

Yolların Daimi Lideri, Petrol Ofisi

Akaryakıt ve madeni yağlar sektörlerinin geleneksel lideri Petrol Ofisi.





Petrol Ofisi



Sektörü Dönüştüren İKİ GÜÇLÜ KADIN



Akaryakıt sektöründe ezber bozan bir dönüşümün iki mimarı: Nurten Öztürk ve Filiz Öztürk. OPET'i yalnızca bir enerji markası değil, hijyenden kültürel mirasa, kadın istihdamından sürdürülebilirliğe uzanan güçlü bir toplumsal etki modeline dönüştüren iki kuşak lider, sektörde kadın varlığının kalıcı ve dönüştürücü gücünü gazetemize anlattı.



NURTEN ÖZTÜRK: Biz OPET'te sosyal sorumluluğu, ayrı bir başlık ya da dönemsel bir çalışma değil; şirketin tüm kararlarına yön veren temel bir bakış açısı olarak gördük. OPET'in kuruluşundan bu yana benimsediğimiz bu vizyon, tüm projelerimizin ortak paydasını oluşturdu.

FİLİZ ÖZTÜRK: Bugün OPET denince akla sosyal sorumluluk geliyorsa, bunun temelinde Temiz Tuvalet Kampanyası'nın açtığı yol ve yarattığı güven duygusu var. Bu proje, bizim için geçmişten bugüne uzanan çok kıymetli bir rehber olmaya devam ediyor.

NURTEN ÖZTÜRK: Liderliği belirleyen şey tabii ki cinsiyet değil; öncelikle karakter, değerler ve deneyim. Kadınların güçlü iletişim becerileri, kapsayıcı bakış açıları böyle dönemlerde bir fark yaratabilir. Zorluklarla başa çıkma pratiği kriz anlarında kadınların daha soğukkanlı kalmasını sağlayabiliyor.

FİLİZ ÖZTÜRK: Kişisel olarak "mesleğin cinsiyeti olmadığına" yürekten inanıyorum. Ancak şunu çok net söylemek isterim ki, yetkinlik, emek ve kararlılık söz konusu olduğunda cinsiyetin hiçbir belirleyiciliği yok. Genç kadınların, başkalarının onlar adına çizdiği sınırları değil, kendi hayallerini ve hedeflerini referans almaları gerekiyor. **s3**

OPET
Yönetim
Kurulu Üyesi
Filiz Öztürk

OPET
Yönetim Kurulu
Kurucu Üyesi
Nurten Öztürk

Sohbet bahane kahve şahane! Çok seven insanların Shell'i

hep ileride



'Akaryakıtta kadın imzası'

Akaryakıt sektöründe ezber bozan bir dönüşümün iki mimarı: Nurten Öztürk ve Filiz Öztürk. OPET'i yalnızca bir enerji markası değil, hijyenden kültürel mirasa, kadın istihdamından sürdürülebilirliğe uzanan güçlü bir toplumsal etki modeline dönüştüren iki kuşak lider, sektörde kadın varlığının kalıcı ve dönüştürücü gücünü gazetemize anlattı.

Gözde Emlik-İstanbul

Türkiye'nin ilk yerli akaryakıt markası olan OPET; yalnızca enerji sektöründe büyüyen bir şirket değil; aynı zamanda toplumsal dönüşümü merkeze alan bir vizyonun temsilcisi. Bu vizyonun arkasında ise iki güçlü kadın lider var: OPET Yönetim Kurulu Kurucu Üyesi Nurten Öztürk ve kızı OPET Yönetim Kurulu Üyesi Filiz Öztürk.

Erkek egemen bir sektörde 80'li yıllardan bu yana öncü bir rol üstlenen Nurten Öztürk; hijyen, kültürel miras, eğitim ve çevre alanlarında milyonlara dokunan projeleriyle OPET'i "sosyal sorumluluk" kavramının sembol markalarından biri haline getirdi. Temiz Tuvalet Kampanyası'ndan Tarihe Saygı'ya uzanan sosyal etki yolculuğu, bugün 20 milyonu aşkın kişiye ulaşmış durumda.

Bu dönüşümün ikinci halkasında ise kurumsal sürdürülebilirliği ve eşitlik vizyonunu stratejik bir yapıya dönüştüren Filiz Öztürk yer alıyor. Kadın Gücü ve Eşitsek Fark Eder projeleriyle akaryakıt sektöründe kadın istihdamını artıran, istasyon sahasında ezber bozan bir model geliştiren Filiz Öztürk, OPET'i yalnızca bir enerji şirketi değil; fırsat eşitliği savunucusu bir kurum kimliğine taşıyor.

Bir kuşak hayal kurdu, cesaret etti ve yolu açtı... Diğer kuşak bu vizyonu kurumsal stratejiye dönüştürdü ve ölçeklendirdi. Bugün OPET, akaryakıt dağıtımının ötesinde; sosyal etkiyi ölçen, sürdürülebilirlik komiteleri kuran ve toplumsal dönüşümü yönetim gündeminin merkezine alan bir yapı. Enerji Petrol Gaz olarak sektörün çehresini değiştiren iki rol modelle; liderliği, kırılma anlarını, kadın istihdamındaki dönüşümü ve sektörün toplumsal sorumluluğunu konuştuk.



OPET, Türkiye'de sosyal sorumluluk denince akla gelen ilk şirketlerden biri. Bu yaklaşım OPET'in kurumsal kültürünün neresinde duruyor? OPET'in "bilinçli toplum" vizyonu yıllar içinde nasıl şekillendi ve gelişti?

NURTEN ÖZTÜRK: Biz OPET'te sosyal sorumluluğu, ayrı bir başlık ya da dönemsel bir çalışma değil; şirketin tüm kararlarına yön veren temel bir bakış açısı olarak gördük. OPET'in kuruluşundan bu yana benimsediğimiz bu vizyon, tüm projelerimizin ortak paydasını oluşturdu. Bugün Temiz Tuvalet Kampanyası'ndan Kadın Gücü Projesi'ne, Tarihe Saygı'dan Yeşil Yol'a kadar hayata geçirdiğimiz her projede, önce insanı ve yaşanabilir bir gelecek idealini odağımıza aldık. Hijyen, eğitim, toplumsal cinsiyet eşitliği, kültürel miras ve çevre gibi alanlarda yürüttüğümüz bu

çalışmalar; toplumun gerçek ihtiyaçlarını merkeze alan, uzun soluklu ve ölçülebilir etki yaratmayı hedefleyen bir yaklaşımın ürünü. Bu vizyon, yıllar içinde sahadan gelen geri bildirimlerle güçlendi, OPET kültürünün ayrılmaz bir parçası haline geldi ve ne mutlu ki OPET'in tüketicinin en çok sevdiği, aşkla bağlandığı marka olmasına katkı sağladı.

Bugüne kadar yürüttüğünüz projeler içinde sizi en çok etkileyen, dönüştürücü gücünü en çok hissettiğiniz proje hangisi oldu?

NURTEN ÖZTÜRK: Şunu gönül rahatlığı ile söyleyebilirim ki her projemizin kalbimizde ayrı bir yeri var. Ancak Temiz Tuvalet Kampanyası, ilk projemiz olması ve sektörde yarattığı büyük dönüşüm ile farklı bir yere sahip. Bu proje, sadece OPET ve akaryakıt dağıtım sektöründe değil,

okullardan dinlenme tesislerine, kamusal alanlardan iş yerlerine kadar geniş bir alanda hijyen standartlarının yükselmesini sağladı. Sahadan gelen geri bildirimler, attığımız adımın ne kadar doğru ve ihtiyaç odaklı olduğunu bize her zaman yeniden hatırlattı.

FİLİZ ÖZTÜRK: Gerçekten çeyrek asırdan fazla bir süredir devam eden Temiz Tuvalet Kampanyası, bizim tüm sosyal sorumluluk çalışmalarımızın temelini oluşturan bir referans noktası. Bu kampanya, toplumsal alışkanlıkların değişmesinin zaman alsa da mümkün olduğunu bize gösterdi. Sabırlı olmayı, sahayı dinlemeyi ve kararlılıkla aynı hedefin arkasında durmayı öğretti. Temiz Tuvalet Kampanyası'nın başarısı, bize yeni projeler üretirken de cesaret verdi. Kadın Gücü, Tarihe Saygı, Doğaya Saygı gibi projelerde edindiğimiz yaklaşımın kökeninde bu deneyim yatıyor. Bugün OPET denince akla sosyal sorumluluk geliyorsa, bunun temelinde Temiz Tuvalet Kampanyası'nın açtığı yol ve yarattığı güven duygusu var. Bu proje, bizim için geçmişten bugüne uzanan çok kıymetli bir rehber olmaya devam ediyor.

OPET olarak UN Women iş birliğiyle yürüttüğünüz "Eşitsek Fark Eder" projesi ile hangi somut dönüşümleri hedeflediniz? Bugüne kadar nasıl sonuçlar elde edildi?

FİLİZ ÖZTÜRK: 2018 yılında

mesleğin cinsiyeti olmayacağı algısının toplumsal düzeyde benimsenmesi için Kadın Gücü Projesimizi başlatmıştık. Kasım 2023'te UN Women ile bir iş birliğine giderek "Eşitsek Fark Eder" dedik ve Kadın Gücü'nü destekleyen yeni bir projeye daha adım attık. Proje ile BM Kadının Güçlenmesi Prensipleri (WEPS) doğrultusunda hem OPET Genel Müdürlük bünyesinde hem de OPET istasyonlarında toplumsal cinsiyet eşitliğine duyarlı kurum politikaları ve uygulamalarının geliştirilmesini planlarken alınan bu aksiyonların sektörde öncü ve örnek olması, toplumsal fayda yaratmasını hedefliyoruz. Değişime ve gelişime yine önce kendimizden başlayarak çalışanlarımız ve bayi personelimizle uzun dönemde sektöre ve topluma fayda sağlayacak önemli bir konuyu sahiplendik. Bugüne kadar şirket içi farkındalık eğitimleri, toplumsal cinsiyet eşitliğinin soyut bir kavram olmaktan çıkıp günlük iş yapış biçimlerine yansımaları sağladı. Eğitimler sayesinde hem Genel Müdürlük'teki çalışma arkadaşlarımız hem de istasyon çalışanlarımız farkında olmadan sürdürülen kalıp yargıları tanımaya ve sorgulamaya başladı. Bu da hem kurum içi iletişim dilinde hem de çalışma ortamdaki tutum ve davranışlarda gözle görülür bir dönüşüm yarattı.

"Kadın Gücü" projesi akaryakıt sektörü gibi erkek egemen bir alanda önemli bir kırılma yarattı. Bu projenin sektörde nasıl bir etki oluşturduğunu sizden dinleyebilir miyiz?

NURTEN ÖZTÜRK: Kadın Gücü Projesi, sizin de ifade ettiğiniz gibi akaryakıt sektöründe önemli bir kırılma noktası sağladı. Erkek egemen bir sektörde kadının eşit şartlar sağlandığında nasıl güçlü bir şekilde var olacağını kanıtladı. Filiz bu projeyi ilk paylaştığında zorlu bir yolculuk olacağını biliyorduk. Ama onun liderliğinde yürüyen bu proje ile 2018 yılında istasyonlarımızda yüzde 8'lerde olan kadın istihdam oranı bugün yüzde 25'lerin üzerine çıktı. Üstelik sadece istihdam artışı değil, sektör genelinde bir zihniyet değişimi de sağlandı.

FİLİZ ÖZTÜRK: Uzun yıllar boyunca, enerji sektöründe kadınların istasyonlarda görev alması, neredeyse tahmin edilemeyecek bir durumdu.

» Devamı Sayfa 5'de



Zorlu kış şartlarında da
Aygaz diyorum,
100+ Oktan
diyorum!



AYGAZ
100+ OKTAN

» Sayfa 3'ün Devamı

OPET olarak 2018 yılında başlattığımız "Kadın Gücü" projesiyle "mesleğin cinsiyeti olmaz" diyerek bu algıyı kökten değiştirmek, toplumsal dönüşüm hareketine öncülük etmek üzere yola çıktık. Amacımız; istasyonlarda kadın istihdamını artırarak toplumsal cinsiyet eşitliğini güçlendirmek, kadınların ekonomik hayata katılımını desteklemek ve fırsat eşitliği konusunda toplumsal farkındalık yaratmaktır.

Bugün Kadın Gücü'nün geleneksel olarak erkek egemen bir sektörde cinsiyet eşitliği modelini başarıyla uygulayan ilk proje olduğunu ifade edebilirim. Projeyi kurgularken kadınlara yalnızca bir istihdam alanı açmakla yetinmedik. Kadınların kendilerini güvende, güçlü ve eşit hissettikleri bir çalışma ortamı oluşturmayı öncelik haline getirdik. Zaman içinde gördük ki kadınların istasyonlardaki varlığı yalnızca iş gücünü değil, hizmet kalitesini ve müşteri memnuniyetini de olumlu yönde etkiledi. Bizimle birlikte sektörün diğer oyuncularında da kadın istihdam sayısında

artış yaşanması projenin yarattığı değişimin en güzel göstergesi. Artık rahatlıkla erkek egemen diye bilinen sektörümüzün Kadın Gücü ile yeni bir çehreye kavuştuğunu söyleyebiliyoruz.

OPET istasyonlarında kadın çalışan sayısında son yıllarda nasıl bir değişim var? Kadınların sahada daha görünür olması müşteri davranışlarını ve marka algısını nasıl etkiledi?

FİLİZ ÖZTÜRK:

Mart 2018'de proje ilk başladığında OPET ve Sunpet istasyonlarımızda kadın çalışan sayımız 1.541 idi. 2018'den bu yana toplamda 19 bini aşkın kadın çalışana dokunduk. 2025 sonu itibarı ile OPET ve Sunpet'teki toplam 17 bin 478 çalışandan 4 bin 395'i kadın. Araştırmalar ve geri bildirimler, kadın çalışanların olduğu istasyonlarda müşteri memnuniyetinin arttığını açıkça gösteriyor. 2018'de başladığımızda istasyonlarda kadın çalışan görmek çoğu insan için sıra dışı bir durumdu. Bugün ise müşterilerimizin çoğu, kadın çalışanlarımızın varlığını istasyon deneyiminin doğal ve hatta pozitif bir

parçası olarak görüyor. Bu bizim için çok kıymetli bir dönüşüm. Kadınların istasyonlardaki varlığı sadece sayısal bir artış değil; hizmet anlayışında, iletişimde ve kurum kültüründe de güçlü bir değişim yarattı. Proje ile kadın istihdamında önemli bir artış sağlanırken akaryakıt istasyonlarının müşteri memnuniyeti ve satışlarında da artış tespit edildi. Örneğin kadın istihdam eden bayilerimizin satışlarında pompa başına yüzde 4'lük artış ölçümlendi. Yine genel müşteri şikâyetlerinde yüzde 9 düşüş gözlemlendi. Projenin bilinirliğinin artmasıyla birlikte müşteri memnuniyeti, bayi bazında yüzde 951 gibi çok yüksek bir oranda arttı.

"Tertemiz Yarınlar Okullardan Başlar" projesiyle 81 ilde çocuklara ulaşmak oldukça büyük bir organizasyon. Bu projenin sahadaki etkilerini nasıl ölçüyorsunuz?

NURTEN ÖZTÜRK: Çeyrek



asrı geride bırakan Temiz Tuvalet Kampanyası, kamuya açık alanlarda bir hijyen standardına ulaşılmada pek çok sektör için yol gösterici oldu. "Tertemiz Yarınlar Okullardan Başlar" projesini tasarlarken en önemli önceliğimiz, eğitimin kalıcı davranış değişikliğine dönüşmesiydi. Projeyi, öğretmenleri, öğrencileri ve aileleri içine alan, kalıcı farkındalık oluşturan bir model olarak tasarladık. Toplumsal davranış değişikliğinin ancak "birlikte mümkün" olduğuna olan inancımız ile hijyeni yalnızca bir temizlik rutini değil, sağlıklı yaşamın ve toplumsal sorumluluğun temel parçası olarak ele aldık. Projemiz ülke çapında, okul öncesinden liseye kadar tüm öğrencileri kapsıyor. Eğitim videoları, dijital içerikler, etkinlik kitapları, çizgi filmler ve saha çalışmalarıyla 81 ilde çocukları "hijyen elçisi" haline getirdik. İyi uygulama örneklerini çoğaltmak için Türkiye genelindeki okullarda "Tertemiz Yarınlar İyi Uygulama Yarışması" ile "Sosyal Sorumluluk Yarışmaları" düzenledik.

