza attı. Yine stantta Timeline alanı içeriklerinden oluşan Vestel broşürleri de ziyaretçilere dağıtıldı. Digital Revolution Sergisi, Vestel’in sosyal medya hesaplarından da desteklenerek bilinirlik artırıldı ve katılıma destek olundu.

The Goal’e Vestel damgası

Vestel, 2 Mart-5 Haziran 2016 tarihleri arasında sporseverlerle buluşan The Goal sergisine de sponsor oldu. Zorlu Performans Sanatları Merkezi ve Sefada Entertainment işbirliği ile



gerçekleştirilen The Goal sergisi 30 milyon Euro değerindeki 300 binden fazla parçaya ev sahipliği yapan “World Football Collection”ın Barley Arts tarafından seçilen en değerli 600 eserini futbolseverlerin beğenisine sundu. Dünyaca ünlü kulüplerden millî takım oyuncularına ve teknik direktörlere ait yüzlerce eser, ziyaretçileri zamanda gezintiye çıkardı.

Bir spor etkinliği olarak izleyici ile buluştuğu süre boyunca toplamda 5 bin 200 kişinin katılım gösterdiği sergide dikkat çekici noktalardan birini de katılımcıların sergi içeriği ile alakalı birçok bilgiyi Vestel tabletlerden edinmeleri, videoları izleyebilmeleri oluşturdu. Vestel, alana kurduğu Vestel Brandingli videowall da, ziyaretçilere keyifli dakikalar yaşattı. Ziyaretçiler, Brandingli videowall oyununda, wall karşısındaki bir vurma noktası üzerinden ekrana sanal şut çektiler. İsteyen katılımcılar oyunu tamamladıktan sonra, fotoğraf çektirebilme şansına eriştiler, isteyenler de fotoğraflarının çıktısını aldılar. The Goal sergisinin duyurusunu sosyal medya hesaplarından da yapan Vestel, serginin daha fazla konuşulmasını sağlamak ve bilinirliğini artırmak amacıyla 3 hafta süren bir Facebook yarışmasını www.facebook.com/Vestel sayfası üzerinden gerçekleştirdi. Her hafta bir yarışma GIF’i yayınlayan Vestel, bu GIF’in altına yapılan yorumlardan istenen şartları karşılayan 10 tane yorumun sahibine The Goal sergisi bileti hediye etti.



Raffles Spa’da cilt bakımı ve masaj keyfi

Raffles İstanbul Zorlu Center içinde hizmet veren Raffles Spa, cildini ve bedenini yaz aylarında da ihmal etmeyenlerin tercihi olmaya devam ediyor. Yaza özel ‘C Vitamini Cilt Bakımı’ ve ‘Body Sculpt’ masajıyla dikkat çeken Raffles Spa’dan hafta içi her gün sabah saatlerinde indirimli hizmet almak da mümkün.

Yaz aylarında cilt sağlığını korumak ve güneşin nimetlerinden yararlanmak veya selülitlerinden arınmak için cilt bakımı ve masaj yaptırmak isteyenler soluğu Raffles İstanbul Zorlu Center’ın içinde yer alan Raffles Spa’da alıyor. Güneşin olumsuz etkilerini bertaraf etmek ve cildi desteklemek için geliştirilen ‘C Vitamini Cilt Bakımı’ ile yazı sağlıklı karşılayan konuklar ‘İyi yaşam’ felsefesini benimseyen Raffles Spa’nın sunduğu 60 dakikalık bu kürde ciltlerindeki renk farklılıklarından ve lekelerinden arınıyorlar. C Vitamini Cilt Bakımı, güneşin olumsuz etkilerine karşı cildi desteklemek için Organic Pharmacy ürünleri ile yapıyor. Bakım, soyucu işlevi ile kış boyu nemini ve elastikiyetini kaybeden cildi onarıyor. Papaya ve diğer bitki asitleri ile güçlü bir C vitamini içeriği olan bu bakım, aynı zamanda cildi besleyerek nemlendiriyor. Vücutta oluşan serbest radikal hasarını önlemekte antioksidan özelliği ile öne çıkan C vitamini, cildin kolajen üretiminde önemli rol oynadığı için elastikiyet kaybını azaltıyor ve kışın soğuktan kalınlaşmış deriyi antioksidan bakımından güçlendirerek sıcak aylara hazırlamış oluyor. Şehrin kalbindeki konumuyla adeta bir huzur vahası olarak hizmet veren Raffles Spa ‘iyi yaşam merkezi’ olma misyonuyla, ‘C Vitamini Cilt Bakımı’nın yanı sıra farklı bir hizmet daha sunuyor. Raffles Spa, tatil öncesi ödem atmaya ve selülit oluşumunu azaltmaya yönelik bir masaj olan ‘Vücut Şekillendirme Bakımı’ olarak da bilinen ‘Body Sculpt’ masajını öneriyor.

Selülite, ödem sorununa son!

İki saatlik sargı tipi kapsamlı bir masaj olan ‘Body Sculpt’ vücut şekillendirme bakımı; özellikle selülit azaltmaya ve su tutan vücut tiplerinde ödem atmaya yardımcı oluyor. Tatile çıkmadan önce uygulanması tavsiye edilen Body Sculpt bakımının, etkili sonuçlar vermesi için kür halinde alınması öneriliyor. Bakımın ideal kürü ise altı seanstan oluşuyor. Cildin keselenmesi ile başlayıp detoks amaçlı, tuz ve yağ ile ovulmasıyla devam eden bakımda sonraki aşamada selülit gidermek için ilgili bölgelere buzla derin masaj uygulanıyor. Bakım, tüm bedeni rahatlatmak üzere ayakta baskı noktalarına baskı uygulanması ile son buluyor.

‘Happy Hour’ fırsatı

World Luxury Hotel Awards tarafından ‘Türkiye’nin En İyi Lüks Spa Oteli’ seçilen Raffles İstanbul’un spa’sında hafta içi her gün, saat 10.00-14.00 arası Happy Hour uygulaması yapılıyor. Bu zaman dilimi içinde Raffles Spa’da tüm vücut ve cilt bakımları %25 indirimli.



Zorluteks’in çevre politikasına büyük ödül

Mevcut kaynakları en iyi şekilde kullanan Zorluteks, sürdürülebilirlik alanında sanayicilerin teşvik edilmesi amacıyla Kocaeli Sanayi Odası tarafından düzenlenen Şahabettin Bilgisu Çevre Ödülleri’nde büyük ödüle layık görüldü.

Çevrenin korunmasına ve gelişimine katkıda bulunmak, değişen çevre kavramlarına uyumu cesaretlendirmek, bu minvalde çalışmalar gerçekleştiren kuruluşları desteklemek ve teşvik etmek amacıyla Kocaeli Sanayi Odası tarafından düzenlenen Şahabettin Bilgisu Çevre Ödülleri’nde Zorluteks, bu yıl “Büyük İşletme” kategorisinde büyük ödülün sahibi oldu.

1995 yılından bu yana gerçekleştirilen KSO Şahabettin Bilgisu Çevre Ödülleri’nde Büyük İşletme kategorisinde Karma Sektör Çevre Ödülü almalarının kendileri için gurur verici olduğunu kaydeden Zorluteks Genel Müdürü Cemil Çiçek, tüm gelecek planlarını sürdürülebilirlik ve ekolojik ürün üretme üzerine inşa ettiklerine işaret etti.



Yeni ürün çalışmalarında her zaman çevreyi odak noktasına aldıklarını dile getiren Çiçek, bu bakış açısı sayesinde ödüle hak kazandıklarını ifade etti.

Çiçek, “Kullandığımız atık su, emisyon ve katı atıkların değerlendirildiği bir çevre yönetim sistemimiz var” dedi. İlerleyen süreçte de daha az su kullanan makinelere yatırım yapmaya devam edeceklerini vurgulayan Cemil Çiçek, tüm bu yatırımları sürdürülebilirlik ilkesi çerçevesinde yaptıklarını belirtti. Çiçek, kamuoyunda tekstilin çevreyi kirleten bir sektör olarak görüldüğünü ancak aldıkları ödülle bunun gerçekçi bir bakış açısı olmadığını tüm Türkiye’ye kanıtladıklarının altını önemle çizdi ve sözlerini şöyle sürdürdü: “Yaptığımız çalışmalarla Türkiye ortalamasından yaklaşık yüzde 40 daha az kilogram başına su kullanan bir seviyeye geldik. Bu, toplam kullandığımız suyun yüzde 40 azalması anlamına geliyor. Bunu da üniversitelerle yaptığımız çalışmalarla elde ettik.”

“Atık seviyesini minimum seviyede tutarak üretim yapmak mümkün”

Kurdıkları atık yönetim sistemi sayesinde Zorluteks’in atıklarının yüzde 90-95’ini tekrar ekonomiye kazandıracak şekilde değerlendirdiklerini kaydeden Çiçek, “Bir miktar kontamine atığı bertaraf etmek suretiyle hemen hemen hiç doğaya zarar vermeden üretim yapıyoruz. Atık seviyesini minimum seviyede tutarak üretim yapmanın mümkün olduğunu özellikle tekstil sektöründe genel kanının dışında örnek olduğumuzu söyleyebilirim. Hedefimiz, çalışanları da bu anlamda bilinçlendirmek” dedi.

Bütün paydaşları, çevreye daha duyarlı üretim yapacak şekilde bilinçlendirdiklerini de aktaran Çiçek, ekolojik ürün olarak bakıldığında yüzde 100 organik ürün üreten Türkiye’deki ilk



firma olduklarını, bu anlamda da girdilerinin ekolojik olmasına büyük özen gösterdiklerini kaydedti.