Proje ile bugüne kadar Türkiye genelinde 1 milyon öğretmene, 16 milyon öğrenciye ve toplamda 25 milyon kişiye ulaştık. 81 ilde milyonlarca öğrenciye ulaşmak elbette büyük bir organizasyon; ancak asıl değerli olan, çocukların hijyeni bir sorumluluk ve yaşam alışkanlığı olarak benimsemesi.

"Doğaya Saygı Projesi" ile yangın sonrası köylerde yürüttüğünüz kalkınma çalışmalarında en büyük ihtiyaç neydi?

NURTEN ÖZTÜRK: Doğaya Saygı Projesi'nin doğuşu 2021

yılında Ege bölgesinde yaşanan büyük orman yangınlarından sonra oldu. Yangın sonrası bölgelerde yaptığımız çalışmalarda en büyük ihtiyacı yalnızca fiziki iyileştirme olmadığını çok net gördük. Asıl ihtiyaç, doğayla yeniden bağ kuran bir bilinç ve sorumluluk duygusuydu. Doğaya Saygı Projesi bu anlayışla şekillendi. Orman yangınlarından etkilenen Marmaris'e bağlı Osmaniye ve Bayır, Milas'a bağlı Çökertme, Gökbel ve Bozalan ile Köyceğiz'e bağlı Otmanlar'da restorasyon, rehabilitasyon ve eğitim çalışmaları gerçekleştirdik. Köylerde yapılan çalışmalarla, fiziksel değişim ve rehabilitasyon çalışmalarının yanı sıra yöre halkına yönelik eğitim programları düzenlenerek, ekonomik ve sosyo-kültürel gelişime de katkı sağlamayı hedefledik. Ayrıca yaşanan orman yangınları, iklim değişikliği ve diğer doğal afetlere ilişkin farkındalık yaratmak için de eğitim çalışmalarına ağırlık verdik. 2025 yılındaki büyük yangınlar sonrasında ise projeyi başka bir faza daha taşıdık. Bu çerçevede 15 Ağustos 2025 tarihi itibarıyla Doğaya Saygı Projesi kapsamında "Yaşam İçin Çöpe Sahip Çık" temalı ulusal bir çevre hareketi başlattık. Projeyi orman yangınlarının önlenmesi, çöpün doğadaki etkisine dair bilinç oluşturulması ve doğayla bağ kuran bir toplum yaratılması hedefiyle yürütüyoruz. Geçen yıl Muğla, Çanakkale ve Bursa illerinde benim de katıldığımız çöp toplama etkinlikleriyle tonlarca atık doğadan temizlerken, orman yangınlarındaki çöp gerçeğine de dikkat çekmiş olduk. Bu

» Devamı Sayfa 6'da

**EŞİTSEK FARK EDER İLE EŞİTLİKÇİ POLİTİKALAR**

OPET, kadınların çalışma hayatının her alanında fırsat eşitliği çerçevesinde başarıyla var olabileceğini ortaya koyan "Kadın Gücü" Projesi ile "mesleğin cinsiyeti olmadığı" algısının toplumsal düzeyde ve enerji sektöründe benimsenmesinde önemli bir görev üstlendi. 2023 yılı Kasım ayında ise OPET, UN Women ile toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadının güçlenmesi çalışmalarını bir adım daha ileriye taşıyacak anlamlı bir iş birliğine imza atarak "Eşitsek Fark Eder" projesini başlattı. Proje; Türkiye'de toplumsal cinsiyet eşitliği, kadınların güçlenmesi ve kadın istihdamını artırmak için kapsamlı ve uzun vadeli bir program. Proje ile BM Kadının Güçlenmesi Prensipleri (WEPS) doğrultusunda hem OPET Genel Müdürlük bünyesinde hem de OPET

istasyonlarında toplumsal cinsiyet eşitliğine duyarlı kurum politikaları ve uygulamalarının geliştirilmesi planlanırken alınan bu aksiyonların sektörde öncü ve örnek olması, toplumsal fayda yaratması hedefleniyor. Proje çerçevesinde OPET Genel Müdürlük ve istasyon çalışanlarını kapsayacak Temel Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Eğitim Programı'nın hazırlıkları tamamlandı. 2026 Haziran ayına kadar tüm OPET ve istasyon çalışanlarının bu eğitimleri tamamlamış olması planlanıyor. Eğitimler bittğinde toplamda 19.473 kadın ve 13.783 erkek çalışana olmak üzere toplam 37.629 kişiye Toplumsal Cinsiyet eşitliği alanındaki çalışmalarla ulaşılmış olacak.

Proje Kapsamında 2026 yılında yapılması

planlananlar:

- 2026 yılında Eşitsek Fark Eder projesi kapsamında tüm Genel Müdürlük ve istasyon çalışanlarının toplumsal cinsiyet farkındalık eğitimlerinin tamamlanması
- Eğitimlerin oryantasyon programı kapsamında, online'a evrilerek sürdürülebilir bir şekilde eklenmesi
- Genel Müdürlük çalışanlarının mail ve iç haberleşme sistemlerine eşitlikçi dil uyarısı yapan bir modül eklenmesi
- Her yaşta bireyin yararlanabileceği toplumsal cinsiyet duyarlı sözlüğün oluşturulması ve yayınlanması
- İstasyon Kadın Çalışanlara yönelik kariyer planlamalarını içerecek bazı çalışmaların yapılması

sene kamu ile iş birliğine giderek bu konuda daha büyük adımlar atmak üzere çalışmalarımızın süreceğini ifade etmek isterim.

“Temiz Tuvalet Kampanyası” gibi uzun soluklu bir projeyi 25 yıl boyunca sürdürülebilir kılmamanın sırrı nedir?

NURTEN ÖZTÜRK: Temiz Tuvalet Kampanyası'nın çeyrek asırdan fazla bir zamandır devam etmesinin ardında birkaç temel unsur olduğunu düşünüyorum. Öncelikle bu projeyi bir kampanya değil, toplumsal bir dönüşüm hareketi olarak ele aldık. Hijyenin gündelik yaşamın ayrılmaz bir parçası olması gerektiğine inandık ve bunu sabırla, yılmadan anlattık. Projenin içeriğini yıllar içinde güncelledik, eğitim modellerini yeniledik ve sahadan kopmadan ilerledik. En önemlisi de toplumu yargılamayan, kapsayıcı ve öğretici bir dil benimsedik.

Projeyi çeşitli iş birlikleri ile geniş bir çerçeveye yaydık. Okullardan hastanelere, kamu ve özel sektör kuruluşlarına kadar pek çok yerde eğitimlerle bilinçlenmenin ve gelişimin her beraber olabileceğinin en güzel örneğini oluşturdu. Bugün yapılan tüm marka algı, itibar ya da sosyal sorumluluk konulu araştırmalarda, Temiz Tuvalet Kampanyası en bilinen ve değer katan projelerin başında geliyor. Bence projenin sürdürülebilir olmasının sırrı toplumun gerçek bir ihtiyacına dokunması ve insanların bu projeyi sahiplenmesi oldu.

“Örnek Köy” ve “Arkeo-Köy” projeleriyle kırsal kalkınma ve turizmi bir araya getirdiniz. Bu projeler bölge halkına nasıl bir katkı sağladı?

NURTEN ÖZTÜRK: Bu projelerde temel yaklaşımımız, köyleri dışarıdan dönüştürmek değil, köy halkıyla birlikte, onların potansiyelini ortaya çıkararak ilerlemek oldu. Fiziki iyileştirmelerin yanı sıra eğitim, meslek edindirme ve çevre bilinci çalışmalarına odaklandık.

Örnek Köy Projesi kapsamında, Mardin Dara, Gaziantep Yesemek, Bolu Pazarköy, Fethiye Saklıkent, Kekova Uçağız ve İsparta İncesu köylerinde köy halkını destekleyici kurslar gerçekleştirdik. Tüm köylerde okuma-yazma, biçki-dikiş, bilgisayar, ilkyardım, girişimcilik eğitimleri verilirken, yöreye özgü meslek edindirme özelliği taşıyan kurslar düzenledik. Örnek Köy ve Çanakkale ve Gelibolu Yarımadası'nda devam eden Tarihe Saygı Projelerimiz bizi Troya Tefikiye Arkeo-Köy Projesi'ne götürdü. Çanakkale Valiliği ile 2017 yılında yaptığımız protokol ile başlayan proje ile Tefikiye Köyü'nü Troya dönemini yaşatan atmosferi, binaları, figürleri,



tarihi ve mitolojik değerleri ile açık hava müzesi niteliğinde Arkeo- Köyü dönüştürmeyi başardık.

FİLİZ ÖZTÜRK: Bu projelerin bölge halkına en önemli katkısı, kırsalda yaşayan insanların kendi değerlerine yeniden güven duymasını sağlaması oldu bence. Örnek Köy ve Arkeo-Köy projeleriyle köyleri yalnızca ziyaret edilen yerler haline getirmediğimiz, köy halkını turizmin ve kalkınmanın aktif bir parçası konumuna taşıdık. İnsanlar kendi kültürlerini, üretimlerini ve hikâyelerini anlatmaya başladı. Örneğin Tefikiye Arkeo-Köy tarih ve mitoloji, günlük yaşamın doğal bir parçası haline geldi. Köy halkı rehberlikten üretime kadar pek çok alanda sürecin içinde yer aldı. Bu projeler sayesinde bölge halkı hem ekonomik hem de kültürel ve sosyal açıdan da güçlenmiş durumda.

Bu yıl 20. yaşına giren “Tarihe Saygı Projesi” kapsamında Gelibolu’da yapılan çalışmaların Türkiye’de kültürel miras bilincine katkısı nasıl değerlendiriyorsunuz?

NURTEN ÖZTÜRK: Binlerce yıllık geçmişle birçok medeniyete ev sahipliği yapmış, tarihi dokusuyla eşsiz bir bölge olan Çanakkale'nin milletimizin

özgürlük ve bağımsızlığında çok ama çok özel bir yere sahip. Çanakkale'ye ilk kez 2005'te bir davet sonucu gittim. Çanakkale Valiliği ile örnek bir köy yapabilmek amacıyla görüşeceğiz. Çalışmalar esnasında Tarihi Yarımada'yı ziyaret ederken bizim bir örnek köy projesi değil de bir yarımada projesi yapmamız gerektiğini hissettim. Dolayısıyla projemizi ona göre kurguladık ve 2006'da Tarihe Saygı Projemizi başlattık. Milattan önce 3.000'li yıllarda Troya efsanelerine sahne olan, 1915'te bir milletin bağımsızlık iradesinin tüm dünyaya ilan edildiği Çanakkale ve Gelibolu Yarımadası; korunması gereken bir mirasın ve yaşatılması gereken ortak bir hafızanın en güçlü simgesi. 2006 yılında başlattığımız Tarihe Saygı Projemiz, aradan geçen 20 yılda bu toprakların ruhunu geleceğe taşıyan kapsamlı bir toplumsal sorumluluk yolculuğuna dönüştü. Tarihe Saygı Projesi, OPET'in en köklü ve en kapsamlı çalışmalarından biri haline geldi. Gelibolu Yarımadası ve çevresinde yürütülen bu proje, tarih bilincini güçlendiren çok boyutlu bir dönüşüm süreci oldu. Köy meydanlarından müzelerle, şehitliklerden eğitim alanlarına kadar yapılan çalışmalar, bölgenin manevi değerlerine yakışır bir görünüm

kazandırdı. Kültürel miras korunurken, bölge turizmi canlandı ve yerel ekonomi güçlendi. Bizim için en kıymetli sonuç ise insanların geçmişle bağ kurarak geleceğe daha bilinçli bakabilmesi oldu.

Bu projelerle OPET'in sadece enerji değil, aynı zamanda bir “toplumsal dönüşüm aktörü” haline geldiğini söyleyebilir miyiz? OPET'in çevre odaklı projeleri markanın sürdürülebilirlik hedefleriyle nasıl entegre ediliyor?

FİLİZ ÖZTÜRK: OPET'in bugün geldiği noktaya baktığımızda, birçok alanda toplumsal dönüşümün aktif bir paydaşı olduğumuzu rahatlıkla söyleyebiliriz. Bizim tüm projelerimizin temelinde, sürdürülebilir gelecek “insan”la başlıyor. Doğayı kirletmeyen, kaynaklarını sorumlu kullanan, ayrımcılığı reddeden ve saygıyı merkeze alan bireylerin yetişmesine katkı sağlamak, en temel önceliklerimiz arasında yer alıyor. Bu nedenle çevre odaklı projelerimizi, OPET'in sürdürülebilirlik hedeflerinden bağımsız değil; tam tersine bu hedeflerin sahadaki karşılığı olarak kurguluyoruz. Atık yönetimi, enerji verimliliği ve doğa bilinci çalışmalarımızı operasyonel süreçlerimizle entegre ediyor, iş ortaklarımızı

da bu dönüşümün bir parçası haline getiriyoruz. Bu stratejik dönüşümü yönetmek ve sürdürülebilirlik hedeflerimizi kurumsal düzeyde güvence altına almak amacıyla, iki ana yapıya sahip bir Sürdürülebilirlik Komitesi mekanizması devreye almaya hazırlanıyoruz. Bu komiteler, sürdürülebilirlik stratejisini geliştirmek, uygulamak ve uzun vadeli hedeflerle uyumlu uygulamaları tüm operasyonlara entegre etmek için kritik bir rol üstlenecek.

“İşimiz Temiz” projesi ile mikro işletmelere yönelik hijyen eğitimleri veriliyor. Bu proje özellikle pandemi sonrası nasıl bir rol üstlendi?

NURTEN ÖZTÜRK: Pandemi süreci, hijyenin yaşamsal bir önemi olduğunu göstermesi açısından önemliydi. 2021 yılında hayata geçirdiğimiz “İşimiz Temiz” projesi bu dönemde mikro işletmeler için hayati bir rehber oldu. Özellikle hizmet sektöründe faaliyet gösteren küçük işletmelerin hijyen standartlarını yükseltmelerine ve güvenli hizmet sunmalarına destek olmayı amaçladık.

OPET olarak Millî Eğitim Bakanlığı Hayat Boyu Öğrenme Genel Müdürlüğü ve Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Kadın Girişimciler



Kurulu iş birliğiyle yürütülen proje, kısa sürede ülke geneline yayıldı. Bugün İşimiz Temiz, mikro işletmelerin sürdürülebilirliğine de katkı sunan güçlü bir model haline geldi. Pandemi sonrasında da bu proje, işletmelerin müşterileriyle yeniden güven ilişkisi kurmasını sağlayan güçlü bir destek mekanizmasına dönüştü.

Hijyen ve temizlik alanındaki projelerinizin Türkiye’de hizmet kalitesine etkisini nasıl gözlemliyorsunuz?

NURTEN ÖZTÜRK: Projelerimizin hizmet kalitesi üzerindeki etkisini hem sahadan gelen geri bildirimler hem de ölçümleme çalışmalarıyla net biçimde gözlemliyoruz. Eğitim alan işletmelerde hijyen standartlarının yükseldiğini, çalışanların bilinç düzeyinin arttığını ve müşteri memnuniyetinin güçlendiğini görüyoruz.

Temiz Tuvalet Kampanyası, İşimiz Temiz ve Tertemiz Yarınlar Okullardan Başlar projeleriyle hijyenin hizmet kalitesinin temel unsurlarından biri olduğu algısını

yerleştirdiğimizi düşünüyorum. Bu yaklaşım, özellikle pandemi sonrası dönemde işletmeler için rekabet avantajı yaratan bir faktöre dönüştü. Hijyen bilinci yükseldikçe, güven duygusu da artıyor. Bu da hem hizmet kalitesine hem de toplumsal refaha doğrudan katkı sağlıyor.

OPET’in sosyal sorumluluk projeleri ulusal ve uluslararası birçok ödüle layık görüldü. Bu ödüller kurum içinde nasıl bir motivasyon yaratıyor? Filiz Hanım özellikle size sormak isterim Heroes Women Role Model List 2025’in “Top 100 Women Executives” listesinde ilk 5’te yer aldınız, küresel çapta rol model gösterilmek nasıl bir his?

FİLİZ ÖZTÜRK: Aldığımız ödüller çok kıymetli. Ulusal ve uluslararası platformlarda sosyal sorumluluk projelerimizin takdir görmesi, tabii ki kurum içinde de büyük bir gurur ve motivasyon kaynağı yaratıyor. Bu ödüller, sahada emek veren ekiplerimizin “iyi ki bu işi yapıyoruz” duygusunu da pekiştiriyor. Ancak aynı

zamanda sorumluluğumuzu da artırıyor. Çünkü her takdir, çitayı biraz daha yukarı taşımamız gerektiğini hatırlatıyor. OPET’te bu ödüller, yeni projeler için cesaret veren, kurumsal hafızayı güçlendiren ve çalışan bağlılığını artıran önemli bir itici güç.

NURTEN ÖZTÜRK: Halen OPET’te sosyal etkisi yükse 13 proje yürütüyoruz. Bu noktada size bazı rakamlar vermek istiyorum. Her biri uzun soluklu olarak kurgulanan tüm bu projeler ile 20 milyonu aşkın kişiye ulaştık. Sadece Temiz Tuvalet Kampanyası kapsamında bugüne kadar 12 milyonu aşkın kişiye eğitim verildi. Ekip arkadaşlarımla bu projeyi anlatmak için 7,5 milyon kilometreden fazla yol kat ettik. Bu da dünyanın çevresinde 187,5 kez dolaşılması demek. Bugün her biri markalaşan OPET’in bilinçli toplum projeleri nedeniyle aldığı teşekkür mektupları, ülkemizin seçkin kurumları ve IPRA, STEVIE, COMMUNITAS Awards ve Globe Awards gibi uluslararası platformlar tarafından layık görüldüğü ödül ve plaket sayısı yüz bini astı. En özeli de



vatandaşlarımızdan aldığımız teşekkür mektupları. Bu geri dönüşler, doğru bir ihtiyaca dokunduğumuzu ve toplumla gerçek bir bağ kurabildiğimizi gösteriyor.

Sosyal sorumluluk projelerinin marka değerine ve müşteri sadakatine katkısını ölçüyor musunuz?

FİLİZ ÖZTÜRK: Evet, sosyal sorumluluk projelerimizin marka değerine ve müşteri sadakatine etkisini düzenli olarak ölçümlüyoruz. Yapılan araştırmalar da OPET’in sosyal sorumluluk projeleriyle güven, samimiyet ve toplumsal duyarlılık algısını güçlendirdiğini açıkça ortaya koyuyor. Tüketiciler, artık markalardan yalnızca kaliteli ürün ve hizmet değil; topluma karşı sorumluluk almalarını da bekliyor. OPET’in uzun soluklu ve samimi projeleri, müşteriyle kurulan bağı derinleştiriyor ve sadakati artırıyor. Bu projelerle OPET, hayatın farklı alanlarına dokunan, değer üreten bir yol arkadaşı olarak konumlanıyor. Bu güven ilişkisi en kıymetli kazanımlardan biri.

Akaryakıt sektörü uzun yıllardır erkek egemen bir alan. Bu sektörde kadın yönetici olmanın avantajları ve zorlukları neler?

NURTEN ÖZTÜRK: Ne yazık ki kadınların aynı yetkinlik ve deneyime sahip olmalarına rağmen üst yönetim pozisyonlarına yükselmelerini engelleyen görünmez bariyerler her sektörde var. Bu yolda benim en büyük şansım 55 yıldır omuz omuza yürüdüğüm Fikret Öztürk ve tabii ki ailem oldu. Bu destek sayesinde şirket içinde kadın yönetici olmanın zorluklarını birebir yaşamadığımı söyleyebilirim. Ancak tabii ki kadın yönetici olmanın getirdiği sorumlulukları biliyor ve hissediyorum. Çoğu zaman yalnızca kendiniz için değil, sizden sonra gelecek kadınlar için de yolu açtığınızı bilerek hareket etmeniz gerekiyor.

FİLİZ ÖZTÜRK: Ben de 1997 yılından bu yana bu sektörün içindeyim ve

gerçekten kadının adının olmadığı bir alanda yıllarca mücadele verdiğimizizi söyleyebilirim. Burada benim de en büyük şansım, cinsiyet eşitliğine ve kadının gücüne inanan bir ailede büyümem oldu. 2018 yılında sektör için önemli bir adım atarak “Kadın Gücü” Projemizi başlattığımızda, “akaryakıt istasyonunda kadının ne işi var” algısı oldukça yaygındı. Ama tüm yönetim bu konuda destek verdi ve bugün sektörün çehresini değiştiren bir dönüşüme imza attığımızı görüyoruz. Ancak başlarda bazı bayilerimizin kadın istihdamına direnç gösterdi. Yılmadık, toplantılar yaptık, projemizi, hedeflerimizi anlattık ve yola devam ettik.

Kadın liderlerin sektöre getirdiği bakış açısının en büyük farkı sizce nedir?

NURTEN ÖZTÜRK: Liderliği belirleyen şey tabii ki cinsiyet değil; öncelikle karakter, değerler ve deneyim. Ancak kadın liderlerin kriz dönemlerinde genellikle çok boyutlu düşünme ve empati kurma konusunda güçlü bir refleks sergileyebilecekleri de bir gerçek. Kadınların güçlü iletişim becerileri, kapsayıcı bakış açıları böyle dönemlerde bir fark yaratabilir. Zorluklarla başa çıkma pratiği kriz anlarında kadınların daha soğukkanlı kalmasını sağlayabiliyor.

FİLİZ ÖZTÜRK: Ben de kadın yöneticilerin empati kurabilen, dinleyen ve kapsayıcı bakış açısının özellikle insan odaklı sektörlerde önemli bir avantaj yarattığına inanıyorum. Kadınların detaylara verdiği önem, ekip içi iletişimi güçlendirmesi ve farklı görüşleri bir arada değerlendirebilme becerisi, kurum kültürünü zenginleştiriyor. Özellikle zor dönemlerde, çalışanların kaygılarını anlamak ve onları sürecin bir parçası haline getirmek, liderliğin en önemli unsurlarından biri. Kadın liderler bu noktada güven veren, şeffaf ve birleştirici bir rol üstlenebiliyor.

» Devami Sayfa 8’de



Kariyer yolculuğunuzda karşılaştığınız en önemli kırılma noktaları neler oldu?

NURTEN ÖZTÜRK:

Geriye dönüp baktığımda, öğretmenliği bırakıp akaryakıt sektörüne adım atmamın büyük bir dönüm noktası olduğunu görüyorum. Bu kararı almak benim için hiç kolay değildi. Çünkü ben öğretmenliği, eğitimci olmayı gerçekten çok seviyordum. Sınıfta olmayı, öğrenmenin ve öğretmenin verdiği o duyguyu çok kıymetli buluyordum. Ancak zaman içinde şunu fark ettim; eğitimci kimliğim aslında beni hiç terk etmedi. Aksine, OPET'te yaptığım her işin temelini oluşturdu. Bugün sosyal sorumluluk projelerimize baktığımda, hepsinin özünde "öğrenme, öğretme ve bilinçlendirme" çabası olduğunu görüyorum. Bir diğer önemli kırılma noktası ise Temiz Tuvalet Kampanyası'nı başlatma kararıydı. O günlerde hijyen konusu öncelik verilen bir başlık değildi. Kimsenin yüksek sesle konuşmadığı bir meseleye odaklanmak cesaret istiyordu. Başlangıçta "Bunun ne kadar karşılığı olur? Değiştirmek mümkün

değil" diyenler oldu. Ama sahaya çıktığımızda gördük ki aslında toplumun çok büyük bir ihtiyacına dokunuyoruz. İnsanların gözlerindeki fark ediş, çocukların öğrendiklerini ailelerine anlatması, bu işin ne kadar doğru bir yerden başladığını bize gösterdi.

FİLİZ ÖZTÜRK: Benim hayatımda da Bilkent Üniversitesi İşletme Bölümü'nde okurken New York İthaca Üniversitesi Uluslararası İşletme Bölümü'ne geçiş yaparak eğitimimi burada devam ettirme kararı önemli bir dönüm noktasıydı. Ardından Oxford ve Cambridge'de aldığım uluslararası petrol ticareti ve fiyatlandırması eğitimleriyle enerji sektörüne yoğunlaştım. İngiltere'de aldığım uzmanlık eğitimleri, benim için bir kilometre taşı olurken, vizyonumu uluslararası bir perspektifle şekillendirdi diyebilirim. Kariyerim boyunca özellikle sürdürülebilirlik, toplumsal katkı ve fırsat eşitliği konularını işimin merkezinde tuttum. Bu yaklaşımın en anlamlı yansımalarından biri de OPET olarak hayata geçirdiğimiz "Kadın Gücü Projesi" oldu. Akaryakıt

sektöründe toplumsal cinsiyet eşitliği bilincini yaygınlaştırma ve kadın istihdamını artırmaya yönelik bu proje de şahsen benim için bir diğer önemli adımdı.

Bugün bu sektörde kariyer yapmak isteyen genç kadınlara en önemli tavsiyeniz ne olur?

NURTEN ÖZTÜRK: Benim sadece bu sektör değil, tüm alanlarda kariyer yapmak isteyen genç kadınlara tavsiyem, sevdikleri işi yapmaları. Çünkü insan sevdiği işi yaparsa zorluklar gözünüzü korkutmaz, engeller onu durduramaz. Tabii bir de başarının tesadüf olmadığını unutmamaları gerekiyor. Sabır, emek ve disiplin gerekiyor. Kariyer yolculuğunda "yapamazsın, başaramazsın" diyenler her zaman çıkacaktır. Kendilerine, potansiyellerine güvensinler ve öğrenmekten, araştırmaktan hiç vazgeçmesinler.

FİLİZ ÖZTÜRK: Ben kişisel olarak "mesleğin cinsiyeti olmadığına" yürekten inanıyorum. Bugün hâlâ bazı sektörlerin kadınlara uygun olmadığına dair kalıplaşmış yargılarla karşılaşabiliyor.



Ancak şunu çok net söylemek isterim ki, yetkinlik, emek ve kararlılık söz konusu olduğunda cinsiyetin hiçbir belirleyiciliği yok. Genç kadınların, başkalarının onlar adına çizdiği sınırları değil, kendi hayallerini ve hedeflerini referans almaları gerekiyor. Bu sektörde ya da başka bir alanda

kariyer yapmak isteyen genç kadınlara en önemli tavsiyem; cesur olmaları ve kendilerine inanmaları. İlk adımı atarken tereddüt edebilirler, hatta zaman zaman yalnız hissedebilirler. Bu çok doğal. Ancak her zorluğun, kişiyi daha da güçlendiren bir deneyime dönüştüğünü unutmamaları.

8 Mart Dünya Kadınlar Günü için mesajınız ne olur?

NURTEN ÖZTÜRK:

Kadınların eşit, adil ve güvenli bir yaşam sürmesi; eğitimden istihdama, sosyal hayattan karar alma mekanizmalarına kadar her alanda güçlü bir şekilde var olabilmesi, toplumların gelişmişlik göstergesidir. Kadının olduğu yerde yaşam var, umut var, dönüşüm var. Unutmayalım

ki kadınlar güçlendikçe aileler, toplumlar ve gelecek de güçleniyor.

FİLİZ ÖZTÜRK:

Kadınların iş hayatında, sahada, yönetimde ve karar alma süreçlerinde daha görünür olması; daha adil, daha kapsayıcı ve daha sürdürülebilir bir dünyanın anahtarı. Kadınların

sesinin duyulduğu, emeğinin karşılık bulduğu ve potansiyelinin önüne hiçbir engelin konmadığı bir gelecek hepimizin ortak sorumluluğu. 8 Mart'ın bu bilinci güçlendirmesini diliyorum; cesaretiyle, emeğiyle ve umuduyla dünyayı güzelleştiren tüm kadınların gününü kutluyorum.



Türkiye'de kadın istihdamı ve toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda en büyük eksik sizce nedir? OPET olarak önümüzdeki dönemde kadın istihdamı konusunda yeni projeler planlıyor musunuz?

NURTEN ÖZTÜRK:

Öncelikle ifade etmek isterim ki; güçlü kadın, güçlü Türkiye demek. Araştırmalara göre kadının iş yaşamının içinde yeterince olmaması ekonomiyi, üst düzey yönetici kadın azlığı da şirketleri olumsuz etkiliyor. Bu nedenle kamuda ve tüm makro ve mikro işletmelerde kadın çalışan sayısı artırılmalı. Bu büyük sorumluluğun yerine getirilmesi için ise her şeyden önce milli politikalar gerekli. Kadının yaşamın her alanında eşit ve adil bir şekilde yer alması için, konu devletin her kademesi tarafından sahiplenilmeli. Kadın siyasetçi, kadın

istihdamı, kadın kotası, eşit işe eşit ücret, esnek çalışma saatleri, miras hukukunda adil davranılması, kreş sayısının artırılması ve yaygınlaştırılması gibi pek çok alanda sorunun köküne yönelik çalışmalar yapılmalı, çözümler üretilmeli. Ben eşitlik sağlanana kadar kadınlara öncelik sağlanması gerektiğine, kurumların kariyer politikalarını pozitif ayrımcılık doğrultusunda yeniden gözden geçirmesi gerektiğini düşünüyorum.

FİLİZ ÖZTÜRK: Türkiye'de kadın istihdamı ve toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda en büyük eksiklerden biri, zihniyet dönüşümünün henüz arzu ettiğimiz hızda gerçekleşmemesi. Yasal düzenlemeler ve teşvikler elbette çok kıymetli; ancak kalıcı değişim, eşitliğin bir "kadın meselesi" değil, toplumsal bir kalkınma meselesi olduğunun kabul edilmesiyle mümkün.

Kadınların iş gücüne katılımını sınırlayan görünmez bariyerler, kalıplaşmış rol beklentileri ve fırsat eşitsizlikleri hâlâ önemli bir engel oluşturuyor. Eşit işe eşit fırsat sunmak, kapsayıcı bir çalışma kültürü oluşturmak ve kadınların kariyer yolculuklarını sürdürülebilir kılabilecek ortamı sağlamak iş dünyasının öncelikleri arasında olmalı. Biz de bu anlayışla hareket ediyor, projelerimizi bu anlayışla oluşturuyoruz.

OPET'in sosyal sorumluluk projelerine baktığımızda, yalnızca bugünü değil geleceği de şekillendiren bir vizyon görüyoruz. Sizce Türkiye'nin sosyal gelişimi için özel sektörün rolü önümüzdeki yıllarda nasıl değişecek?

NURTEN ÖZTÜRK: Bence 21'nci yüzyılın açık gerçeği, çalışan kadın sayısının artması olacak.

Kadın erkek ayrımı yapmak, bazı insanların sahip olduğu üstün yeteneklerden yararlanamamak demek. Artık kadınlar hayatın her alanında ve bilgi çağının yarattığı yeni mesleklerin pek çoğunda ön plana çıkmakta. İletişim, medya, eğitim, finans, sağlık ve benzeri hizmet sektörlerinde tarımda kadının egemenliği görülüyor. İnanıyorum ki; Türkiye'de ve dünyada modern çağ erkeklerin çağı idi, içinde bulunduğumuz postmodern çağ ise kadınların çağı olacak.

FİLİZ ÖZTÜRK: Toplumsal cinsiyet eşitliği talebi, kadınların erkeklerle aynı olma değil, aynı haklara sahip olma talebi aslında. Ekonomik kalkınmanın temel taşlarından olan toplumsal cinsiyet eşitliği sadece ülkelerin değil, küresel ekonominin de iyileştirilmesi için atılması gereken ilk adım. Artık cinsiyet eşitliği sürecini hızlandırmak ve somut adımlar atmak gerek. Siyasi temsildeki

kadın sayısını artırmalı, meslek seçimlerinde cinsiyetçi yaklaşımdan uzak durmalı kariyer, ücret ve fırsat eşitliği sağlamalıyız. Değişime önce kendimizden başlamak gerek. Dilimize yerleşen kalıplardan, bilinçaltımıza işlemler ön yargılardan kurtulmalı, kadın ve kız çocuklarını güçlendirmek, eğitmek için hep birlikte çalışmalıyız.