“Farklı ürünlerle ciromuzu artırmayı hedefliyoruz”

“Zorluteks, Ar-Ge ve inovasyon çalışmalarıyla çevreyi koruyarak büyüyor. Yaptığımız Ar-Ge çalışmaları sonucunda ürünlerimiz artık daha fonksiyonel. Üstelik kullanıcıya konfor kazandırıp daha az enerji tüketiyor ve kullanım kolaylıkları sağlıyor. Bundan sonra da kendini temizleyen stor perdeler ve kolay ütülenebilen, kolay kuruyan ürünler üretmeyi hedefliyoruz. Bunları da piyasaya sürüyoruz” diyen Çiçek, tüm dünyada tüketicilerin, satın aldıkları ürünlerin çevreci yapılarını da göz önünde bulundurdıklarına işaret etti.

Çiçek, “Özellikle İngiltere, ABD’de gibi ülkelerde ekolojik ürün, organik ürün, kendi kendini temizleyen ürünler karşılık görüyor. Bu anlamda yurt dışında tercih edilen fabrikaların başında geliyoruz. Zorluteks olarak bu çerçevede üretime devam edeceğiz. Böylece ülkemizde de bu ürünler yaygınlaşacaktır” şeklinde konuştu.

Değişim mutfaklardan başlıyor

Teknolojiyi mutfaklara taşıyan Vestel ankastre fırınlar, tüketicilere lezzet ve kolaylığı bir arada sunuyor.

Vestel, mutfaklarında zaman geçirmekten hoşlananlara kolaylık vadediyor. Vestel'in animasyonlu tft ekrana sahip ankastre fırınları, hem dokunmatik hem de düğmeden kontrollü ara yüzü sayesinde, saati ve zamanı ayarlayarak tüketiciye kullanım konforu sunuyor. Vestel, mutfaklarında nostaljik izler taşıyan dekorasyon tarzından hoşlananların yardımına ise "Rustik" serisi ankastre fırınlarla koşuyor.



Zamanın değerli olduğundan yola çıkan Vestel, tüm ankastre fırınlarında çıkarılabilir fırın kapakları ve kolay temizlenebilir emaye yüzey ile temizliği saatler alan bir aktivite olmaktan çıkarak adeta bir devrime imzasını atıyor. Tak çıkar kapaklar ve emaye yüzey sayesinde zahmetsizce temizlenebilen Vestel ankastre fırınlarda ayrıca farklı temizleme özellikleri de bulunuyor. Buharlı temizleme fonksiyonu kir ve yağı temizlemeyi kolaylaştırırken, katalitik paneller pişirme esnasında oluşan kirleri hapsediyor.

Fırına tepsi yerleştirmek hiç bu kadar kolay olmamıştı
Ekmeğini ve yoğurdunu kendi elleriyle yapmaktan hoşlananlar için Vestel ankastre fırınlar, 5 dakikalık ön ısıtma seçeneği sunarak bu zahmetli süreci keyfe dönüştürüyor. Ön ısıtmadan sonra özel programında pişireceğiniz ekmeğiniz 18-20 dakika içerisinde hazır hale geliyor. Ekmeğin yanı sıra evde yoğurt yapmak da Vestel ankastre fırınlarla artık daha kolay. Tek yapmanız gereken Vestel ankastre fırınınızı "Yoğurt" programına ayarlayarak mayalanmış yoğurdunuzu koyup beklemek... Her mutfak tutkununun hayatında en az bir kez deneyimlediği tepsiyi yanlış raflara yerleştirme de Vestel ankastre fırınların tel rafları ile korkulu bir rüya olmaktan çıkıyor. Teleskopik rayları sayesinde tepsileri kolayca yerleştirebileceğiniz gibi fırın içindeki yiyeceği tek hamlede dışarı çekebilir ve geri itebilirsiniz.



hafta boyunca devam edecek programın sponsorluğunu da üstleniyor.

Ankastre şıklığın adı: Vestel

Mayıs ayında televizyonlarda gösterilmeye başlanan ve başrolünde Kenan İmirzalıoğlu'nun yer aldığı "Değişim Mutfağınızda" konseptli Vestel ankastre reklam filminde değişimin gücü anlatılıyor. Reklam filminde Kenan İmirzalıoğlu, ocak, fırın ve davlumbazdan oluşan şık ve nostaljik Vestel Rustik ankastre serisinin yer aldığı bir mutfakta hayatının değişmesiyle birlikte mutfakta yaşadığı değişimi, "An gelir hayatımızdaki her şey değişir. Gün gelir kendimizi mutfakta buluruz. Hep taze tutar bizi değişim" sözleriyle anlatıyor. Filmde izleyicilere, ünlü oyuncunun artık "o özel kişi" için mutfakta yeni deneyimler yaşadığını, yeni ve hiç eskimeyen tarifleri deneyerek ilk günkü heyecanı nasıl taze tuttuğu Rustik ankastre serisi eşliğinde aktarılıyor.



Kitap sohbetine lezzet kattı

2015 yılında edebiyat sohbetlerini başlatan Writers Bar, lezzetle çevrelenmiş etkinliğini Sevim Gökyıldız'ın 'Sanatçı Sofraları' ile sürdürdü.

Misafirlerine ilkleri yaşatmak hedefiyle çalışmalarını sürdüren Raffles İstanbul Zorlu Center, birbirinden değerli yazarları okuyucuları ile buluşturduğu Writers Bar Sohbetleri'nde, bu kez Sevim Gökyıldız'ı ağırladı. Gastronomi yazarı ve gönüllü Türk mutfağı elçisi Sevim Gökyıldız'ın katılımı ile gerçekleşecek olan etkinlik, tüm kitapseverlere açık ve ücretsiz olarak gerçekleştirildi. Katılımcıların yazarla eseri hakkında da sohbet olanağı da yakaladığı 'Writers Bar Sohbetleri'nde, ayrıca ünlü sanatçı ve yazarların gastronomi ile ilişkilerinden söz edildi ve

güzel görseller eşliğinde ağırlıklı olarak 19. yüzyıl Fransız mutfağından bahsedildi. Hayal gücünü harekete geçirecek betimlemelerle okuyucuya zamanda yolculuk yaptırıp ünlü sanatçıların sofralarına konuk eden kitapta Balzac'ın istiridyelerini Ostende'den, dilbaliğini Normandiya'dan aldığını, Renoir'ın balık çorbası için Marsilya'dan küçük ıstakozlar getirttiğini, Alexander Dumas'nın balkabağı çorbasının tarifini veya Agatha Christie'nin reddedilen öykülerinin üzüntüsüyle hangi pudinglerde teselli aradığı gibi ilginç bilgiler de yer alıyor.



Şehrin kalbinde küçük bir kaçamak

Şehir manzarası eşliğinde dünya mutfağından nefis lezzetler tadarak günün yorgunluğunu atmak isteyenler, bu yaz da Lounge 6'ı tercih etti.

İstanbul'un tam kalbinde yer alan Raffles İstanbul Zorlu Center, yaz aylarında şehirden kaçıp tatile gidemeyenler için alternatif bir kaçamak fırsatı sundu. Lounge 6 ile yaz akşamlarına renk katan Raffles İstanbul Zorlu Center, İstanbulluların tatil anlayışını 'şehirden kaç' konseptiyle değiştirdi. Damağına düşkün konuklarını zengin menüsüyle memnun eden Lounge 6, sunduğu UEFA Euro 2016 maç menüleri ve açık havuz imkanıyla yaz aylarının en çok tercih edilen mekanlarından biri oldu.

Leziz tatlar...

Otelin açık havuzunun bulunduğu altıncı kattaki terasta yer alan Lounge 6, yaz aylarında hazırlanan menüsünde, Sergi Arola'nın tapas ve paylaşım tabakları, Akdeniz lezzetleri ve suşi seçkisi ile efsanevi Long Bar'ın yaz kokteyllerini bir araya getirdi. Keyifli mekanın menüsünde Akdeniz lezzetlerinden 'Burrata Salatası', 'Karides Kokteyl' gibi tatların yanı sıra farklı sandviç ve makarna çeşitleri ile taş fırından pide ve pizzalar yer aldı. Çilek ve kavunlu kek ve karışık meyve şiş gibi sıra

dışı lezzetler ise tatlı tutkunlarını adeta büyüledi. İspanyol restoranı Arola'nın yaz menüsünden somon salatası, dana carpaccio, tavuk lolipop, fish&cips, İspanyol pilavı paella gibi imza yemekler de Lounge 6'da misafirlerin beğenisine sunuldu. Lounge 6'te suşi sevenler de düşünüldü! Salıdan cumartesiye kadar 16.00-22.00 saatleri arasında tatak'i'lerden klasik rol ve nigirilere, farklı suşiler Lounge 6 servisinde yer aldı.

UEFA Euro 2016 keyfi Lounge 6'te!

Lounge 6'te heyecanla beklenen UEFA Euro 2016 maçları ve futbolsever misafirler de unutulmadı. Konuklar, Lounge 6'te açık havadaki dev ekranda özel maç menüleri eşliğinde Euro 2016 maçlarını izlediler.

Gün boyu açık havuz

Tatil keyfini kente taşımak isteyenler ise Lounge 6'teki açık havuzdan yararlandılar. Günlük giriş yapılan açık havuz, Raffles Spa'dan herhangi bir bakım alan misafirler için ücretsiz olarak hizmet verdi.



Zorluteks'in İSG uygulamaları takdir görüyor

8. Uluslararası İş Sağlığı ve Güvenliği Konferansı kapsamında Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı İş Sağlığı ve Güvenliği Genel Müdürlüğü'nün Zorluteks'te organize ettiği teknik tura 17 farklı kurumdan 29 temsilci katıldı. Zorluteks Fabrikası'nda gerçekleşen teknik tur sonunda İSG'ye dair tüm prosedürlerin harfiyen yerine getirilmesi neticesinde, Bakanlık tarafından Zorluteks'e bir teşekkür belgesi takdim edildi. İş sağlığı ve güvenliği konusunda sektörde öncü kimliğini korumak amacıyla mevcut organizasyon yapısını ve tüm iş süreçlerini bu kavram doğrultusunda yapılandıran ve konusunda uzman kişileri istihdam eden Zorlu Tekstil, aynı zamanda çalışanlarına da bilinçlendirme eğitimleri veriyor. Zorluteks Fabrikası'nda tehlike değerlendirme prosedürüne göre risk değerlendirmesi de yapan Zorlu Tekstil, sürekli iyileştirme faaliyetleri ile çalışanlarına güvenli bir çalışma ortamı temin ediyor.