Önümüzdeki yıllarda özel sektörün rolünün çok daha belirleyici olacağına inanıyorum. Çünkü şirketler artık toplumsal dönüşümün de önemli aktörleri. Sürdürülebilirlik anlayışı, çevresel sorumluluk kadar sosyal sorumluluğu da kapsıyor. Bu noktada özel sektörün; kapsayıcı istihdam politikaları geliştirmesi, fırsat eşitliğini kurum kültürünün ayrılmaz bir parçası haline getirmesi ve sosyal yatırımları stratejik bir bakış açısıyla ele alması gerekecek.

Aytemiz Kart Avantajlar Mobilde!



Artık yanınızda kart taşımaya gerek yok!
Şimdi online üyeliğinizi oluşturun, plakanızı kaydedin ve
her akaryakıt alışverişinizde puan kazanmaya başlayın.

PUAN KAZANMAYA BAŞLA



Hemen İndirin
App Store

Hemen İndirin
Google Play

Aytemiz

Petrol Ofisi Grubu ve Hicri Ercili'den Türk denizciliğinde yeni referans

Petrol Ofisi Grubu için Hicri Ercili tarafından inşa edilen sıfır emisyonlu akaryakıt tankeri WOLF 1 Yalova'da düzenlenen törenle denize indirildi. Sektörde bir ilk olduğu ve Türkiye'nin sürdürülebilir denizcilik vizyonunda ülkemize uluslararası sularda rekabet avantajı sağlayacağı belirtilen WOLF 1'in yüzde 100 Türk mühendisliği ürünü olduğunun altı çizildi. WOLF 1 toplam dört adet akaryakıt ikmal gemisi projesinin ilk halkasını oluşturuyor.



Hicri Ercili Grup tarafından Petrol Ofisi Grubu için inşa edilen WOLF 1 adlı akaryakıt tankeri Yalova Altınova'daki tersanede düzenlenen törenle denize indirildi. Törene T.C. Ulaştırma ve Altyapı Bakan Yardımcısı Durmuş Üzüvar, Petrol Ofisi Grubu CEO'su Mehmet Abbasoğlu, Hicri Ercili Grup Yönetim Kurulu Başkanı Murat Ercili, yerel yönetim temsilcileri ve denizcilik ile enerji sektörünün önemli isimleri de katıldı. Sektörde bir ilk olarak sıfır emisyon prensibi doğrultusunda tasarlanan geminin, Türk denizciliğinin ulusal ve uluslararası sulardaki sürdürülebilir deniz taşımacılığı

vizyonunun somut bir çıktısı olarak dikkat çektiği ifade edildi.

"TÜRKİYE YÜZYILINDA KATMA DEĞERLİ PROJELERE İMZA ATMAYA DEVAM EDECEĞİZ"

Projeye ilgili değerlendirmelerde bulunan Petrol Ofisi Grubu CEO'su Mehmet Abbasoğlu, "Türkiye'nin deniz ticaret filosu dünyanın ilk 10'u arasında yer alıyor. Denizciliğin jeopolitik gündemdeki stratejik konumu ise enerjide tam bağımsız Türkiye hedefinde ve enerji geçişi ajandasında hayati rol oynuyor. Ne mutlu bize ki

Petrol Ofisi Grubu olarak bu resme katkı sağlayabiliyoruz. Türk mühendislerinin emeğiyle tasarlanıp inşa edilen WOLF 1 barcımızı suya indirmek bizim için gurur kaynağı. Kızakta üç gemimiz daha inşa halinde. Sıfır emisyonlu akaryakıt ikmal tankerleri bölge ve dünya sularına örnek teşkil edecek. Hicri Ercili ile bu projede yer almaktan gurur duyuyoruz. Bakanlığımızın temiz denizlerde güvenli, emniyetli ve sürdürülebilir denizcilik mottosu ışığında yürüttüğümüz bu öncü yatırımları daha da artırarak Türkiye yüzyılında katma değerli projelere imza atmaya devam edeceğiz" şeklinde konuştu.

"UZUN VADELİ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK STRATEJİMİZİN ÇOK ÖNEMLİ BİR ADIMI"

Hicri Ercili Grup Yönetim Kurulu Başkanı Murat Ercili de "Deniz taşımacılığının çevreye daha duyarlı hale gelmesi artık bir tercih değil zorunluluk. Uluslararası gelişmeleri yakından takip ediyor; filomuzu çevre dostu, yenilikçi ve yüksek teknoloji gemilerle büyütmeyi stratejik bir hedef olarak görüyoruz. Bu bağlamda WOLF 1 sadece yeni bir gemi değil aynı zamanda entegre üretim ve lojistik kabiliyetinin denizcilik alanındaki modern

bir yansımasıdır. Bu proje uzun vadeli sürdürülebilirlik stratejimizin çok önemli bir adımıdır. Kendi sınıfında tek olarak inşa edilmiş alternatif yakıtların taşınmasında kullanılabilir, sıfır emisyon özellikleriyle çevreye duyarlı denizciliği olarak çalışıp her iki kurum için de önemli bir değer ve prestij oluşturacağız. Projede emeği geçen tüm mühendislerimize, teknikerlerimize, tersane çalışanlarımıza, değerli paydaşlarımıza ve bizlere güvenen Petrol Ofisi Grubu CEO'su Sayın Mehmet Abbasoğlu ile kıymetli ekibine teşekkürlerimi sunuyorum" şeklinde konuştu.



"SINIFINDA TEK: ALTERNATİF YAKIT TAŞIMACILIĞINDA REFERANS PROJE"

Petrol Ofisi Grubu'ndan yapılan açıklamada şu ifadeler yer verildi: "Petrol Ofisi Grubu için inşa edilecek toplam dört adet akaryakıt ikmal gemisi projesinin ilk halkasını oluşturan 1.750 DWT kapasiteli WOLF 1; alternatif yakıt taşımacılığına uygun altyapısı, tam otomasyonlu sistemleri ve yüksek tahliye kapasitesiyle operasyonel verimlilik ve çevresel duyarlılığı bir araya getiriyor. Sıfır

emisyon yaklaşımı doğrultusunda geliştirilen gemi, enerji lojistiğinde daha düşük çevresel etki ve daha yüksek operasyonel performans hedefleyen yeni nesil tanker konseptinin temsilcisi olarak konumlanıyor. WOLF 1'in denize inışı, Türk tersaneciliğinin mühendislik yetkinliği ile enerji sektörünün sürdürülebilirlik vizyonunu kesitiren stratejik bir eşik olarak kayda geçti."

MUTLULUĐA GİDEN İSTİKAMET:

ALPET



ALPET

Alpet bir **NAKKAS** kuruluşudur.



TotalEnergies İstasyonları ve Renault ile TBF arasında büyük iş birliği

OYAK Genel Müdürü Murat Yalçıntaş ve Türkiye Basketbol Federasyonu Başkanı Hidayet Türkoğlu Millî Basketbol takımlarını ve Basketbol Süper Liginin kapsayan bir sponsorluk anlaşması imzaladı.



Beyza Erdoğan / İstanbul

OYAK bünyesinde Türkiye'de faaliyet gösteren TotalEnergies İstasyonları ve Renault ile Türkiye Basketbol Federasyonu (TBF) arasında 2 önemli sponsorluk anlaşması imzalandı.

TBF ile altı yıldan beri sürdürdüğü sponsorluk anlaşmasını yenileyen TotalEnergies İstasyonları, 3 yıl daha Millî Basketbol Takımları Ana Sponsoru olarak millî sporcuların yanında olmaya devam edecek.

Renault ise Türkiye Sigorta Basketbol Süper Ligi Ana Sponsoru olacak. Önümüzdeki üç yıl boyunca Türk basketboluyla güç birliği yapacak olan Renault, Türkiye'nin en başarılı kulüplerinin kıyasıya mücadele ettiği bu dev ligin dinamizmine ve marka değerine ortak olacak.

Turkcell Basketbol Gelişim

Merkezi'nde TBF ile OYAK aracılığıyla faaliyetlerini sürdüren şirketler arasında yapılan imza törenine, Türkiye Basketbol Federasyonu Başkanı Hidayet Türkoğlu, OYAK Genel Müdürü Murat Yalçıntaş, MAİS A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı ve Genel Müdürü Bahaettin Tatoğlu, GüzelEnerji ve Milangaz Genel Müdürü Mahmut Çil, TBF Yönetim Kurulu Üyeleri, TBF yöneticileri ve basın mensupları katıldı.

"BAŞARILARIN ARKASINDA GÜÇLÜ KURUMSAL İŞ BİRLİKLERİ DE YER ALIYOR"

Türkiye Basketbol Federasyonu Başkanı Hidayet Türkoğlu attıkları her adımın arkasında Türk basketbolunu sadece sportif başarılarla değil, ekonomik ve kurumsal gücüyle de örnek bir modele dönüştürme hedefleri olduğunu belirtti. Türkoğlu sözlerine

şöyle devam etti:

"Başarıların arkasında yalnızca saha içi performans değil, güçlü kurumsal iş birlikleri de yer alıyor. Bugün bu anlamlı birlikteliğin merkezinde Türkiye'nin en köklü ve en güçlü kurumsal yapılarından biri olan OYAK bulunuyor. Böylesine güçlü ve çok katmanlı bir yapının Türk basketbolunun yanında durması bizim için son derece kıymetlidir. Bugün aynı çatı altında, OYAK'ın farklı alanlardaki güçlü markalarının da basketbol ekosistemine katkı sağlaması; iş birliğimizi daha bütüncül bir noktaya taşımaktadır."

"ENERJİSİ GÜZEL TAKIM'IN ENERJİSİ TOTALENERGIES'TEN"

Şirketten yapılan açıklamada, "TotalEnergies İstasyonları, 800'e yakın istasyondan oluşan güçlü ağıyla özellikle son üç yılda sektörün



"OYAK OLARAK MARKALAR ARASI İŞ BİRLİKLERİNE HEM İNANIYOR HEM ÖNEM VERİYORUZ"

İmza töreninde konuşan OYAK Genel Müdürü Murat Yalçıntaş, "Bugün altı yıldan beri sürdürdüğü Basketbol Millî Takımları sponsorluğunu üç yıl daha uzatan TotalEnergies İstasyonları dünyanın en önemli enerji markalarından bir tanesidir ve 2020 yılından beri OYAK çatısı altında faaliyetlerini sürdürmektedir. Türkiye Sigorta Basketbol Süper Ligi ana sponsoru olan otomotiv markamız Renault ise ülkemizde otomotiv pazarının en güçlü markalarından biri olmanın yanı sıra, üretim, ihracat ve satışta da öncü konumunu sürdürmektedir" diye konuştu.

Türk basketbolunun da küresel bir marka haline geldiğini belirten Yalçıntaş, millî basketbol takımımızla dünya ve Avrupa ikinciliklerinin yanı sıra Akdeniz oyunlarında birincilikler kazandığımızı, öte yandan Avrupa Ulusal

Basketbol Ligleri sıralamasında bizim ligimizin üçüncü sırada bulunduğunu ifade etti.

İmzalanan sponsorluk anlaşmalarının birbirinden kıymetli dört markayı bir araya getirdiğine vurgu yapan Yalçıntaş, şunları kaydetti: "Bugün Türkiye Basketbol Federasyonu ile atacağımız imzalarla birbirinden kıymetli dört marka arasında çok verimli ve güzel sonuçlar doğuracağına inandığımız bir iş birliğini hayata geçireceğiz. OYAK olarak markalar arası iş birliklerine hem inaniyor hem önem veriyoruz. O yüzden önümüze böyle bir fırsat gelince tereddüt etmeden kabul ettik. Böylece hem ülkemizin en başarılı spor alanlarından birine destek olmanın gururunu yaşıyor hem de çok verimli bir markalar arası iş birliği fırsatını değerlendirmiş oluyoruz."

en hızlı büyüyen dağıtım şirketleri arasında yer alıyor. Benzin, motorin ve akaryakıt dışı ürün kategorilerinde sektör ortalamasının üzerinde bir performans sergileyen şirket, istasyonlarını yalnızca yakıt alınan noktalar olmaktan çıkararak birer yaşam alanına dönüştürüyor. Yenilikçi çözümleri ve üstün hizmet anlayışıyla hem sektöre hem de Türkiye ekonomisine değer katmaya devam ediyor.

Marka değerine katkı sunan sponsorluk anlaşmalarını önemseyen TotalEnergies İstasyonları, 2019 yılında Türkiye Basketbol Federasyonu (TBF) ile imzaladığı anlaşma kapsamında "Enerjisi Güzel Takım" sloganıyla tüm yaş kategorilerinde A Millî Kadın ve Erkek Takımlarının altı yıldır ana sponsor olarak yanında yer

alıyor" ifadelerine yer verildi.

TÜRKİYE SİGORTA BASKETBOL SÜPER LİGİ ANA SPONSORU RENAULT

OYAK ve Renault Grubu ortaklığıyla Türkiye'de faaliyet gösteren Renault markasının, güçlü yapısı ve köklü üretim geçmişiyle otomotiv sektörünün lider oyuncularında yer aldığı altı çizildi.

Renault; Clio, Megane Sedan ve Duster gibi yerli üretim modelleriyle geniş kitlelere ulaşırken yıllardır yollarda güçlü bir varlık gösterdiği belirtilen markanın, şimdi bu lider konumunu sporun birleştirici gücüyle buluşturduğuna da dikkat çekildi.




Yıllardır milyonlarca aracın tercihi Kadoil!

Yüksek standartlara sahip
yakıt teknolojimiz,
motor verimliliğini artırır
ve uzun ömürlü güç sağlar.

Yakıtta iyi sonuç
arayanlar için
Kadoil yeter!

 **kadoil**

kadoil.com

 Kadoil

 Kadoilofficial

 Kadoil

Shell Madeni Yağlar, 2026 yol haritasını Türkiye distribütörleriyle paylaştı



Shell & Turcas Madeni Yağlar, Antalya'da düzenlenen Shell Champions Club kapsamında Türkiye distribütörleriyle bir araya gelerek küresel ve yerel pazar dinamikleri doğrultusunda şekillenen 2026 yol haritasını ve stratejik önceliklerini paylaştı.

Shell & Turcas Madeni Yağlar, Antalya'da düzenlenen Shell Champions Club etkinliğinde Türkiye genelindeki madeni yağlar distribütörleriyle buluştu.

Etkinlikte, küresel ve yerel pazar dinamikleri ışığında şekillenen stratejik öncelikler, sektörün mevcut görünümü ve 2026 yol haritası kapsamlı

biçimde ele alındı.

Etkinliğin ilk günü, Shell & Turcas Madeni Yağlar İndirekt Satışlar Müdürü Emre Şuyalçinkaya'nın açılış sunumuyla başladı. Sunumda; güncel pazar verileri, makroekonomik gelişmelerin sektöre etkileri ve Shell Madeni Yağlar'ın 2026 dönemine uzanan stratejik planları katılımcılarla paylaşıldı.

"SHELL 19'UNCU KEZ DÜNYANIN BİR NUMARALI MADENİ YAĞ TEDARİKÇİSİ OLDU"

• Küresel pazar araştırma ve danışmanlık şirketi Kline + Company verilerine göre üst üste 19'uncu kez dünyanın bir numaralı madeni yağ tedarikçisi olan Shell, bu küresel başarısını Türkiye'deki güçlü distribütör ağıyla birlikte sürdürmeyi hedefliyor.

Shell Champions Club da bu yaklaşımın bir yansıması olarak, iş birliğini derinleştiren, ortak hedefler etrafında ilerlemeyi esas alan ve uzun vadeli başarıyı birlikte inşa etmeyi amaçlayan bir buluşma platformu olma niteliğini bu yıl da pekiştirdi.

"2026 YOL HARİTAMIZI ORTAK ANLAYIŞ VE UYUMLA HAYATA GEÇİRMİYİ HEDEFLİYORUZ"

Emre Şuyalçinkaya etkinliğe ilişkin değerlendirmesinde şunları söyledi: "Madeni yağlar pazarının hem küresel hem de yerel ölçekte hızla değiştiği bir dönemden geçiyoruz. Bu dönüşümün sağlıklı yönetilebilmesi, güçlü veriye dayalı karar alma, ortak bir stratejik bakış ve aynı hedefe odaklanan iş birlikleriyle mümkün. Shell Madeni Yağlar olarak, pazar verileri ve makroekonomik gelişmeleri bütüncül bir perspektifle ele alırken; ürün portföyümüzü, pazarlama ve teknik yaklaşımımızı da bu doğrultuda sürekli geliştiriyoruz. Küresel ölçekte 19'uncu kez elde ettiğimiz liderliği, Türkiye'de distribütörlerimizle birlikte daha ileriye taşımayı; 2026 yol haritamızı da bu ortak anlayış ve uyumla hayata geçirmeyi hedefliyoruz."

SHELL HELIX EXTRA HEM PAZARLAMA HEM DE TEKNİK PERSPEKTİFTEN ELE ALINDI

Program kapsamında pazarlama ve teknik ekiplerin sunumları da yer aldı. Pazarlama oturumlarında pazar verileriyle desteklenen değerlendirmeler, yeni ürünler ve faaliyet planları aktarılırken; teknik oturumlarda ürün performansı, teknik yaklaşımlar ve sahadaki uygulamalara ilişkin bilgiler aktarıldı. Bu çerçevede, Shell'in yeni ürün segmenti Helix Extra hem pazarlama hem de teknik perspektiften

ele alınarak katılımcılarla paylaşıldı.

Etkinlik boyunca ayrıca Etik & Uyum, İş Sağlığı, Emniyet ve Çevre (İSEÇ), Derince Madeni Yağ ve Gres Üretim Tesisi üzerine seanslar gerçekleştirildi. Ayrıca, ofis ergonomisi ve sağlıklı yaşam üzerine de interaktif bir oturum yapıldı. Bu oturumlarda, Shell'in iş yapış biçimini şekillendiren etik standartlar, güvenlik kültürü, üretim süreçleri ve çalışan refahına yönelik uygulamalar

hakkında katılımcılara bilgi verildi.

Geçtiğimiz yıl olduğu gibi bu yıl da sektörün deneyimli isimlerinden Saffet Üçüncü, etkinlik kapsamında gerçekleştirdiği oturumda küresel ekonomik gelişmeler, enerji ve madeni yağlar sektöründeki dönüşüm dinamikleri ile bu dönüşümün iş modellerine yansımalarını ele aldı. Üçüncü, küresel ölçekte yaşanan belirsizliklerin iş yapış biçimlerine etkisini değerlendirirken, sürdürülebilir



Shell & Turcas Madeni Yağlar İndirekt Satışlar Müdürü Emre Şuyalçinkaya

büyüme için stratejik tutarlılık, teknoloji odaklı yaklaşım ve değişime uyum kabiliyetinin belirleyici rol oynadığını vurguladı.

Kaliteyi ucuza alın, enerjiniz hiç bitmesin.

Wayne
FUELING SYSTEMS

Global Vista™ 5000 II TWIN

en iyi fiyat garantisıyla

gas
grup
enerji sistemleri

hizmet kalitesiyle



Müşteri İletişim Merkezi
0850 222 9 427
gasgrup.com | GİAŞİ



Geleceğin Enerjisinde Yerinizi Alın

Türkiye'nin şarj ağı dönüşümünde CTG Elektrik güvencesiyle yerinizi alın.
Yatırım kapasitenize ve hedeflerinize en uygun iş modelini seçin,
sürdürülebilir kazanca hemen başlayın.

İş Ortaklığı Modellerimiz:

Tam Yatırım Modeli:

Altyapı ve cihaz bizden;
siz sadece yerinizi
gösterin, cirodan
payınızı alın.

Paylaşımlı Model:

Altyapı sizden, teknoloji
ve cihaz bizden; maliyeti
bölüşelim, kazancı
büyütelim.

Yatırımcı Modeli:

Altyapı ve cihaz sizden;
EPDK lisanslandırma ve
sigorta süreçleri bizden.
Maksimum kârla kendi
istasyonunuzu yönetin.



ctgelektrik.com

0 850 532 0 284



Yolların Daimi Lideri Petrol Ofisi

Akaryakıt ve madeni yağlar sektörlerinin geleneksel lideri* Petrol Ofisi.

*Petrol Ofisi, EPDK Petrol Piyasası 2024 Yılı Sektör Raporu "Lisans Sahiplerine Göre Yurtiçi Satış Miktarı" verilerine ve PETDER 2024 Yılı "Toplam Madeni Yağ ve Kimyasallar" verilerine göre sektör lideridir.

ri,



'Önyargıları konuşarak değil, sonuç üreterek aştım'

Enerji sektöründeki güçlü kadın liderlerden Nergiz Kadooğlu Çifçi, 8 Mart Dünya Kadınlar Günü özelinde, gazetemize yaptığı değerlendirmelerde iş dünyasında cesaret, çalışkanlık ve kararlılıkla aşılmayacak önyargı olmadığını vurguluyor. Kadoil'in büyüme yolculuğunu ve kadınların sektördeki yerini anlatan Çifçi, "Cesaretini kalbinde büyüten kadınlar en zor sektörlerde bile iz bırakır" diyor.

Beyza Erdoğan/İstanbul

8 Mart Dünya Kadınlar Günü kapsamında Enerji Petrol Gaz'a özel açıklamalarda bulunan Kadoil Yönetim Kurulu Başkan Vekili Nergiz Kadooğlu Çifçi hem iş dünyasındaki yolculuğunu hem de kadınların sektördeki rolünü anlattı. Geleneksel bir ticaret kültürü içinde büyüdüğünü belirten Çifçi, iş hayatına yön veren en önemli motivasyonunun o masada yer alma arzusu ve başarıma isteği olduğunu söylüyor. Erkek egemen bir sektörde kadın yönetici olmanın kendisi için bir engel değil, aksine güçlü bir motivasyon kaynağı olduğunu ifade eden Çifçi; liderlik anlayışından kriz yönetimine, Kadoil'in büyüme hedeflerinden kadın istihdamına kadar birçok konuda önemli değerlendirmelerde bulundu.

Sizi iş hayatına ve enerji sektörüne yönlendiren motivasyon neydi?

Ben ticaretin günlük hayatın ayrılmaz parçası olduğu, geleneksel bir ailede büyüdüm. Her gün her ortamda ticaret konuşulur, tartışmalar yaşanır, masada kararlar alınır. O günlerde benim bir gün bu ortamda, karar vericilerden biri olacağıma kimsenin ihtimal verdiğini düşünmüyorum.

Beni iş hayatına iten en

faktör, o ortamlarda gördüğüm yaşadığım heyecan ve öğrendiklerim oldu. Hayatın bana getirdiği tüm engellere rağmen, başarıma isteği, o masada olma arzusu benim en büyük motivasyonum oldu. Eğitimim boyunca uluslararası ticaret ve enerji sektöründe kendimi yetiştirdim. Londra'da geçirdiğim zamanda yaptığım çalışmalar ve aldığım eğitim enerji sektöründe karar kılmama yol açtı.

Sonrasında da iş dünyasında var olma içgüdüstü ve hırsıyla ilerledim. Bir kadının, Anadolu'nun en geleneksel bölgelerinden çıkan bir genç insanın, bu sektörde güçlü şekilde var olabileceğini göstermek istedim.

Erkek egemen bir sektörde kadın yönetici olmak sizin için ne ifade ediyor?

Evet, enerji sektörü hala erkek egemen bir alan. Ama ben bunu hiçbir zaman bir dezavantaj olarak görmedim. Tam tersi iş dünyasında kadınların topuk seslerinin yankılanması beni inanılmaz heyecanlandırıyor. Çünkü bence o ses, sadece bir kadının değil; cesaretin, emeğin ve kararlılığın sesi.

Bugün girdiğim her ortamda hem bir bilinirlik hissediyorum hem de bir saygı.

Bence bu hissettiklerim bir kadın olarak görülmemin değil; hırsımla, tutkuyla ve emeğimle başardıklarımın bir sonucu. İlk başta beni erkek dünyasında bir kadın olarak gören pek çok mevkidaşımın, artık beni yaptıklarım ve başardıklarımın anması bana çok gurur veriyor.

Bu pozisyonun bana yüklediği çok önemli bir misyon da var. Biliyorum ki, ancak ben ve benim gibi hemcinslerim başarılı olursa, aralanan bu kapının arkasından daha çok kadının gelmesi mümkün olabilecektir.

Liderlik anlayışınızı üç kelimeyle tanımlasanız bunlar ne olurdu?

Sanırım doğru kelimeler cesaret, delegasyon ve vicdan olurdu. Yönettiğim alanlarda cesur adımlar atmaktan çekinmem, çünkü bilirim ki gelişim ve değişim ancak cesaretle olur. Bizim gibi sektörlerde ileriye gidemeyen, değişmeyen geriye gider.

Kadoil gibi büyük bir markayı yönetirken, her kararımı kendim alamam. Benim işim şirketin vizyonunu ve stratejisini doğru belirlemek ve o bizi o vizyona ulaştıracak ekibi seçmekle başlar. Üst düzey bir yönetici olarak her işin detayına hakim olma ve gerekirse geminin rotasını yeniden belirleme sorumluluğu



ENERJİ VE AKARYAKIT SEKTÖRÜNDE KADIN TEMSİLİ SİZCE BUGÜN HANGİ NOKTADA?

İlerleme var ama yeterli değil. Kadınlar özellikle liderlik, saha ve teknik pozisyonlarda hala olması gerekenden az temsil ediliyor. Oysa kadınların detaycılığı, kriz anındaki

soğukkanlılığı ve empati gücü bu sektöre büyük değer katıyor. Ben inanıyorum ki cesaretini kalbinde büyüten kadınlar bu sektörde daha görünür oldukça dengeler kalıcı şekilde değişecek.

bende olsa da her işin uzmanı tarafından başarılabileceğini da

bilecek tecrübedeyim artık.

Son olarak aldığım tüm kararlarda, attığım tüm adımlarda vicdanımı dinlerim. Yaptığımız her işte insana dokunuyoruz ve topluma karşı sorumluluklarımız var. Bir yönetici olarak alacağım kararın sonunda gece vicdanım rahat etmeyecekse, o kararın hayrını göremeyeceğime inanırım.

Sektörde karşılaştığınız en büyük önyargı neydi? Bunu nasıl aştınız?

"Bir kadın bu gemiyi yönetemez" algısıydı. Şirkete ilk girdiğimde bir gün yönetici olacağıma inanan az kişi vardı. Ama ben pozitif ayrımcılık beklemedim. Daha çok çalıştım, kendimi geliştirdim. Kolları sıvadım, en alttan başlayarak işin tüm inceliklerini öğrendim. Sırça köşklere yaşamadım, sahaya indim,



iş ortaklarımızın görüşlerini birinci ağızdan dinledim, en doğru çözüme onlarla beraber ulaştım. Tüm önyargıları konuşarak değil, sonuç üretmek için çıktım.

Enerji ve akaryakıt sektöründe kadın temsili sizce bugün hangi noktada?

İlerleme var ama yeterli değil. Kadınlar özellikle liderlik, saha ve teknik pozisyonlarda hala olması gerekenden az temsil ediliyor. Oysa kadınların detaycılığı, kriz anındaki soğukkanlılığı ve empati gücü bu sektöre büyük değer katıyor. Ben inanıyorum ki cesaretini kalbinde büyüten kadınlar bu sektörde daha görünür oldukça dengeler kalıcı şekilde değişecek.

Kadoil'in sektördeki konumunu ve gelecek vizyonunu nasıl tanımlarsınız?

Kadoil bugün Türkiye akaryakıt sektöründe hızla ilerliyor ve artık perakende satışlarda altıncılığa ulaştı. Bu konumu tesadüfen elde etmedik; 20 yıllık istikrarlı bir büyümenin, doğru stratejilerin ve güçlü saha organizasyonunun sonucu olarak buradayız.

Bulduğumuz sırayı bir hedef değil, sağlamlaştırılması ve hatta daha da yukarı taşınması gereken bir eşik olarak görüyorum. Bu nedenle son dönemde özellikle pazarlama ve kurumsal iletişim alanında ciddi yatırımlar yapıyoruz. Çünkü güçlü operasyon kadar güçlü bir marka algısının da sürdürülebilir büyüme için kritik olduğuna inanıyorum.

Önümüzdeki dönemde hedefimiz yalnızca fiziki büyüme değil; müşteri ile diyalog halinde son tüketici deneyimini iyileştirmek, onlara yeni ürün ve hizmetlerle ulaşmak ve tüm iş ortaklarımızın sürdürülebilir bir büyüme/gelir elde etmesine destek olmak istiyoruz. Bunun için de satış, yatırım ve iş geliştirme ekiplerimizin yönlendirmeleri kadar, altyapımıza yatırım ve dijitalleşmenin de önemine inanıyoruz.

Benim sorumluluğum, bu büyük gemiyi sadece bugüne değil geleceğe güvenle ulaştırmak.

Kadın istihdamını artırmak konusunda şirket olarak nasıl bir strateji izliyorsunuz? Bu strateji kapsamında özellikle teknik ve saha pozisyonları için belirlenmiş somut projeler ve ölçülebilir hedefler bulunuyor mu?

Kadın istihdamı bizim için bir sosyal sorumluluk değil, stratejik bir tercih. Yönetici kademesinde kadın oranımızı her yıl artırıyoruz. Merkezde



arzuladığımız oranlara yakalamaya yakınız, ancak sahada hala gelişim alanımız var.

Kadının dokunduğu yerde ticaretin farklı bir saygınlık kazandığına inanıyorum. Bu hedef doğrultusunda ilerliyoruz.

Zor dönemlerde karar alırken sizi yönlendiren temel ilke nedir?

Kesinlikle iyi niyetim. Eğer niyetim doğruysa, cesur kararlar almaktan çekinmem. Geleceğe kaygıyla bakmak yerine o hedef için var gücümle çalışırım. Bence başarı iyi niyetle atılan adımların ödülüdür.

Kriz yönetiminde kadın liderliğinin farklılaştığını düşünüyor musunuz?

Kesinlikle evet. Biz kadınlar

kriz anında daha kapsayıcı ve daha detaycı olabiliyoruz, bu doğamızda var. Empati gücümüz yüksek. Aynı anda hem insanı hem süreci hem de sonucu düşünebiliyoruz. Bunların yanı sıra daha sakin kaldığımızı düşünüyorum. Bu da kriz anlarında önemli bize çok önemli bir avantaj sağlıyor.

8 Mart Dünya Kadınlar Günü sizin için ne ifade ediyor?

8 Mart benim için bir hatırlatma. Kadınların toplumda yaşadıklarının, görünürlüğünün, emeğinin ve mücadelesinin hatırlatılması gereken bir gün. Toplamların gelişmesi için biz kadınların ne kadar önemli olduğunun anlatılması gereken bir gün.

Ama asıl mesele, bu duygu ve kararlılığı 8 Mart'ta bırakmadan, 9 Mart'ta ve sonrasında da sürdürmek.

İş dünyasında kadın-erkek eşitliği konusunda Türkiye'nin geldiği noktayı nasıl değerlendiriyorsunuz?

Daha çok yolumuz var diye düşünüyorum. Dönüşüm için zamana ve kararlılığa ihtiyacımız var.

Yasal düzenlemeler kadar zihniyet dönüşümü de önemli. Kadınların ekonomik hayatta daha güçlü yer alması toplumsal refahı da artıracaktır.

Genç kadınlara, özellikle sanayi ve enerji gibi zor sektörlerle girmek isteyenlere ne tavsiye edersiniz?

Korkmasınlar, cesur olsunlar. Pozitif ayrımcılık beklemesinler. Daha çok çalışsınlar. Kendilerini geliştirmekten vazgeçmesinler.

Unutmasınlar: Cesaretini kalbinde büyüten kadınlar en zor sektörlerde bile iz bırakır.

Size ilham veren bir kadın lider var mı?

Tek bir isim söylemek zor. Hayatıma dokunan birçok güçlü kadından ilham aldım. Ama dürüst olmak gerekirse, ilk rol modelim annem oldu. Geleneksel bir aile yapısı içinde güçlü ve dirayetli duruşu bana çok şey öğretti. Bugün verdiğim birçok kararda onun sabrını ve gücünü hep hatırlarım.



OPET International, 30. yılını Londra'da kutladı

OPET'in dünyaya açılan yüzü OPET International, 30 yıllık küresel yolculuğunu Londra'da düzenlenen özel bir organizasyonla kutladı. OPET International'ın 7 Şubat Cumartesi akşamı gerçekleştirilen kutlama gecesine OPET'in üst düzey yönetimi ile sınırlı sayıda davetli katıldı.