Zorlu Tekstil “İnovatif Firma Ödülü”ne layık görüldü

Yenilikçi çalışmalarıyla takdir toplayan Zorluteks Tekstil, son olarak, Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği'nin (UTİB) Bursa Ticaret ve Sanayi Odası (BTSO) ve BEBKA Organizasyon Ortaklığı ve TÜBİTAK TEYDEB desteği ile 12-13 Mayıs 2016'da düzenlenen “Türkiye Tekstil İnovasyon Ligi Ödülleri”nde “İnovatif Firma Ödülü”nü almaya hak kazandı.

“Türkiye Tekstil ve Konfeksiyon Sektöründe 8. Uluslararası Ar-Ge Proje Pazarı Zirvesi” çerçevesinde gerçekleştirilen Türkiye Tekstil İnovasyon Ligi Ödülleri sektörde Ar-Ge ve inovasyon kültürünün farkındalığını artırmayı, yaymayı ve sonuçlarının ticarileştirilmesini sağlamayı amaçlıyor. İnovasyon Ligi Ödülleri ile sektör paydaşları arasında farkındalığın ve Türkiye İnovasyon Index değerinin artırılmasına katkı sağlanması hedefleniyor.



Zorlu Tekstil Lisanslı Ürünler Grubu ailesine Hello Kitty de katıldı

Tüm dünyada milyonlarca hayranı bulunan Hello Kitty karakterinin yaratıcısı Sanrio, lisansiyeleri ile İstanbul'da Sanrio Day etkinliğinde bulundu. Yeni sezonda Zorlu Tekstil Lisanslı Ürünler Grubu'nda yerini alacak olan Hello Kitty karakteri etkinlikte eğlenceli dakikalar yaşattı. Daha önce İsveç, Almanya, İsrail, Barcelona'da düzenlenen toplantılarda bir araya gelen Hello Kitty lisans sahiplerinin bu seferki durağı İstanbul oldu. Düzenlenen toplantıda markanın güncel durumu ve gelecek projeksiyonuna dair bilgiler katılımcılarla paylaşıldı. Zorlu Tekstil Lisanslı Ürünler ekibinin de katıldığı etkinlikte ayrıca Hello Kitty ve yan karakterlerin sunumu da yapıldı.



Nefes kesen turnuva

İç iletişimi ve motivasyonu arttırmak amacıyla çalışanları arasında çeşitli faaliyetler organize eden Zorluteks, bu anlayış çerçevesinde geleneksel olarak üç yıldır masa tenisi turnuvası düzenliyor. Her yıl büyük bir rekabetin yaşandığı turnuva, bu yıl da çekişmeli olduğu kadar keyifli anlara sahne oldu. Kadınlarda Nurgül Göksu'nun birinci ve Elmas Bayrı'nın ise ikinci olduğu turnuvada, erkeklerde Umut Bayar birinci, Necati Zengin ise ikinciliğe adını yazdırdı.



Milliyet Spor Ödülleri sahiplerini buldu

Bu yıl 62'ncisi düzenlenen “Milliyet Yılın Sporcusu Ödülleri” sahiplerini buldu. İş, sanat ve spor dünyasından ünlü isimlerin yoğun katılım gösterdiği ödül töreninde Barcelona'da top koşturan milli gururumuz Arda Turan'a Vestel Gururla Yerli Özel Ödülü, Vestel tarafından takdim edildi. 23 Mayıs 2016'da Swiss Otel'de düzenlenen gecede Vestel V-UHD standı ile göz doldurdu.



Vestel, Effie'de yıldızını parlattı

Reklamcılar Derneği ve Reklamverenler Derneği'nin Effie Worldwide Inc. İş birliğiyle düzenlediği 8. Effie Türkiye Reklam Etkinliği Yarışması'na Vestel damgasını vurdu. En etkili reklam ve pazarlama iletişimi çalışmalarının ödüllendirildiği Effie 2016 ödül töreninde Vestel, Haziran 2015'te lansmanı başlayan Kavisli 4K reklam filmi ile Elektronik Ürünler kategorisinde bronz, İnternet / Telekom kategorisinde ise “Aranmayan Babalar” iletişim çalışması ile bronz ödüle layık görüldü. Törenin sponsorları arasında da yer alan Vestel, etkinlikte Venus standı ile göz kamaştırdı. Her biri keskin zeka ve ince bir yaratıcılık anlayışının ürünü olan 412 başvurunun yaptığı Effie 2016'da ön aşamayı geçerek finale kalan toplam 223 aday, 36 kategoride yarıştı.



Takımlar gol attı, futbolsever Vestelliler kazandı

Vestel, Euro 2016 coşkusuunu ikiye katladı. 10 Mayıs - 10 Temmuz 2016 tarihleri arasında 48' üstü Vestel TV alanlar turnuva boyunca, seçtikleri ve destekledikleri takımlarının attıkları her golde, bir sonraki alışverişlerinde kullanabilecekleri 50 TL'lik hediye çeki kazandılar. Kampanya kapsamında, “Gololsun”

temalı reklam filmi de 23 Mayıs 2016 tarihi itibarıyla tüm Türkiye ile bulundu. “Takımınızın attığı her golde 50 TL kazanın!” söylemi ile iletişimi yapılan kampanya TV, radyo, gazete ilanı, dergi ilanı, maç izlemenin yaygın olduğu mekanlarda Amerikan servisi, poster, roll up ve çeşitli etkinliklerle de desteklendi.



Vestel standı Portakal Çiçeği Festivali'nde buluşma noktası oldu

Vestel 6-10 Nisan 2016 tarihleri arasında Adana'da gerçekleştirilen ve Türkiye'nin en kapsamlı sokak festivali unvanına sahip Portakal Çiçeği Festivali'ne sponsor oldu. Her yıl Türkiye'nin dört bir yanından binlerce kişinin katılımı ile gerçekleştirilen festivale portakal şeklindeki standı ile katılan Vestel, 4 gün boyunca 30.000 kişinin uğrak noktası haline geldi. Katılımcılara keyifli bir mola alanı sunan Vestel standında, sağlıklı mix&go içecekleri ikram edildi. Standta ayrıca Vestel Venus cep telefonları, retro buzdolapları ve derin dondurucular sergilendi.



“Gururla Yerli” konser maratonu hız kesmiyor

Zorlu Performans Sanatları Merkezi, Gururla Yerli Konserleri kapsamında her salı birbirinden ünlü isimlere ev sahipliği yapıyor. Sanatseverlerin yakın markajına aldıkları konserler, Vestel sponsorluğunda düzenleniyor. Kültür ve sanata her fırsatta destek olmaya azami derecede önem gösteren Vestel, 10 Mayıs 2016 tarihinde gerçekleştirilen Mor ve Ötesi konserinde ses getiren bir aktiviteye de imza attı. Vestel, alana kurduğu standta oldukça keyifli bir aktivite ile sanatseverleri gülümsetti. Aktivite kapsamında alana kurduğu telefon kulübesine “Beklediğiniz telefon geldi” sloganıyla misafirlerini davet eden Vestel, onlarla telefonda sohbet etti ve çeşitli sorular sorarak cevapladıkları doğru yanıtlara göre hediyeler dağıttı. Konser ile kulaklarda eşsiz bir tını bırakan Vestel, ödüllerle de yüzleri gülümsetti.



Beklenen fırsat Vestel ile geldi

Türkiye, 1 Nisan 2016 tarihi itibarıyla 4,5G'ye geçti. Mobil internet hızında artış sağlayacak bu teknolojiye geçmek isteyenlere bir destek de Vestel'den geldi. 4,5G uyumlu akıllı telefonları ile tüketicilerden tam not alan Vestel, Venus telefonlarını teknoloji tutkunlarına indirimli sundu. Ayrıca Vestel, operatör firmalarının 4,5G'ye geçişiyle birlikte oluşan telefon ihtiyacından yararlanmak üzere hazırladığı iletişim çalışmalarına dair birçok ilde açık hava, TV reklamı ve gazete iletişimi yaptı. Ek olarak mağaza içinde duyurular yaparak tüketicileri kampanya hakkında bilgilendirdi.



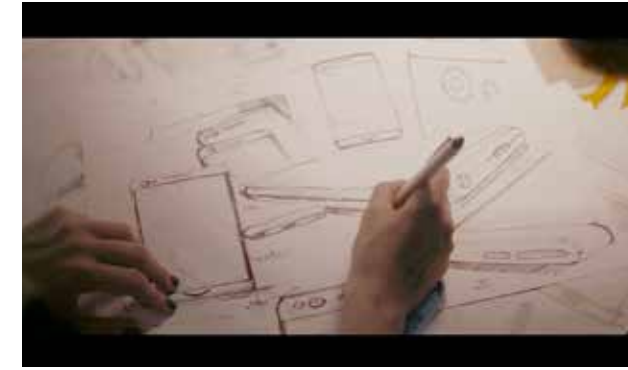
Yoldan Çıkan Oyun'a iki değerli ödül

Zorlu Performans Sanatları Merkezi prodüksiyonu ve Talimhane Tiyatrosu işbirliğiyle sahnelenen 'Yoldan Çıkan Oyun' adlı tiyatro oyunu, 20. Afife Tiyatro Ödülleri 'Haldun Dormen Özel Ödülü'ne ve 2016 Direklerarası Seyirci Ödülleri'nde 'En İyi Ensemble (Canlandırmada Bütünlük)' ödülüne layık görüldü. Sevilen komedi oyuncuların Sarp Apak, Bartu Küçükçağlayan ve Öner Erkan'ın rol aldığı oyunun kadrosunda genç ve yetenekli tiyatroculardan Defne Koldaş, Gökçen Gökçebağ, Güliz Genççoğlu, Kubilay Çamlıdağ ve Kemal Kayaoğlu yer alıyor.