Uluslararası faaliyetlerine 1996 yılında Londra'nın Kingston bölgesinde açtığı ofisle adım atan OPET International, kuruluşunun 30. yılını yine bu yolculuğun başladığı şehir olan Londra'da düzenlenen özel bir organizasyonla kutladı. 7 Şubat Cumartesi akşamı Shangri-La Hotel'de OPET International'ın üst düzey yöneticilerinin katılımıyla gerçekleştirilen gece, şirketin köklü kurumsal yapısını yansıtan anlamlı bir buluşmaya sahne oldu. Geceye,



OPET International Genel Müdürü Taner Köse'nin yanı sıra

OPET Yönetim Kurulu Kurucu Başkanı Fikret Öztürk, OPET Yönetim Kurulu Kurucu Üyesi Nurten Öztürk, Koç Holding Enerji Grubu Başkanı Yağz Eyüboğlu, OPET Yönetim Kurulu Üyesi Filiz Öztürk, OPET Lideri Özgür Kahramanzade, OPET Mali ve İdari Lideri Didem Kaman, OPET İkmal Lideri Burak Ülken ve OPET International ekibi katıldı.



“ULUSLARARASI ÖLÇEKTE DEĞER YARATIYOR”

Şirketten yapılan açıklamada; “Kuruluşunun ilk yıllarında Kingston'da faaliyetlerine başlayan OPET International, ilerleyen süreçte uluslararası arenada varlığını daha da güçlendirdi. Şirket bugün; fiziksel ürün ticareti, finansal kaynakların temini, fiyat risklerinin etkin şekilde yönetimi, gemi kiralama ve OPET Marmara Terminali'nin kiralanması gibi kritik alanlarda faaliyet göstererek uluslararası ölçekte değer yaratıyor” denildi.

Akaryakıt sektöründe kadın istihdamı artıyor

Enerji sektöründe kadın çalışan oranı dünya genelinde yaklaşık yüzde 20 seviyelerinde bulunurken, Türkiye'de akaryakıt dağıtım sektöründe bu oran yüzde 7-8 bandına kadar düşebiliyor. Ancak son yıllarda hayata geçirilen projeler ve sektör oyuncularının attığı adımlar sayesinde özellikle akaryakıt istasyonlarında kadın çalışan sayısı hızla artıyor. Türkiye genelinde yürütülen programlar sayesinde pompa görevlisinden istasyon yöneticiliğine kadar pek çok alanda kadın istihdamının giderek yaygınlaştığı görülüyor.

Gözde Emlik/İstanbul

Enerji sektörü uzun yıllar boyunca teknik ve saha ağırlıklı yapısı nedeniyle erkek çalışanların çoğunlukta olduğu bir alan olarak öne çıktı. Yapılan araştırmalara göre, dünya genelinde petrol ve gaz sektöründe kadınlar iş gücünün ortalama yüzde 23'ünü oluştururken Türkiye'de enerji sektöründe kadın istihdamının yüzde 20'ler seviyesinde olduğu ifade ediliyor.

Türkiye'de akaryakıt istasyonlarında çalışan kadın oranının yüzde 7-8 civarında

olduğu belirtilirken, son yıllarda sektöründe hayata geçirilen programlar ve kurumsal politikalar bu oranı yükseltmeyi hedefliyor. Bugün Türkiye'de kadın çalışanlar akaryakıt istasyonlarında yalnızca idari pozisyonlarda değil, doğrudan saha görevlerinde de yer alıyor.

Kadın çalışanların en yoğun görev aldığı alanlar arasında: Akaryakıt satış yetkilisi (pompa görevlisi), market satış görevlisi, vardiya amiri, istasyon yöneticisi, muhasebe ve idari işler görevleri bulunuyor. Bu çeşitlilik, akaryakıt

istasyonlarının operasyonel yapısında kadın çalışanların giderek daha görünür hale geldiğini gösteriyor.

PROJELERLE KADIN ÇALIŞAN SAYISINA DESTEK

Sektörde kadın istihdamını artırmaya yönelik en dikkat çekici örneklerden biri 2018 yılında başlatılan “Kadın Gücü” programı oldu. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı, Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, EPDK ve İŞKUR iş birliğiyle yürütülen program kapsamında

akaryakıt istasyonlarında kadın çalışan sayısı önemli ölçüde arttı. Projenin başlangıcında istasyonlarda 1.541 olan kadın çalışan sayısı, 2024 itibarıyla 4 bine yaklaşarak yüzde 140'ın üzerinde artış gösterdi. Aynı dönemde kadın istasyon müdürü sayısı 70'ten 140'a, kadın akaryakıt satış yetkilisi sayısı 27'den binin üzerine yükseldi. Benzer şekilde sektörde faaliyet gösteren farklı şirketlerin yürüttüğü istihdam programlarıyla da binlerce kadın akaryakıt istasyonlarında görev almaya başladı.

İSTASYONLARDA KADIN ORANI HIZLA YÜKSELİYOR

Sektörde yürütülen çalışmaların sonuçları istasyon çalışanlarının dağılımına da yansımaya başladı. Örneğin bazı akaryakıt şirketlerinde kadın çalışan oranı son yıllarda yüzde 8 seviyesinden yüzde 23,6'ya kadar yükseldi.

Bu artış, kadınların yalnızca destek pozisyonlarında değil, istasyon yönetimi ve operasyon süreçlerinde de daha fazla görev almaya başladığını ortaya koyuyor.

ASV | holding güvencesiyle

Kaliteye giden yolda, Her şey yolunda.



ES ES AKARYAKIT DAĞITIM A.Ş.

Yolların dinamik oyuncusu

Es Es Akaryakıt,

*hızlı ve güvenilir hizmet kalitesiyle
sektörün yükselen değeri olmaya
devam ediyor.*



@ /esespetrol

ASV | holding

Elektrikli araç sahiplerinin beklediği düzenleme kabul edildi

EPDK, elektrikli araç şarj hizmetlerinde fiyat yapısını sadeleştiren ve ödeme kolaylığı getiren yeni düzenlemeyi duyurdu. AC ve DC ünitelerde tek fiyat uygulamasına geçilirken, otoyol ve devlet yollarındaki yeni DC istasyonlarda kredi kartı zorunluluğu getirildi; tavan fiyat ise şimdilik gündemde değil.



Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu (EPDK) elektrikli araç (EA) sahiplerinin uzun süredir beklediği düzenlemenin hayata geçirildiğini duyurdu. Buna göre işletmeciler AC üniteler için tek fiyat, DC üniteler için tek fiyat belirlemekle yükümlü olacak. Böylece kullanıcılar karmaşık tarife yapıları yerine daha net, karşılaştırılabilir ve öngörülebilir bir ücret yapısıyla karşılaşacak.

1 Temmuz 2026'dan sonra otoyol ve devlet yollarında kurulacak tüm DC şarj ünitelerinde kredi kartı entegrasyonu zorunlu olacak. Şirketler artık belirli saatlerde veya belirli lokasyonlarda indirim uygulayabilecek. Bu düzenleme, özellikle talebin düşük olduğu zaman dilimlerinde daha avantajlı fiyatların oluşmasına imkân tanıyacak ve rekabeti güçlendirecek.

Bazı firmaların yaptığı fiyat artışlarına yönelik tepkilerle

ilgili olarak ise şu aşamada tavan fiyat uygulamasının gündemde olmadığı belirtildi. Tüketici açısından piyasada oluşan fiyatlar ve hizmetin aksamaması konusunda serbest piyasa mantığıyla hareket edildiği, ancak dengenin bozulduğu durumlarda gerekirse tavan fiyat uygulaması konusunda da çalışma yapılabileceği ifade edildi.

"OCAK AYINDA ŞARJ İSTASYONLARINDAKİ TOPLAM TÜKETİM TÜM ZAMANLARIN EN YÜKSEK SEVİYESİNE ULAŞTI"

Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu Enerji Dönüşüm Dairesi Başkanı Dr. İbrahim Öz, katıldığı bir televizyon programında sektördeki son gelişmeleri ve rakamları da şu şekilde paylaştı:

"Ocak ayında şarj istasyonlarındaki toplam

tüketim 60 GWh'ı aşarak tüm zamanların en yüksek seviyesine ulaştı. Geçen yılın aynı ayında bu rakam yaklaşık 19 GWh seviyesindeydi. Yani neredeyse üç katlık bir artış söz konusu. Araç sayısında ise 400.000 rakamına yaklaştık. 1 Senede neredeyse elektrikli araç sayımızı ikiye katladık. Bugün Türkiye'de her yeni satılan 5 araçtan 1 tanesi elektrikli. Soket sayısı ise 40 bine ulaştı; bunun yaklaşık 22 bin 900'ü AC, 17 bin 100'ü DC. Bu rakamlar bize elektrikli araç ve şarj piyasasının artık güçlü bir büyüme evresine girdiğini gösteriyor.

Elektrikli araç satın alırken en kritik başlıkların başında batarya kapasitesi, gerçek kullanım menzili ve aracın desteklediği şarj hızı geliyor. Batarya kapasitesi doğrudan menzili etkiliyor ancak tek belirleyici unsur değil. Sürüş tarzı, hava sıcaklığı, yol koşulları, hız ve klima kullanımı gibi faktörler gerçek kullanım menzilini ciddi biçimde

değiştirebiliyor. Bu nedenle katalogta açıklanan WLTP menzili ile günlük hayatta elde edilen menzil arasında fark olabileceğini bilmek önemli. Tüketicinin kendi kullanım alışkanlıklarını dikkate alarak değerlendirme yapması en sağlıklı yaklaşım.

Şarj hızı da en az menzil kadar belirleyici bir unsur. Araçların desteklediği maksimum AC ve DC şarj gücü farklılık gösterebiliyor. Özellikle uzun yol kullanımı planlayanlar için aracın DC hızlı şarj kapasitesi kritik. 100 kW, 150 kW ve üzeri şarj destekleyen modeller, uygun altyapı bulunduğu çok daha kısa sürede yüksek doluluk seviyesine ulaşabiliyor. Ancak burada sadece istasyon gücü değil, aracın o gücü ne kadar süreyle kabul edebildiği de önemli; yani şarj eğrisi performansı da dikkate alınmalı.

Batarya garantisi konusu

Dünya genelinde elektrikli araç (EA) satışları 2024 yılında 17 milyon adet olurken, 2025 yılında 20 milyon adede ulaştı. 2024 yılında dünya genelinde toplam elektrikli araç sayısı 58 milyon iken, 2025 yılında bu sayı 78 milyon oldu.

Türkiye'de elektrikli araç pazarının aylık cirosu 1 milyar 200 milyon seviyesinde bulunuyor. Türkiye'de elektrikli araç satışları ise 2020 yılında 3 bin 497 adet, 2024 yılında 105 bin adet ve 2025 yılında 190 bin adet olarak gerçekleşti.

ise tüketici açısından güven unsuru. Bugün piyasadaki araçların büyük çoğunluğunda 8 yıl veya 160 bin kilometre batarya garantisi sunuluyor ve genellikle belirli bir kapasite seviyesinin altına düşmeme taahhüdü veriliyor. Bu da bataryaya ilişkin "ömrü kısa olur" endişesini büyük ölçüde azaltmış durumda. Ayrıca batarya yönetim sistemleri oldukça gelişti; ısı kontrolü ve yazılım optimizasyonları sayesinde batarya sağlığı daha etkin korunuyor."

ŞARJ MALİYETLERİ... BENZİN, MOTORİN VE LPG'Lİ ARAÇLARLA KIYASLAMASI

Öz şöyle devam etti: "Elektrikli araçlarda maliyet hesabını doğru yapmak için önce tüketimden başlamak gerekiyor. Bugün ortalama bir elektrikli araç 100 kilometrede yaklaşık

15-18 kWh enerji tüketiyor. Halka açık şarj istasyonlarında AC ünitelerde kWh fiyatları genellikle daha makul seviyede olduğu için kilometre

maliyeti yaklaşık 1,4 ila 1,8 TL bandında gerçekleşiyor. DC hızlı şarj ünitelerinde ise yüksek güç ve daha kısa sürede şarj imkânı sunulduğu için birim fiyat biraz daha yüksek oluyor; burada da kilometre maliyeti ortalama 2 ila 2,4 TL aralığında oluşuyor. Yani en hızlı şarj senaryosunda bile 100

kilometrelik bir yolculuğun enerji maliyeti yaklaşık 200-240 TL seviyesinde kalıyor.

Bunu içten yanmalı araçlarla kıyasladığımızda tablo daha net ortaya çıkıyor. Benzinli bir araçta 100 kilometrede ortalama 7,5 litre tüketim varsaydığımızda, güncel akaryakıt fiyatlarıyla 100 kilometrenin maliyeti yaklaşık 400-450 TL seviyesine çıkıyor; bu da kilometre başına 4-4,5 TL demek. Dizel araçlarda tüketim (6 L) biraz daha düşük olsa da litre fiyatı dikkate alındığında 100 kilometre maliyeti genellikle 300-350 TL bandında gerçekleşiyor. LPG'li araçlarda ise 100 kilometre yaklaşık 280-300

TL seviyelerinde bir maliyet oluşturuyor.

Dolayısıyla elektrikli araçlar özellikle AC şarj kullanıldığında çok belirgin bir maliyet avantajı sunuyor; DC hızlı şarj tercih edildiğinde bile çoğu durumda benzinli ve dizel araçlara göre yüzde 40-50 civarında daha ekonomik bir tablo ortaya koyuyor. Bu da elektrikli araçların sadece çevresel değil, yakıt giderleri açısından da güçlü bir alternatif haline geldiğini açıkça gösteriyor.

Yıllık maliyet (18.000 km kullanım) için; EA AC: 29 bin, EA DC: 39 bin, ortalama 34 bin, Benzinli: 76 bin, Dizel: 58 bin, LPG: 52 bin. EA ve benzinli arasında yıllık maliyet farkı 35 bin TL.



YENİ ŞARJ HİZMETİ YÖNETMELİĞİ NELER GETİRİYOR?

Şarj Hizmeti Yönetmeliği'nde yaptığımız değişiklikler, elektrikli araç ekosisteminin ulaştığı olgunluk seviyesinin doğal bir sonucu. Elektrikli araç kullanımı hızla artıyor, şarj altyapısı yaygınlaşıyor ve piyasa daha rekabetçi bir yapıya kavuşuyor. Bu büyümeyi daha güçlü, daha erişilebilir ve daha kullanıcı dostu bir çerçeveye desteklemek amacıyla Enerji Piyasası Düzenleme Kurulu'nun 12 Şubat 2026 tarihli toplantısında önemli değişiklikler onaylandı. Amacımız hem sektörün gelişimine ivme kazandırmak hem de tüketici memnuniyetini artırmak.

Fiyatlama tarafında önemli bir esneklik getirdik. Şirketler artık belirli saatlerde veya belirli lokasyonlarda indirim uygulayabilecek. Bu düzenleme, özellikle talebin düşük olduğu zaman dilimlerinde daha avantajlı fiyatların oluşmasına imkân tanıyacak ve rekabeti güçlendirecek. Bununla birlikte fiyat yapısını sadeleştirdik. AC ve DC ünitelerde güce göre farklı fiyat uygulanmasına son verildi. İşletmeciler AC üniteler için tek fiyat, DC üniteler için tek fiyat belirlemekle yükümlü olacak. Böylece kullanıcılar karmaşık tarife yapıları yerine daha net, karşılaştırılabilir ve öngörülebilir bir ücret yapısıyla karşılaşacak. Böylelikle şeffaflığı daha da artacağını düşünüyoruz.

Düzenleme yalnızca fiyat boyutuyla sınırlı değil. Mobil şarj istasyonlarının lisanslı şirketler tarafından



işletilebilmesine imkân tanıyarak özellikle yoğun dönemlerde ve acil ihtiyaçlarda erişilebilir bir alternatif oluşturduk. Roaming, yani ortak ağ uygulamalarının hukuki çerçevesini güçlendirdik; şirketler arasında yapılan roaming sözleşmeleri Kuruma bildirim kapsamında olacak ve gerekli görülmesi hâlinde usul ve esaslar EPDK tarafından belirlenecek. Bu, kullanıcıların farklı ağlara daha kolay erişmesini sağlayacak.

Ödeme kolaylığı açısından da önemli bir düzenleme yaptık. 1 Temmuz 2026'dan sonra otoyol ve devlet yollarında kurulacak tüm DC şarj ünitelerinde kredi kartı entegrasyonu zorunlu olacak. Böylece uygulama indirmeden veya üyelik oluşturmadan da ödeme yapılabilecek; özellikle uzun yol kullanıcıları için önemli bir kolaylık sağlanacak.

Verimlilik tarafında batarya doluluğu yüzde 85'in üzerine çıkan araçlarda şarj işleminin

sonlandırılabilmesine imkân tanıdık. Bu, yüksek güçlü istasyonlarda gereksiz işgali önleyerek daha fazla aracın hizmet almasını sağlayacak. Ayrıca şarj ünitelerinde güç yönetimi uygulamalarına açık bir yasal zemin oluşturularak şebeke kapasitesinin daha verimli kullanılmasını hedefledik.

Hizmet kalitesi boyutunda çağrı merkezi kurulması zorunlu hale getirildi ve şarj hizmetinde kullanılan yazılım sistemleri için ISO 27001 sertifikası şartı getirildi. Böylece hem kullanıcı desteğini hem de veri güvenliğini güçlendirmiş olduk. Ayrıca istasyonlarda hem şarj ağı işletmecisinin hem de istasyon işletmecisinin marka kullanımına imkân tanıyarak sektörde daha dinamik bir rekabet ortamı oluşturduk.

Özetle bu düzenlemeyle, büyüyen şarj hizmetleri piyasasını daha şeffaf, daha rekabetçi, daha güvenli ve kullanıcı odaklı bir yapıya

kavuşturmayı amaçlıyoruz.

PROJEKSİYON

Elektrikli araç ekosistemindeki mevcut ivme, Türkiye'nin erken aşamayı geride bırakıp ölçek büyütme dönemine girdiğini gösteriyor. 2030 ve 2035 projeksiyonları bu dönüşümün yönünü net biçimde ortaya koyuyor. 2030'da elektrikli araç sayısının 1,5-2 milyon bandında olacağı, 2035'te ise 4 milyonu aşan bir araç sayısına ulaşabileceğini öngörüyoruz. Bu, otomotiv sektörü açısından oldukça kısa bir zaman diliminde gerçekleşen güçlü ve yapısal bir dönüşüm anlamına geliyor.

Araç sayısındaki bu artış, şarj altyapısında da paralel bir genişlemeyi zorunlu kılıyor. Yüz binlerce soketlik bir kapasiteye ihtiyaç duyulacağı açık. Bu yalnızca yeni istasyon kurulumları demek değil; mevcut istasyonların kapasite artırımı, daha yüksek güçlü DC yatırımlarının yaygınlaşması ve şebeke bağlantı güçlerinin büyütülmesi anlamına da geliyor.

Önümüzdeki dönemde yatırım ihtiyacı özellikle üç başlıkta yoğunlaşacak. İlk olarak yüksek güçlü DC altyapı öne çıkacak. Batarya kapasiteleri büyüdükçe ve kullanıcıların hızlı şarj beklentisi arttıkça 180 kW ve üzeri yüksek hızlı istasyonlar daha yaygın hale gelecek. İkinci olarak otoyol ve şehirlerarası koridorlarda güçlü ve yedekli altyapı kurulması gerekecek; uzun mesafe ulaşımın kesintisiz ve güvenli olması bunun temel şart. Üçüncü başlık ise şebeke entegrasyonu ve depolama

çözümleri. Özellikle yoğun bölgelerde batarya destekli istasyonlar hem şebeke yükünü dengeleyecek hem de arz güvenliğini artıracak.

Bu süreçte yalnızca sayısal büyüme değil, niteliksel gelişim de yaşanacak. Ultra hızlı şarj istasyonlarının ana ulaşım akslarında standart hale gelmesi, şehir içi dağılımın daha dengeli planlanması ve akıllı güç yönetimi uygulamalarının devreye alınması altyapının verimliliğini artıracak.

Ayrıca yatırım ihtiyacı sadece fiziksel soket sayısından ibaret değil. Yazılım altyapısı, ödeme sistemleri, roaming entegrasyonları, siber güvenlik ve veri yönetimi gibi alanlarda da güçlü bir dijital altyapı gerekiyor. Büyüyen bir sistemin güvenli, şeffaf ve kesintisiz çalışması en az kapasite artışı kadar kritik.

Sektörde yatırıma ilginin yüksek olması ve lisanslı işletmeci sayısındaki artış, özel sektörün bu dönüşümü sahiplenmeye devam ettiğini gösteriyor. Bizim açımızdan hedef ise yatırımın önünü açarken kaliteyi, rekabeti ve sürdürülebilirliği güvence altına almak.

Tüm bu çerçeveye önümüzdeki 5-10 yıl içinde Türkiye'de şarj piyasasının daha yaygın, daha hızlı ve teknolojik olarak daha gelişmiş bir yapıya ulaşacağını öngörüyoruz. Planlı altyapı yatırımları ve güçlü düzenleyici çerçeve ile Türkiye'nin elektrikli araç dönüşümünü sürdürülebilir ve dengeli bir şekilde büyüten ülkeler arasında yer alacağını değerlendiriyoruz."

ŞARJ FİYATLARINDA REKABET VE TAVAN FİYAT

Enerji Piyasası Düzenleme Kurulu Enerji Dönüşüm Dairesi Başkanı Dr. İbrahim Öz sözlerine şunları ekledi: "Şarj hizmeti piyasası serbest piyasa esasına göre işleyen bir piyasa. EPDK olarak bizim temel görevimiz fiyat belirlemek değil; piyasayı düzenlemek, lisanslama süreçlerini yürütmek, denetim yapmak ve rekabetin sağlıklı işlenmesini sağlamaktır. Yani sistem başıboş değildir; kurallı, izlenen ve denetlenen bir piyasadır söz ediyoruz. Bugün piyasada 180'in üzerinde lisanslı şarj ağı işletmecisi faaliyet gösteriyor ve bu sayı sürekli artıyor. Oyuncu sayısının artması, özellikle büyük şehirlerde ve ana ulaşım akslarında aynı bölgede birden fazla işletmecinin hizmet vermesi, lokasyon bazlı rekabeti güçlendiriyor. Bu da fiyatların tek taraflı değil, rekabet ortamında dengeli şekilde oluşmasını sağlıyor. Şu aşamada tavan fiyat

uygulanması gündemimizde yok. Çünkü şarj hizmeti piyasası henüz büyüme ve yatırım aşamasında olan bir sektör. Yüksek güçlü DC istasyonların yatırım maliyetleri, yer kiralari ve işletme giderleri oldukça ciddi seviyelerde. Bu nedenle fiyatların rekabet ortamında oluşması, yatırım iştahının korunması açısından önemli. Bizim önceliğimiz fiyatı belirlemek değil; fiyatın şeffaf, karşılaştırılabilir ve rekabetçi bir zeminde oluşmasını sağlamak.

Bugün 180'in üzerinde lisanslı şarj ağı işletmecisi var ve bu sayı her geçen gün artıyor. Oyuncu sayısı arttıkça lokasyon bazlı rekabet güçleniyor ve fiyat artışı yapan şirketlerin yanında fiyat düşüren olan şirketler de bulunmaktadır. Özellikle büyük şehirlerde ve ana ulaşım akslarında aynı bölgede birden fazla işletmecinin faaliyet göstermesi fiyatların

daha dengeli bir seviyede oluşmasına katkı sağlıyor. Piyasa olgunlaştıkça ve ölçek büyüdükçe birim maliyetler de düşüyor; bu da uzun vadede fiyatlara olumlu yansıtılabilecek bir unsur.

Özetle, müdahaleci bir fiyat politikası yerine rekabeti güçlendiren, şeffaflığı artıran ve tüketiciyi koruyan bir yaklaşımını benimsiyoruz. İnancımız şu ki sağlıklı işleyen rekabet ortamı, uzun vadede hem yatırımcıyı hem de kullanıcıyı koruyan en sürdürülebilir modeldir. Ancak diğer taraftan bizim asıl odak noktamız tüketicimizdir. Tüketicimiz açısından piyasada oluşan fiyatlar ve hizmetin aksamaması konusunda her ne kadar serbest piyasa mantığıyla hareket etsek de bu dengenin bozulduğu durumlarda gerekirse tavan fiyat uygulaması getirmek konusunda da çalışmamızı yaparız."



'Hürmüz senaryoları küresel enerji piyasalarını yakından etkileyebilir'

Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı Alparslan Bayraktar, Uluslararası Enerji Ajansı Başkanı Fatih Birol ile yaptığı görüşmede bölgedeki jeopolitik riskleri ve Hürmüz Boğazı'na ilişkin olası senaryoların petrol ve LNG piyasalarına etkilerini değerlendirdiklerini açıkladı. Bayraktar, Türkiye'nin güçlü altyapısı sayesinde enerji arz güvenliğini çok boyutlu yönettiğini vurguladı.

Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı Alparslan Bayraktar, sosyal medya hesabından yaptığı paylaşımında, Uluslararası Enerji Ajansı Başkanı Fatih Birol ile gerçekleştirdiği görüşmeye ilişkin değerlendirmelerde bulundu.

Bakan Bayraktar yaptığı açıklamada şu ifadeleri kullandı: "Uluslararası Enerji Ajansı Başkanı Sayın Fatih Birol ile bölgemizde oluşan jeopolitik riskleri ve bu gelişmelerin küresel enerji piyasalarına muhtemel etkilerini değerlendirdik.

Özellikle Hürmüz Boğazı'na ilişkin senaryoların petrol ve LNG piyasaları, fiyat istikrarı ve küresel arz güvenliği üzerindeki



Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı Alparslan Bayraktar

yansımalarını ele aldık.

Türkiye olarak kaynak çeşitliliğine dayalı doğal gaz tedarik portföyümüz, güçlü LNG altyapımız, artan yer

altı depolama kapasitemiz ve güçlü iletim sistemimiz sayesinde enerji arz güvenliğini çok boyutlu bir yapı içinde yönetiyoruz.



Uluslararası Enerji Ajansı Başkanı Fatih Birol

Bölgedeki gelişmeleri yakından takip ediyor, gerilimin uluslararası hukuk ve diplomasi zemininde en kısa sürede düşürülmesini temenni

ediyoruz. Enerji piyasalarında istikrarın korunması için tüm paydaşlarla eşgüdüm içinde çalışmayı sürdüreceğiz."

Hürmüz Boğazı'nın kapanmasıyla Körfez'e ve Körfez'den deniz trafiği durdu

Hürmüz Boğazı'nın kapanmasıyla günlük yaklaşık 20 milyon varil petrolün geçtiği stratejik hatta deniz trafiği dururken, küresel enerji tedarikine ilişkin endişeler arttı ve nakliyecilerin alternatif güzergâhlara yönelmeye başlaması bekleniyor.



Hürmüz Boğazı'nın kapanmasıyla Körfez'e ve Körfez'den deniz trafiği dururken, nakliyecilerin Körfez dışındaki alternatif limanlardan kara taşımacılığı ve yüklemeleri içeren yeni çözüm arayışına girebileceği belirtiliyor.

Basra Körfezi'nin ağzındaki Hürmüz Boğazı, Orta Doğu'daki petrol ve sıvılaştırılmış doğal gaz (LNG) üretimini Umman Denizi ve Hint Okyanusu üzerinden

dünya pazarlarına bağlıyor.

Dünyadaki günlük petrol tüketiminin yüzde 20'sinin (yaklaşık 20 milyon varil) geçtiği bu stratejik geçitten, özellikle Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Irak, Kuveyt ve İran'ın önemli miktarda petrol ve petrol ürünü taşıyor. Buradaki sevkiyatın önemli bölümü Çin, Hindistan, Japonya ve Güney Kore gibi Asya ülkelerine gidiyor.

ABD ve İsrail'in İran'a

yönelik başlattığı saldırılar sonrası Hürmüz Boğazı'nda deniz trafiği resmen durdu. İran Devrim Muhafızları Ordusu Genel Komutanı Danışmanı Tuğgeneral İbrahim Cebbari, yaptığı açıklamada, Hürmüz Boğazı'nı geçişlere kapattıklarını ve geçmeye çalışan gemilere saldıracaklarını bildirdi.

Hürmüz Boğazı'nın kapanmasıyla Körfez'e ve Körfez'den deniz trafiği



dururken, çok sayıda gemi bölgede mahsur kaldı. Tedarikteki aksamalar sonrası küresel enerji tedarikine yönelik endişeler uluslararası piyasalarda keskin fiyat artışlarına yol açtı.

Küresel nakliye ve lojistik sektöründe yaşanan aksaklıklar nedeniyle, büyük nakliye şirketleri savaş riski ek ücretleri gibi acil durum önlemleri aldı ve bu durum maliyetlerde artış baskısı oluşturdu.

Denizcilik araştırma şirketi Drewry'den edinilen bilgilere göre, Hürmüz Boğazı'nın kapanması sonrası Körfez'e ve Körfez'den deniz trafiğinin durması nedeniyle nakliyecilerin Körfez dışındaki alternatif limanlardan kara taşımacılığı ve yüklemeleri içeren diğer çözümleri aramaya

yönlenmesi bekleniyor.

Aynı zamanda, Körfez ülkelerinde hava sahasının da önemli ölçüde kapanması hava kargo operasyonlarını ve mürettebat hareketlerini aksatırken, yeniden açılma için kesin bir zaman çizelgesi bulunmuyor.

Bu nedenle, nakliyecilerin Süveyş Kanalı'ndan geçişleri daha da azaltabileceği ve Ümit Burnu üzerinden yeniden rota belirlemeye öncelik verebileceği öngörülmüyor.

Hürmüz Boğazı'na yönelik gelişmeler ışığında kargo sahipleri artan navlun ücretleri, daha uzun transit süreleri, tedarik zinciri gecikmeleri ve ekipman kıtlığı riskiyle karşı karşıya kalırken, yakıt maliyetlerinin de artması bekleniyor.

50 Yıllık Deneyim, Güçlü Finansal Altyapı, Müşteri Odaklı Dürüst Şeffaf Yenilikçi Vizyon ile **TÜRKİYE'NİN HİZMETİNDE**

AKARYAKIT



Petroll

LPG PERAKENDE



petgaz

LPG TOPTAN



petgaz

LOJİSTİK



BDY GROUP
LOJİSTİK

OTOMOTİV SANAYİ



GAYRİMENKUL



BDY GROUP
İNŞAAT A.Ş.



BDY GROUP

YATIRIM A.Ş.

UNITI expo 2026 için geri sayım başladı

UNITI expo 2026 Eş Organizatörü ve com-a-tec GmbH CEO'su Ben Boroewitsch, sektörün dev buluşması öncesi Enerji Petrol Gaz gazetesine önemli açıklamalarda bulundu. Tesla ve Shell gibi devleri ilk kez ağırlayacak olan "Geleceğin Mobilite Alanı"nın iki katına çıkarıldığını belirten Boroewitsch, fuarın Türk şirketleri için Avrupa pazarındaki en stratejik durak olduğunu vurguladı.

Mehmet Ekici - İstanbul

Enerji dönüşümü ve dijitalleşme, akaryakıt istasyonlarını geleneksel kimliğinden çıkarıp çok fonksiyonlu mobilite merkezlerine dönüştürürken; sektörün en büyük buluşması 2026'da bir kez daha Stuttgart'ta gerçekleşecek. 45.000 metrekarelik devasa bir alanda, 110 ülkeden binlerce profesyoneli bir araya getirmeye hazırlanan UNITI expo, e-mobiliteden hidrojene, araç yıkama teknolojilerinden perakendeciliğe kadar geleceğin iş modellerinin belirlendiği bir vizyon merkezi olma özelliği taşıyor. UNITI expo 2026 Eş Organizatörü ve com-a-tec GmbH CEO'su Ben Boroewitsch ile gerçekleştirdiğimiz bu özel söyleşide, 2026'daki büyük yenilikleri masaya yatırdık.

2.000m²'lik Geleceğin Mobilite Alanı (Future Mobility Lounge), enerji dönüşümü sırasında geleneksel akaryakıt istasyonlarını nasıl destekliyor?