Vestel yarının filmini çekti

Vestel, Mayıs ayında YouTube ve sosyal medya kanallarında tüketicilerle buluşan “Yarınımızın Filmi” adlı yeni reklam çalışması ile büyük beğeni topladı. Filmde Türkiye'nin akıllı telefonu Vestel Venus'e sadece akıllarını değil, yüreklerini de koyan Vestel çalışanlarının hikayesi anlatılıyor. “Bu herhangi bir telefon filmi değil. Bu gururumuzun, tutkumuzun filmi. Bu yarınımızın filmi” sloganı ile tüketicilerle buluşan reklam filminde, bu toprakların çocukları olan Vestel çalışanlarının bu toprakların markasında, bu topraklar için çalışmaktan gurur duyduklarının altı önemle çiziliyor. Filmde ayrıca dünyanın en iyisi olma hedefi ile çıkılan yolda yaşanan gurur ve tutku anlatılıyor.



Vestel, reytingleri alt üst eden Kısmetse Olur'a sponsor oldu

Vestel, Kanal D' de hafta içi her gün gündüz, cumartesi - pazar ise akşam kuşağında yayınlanan ve reyting listelerinde üst sıralarda yer alan Kısmetse Olur programına sponsor oldu. Sponsorluk kapsamında aktif & ürün yerleştirme, senaryo entegrasyonu, alt bant ve advertorial kullanımları gerçekleştiren Vestel, yarışmacıların evlerine küçük ev aletleri yerleştirdi. Programda yarışmacılar, kimi zaman ütü ile gömlek ütöledi kimi zaman sevgililerine



Vestel, Kanal D' de hafta içi her gün gündüz, cumartesi - pazar ise akşam kuşağında yayınlanan ve reyting listelerinde üst sıralarda yer alan Kısmetse Olur programına sponsor oldu. Sponsorluk kapsamında aktif & ürün yerleştirme, senaryo entegrasyonu, alt bant ve advertorial kullanımları gerçekleştiren Vestel, yarışmacıların evlerine küçük ev aletleri yerleştirdi. Programda yarışmacılar, kimi zaman ütü ile gömlek ütöledi kimi zaman sevgililerine

Sürdürülebilirlik literatürüne Zorlu Enerji Grubu'ndan destek

Zorlu Enerji Grubu, “Dijital Dünyada Sürdürülebilirlik” Sustainability in a Digital World adlı kitabın “Çevre ve Enerji” bölümünün oluşturulmasına destek veren kuruluşlardan biri oldu. Sürdürülebilirlik ve dijitalleşme kavramlarını bir eserde buluşturan “Sustainability in a Digital World” literatüre önemli katkılar sunacak bir eser olarak akademi ve iş dünyasının desteğiyle hazırlandı.

Zorlu Enerji Grubu, Springer yayınevi tarafından yayıma hazırlanan “Sustainability in a Digital World” adlı kitabın oluşturulmasına destek veren kurumsal firmalar arasında yer aldı. Dr. Thomas Osburg ve Christiane Lohrmann'ın birlikte çalıştığı eserde nesnelerin internetinden dijital dönüşüme, yeşil bilgi teknolojilerinden devlet güvenliğine uzanan birçok konuya değiniliyor. Kitap, “Daha dijital bir dünya daha sürdürülebilir bir dünya anlamına mı geliyor?” sorusunu enine boyuna inceliyor.

Akademi çevrelerinden ve iş dünyasından görüşler alınarak hazırlanan kitap dört ana başlıkta inceleniyor:

- İstihdam ve İş Yeri
- Çevre ve Enerji
- Hükümet ve Güvenlik
- Yeni İş Modelleri

Zorlu Enerji Grubu ise kitabın “Çevre ve Enerji” bölümüne katkı sundu.

Sürdürülebilirlik literatürüne büyük katkı

“Sürdürülebilirlik” çağımızın üretim ve gelişim anlayışının olmazsa olmazları arasında yer alıyor. Kurumsal firmalar ve sanayi odakları, tüketicilerin yeryüzüne dair kaygılarını dikkate alarak dijital ekonomilerin verdiği güçle sürdürülebilirlik çalışmalarına hız kazandırıyor. Yaşanan bu gelişme ve değişim kültürel ihtiyaçları da değiştiriyor ve yeni çalışmaları beraberinde getiriyor. Bu bağlamda, “Sustainability in a Digital World” adlı çalışma sürdürülebilir ve dijital ekonomilere dair yazılmış literatüre önemli katkılar sağlayacak bir eser kabul ediliyor.

Geleceğin liderleri Emre Zorlu ile buluştu

Zorlu Holding, Young Guru Academy (YGA)'nın hayal ortağı olarak ses getiren çalışmalara imza atıyor. Son çalışmalardan biri de gençlere yönelik yaz kampı oldu. YGA'nın yaz kampına seçilen 30 genç lider, hazırlayacakları özel bilim projesi çalışmaları çerçevesinde, Zorlu Holding Yönetim Kurulu Üyesi Emre Zorlu ile bir araya geldiler. Genç lider adayları geliştirmekte oldukları proje modeli üzerinden sorularını Emre Zorlu ile paylaşarak projelerine yön verecek fikir alışverişinde bulundular.

2000 yılında kendine güvenli değil, özgüvenliği liderler yetiştirmek mottosu ile yola çıkan YGA, hayata geçirdiği projelerle pek çok insanın hayatına dokunuyor. YGA, toplumda söz sahibi kişiler, kurum ve kuruluşlarla benzer iş birlikleri gerçekleştiriyor.



Zorlu Holding gençleri 21. yüzyıla hazırlıyor

Çocukların ve gençlerin gelişimlerini sağlayacak çalışmalara her platformda destek veren Zorlu Holding, gençlerin kariyerlerine daha kolay başlamaları amacıyla “21. Yüzyıl Yetkinlikleri” temalı bir eğitim programı düzenliyor. Şubat ayında ücretsiz olarak gençlerle buluşan program, MEF Üniversitesi Rektör Yardımcısı Prof. Dr. Erhan Erkut tarafından yürütülüyor. 14 Mayıs 2016'da gerçekleştirilen “Girişimcilik” temalı eğitimde, Türkiye’de bu alanın en önemli isimleri bir araya gelerek deneyimlerini, tavsiyelerini ve girişimcilik ekosisteminin geleceğini Mehmet Zorlu Vakfı (MZV) bursiyerleri ile paylaştı. Katılımcılar arasında; ODTÜ Teknokent Kuluçka Merkezi Programlama Yöneticisi Murat Tortopoğlu, Etohum kurucusu ve CEO’su Burak Büyükdemir, startups



Zorlu Grubu gönüllüleri gençlerle buluştu

Zorlu Grubu, Özel Sektör Gönüllüleri Derneği (ÖSGD) tarafından düzenlenen “Çalışan Gönüllülüğü Haftası” kapsamında, “Okul Dostu Gönüllülük Programı”na katılarak “Meslek Tanıtımı” etkinliğini gerçekleştirdi. 12 Mayıs 2016'da Çeliktepe Ortaokulu'nda yapılan etkinlikte Zorlu Grubu çalışanlarından oluşan gönüllüler, holding bünyesinde görev aldıkları alanları gençlere tanıttı. Ufuk açıcı etkinliğe katılan gençler, farklı meslekler ve görevler hakkında bilgi olarak bu sayede gelecekle ilgili daha kolay yön verebileceklerini belirttiler. Öğretmenler ve okul idarecileri ise insan kaynaklarını doğru değerlendirmek ve yönlendirmek amacıyla, böyle bir etkinliğe katılımından ötürü Zorlu Grubu çalışanlarına memnuniyetlerini ifade ettiler.

watch kurucusu Serkan Ünsal, İTÜ Arı Teknokent CEO’su Kenan Çolpan, KWORKS direktörü Burak Yaman ve Özyeğin Üniversitesi Girişim Fabrikası kurucusu İhsan Elgin yer aldı. Eğitim, öğrenciler için tam bir rehber niteliği taşıdı.

Mehmet Zorlu Vakfı’nın (MZV), eğitim odaklı faaliyetleri çerçevesinde düzenlenen “21. Yüzyıl Yetkinlikleri” eğitim programının bahar dönemi son dersi ise 18 Haziran 2016'da MEF Üniversitesi’nde gerçekleştirildi. Prof. Dr. Erhan Erkut’un keyifli anlatımı ile verimli geçen son derste katılımcılar ve öğrenciler tarafından girişimcilik tanımının fotoğrafı çekildi. Girişimciliğin birinci amacının para değil, başarı ve manevi haz olduğunun altı çizildi.



Yaratıcılık ve farklı düşünme yetkinliklerini sanat yoluyla geliştirdiler

Zorlu Performans Sanatları Merkezi, Zorlu Holding ve ArtBizTech iş birliği ile 12 Mayıs 2016'da “Design Thinking Workshop” (Tasarım Odaklı Düşünme) etkinliği gerçekleştirildi. Yerli, yabancı tasarımcı, yazılımcı, sanatçı ve teknoloji konusunda isim yapmış ünlü isimleri ağırlayan “Digital Revolution” sergisi kapsamında düzenlenen etkinlikte tasarım odaklı düşünce ile yenilikçi iş ve teknoloji çözümlerinin nasıl geliştirilebileceği derinlemesine incelendi.

Etkinlikte sunumlar, interaktif uygulamalar ve çeşitli atölye çalışmaları da düzenlendi. Bu çalışmalarda dünyanın en yenilikçi iş ve teknoloji çözümlerinin yanı sıra ürün ve mekanların sanattan ilham alan tasarım odaklı düşünme metodolojisi ile nasıl geliştirilebileceği katılımcılara aktarıldı. Etkinliğin ilk bölümünde ArtBizTech İstanbul Başkanı Emrah Yayıcı, tasarım odaklı düşüncenin (design thinking methodology) ne olduğunu, IDEO ve Apple gibi dünyanın en inovatif firmalarından verdiği örneklerle ele aldı. Yenilikçiliği benimseyen kuruluşların “Tasarım odaklı düşünce” ve “sanattan” nasıl faydalandığını da katılımcılara aktaran Yayıcı, sanat vasıtası ile gözlem, analiz ve doğru soruları sorma yetkinliklerinin nasıl geliştirilebileceğini paylaştı. Yayıcı, yine sanat yolu ile muğlak iş ve teknoloji fikirlerinin

nasıl somutlaştırılabileceği, patern yakalama yetkinliğinin sanat yoluyla nasıl geliştirilebileceği gibi sorulara da katılımcılarla birlikte yanıt aradı.

Etkinlik çerçevesinde düzenlenen “Design Thinking Atölye Çalışması”nda ise katılımcılar Bora Sıpal, Ebru Yücesan ve Özgün Toptaş’ın moderatörlüğünde “tasarım odaklı düşünme metodolojisi”ni kullanarak teknoloji ve sanatı bir araya getirerek dijital ürünler tasarladıkları bir grup çalışmasına imza attılar.



Raffles İstanbul Zorlu Center’da Christian Hirt dönemi...

Raffles İstanbul Zorlu Center’ın yeni Genel Müdürü Christian Hirt oldu. Lüks otelcilik konusunda deneyim sahibi olan Hirt, engin bilgisini Raffles İstanbul’a aktaracak.

Kısa sürede turizm sektöründe kendine yer edinen, aldığı ödüllerle de başarısını taçlandıran Raffles İstanbul Zorlu Center’ın Genel Müdürlük görevine, Christian Hirt getirildi. Amerika, Avrupa ve Avustralya olmak üzere üç farklı kıtada üst düzey yönetim pozisyonlarında görev yapan ve başarılarıyla sektörün yakından takip ettiği Christian Hirt, yıllar boyu elde ettiği deneyimi Raffles İstanbul’a aktaracak.

Kariyerine Almanya’da başlayan Hirt, Hotel Adlon Kempinski de dahil olmak üzere, Le Meridien ve Kempinski gibi sektörün önde gelen gruplarında görev yaptı, Raffles İstanbul’a atanmadan önce, Swissotel Sidney’de üç yıl Genel Müdürlük görevini yürüttü.

İstanbul’u çok sevdiğini kaydeden Hirt, kenti Swissôtel İstanbul’da Operasyon Direktörü olarak görev aldığı dönemden tanıdığını vurguladı. Hirt, “Raffles gibi efsanevi bir marka için çalışmak üzere yeniden İstanbul’a gelmekten çok mutluyum. Lüks alanındaki uluslararası deneyimimi, misafir memnuniyeti ve hizmet kalitesi konusundaki tutkumu Raffles İstanbul’a getirmiş olmak büyük bir keyif. Böylesine önemli, dinamik ve heyecan verici bir şehirde, bu çok özel otelin gelecek başarılarının parçası olmak için şimdiden sabırsızlanıyorum” dedi. Fransa’daki Reims İşletme Okulu’ndan MBA’i bulunan Christian Hirt, lisans eğitimini de otel ve restoran yönetimi alanında, Almanya’daki Otel İdareciliği Akademisi’nde aldı.



Zorluteks çevrenin korunmasına katkıda bulunuyor

Gelecek nesillere sürdürülebilir bir çevre bırakmak adına Atık Yağ Toplama Projesi’ni hayata geçiren Zorluteks, bilgilendirme çalışmalarıyla da ekolojik sürdürülebilirlik konusunda toplumda bilinç oluşmasına katkıda bulunuyor.

Bir damla atık yağın bir litre suyu kullanılamaz hale getirdiği ve sudaki oksijeni tüketerek deniz canlılarının yok olmasına neden olduğu bilgisinden hareketle Zorluteks, gelecek nesillere sürdürülebilir bir çevre bırakmak adına atık yağların geri kazanımı konusunda etkin bir faaliyet sergiliyor.

Zorluteks, 2009 yılından itibaren düzenlediği çevresel sosyal sorumluluk projesi kapsamında, toplum sağlığı ve çevre için ciddi bir risk oluşturan atık yağların geri kazanımı ile ilgili pek çok çalışma gerçekleştiriyor. Proje çerçevesinde Zorluteks, yıl boyunca çalışanlarından atık yağ topluyor. Yıl sonunda düzenlenen “Zorluteks Bitkisel Atık Yağ Töreni” ile projeye katkıda bulunan çalışanlarına her 3 lt atık yağ karşılığında 1 lt bitkisel yağ hediye eden Zorluteks, bu sayede çevrenin korunmasına da yardımcı oluyor. Törende ayrıca büyük bir özveri ve duyarlılıkla projeye destek olan çalışanlara isme özel



sertifikalar da veriliyor. Gerçekleştirdiği farkındalık çalışmaları sonucunda 2014 yılında 146 litre yağın geri kazanımını sağlayan Zorluteks, 2015 yılında bu rakamı 400 litreye çıkararak büyük bir başarı örneği sergiledi.

Topladığı atık yağlarla çevrenin korunmasına yadsınamaz bir katkı sağlayan Zorluteks, aynı zamanda çalışanlarını ekolojik

sürdürülebilirliğe destek olma konusunda da teşvik ediyor. Bununla da yetinmeyen Zorluteks, projeye katılımı artırmak için mola alanlarına ve bina çevresinde bulunan panolara da konu ile ilgili bilgiler ve pankartlar asarak farkındalık yaratmaya çalışıyor.

Cemil Çiçek: “Çalışanlarımızı teşvik ediyoruz”

Sürdürülebilir bir çevre yaratmanın Zorluteks için son derece önemli olduğunu kaydeden Zorluteks Genel Müdürü Cemil Çiçek, “Zorluteks sürdürülebilir bir çevre yaratmaya azami derecede katkıda bulunmayı kendisine ilke edinmiştir. Bu konuda kendi bünyemizde gerçekleştirdiğimiz projeler kadar çalışanlarımızı bilinçlendirme faaliyetleri düzenlemeye de özen gösteriyoruz. Yedi yıldır yürüttüğümüz ‘Atık Yağını Getir, Yemeklik Yağını Al’ kampanyası ile çalışanları atık yağların toplanması ve güvenli bertarafı konusunda teşvik ediyoruz” dedi.



“Akdeniz mutfağı denince, denizin etrafında sıralanan ülkelerin paylaştığı iklimin ortaya çıkardığı, pişirme geleneklerine göre çeşitlilik gösteren bir mutfaktan söz ediyoruz. Bu bölge, güneşli iklimi ile bol ot ve sebzelerin, zeytinyağının bulunduğu, küçükbaş hayvancılığın ve balığın ön plana çıktığı zengin, sağlıklı yemekler sunan bir coğrafya... Birçok ülkenin aynı denize kıyısı olan komşular olmaları; Akdeniz mutfağında sınırları ortadan kaldıran, daha çok dost canlısı, büyük sofraları, eğlenerek yemek yemeyi seven insanları simgeleyen çok güzel bir özellik. Biz de Rocca Brasserie’de Akdeniz’in güneşli günlerini masalara getirerek, en iyi ürünlerle, bölgenin en güzel imza yemeklerini sunmayı hedefliyoruz”.

Her biri bir ülkeyle özdeşleşmiş nefis tatlar

Akdeniz rivierasının tüm kıyılarına uğramayı tercih eden Rocca’nın menüsünde İtalya, Fransa, Tunus, Fas, Lübnan, Mısır, Yunanistan ve Türkiye’ye en özel tatlar yer alıyor.

Rocca, Ramazan’da damakları şenlendirdi

Yeni Akdeniz konseptiyle, Raffles İstanbul Zorlu Center’ın içinde hizmet vermeye devam eden Rocca, Ramazan ayında da damak zevkine düşkün misafirlerin tercihi oldu. Zengin menüsüyle hem göze hem de damaklara hitap eden Rocca’da fasıl eşliğinde unutulmaz iftar sofraları kuruldu.

Raffles İstanbul Zorlu Center’ın içinde yer alan Rocca, iftar için nezih ve konforlu bir adres arayanların Ramazan ayında da tercihi oldu. Bahar döneminde yenilenen Rocca Brasserie, yeni Akdeniz konseptiyle Ramazan ayında konuklarına eşsiz lezzetler sundu. Rocca keyifli fasıl müziği eşliğinde zengin iftar menüsüyle konuklarını ağırladı.

Zengin açık büfede yok yok!

Geniş açık büfe menüsüyle hem göze hem de damaklara dokunan Rocca’da farklı damak zevklerine hitap eden birçok seçenek Ramazan boyunca misafirlerin beğenisine sunuldu. Çerkes tavuğu, muammara, şakşuka, humus, acılı ezme, zeytinyağlı dolma gibi geleneksel mezelerin yanı sıra güveçte kuru fasulye, mantı, kuru patlıcan dolması, sarma, fırında kabak gibi ana yemek seçenekleri en dikkat çeken lezzetler

arasındaydı. Soğuk başlangıçlardan böreklerle uzanan açık büfenin yanı sıra pide, lahmacun, döner gibi lezzetler ise misafirlerin karşısında hazırlanarak farklı bir sunum gerçekleştirildi. Rocca terasında ise barbekü hizmeti sunuldu. “Tatlısız olmaz” diyenler de düşünüldü. Rocca, Raffles Patisserie’nin hazırladığı güllaçtan, şöbiyete, baklavadan muhallebiye zengin tatlı çeşitlerini iftar sofralarında sunarak damakları şenlendirdi.

Minikler Kids Club’ta

İftar için Rocca’yı tercih eden çocuklu aileler de düşünüldü. Aile büyükleri iftar açıp yemeklerini yerken küçükler de Raffles İstanbul Zorlu Center’ın Kids Club’ında keyifli vakit geçirdiler. Geleneksel aile yemeklerinin yanı sıra iş toplantıları ve özel davetler de yine Ramazan boyunca Rocca’da hayat buldu.



Aydın’da TAÇ Fabrika Satış Mağazası açıldı

40 yılı aşkın deneyimiyle ev tekstil sektöründe liderliği elden bırakmayan TAÇ, 14. Fabrika Satış Mağazası’nı Aydın’da hizmete açtı.

Ev tekstilinde tercihini kaliteden yana kullanmak isteyen Aydınlılar, ilk TAÇ Fabrika Satış Mağazalarına kavuştu. Şıklığı uygun fiyata sunma mottosu ile yola çıkan TAÇ’ın yeni Fabrika Satış Mağazası’nda; perdeden nevresime, yatak örtüsünden havluya kadar uzanan geniş ürün yelpazesi Aydınlılarla buluşuyor. Toplamda 500 m2 alana iki katlı olarak kurulan mağaza, Muğla Karayolu üzerindeki Çine Caddesi’nde 11 numarada hizmet verecek.

Aydın’da TAÇ ürünlerinin yoğun bir talep gördüğünü dile getiren Linens Pazarlama Genel Müdürü Dr. Erkmen Onbulak, tüm Aydınlıların TAÇ farkıyla tanışmaları için cazip fiyat avantajları sunduklarını belirtti. Erkmen Onbulak, sözlerini şöyle sürdürdü: “Avrupa’nın en büyük ve en son teknolojiyle çalışan entegre üretim tesislerine sahip olan TAÇ, bugün yurt içi ve yurt dışı pazarlarda toplam 700 milyon nüfuslu bölgede pazar lideri konumunda yer alıyor. Üretimden gelen gücümüz ve farklı beklentilere hızlıca



yanıt verebilmemiz en büyük avantajımız. Bu sayede TAÇ’ta ev tekstiline dair akla gelebilecek tüm ürünleri aynı çatı altında topluyoruz. Aydın’da açılış yaptığımız ilk günde de gördük ki, yeni Fabrika Satış Mağazamız her geçen gün daha yoğun talep görecek.”



İftar sofralarının da vazgeçilmezi: Eataly

İstanbul’un yaşam kültüründe derin izleri bulunan Armada Otel, Ramazan ayı boyunca Eataly’e konuk oldu. Armada Otel’in dillere desten lezzetleri Eataly’nin benzersiz atmosferi ile birleşince ortaya uzun yıllar anlatılacak iftar sofraları çıktı.

Varlık gösterdiği tüm ülkelerde yaşam ve mutfak kültürünü destekleyen çalışmalar gerçekleştiren Eataly İstanbul, bu kez İstanbul’un en köklü otellerinden biri olan Armada Otel’ni ağırladı. Eataly İstanbul, Armada Otel’nin benzersiz lezzetlerini geleneksel iftar sofrasında konuklarının beğenisine sundu. İftariyeliklerle şenlenen iftar masaları Eataly fırınından çıkan ‘Ekşi Mayalı Ramazan Pidesi’nin yanı sıra ‘Bademli Patlıcan Çorbası’, ‘İç Pilavlı Kuzu Tandır’ ve ‘Vişneli Ekmek Kadayıfı’ gibi Armada iftarlarının özel lezzetleri Ramazan ayı boyunca Eataly misafirlerinin damaklarında şölen yarattı.



Babamla Mutfakta...

Lezzet tutkunlarının ilk adresi Eataly İstanbul, fotoğraf sanatçısı Merve Hasman Salvatori’nin üçüncü kişisel sergisi Babamla Mutfakta sergisine ev sahipliği yaptı.

Eataly İstanbul, Babalar Günü’nde Merve Hasman Salvatori’nin ‘Babamla Mutfakta’ sergisini sanatseverlerle buluşturdu. ‘Hayatın mutfakta başlar’ mottosuyla misafirlerine birbirinden kusursuz lezzetler sunan Eataly, sevgi ile yapılan her şeyin eşsiz güzellikte olduğu inancıyla babaları ile çocuklarını mutfakta bir araya getirerek harikulade fotoğrafların ortaya çıkmasına da ön ayak oldu. İş, sanat, moda ve cemiyet hayatının önde gelen isimlerinin yoğun katılımı ile gerçekleşen sergi, babaların çocukları ile kamera karşısına geçtiği 14 farklı fotoğraftan oluşuyor. Merve Hasman Salvatori’nin de babası Nurettin Hasman ile ilk kez kamera karşısına geçtiği sergide yer alan isimler, reklam ve moda fotoğrafçısı Tamer Yılmaz ve oğlu Tibet, moda dünyasının genç yeteneklerinden Zeynep Tosun ve babası, Milli Voleybol takımının güzel oyuncularından Naz Aydemir ve babası, Türkiye Ralli Şampiyonu Orhan Avcıoğlu, sanat dünyasının başarılı isimlerinden Emre Altuğ ve oğulları Kuzey ve Uzay, genç kuşak girişimcilerin başında gelen Hakan Baş, babası ve dedesi, başarılı iş adamı Ömer Dormen ve kızları Alya ve Yasemin, gazeteci ve televizyoncu Mesut Yar ve oğlu, genç reklamcı Eftalya Köseoğlu ve babası, ünlü mimar Mustafa Toner ve oğlu Emre Toner ve son olarak Eczacıbaşı Holding Yönetim Kurulu Başkanı Bülent Eczacıbaşı ve Emre Eczacıbaşı



babalar günü için Eataly mutfağına girdiler. Ünlü isimler bir yandan en sevdikleri yemekleri yaparken bir yandan da Hasman’ın objektifine poz verdiler.

“Baba – çocuk ilişkisi mutfakta güçlenir”

Babasının kendisinin kahramanı ve ilk aşkı olduğunu kaydeden Merve Hasman Salvatori, serginin kendisi için çok özel bir anlam taşıdığını belirtti. Merve Hasman Salvatori, “İkimiz de mutfaka çok düşkünüz, birlikte saatler geçirebiliriz. Bizim hayatımızda mutfağın önemi çok büyük. Bence baba ve çocuk ilişkisini güçlendiren en doğru yer mutfak” dedi.

“Başka Dünya Yok”

Zorlu Enerji Grubu’nun beş yıldır sürdürdüğü “Enerjimiz Çocuklar İçin” projesi kapsamında, 5 Haziran Dünya Çevre Günü’nde projenin uygulandığı okullardan Tekirdağ Süleymanpaşa İlköğretim Okulu’nda “Başka Dünya Yok” piyesi sahneye koyuldu. Çocukların enerji ile ilgili öğrendikleri konuları pekiştirebilmeleri, öğrenim ve deneyimlerini paylaşabilmeleri amacıyla Tiyatro Yönetmeni Özlem Saraç tarafından hazırlanan piyesi, üç ve dördüncü sınıf öğrencileri, öğretmenler ve Zorlu Enerji Grubu Kurumsal İletişim temsilcilerinin de katıldığı kalabalık bir seyirci grubu izledi. Piyesi izleyen öğrenciler, enerjiyi

oyunlarla öğrenmeyi sevdiklerini ve böylece öğrendiklerini kolayca perçinlediklerini ifade ettiler. Uygulanmaya başlandığı 2010 yılından bu yana 190 bin çocuğa ulaşarak önemli bir sosyal sorumluluğa imza atan Enerjimiz Çocuklar için Projesi, 2015-2016 Eğitim ve Öğretim Yılı döneminde yeniden yapılandırıldı. Yeni dönemde pedagoglar, enerji ve eğitim uzmanları tarafından hazırlanan özel içerikler ve oyunlarla desteklenen projede bu yıl, şimdiye dek 92 okulda 527 sınıf öğretmeni vasıtasıyla 10 bin çocuğa enerjiyi eğlenceli oyunlarla öğretmek kalıcı etki bırakmayı hedefliyor.



Saritepe ve Demirciler RES’lerinin ikinci fazı da devrede

Zorlu Enerji, yenilenebilir enerji alanındaki örnek projelerini birer birer hayata geçirmeye devam ediyor. Son olarak Osmaniye’nin Bahçe İlçesinde, kurulumuna devam ettiği, Rotor II projesi kapsamındaki Saritepe - Demirciler Rüzgar Enerjisi Santrallerinin (RES) ilk iki fazını devreye aldı.

80.3 MW kapasiteli Saritepe - Demirciler RES projesi kapsamında ilk 14 rüzgar türbininin haziran ayında sisteme bağlanmasının ardından ek 7 türbinin de kabulleri tamamlandı ve elektrik üretimine başlandı.

Yıl sonuna kadar tam kapasite üretim gerçekleştirmesi planlanan proje ile ilgili olarak konuşan Zorlu Enerji Genel Müdürü Sinan Ak, “Osmaniye’nin Bahçe ilçesinde 100 milyon Euro yatırım ile toplam 80,3 MW kurulu güçte planladığımız Saritepe - Demirciler RES projemiz kapsamında, ilk iki fazı başarı ile tamamlayarak devreye aldık. Santralimizin geri kalan 19,8 MW’lık kapasitesinin 2016 yıl sonuna kadar devreye girmesiyle Türkiye’de 215,3, Pakistan yatırımla

birlikte ise toplam 271.7 MW’lık rüzgar gücüne sahip olacağız” dedi.

Zorlu Enerji Grubu olarak imza attıkları tüm rüzgar projelerinde “Gold Standard” sertifikasına sahip olduklarının da altını önemle çizen Sinan Ak, “Yatırımlarımızda ekonomik sürdürülebilirlik kadar, toplumsal ve çevresel sürdürülebilirliği önemsiyor ve bunun gereklerini yerine getiriyoruz. Sektörümüz açısından da ilham verici olduğuna inandığımız projeleri hayata geçirmeye devam edeceğiz” şeklinde konuştu.

Zorlu Enerji’nin yüzde 100 iştiraki Zorlu Rüzgar tarafından bu proje için 100 milyon Euro yatırım yapılmış ve 110 MW’lık lisansa sahip bölgede, yapılan optimizasyon çalışmaları sonrası ilk aşamada toplam 80.3 MW olarak kurulacak santralin finansmanı 2014’te tamamlanmıştı. Zorlu Enerji, yurt içinde Osmaniye Gökçedağ’daki 135 MW’lık rüzgar enerjisi santraliyle, bu alanda en yüksek kurulu güce sahip enerji şirketlerinden biri olma özelliğini koruyor.



Burçlara göre ideal tatil

Yaz geldi, sıcaklar bunaltmaya devam ediyor. Herkes gibi siz de tatil hayalleri kuruyorsunuz. Peki nasıl bir tatil düşünüyorsunuz?

Kimileri tatil hayalleriyle yola çıkıp hüsrarla evine döner. Siz siz olun, tatil planınızı yaparken burcunuzun özelliklerini göz ardı etmeyin. Burcunuz size neler söylüyor? Yıldızların rehberliğini dikkate alarak sizin için ideal tatili keşfedebilir, böylece daha sorunsuz ve daha keyifli anlar yaşayabilirsiniz.

Koç

Lider ruhlu koçlar için bir-iki arkadaşı, sevgilisi, eşi ya da sadece ailesiyle baş başa çıkılacak tatiller idealdir. “Ultra her şey dahil” ve benzeri konseptli konaklamalar onları boğar. Onların özgür ruhlarını mutlu etmek için rafting, trekking gibi macera dolu aktiviteler gerek...

Boğa

Boğalar tatilde sükunet arar. Tur organizasyonlarında oraya sürüklenmek yerine sakin bir koyda dinlenmek tipik bir boğa eylemidir. Bulunduğu yerde yeme-içme konusunda da tatmin olursa değmeyin boğaların keyfine... Gastronomi turları onlar için ideal.

İkizler

Yalnızlık ikizlerin en büyük düşmanıdır. Dost canlısı ikizlerin tatilde mutlu olabilmesi için muhabbet edebileceği insanlarla bir arada olması yeterli. Butik oteller, aile işletmeleri yeni insanlar tanımaktan keyif alan ikizler için ideal seçenekler.

Yengeç

İçine dönük yengeçler için konfor her şeyden önce gelir. Tatile gittiğinde her şey kusursuz olsun isteyen yengeçler lüks butik otellerde mutlu olabilir. Ayrıca köklerinin uzandığı topraklara yolculuk etmek de onların içini huzurla doldurabilir.

Aslan

Çılgın partiler, dans, müzik, eğlence onların ilgi alanına girer. Lüks ve şatafatı seven aslanlar için ultra lüks konseptli tatiller ideal. Egzotik adalarda konaklamak veya çılgın katamaran partilerinde sabahlamak onlar için keyifli olabilir.



Başak

Düzenli, titiz başaklar tatillerini de aylar öncesinden organize ederler. Bu açıdan en iyi otel ve uçak seçeneklerini en uygun fiyata bulmakta üstlerine yoktur. Hareketli tatilleri seven başaklar yeni yerler keşfetmeyi sever.

Terazi

Teraziler için tatil yalnızca dinlenmekten ibaret değildir. Dünyanın popüler kentlerine yolculuk etmek, AVM ve galeri gezmek onlar için keyifli olabilir. Estetik anlayışları gelişmiş teraziler, tatilde bile moda haftası, festival gibi etkinlikleri takip ederler.

Akrep

Meraklı akreplerin dünyayı keşfetme arzusu bitmez. Onlar hem gizemli mekanları merak ederler hem de güvenliklerinden ödün vermezler. Bu yüzden son derece iyi planlanmış keşif gezileri onlar için ideal bir tatil seçeneği olabilir.

Yay

Gezgin yaylar için tatil olsun yeter... Tatil konusunda kararsız kalabilen yayları zaman zaman yönlendirmek gerekebilir. Doğa

yürüyüşleri, keşifler, kamping, deniz kenarında geçirilecek romantik bir akşam yaylar için unutulmaz tatil anıları olabilir.

Oğlak

İşkolik olmaları onların tatil yapmaktan hoşlanmayacağı anlamına gelmiyor. Tatile de işini götürmeyi seven oğlaklar için konaklanacak tesiste güçlü bir internetin olması yeterli. Şehir otelleri onlar için ideal. Ancak outdoor bir tatil onları mutlu etmez.

Kova

“Arkadaşlarım yanımda olsun, bana yeter” diyen kovalar için kalabalık gruplarla yapılan tatiller müthiş eğlencelidir. En ilginç rotaları bulmakta üstüne yoktur onların. Kovaların arkadaşları bu açıdan çok şanslı. Kontrolü onlara bırakın ve tatilin tadını çıkarın.

Balık

Bir balık nerede mutlu olur? Tabii ki suda! Deniz, güneş, bembeyaz kumsallar onların ruhunu dinlendirir. Balıklar küçük şehirlerde, butik otellerde ve sevimli yerleşimlerde huzuru bulurlar. Cruise yolculukları da iyi bir seçenek olabilir.

Bülbülü Öldürmek

Yazar: Harper Lee
Yayınevi: Sel Yayıncılık



1960 yılında yayımlandığından bu yana bütün edebiyat-severlerin gönlünde özel bir yer edinen, Pulitzer ödüllü Bülbülü Öldürmek, Amerika’nın güneyinde yaşanan ırkçılığı ve eşitsizliği bir çocuk kahramanın, Scout Finch’in gözünden anlatıyor. Harper Lee, kullandığı yalın ama çarpıcı dil aracılığıyla adalet, özgürlük, eşitlik ve ayrımcılık gibi hâlâ güncel temaları, iyilik ve kötülüğü hem bireysel hem de toplumsal düzeyde mercek altına alıyor. Etkileyici gerçekliği ile ürperten, “insani” vurgusuyla sarıp sarmalayan bir klasik...

Etkili İnsanların 7 Alışkanlığı

Yazar: Stephen R. Covey
Yayınevi: Varlık Yayınları



Kişisel, mesleki ve ailevi sorunların çözümünde ilke merkezli bir yaklaşım benimseyen ve toplam kalite anlayışının öncülerinden olan Stephen R. Covey, çarpıcı örneklerden yola çıkıyor. Kitapta, aşama aşama, insana yaraşır biçimde dürüst, uyumlu, huzurlu, başarılı bir yaşam için değişimine ayak uydurmamızı sağlayan alışkanlıkları belirliyor, değişimin yarattığı fırsatlardan yararlanabilmek için gerekli olan bilgelik ve güce ulaşmanın yollarını gösteriyor.

Evrenden Torpilim Var

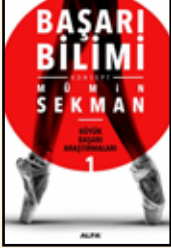
Yazar: Aykut Öğüt
Yayınevi: Doğan Novus



Siz hiç 150 kilo oldunuz mu? Sizin hiç yabancı bir ülkede bavulunuzu kaybettiğiniz, sabahları mısırsı gevreğine bira döküp hayatta kalmaya çalıştığınız, günlerce tek kelime bile konuşmadığınız oldu mu? Dayak yedikten sonra girdiğiniz komadan bir gözünüzü kaybetmiş olarak çıkıp tekrar parklara döndüğünüz... Annenizi kaybettikten sonra hapiste yatarken babanızı kaybettiğiniz oldu mu? Peki ya sonra? O yabancı ülkenin dilinde şakır şakır konuşup hatta seslendirme yönetmenliği bile yaptığınız... O ülkedeki filmlerde başrol oynadığınız... 70 kilo verip filinta gibi olduğunuz... İstemek olmanın yarısıdır!

Başarı Bilimi

Yazar: Mümin Sekman
Yayınevi: Alfa Yayıncılık



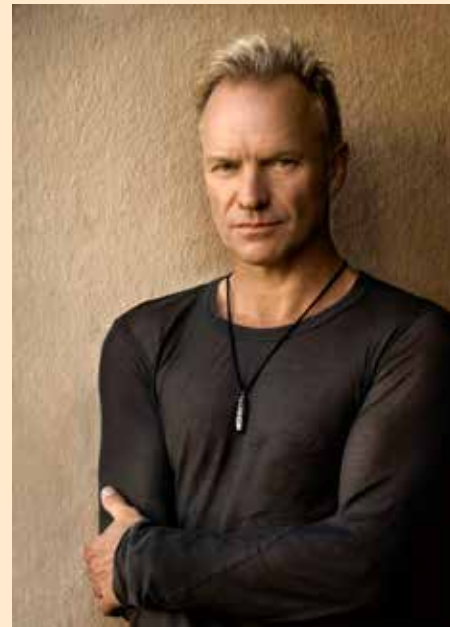
Ne varsa, bilimde var! Kendinizi geliştirmeye ilgili klişelerden ve mantık kalitesi düşük fikirlerden bıktıysanız, geçerlilik testinden geçmiş bilimsel başarı tekniklerine hazırsınız demektir. Atatürk’ün de dediği gibi: “Hayatta en hakiki yol gösterici bilimdir.” Bu kitapta soyut teoriler değil, “gündelik hayat bilimi” var. Hayatta karşılığı olan araştırmalar. Eski sevgiliyi unutmaktan İngilizce kelimeleri hatırlamaya, irade gücünü geliştirmekten maaşına zam istemeye kadar yaygın sorunlara yeni nesil bilimsel çözümler anlatılıyor.

Sting

Yer: EXPO 2016 Antalya Kır Aktivite Alanı

Tarih: 9 Ağustos Saat: 22:00

Gelecek Nesiller İçin Yeşil Bir Dünya” oluşturmak mottosuyla açılan “EXPO 2016 Antalya” dünyaca ünlü İngiliz müzisyen, besteci, şarkıcı, bas gitarist, müzik yapımcısı ve aktör olan Sting’i konuk ediyor. Sting, Expo 2016 Antalya sahnesinde Englishman In New York, Shape of My Heart, Mad About You, Desert Rose gibi klasikleşmiş birçok parçasını seslendirecek.



Ünlü müzisyen, Stewart Copeland ve Andy Summers ile Police’i kurmak için 1977 yılında Londra’ya taşınmadan önce Newcastle’da dünyaya geldi. Police, beş stüdyo albümü yayınlayıp altı Grammy Ödülü ve iki Brit kazandıktan sonra 2003 yılında da The Rock and Roll Hall of Fame Müzesi’ne adını yazdırdı.

5th Wave – 5. Dalga

Yönetmen: J. Blakeson
Oyuncular: Matthew Zuk,
Chloë Grace Moretz
Yapım: 2016
Tür: Fantastik - Macera



Filimde, üst üste gelen dört ölümcül saldırı dalgası bütün dünyayı altüst eder. İlk dalgada elektrikler gider, ikincide devasa tsunami dalgaları ile yer yerinden oynar, üçüncü dalgada salgın bir hastalık milyarlarca insanın ölümüne neden olur. Bu saldırıları atlatan insanlar dördüncü dalgada insan kılığına girmiş saldırganlar tarafından ortadan kaldırılmaya başlar. Cassie (Chloë Grace Moretz) küçük kardeşini kurtarmak için saldırganlardan kaçır ve son umudu olabilecek genç bir adamla tanışır.

Kötü Kedi Şerafettin

Yönetmen: Ayşe Ünal, Mehmet Kurtuluş
Yapım: 2015
Tür: Animasyon



Sefahati meşhur, marazı bol Beyoğlu’nda geçen bir İstanbul serüveni: Kötü Kedi Şerafettin! Bir mart sabahı, Kötü Kedi Şerafettin, kadim yancıları Fare Rıza ve Martı Rıfkı ile akşama mangal hazırlığı yapar. Ne var ki evdeki hesap çarşıya uymaz... Şero, aynı gün, babası Tonguç tarafından evden kovulacağı, bir dizi düşmanın saldırısına uğrayacağı, hayatında ilk kez aşık olacağı, baba olduğunu öğrense de kabullenemeyeceği gibi, mangal planları da bu “ufak aksiliklerle” altüst olur.

Generation Y challenges the social paradigms



Generation Y, people born between 1980 and 1995, is a generation which has deeply and irreversibly transformed the traditional business and social life. Generation Y has been responsible for many revolutionary changes at all levels of the society, broken the taboos and brought extraordinary codes of conduct and rules. So who are generation Y? What are their perspectives on life and business? What are their dreams?

Generation Y is strictly different from the previous generation X. First of all, generation Y is highlighted by a free spirit. With this point of view, they never hesitate to reschedule their career when they are convinced that their expectations are not met. Recognition and feedback are required for motivation. Motivation is a primary factor for them to produce creative jobs. Rather than a respect partly driven by fear to their managers, they are willing to interact with them with endearment and sincerity. Contrary to generation X, they are capable of multitasking. Their point of view about live is focused on satisfaction rather than objectives. Under these circumstances, employment processes based on traditional job postings do not appeal to them. The companies feel the need to adapt to changing and evolving conditions and recruit talented and skilled people.

The future will be marked by “Zorlu”

Zorlu Holding, 65 percent of its employees being from generation Y, makes use of many instruments to understand generation Y, manage them properly and adapt to the business life changed by them. Managers from Zorlu Group companies frequently attend university panels and seminars to develop closer relations with generation Y. In light of these information, Zorlu Holding has created a strategy for working with generation Y and is among the few groups who support and listen to young people.

Zorlu Holding makes the children’s dreams come true

Zorlu Holding has been supporting the creative skills of children with Zorlu Children’s Theater for 13 years with the contest “A Dream, A Play” to reveal their skills driven by their dreams and support their self-confidence. The contents intends to create an awareness that it all starts with dreaming and we need to chase and realize our dreams for success and happiness. At the promotion meeting of the project aiming at encouraging a love of art in children, Zorlu Holding Board Member Olgun Zorlu made a speech. Olgun Zorlu says that they believe Turkey’s future is in unlimited imagination and Zorlu Holding has become one of the leading groups of Turkey with complete faith in this. He continues: “We want to inspire people and make them follow us.” Zorlu says that they support culture and art projects to inspire people and highlights the importance of children in this perspective.

The Grand Hackathon is realized in cooperation with Vestel

Vestel will increase the quality of life of every individual, specifically the disabled with the “Accessibility Project” applicable to its devices, plants, stores, web site and customer services. The project implemented by cooperation of Zorlu Holding, Vestel and YGA will ensure that all devices manufactured by Vestel will be easily used by the disabled. Within the scope of the Accessibility Project, it will be possible to manage TVs, white appliances, mobile phones and tablets by voice. Braille alphabet will be implemented on the control panels of white appliances, smarphone Venus will be user-friendly for the disabled thanks to “Accessibility Mode”, user guides will be audio, small appliances will be used by voice activation, web sites will be accessible with all pages, presentation videos will be depicted, and a call center will be established for the hearing impaired.

Valeron is now in the sea with ‘Tailor Made’ collection

Valeron combines lean details with an accomplished workmanship and makes great differences with small touches. The company appeals to textile lovers with a concept of tailor-made products. Valeron, the innovative and unique home textile brand, now turns the boat cabins into art without any compromise from quality and elegance. Boat owners who want to make their boats special with the products and emblems they use can select colors and textures from Valeron. The products in the collection help boat owners shape their products in terms of size and detail. This special and undue offer by Valeron will help boat owners be the designer of their own cabins.

Zorlu Enerji’s financial reputation is officially registered

EMEA Finance, a leading finance magazine of Europe, Middle East and Africa, has granted the financing of Zorlu Enerji’s Kızildere III Geothermal Power Plant with “Best Infrastructure Financing” award. Zorlu Enerji’s experience in sustainable energy, vision of sustainability and added-value investments have brought the Company “Best Energy Infrastructure Financing” award of Central and Eastern Europe in 2015. The award ceremony was in London and Zorlu Enerji was represented by Zorlu Enerji Finance Director Elif Yener and Zorlu Holding Structured Finance Manager Erdinç Çetin. Kızildere III Geothermal Power Plant project is the follow-up of Kızildere I and Kızildere II geothermal power plants operated by Zorlu Doğal Elektrik Üretimi A.Ş., a direct affiliate of Zorlu Enerji.

Zorlu Center appreciated globally

Zorlu Center, a fresh trend in Istanbul’s urban life, is appreciated in Turkey and around the globe with many events and the changes it drove in the concept of Shopping Mall. Zorlu Center was recently elected as Europe’s Best Shopping Mall at ICSC European Shopping Centre Awards in the New Development category and was also awarded by Golden Compass in Turkey. Zorlu Center was the winner of CSC European Shopping Centre Awards among 12 Shipping Malls from 10 countries: Zorlu Center General Manager Didem Aydın says: “We tried hard for this achievement; since day one, our brand mix and our traditional campaigns and events have touched the hearts of our visitors. My thanks go to our whole team who have greatly contributed to this achievement and our guests who did not leave us alone.”

YAZICINIZ SİZİ LONDRA’YA GÖTÜRÜYOR!

*Elektrik faturanız aylık 125 TL ve üstündeyse Zorlu Elektrik’e geçin,
binlerce mil kazanarak dünyayı gezin.*

444 80 82’Yİ ARAYIN YA DA THY YAZIP 3172’YE MESAJ ATIN!



zorluelektrik.com

TURKISH AIRLINES
Miles & Smiles

ZORLU ELEKTRİK

24 ay kalma sözü veren müşterilere, herhangi bir ayırım yapılmaksızın, tüketim miktarlarına uygun mil, tek seferlik hediye edilecektir. TK numarasını ileten müşterilerin PMUM onayının ardından müşteri Zorlu Elektrik’ten elektrik almaya başladığı zaman miller yüklenecektir. Yüklenen millerin takibi THY online işlemler sayfasından yapılabilecektir, millerin kullanımı ve geçerliliği THY’nin mil programı kapsamında belirlendiği şekilde olacaktır. 24 ay dolmadan portföyden ayrılma durumunda hediye millerin bedeli birim fiyat 0,030 USD olmak üzere müşteriden tahsil edilecektir. Kampanya kapsamında müşterilere Tedaş tarifesi uygulanacaktır. TK üyelik numarasının doğru oluşturulması ve paylaşılması müşterinin sorumluluğundadır. Zorlu Elektrik kampanya koşullarında değişiklik yapma hakkına sahiptir. Detaylı bilgi için www.zorluelektrik.com



İHRACATIN ŞAMPİYONU, TÜRKİYE'NİN GURURU!

Yüksek üretim gücümüzle teknolojimizi dünyanın dört bir yanına taşıyarak ihracat şampiyonluğunda 18'inci rekor yılımızı kutluyoruz. Vestel olarak her gün kıtaları aşıyor, tam 152 ülkeye ihracat yapıyor ve her geçen gün daha da büyütüyoruz.

Yerli üretimin gururuyla Vestellendirmeye devam ediyoruz.

#GURURLAYERLİ

VESTEL