2.000m²'lik Geleceğin Mobilite Alanı, servis istasyonu sektörünün nasıl evrildiğine dair teknolojiye açık bir vizyon sunarak işletmecilere, alternatif yakıtların ve yeni mobilite çözümlerinin işlerine nasıl entegre edilebileceğine dair gerçekçi bir anlayış sağlayacak. Bu alan, e-mobilite ve hidrojen den biyoyakıtlara ve e-yakıtlara kadar uzanan yenilikleri sergileyerek ziyaretçilerin hangi teknolojilerin ticari olarak ilgili hale geldiğini anlamalarına yardımcı olacak. Her ikisi de alana ilk kez katılan Shell ve Tesla gibi büyük oyuncuların varlığı, işletmecilere hangi teknolojilerin piyasada gerçek bir ivme kazandığına dair net bir fikir verecek. Bir önceki edisyonda gösterilen yoğun ilgiye yanıt olarak alanın iki katına çıkarılmasının ardından beklenen 50 katılımcı ile Lounge, sektörün yeni enerji konseptlerine yaptığı yatırımın derinliğini açıkça yansıtmaktadır. Bu görünülük, özellikle karlılığın market,



UNITI expo 2026, Türkiye gibi dinamik pazarlardan gelen şirketler için neden kaçırılmaması gereken bir buluşma noktası?

Türkiye'deki şirketlerden yoğun ilgi görüyoruz, bu da ülkenin sektörümüzdeki aktif rolünün altını çiziyor. Bu hızlı büyüyen oyuncular için UNITI expo, kilit Avrupa ve uluslararası gelişmelere doğrudan erişim, pazarın nereye gittiğini anında anlayabilecekleri ve büyümelerini hızlandırmak için doğru ortaklarla bağlantı kurabilecekleri bir yer sağlıyor. İstasyon ekipmanları ve araç yıkama teknolojilerinden market perakendeciliğine, alternatif yakıtlara ve dijital hizmetlere kadar sergilenen çözümlerin genişliği; ziyaretçilere Avrupa pazarının nasıl evrildiğine dair net bir tablo sunuyor. Genişletilen 'Geleceğin Mobilite Alanı', hızla gelişen pazarlar için geçerli olan teknolojileri sergileyerek kilit bir katman ekliyor. 110'dan fazla ülkeden katılımcıyla fuar, ağ kurma fırsatları ve uluslararası karar vericilere doğrudan erişim de sunuyor. Dijital ziyaretçi portalı sayesinde şirketler toplantılarını önceden organize edebilir, sahadaki zamanlarını daha da verimli hale getirebilirler. Ücretsiz giriş, ücretsiz ikramlar, WiFi ve konferans programına tam erişimle birleştiğinde UNITI expo, Türk şirketlerine küresel mobilite ekosistemi içinde kendilerini konumlandırırken Avrupa'daki varlıklarını güçlendirmeleri için olağanüstü bir değer ve benzersiz bir fırsat sunmaktadır.

gıda hizmeti ve dijital odaklı hizmetlere kaymaya devam ettiği bir dönemde, şirketlerin altyapılarını ve uzun vadeli stratejilerini uyarlarken bilinçli kararlar almalarına yardımcı olacak.

UNITI expo'nun networking ve destekleyici etkinliklerini, yeni iş birliklerinin ortaya çıkması açısından ne kadar kritik görüyorsunuz?

Networking, UNITI expo'nun en büyük güçlerinden biri. Geniş uluslararası erişimiyle sektörün Avrupa'daki lider ticaret fuarı olarak, üst düzey karar vericileri ve büyük küresel katılımcıları eşsiz etkileşim fırsatları için bir araya getiriyor. Önceki edisyon 18.000 katılımcıyı ağırladı ve bu yıl beklenen daha yüksek rakamlarla birlikte, bu güçlü insan ve perspektif karışımı, yeni iş birliklerinin organik olarak kıvılcımlanabileceği canlı bir atmosfer yaratacak. Bu yıl, ziyaretçilerin etkinlikten önce katılımcılarla bağlantı kurmasına ve toplantıları önceden planlamasına olanak tanıyan, sahadaki zamanlarını en iyi şekilde değerlendirmelerine yardımcı olan yeni dijital ziyaretçi portalımız aracılığıyla deneyimi de geliştiriyoruz. Yaklaşık 2.200 konuşun katıldığı networking partisi de sürekli olarak yeni uluslararası iş bağlantıları için bir katalizör olduğunu kanıtladı ve ikinci gündeki stant etkinlikleri odaklanmış değişim için ek fırsatlar sunuyor. Ayrıca, lounge'ların, sessiz toplantı

alanlarının ve GenussGARTEN yemek alanının kombinasyonu, anlamlı tartışmaların doğal olarak gelişebileceği bir ortam yaratır. Mekan genelindeki ücretsiz ikramlar sayesinde ziyaretçiler salonlar arasında sorunsuz bir şekilde hareket edebilir ve tamamen toplantılarına odaklanabilirler.

Güçlenen medya ağı ve iş birlikleri 2026'daki ziyaretçi deneyimini nasıl farklılaştıracak?

İş birliği ortakları, dernekler, medya kuruluşları ve etkinlik ortaklarını içeren 90'dan fazla uluslararası ortaklıktan oluşan genişletilmiş ağıımız; UNITI expo'nun küresel kapsamını güçlendiriyor. Bu ağ aracılığıyla etkinlik, edisyonlar arasında bir milyondan fazla sektör profesyoneline ulaşıyor ve İskandinavya, Latin Amerika ve Çin'den onaylanmış gruplar da dahil olmak üzere kilit bölgelerden delegasyonları çekiyor. Fuar, farklı pazar ve uzmanlık karışımını bir araya getirerek küresel olarak daha da bağlantılı hale geliyor, ziyaretçilere daha geniş perspektifler ve uluslararası bağlantılara daha kolay erişim sunuyor.

UNITI expo 2026'nın mobilite ve perakende yakıt sektörü üzerinde ne tür bir etki yaratmasını bekliyorsunuz?

UNITI expo 2026, sektörün gelişmeleri anlamak, çözümleri karşılaştırmak ve önündeki yolda hızlanmak için toplandığı servis istasyonu ve araç yıkama endüstrileri

için Avrupa'nın önde gelen ticaret fuarı rolünü daha da güçlendirecektir. Beklenen 500'den fazla katılımcı ve 45.000m²'lik sergi alanı ile etkinlik, pazarı şekillendiren teknolojiler ve iş modellerine dair benzersiz bir genel bakış sunmaktadır. 110'dan fazla ülkeden katılımcıyla uluslararası erişimi sayesinde UNITI expo, şirketlere perspektif alışverişinde bulunmaları ve kendi stratejileri için en alakalı olanı değerlendirmeleri için benzersiz bir fırsat sunar. Fuar, endüstrinin yönünü belirlemeye çalışmak yerine, onun evrilebileceği bir ortam yaratır. Pazarla birlikte büyüyen ve giderek daha dinamik hale gelen bir mobilite ortamında ilerleyen şirketleri destekleyen tarafsız, küresel bir merkezdir.

UNITI expo 2026'da tekrar bir konferans programı olacak mı?

Evet, konferans programı bir kez daha UNITI expo'nun merkezi bir parçası olacak ve ön kayıt gerektirmeden tamamen ücretsiz kalmaya devam edecek. UNITI expo Forumu, Uluslararası Forum ve Carwash Forumu'ndaki tüm sunumlar Almanca ve İngilizceye eş zamanlı çevrilecek, Uluslararası Forum'da ek olarak İspanyolca tercüme imkanı bulunacak. Program, endüstri genelinde mobiliteyi, enerjiyi, perakendeyi ve teknolojiyi şekillendiren gelişmelerde yol alan ziyaretçileri destekleyerek değerli stratejik bağlam sağlayacak.





www.unity-expo.com

Avrupa'nın en

büyük

benzin istasyonu
ve oto yıkama fuarı

UNITY expo



19 – 21 Mayıs 2026, Stuttgart, Almanya

TPAO ve Shell arasında bir 'ortaklık anlaşması' imzalandı

Türkiye Petrolleri A.O'nun (TPAO) anlaşmalar serisi sürüyor. TPAO ile İngiliz enerji devi Shell arasında bir 'ortaklık anlaşması' imzalandı. Buna göre, TPAO ile Shell, Bulgaristan'ın deniz yetki alanındaki Khan Tervel Sahasındaki arama çalışmaları için ortak oldu. Söz konusu sahanın Sakarya Gaz Sahası'na yakın olduğunu anlatan Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı Alparslan Bayraktar, "Bulgaristan'ın münhasır ekonomik bölgesinde 5 yıllık lisansa sahip olacağız" dedi.

TPAO, 8 Ocak'ta Exxonmobil, 5 Şubat'ta Chevron, 12 Şubat'ta BP ile yaptığı anlaşmalarından petrol ve doğal gaz aramaları konusunda yeni bir adım daha attı. TPAO ile Shell arasında bir "Ortaklık Anlaşması" imzalandı. Anlaşmayı, İstanbul'da düzenlenen törende TPAO Genel Müdürü Cem Erdem ile Shell Kıdemli Başkan Yardımcısı Eugene Okpere imzaladı.

BULGARİSTAN'IN MÜNHASIR EKONOMİK BÖLGESİNDE ORTAKLIK

Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı Alparslan Bayraktar'ın refakat ettiği anlaşmaya göre; TPAO, Bulgaristan münhasır ekonomik bölgesinde yer alan Blok 1-26 Khan Tervel Sahası Petrol ve Doğal Gaz Arama Ruhsatı kapsamında Shell'in operatörlüğünü üstlendiği arama çalışmalarına ortak oldu.



BÜYÜME STRATEJİSİ

Bakan Bayraktar, imza töreninin ardından anlaşmaya ilişkin değerlendirmelerde bulundu. Bayraktar, özellikle

yılbaşından itibaren ortaya koydukları 'yurt dışında Türkiye Petrolleri'ni büyütme' stratejisi kapsamında anlaşma serilerinin

devam ettiğini söyledi.

KHAN TERVEL SAHASI

Bayraktar, "Shell'le 2024

yılında başladığımız iş birliği zemininde, şimdi somut bir blokta, Bulgaristan'ın münhasır ekonomik bölgesinde yer alan Khan Tervel Sahasındaki ortaklığı imza altına almış olduk" dedi.

ÖNCE SİSMİK ÇALIŞMA

Söz konusu sahanın 3 bin 800 kilometrekareden biraz daha fazla olduğuna işaret eden Bayraktar, "Bu saha, bizim Sakarya Gaz Sahamıza oldukça yakın bir mesafede diyebileceğimiz bir alan. Bulgaristan'ın bu münhasır ekonomik bölgesindeki, deniz yetki alanındaki sahada Shell'le ortak bir şekilde sismik faaliyeti ve sonrasında belki önümüzdeki yıl inşallah burada da bir arama kuyusuyla,

yaklaşık 5 yıllık bir lisansa sahip olacağız" diye konuştu.

DENİZLERDEKİ KABİLİYETİMİZ ORTAKLIĞA KATKI SAĞLADI

Türkiye'nin denizlerdeki arama ve üretim kabiliyetine dikkat çeken Bakan Bayraktar, "Onların mutlaka yabancı ortaklara ihtiyacı vardı, yabancı firmaların bunu yapması gerekiyordu. Shell ve bizi seçtiler. Bizim denizlerdeki kabiliyetimiz, bugüne kadar edindiğimiz tecrübe, bu ülkeler veya şirketler için bizi ortak alma noktasında çok ciddi bir katkı sağladı" ifadelerini kullandı.

Petrol Ofisi'nden gasgrup'a çifte ödül

Petrol Ofisi Grubu tarafından düzenlenen 2025 Yılı Perakende Yüklenicileri Ödül Töreni'nde gasgrup, SEÇ-G Performans Üçüncülük Ödülü'nü alırken, Kemal Başar bireysel kategoride "Tehlikeleri Tespit Edip Ortadan Kaldırma Ödülü"ne layık görüldü.



Petrol Ofisi Grubu tarafından Merkez Ofis'te düzenlenen 2025 Yılı Perakende Yüklenicileri Ödül Töreni, yüklenici firmaların bir araya geldiği ve 2025 yılı performanslarının değerlendirildiği organizasyon

olarak gerçekleştirildi. Törende yıl boyunca başarılı çalışmalar yürüten firmalara ve çalışanlara ödülleri takdim edildi.

2025 yılı faaliyetleri kapsamında gasgrup, SEÇ-G alanındaki performansı



SEÇ-G Performans Üçüncülük Ödülü'ne layık görüldü.

Bireysel kategoride ise Kemal Başar, sahada tehlikelerin tespit edilmesi ve ortadan kaldırılmasına yönelik proaktif çalışmalarını dolayısıyla

"Tehlikeleri Tespit Edip Ortadan Kaldırma Ödülü"nü almaya hak kazandı.

gasgrup'un SEÇ-G süreçlerindeki disiplinli yaklaşımının, risklerin proaktif yönetimi ve güvenli çalışma kültürüne verdiği önemin, elde

edilen bu başarılarla belirleyici rol oynadığı belirtildi.

Hem kurumsal hem bireysel kategoride elde edilen ödüller, şirketin SEÇ-G alanındaki sürdürülebilir performansının önemli bir göstergesi olarak değerlendiriliyor.

Macaristan Başbakanı Viktor Orban, Dostluk petrol boru hattının kapatılmasını sessizce izlemeyeceklerini belirterek bu ülkeye dizel yakıt sevkiyatını durduracaklarını, askeri kredi verilmesini reddedeceklerini söyledi. Macaristan Dışişleri Bakanı Peter Szijjarto da bugünkü Avrupa Birliği (AB) Dışişleri Bakanları toplantısında Rusya'ya yönelik 20. yaptırım paketine ret oyu vereceklerini bildirdi.

Macaristan Başbakanı Viktor Orban sosyal medya hesabından yaptığı açıklamayla Dostluk boru hattı üzerinden petrol akışını durdurması nedeniyle Ukrayna'yı sert bir şekilde eleştirdi. "Dostluk petrol boru hattının kapatılmasını sessizce izlemeyeceğiz. Macaristan için yakıt tedarikini güvence altına alacağız ve sevkiyat yenilenene kadar

"Ukrayna'nın Dostluk petrol boru hattını kapatmasını sessizce izlemeyeceğiz"



gerekli karşı tedbirleri alacağız" diyen Başbakan Viktor Orban Ukrayna'ya dizel yakıt sevkiyatını durduracaklarını söyledi. Bu kapsamda AB'nin Ukrayna'ya kullanılmayı planladığı askeri krediye ret oyu vereceklerini ifade eden Viktor Orban Rusya'ya yönelik

20. yaptırım paketini ise desteklemeyeceklerini bildirdi.

Macaristan Dışişleri Bakanı Peter Szijjarto da gerçekleşecek AB Dışişleri Bakanları toplantısında Rusya'ya yönelik 20. yaptırım paketini bloke edeceklerini



açıkladı. "Ukrayna, Macaristan ve Slovakya'ya Dostluk petrol boru hattı sevkiyatını yeniden başlatmadığı sürece Kiev için önemli kararların alınmasına izin vermeyeceğiz" şeklinde konuşan Peter Szijjarto oylamada ret oyu vereceklerini bildirdi.

Macaristan ve Slovakya'ya Ukrayna üzerinden ucuz Rus petrolü taşıyan Dostluk boru hattındaki sevkiyat boru hattının geçtiğimiz 27 Ocakta Rus bombardımanında hasar

görmesi üzerine durdurulmuştu. Slovakya ve Macaristan hasarın giderildiğini, sevkiyatın yeniden başlatılmasını Kiev'in kasıtlı olarak geciktirdiğini ileri sürüyor. Slovakya Başbakanı Robert Fico da petrol sevkiyatı yeniden başlayana kadar Ukrayna'ya motorin sevkiyatını durdurduklarını açıklamış, Slovakyalı enerji firmalarından ise acil durumlarda Ukrayna'ya sağladıkları enerji desteğini kesmelerini isteyeceğini bildirmişti.

Enerji Petrol Gaz

Kurucusu:

M. Zekai Komsuoğlu
Mayıs, 1968

Yayın Sahibi
Balkan Gazetecilik
Dijital Medya Yayıncılık ve
Matbaacılık San. ve Tic. A.Ş.

Yayın Grubu Başkanı
A.Sertaç Komsuoğlu

Murahhas Aza ve
Yayın Grubu Bşk. Yrd.
Mustafa Akıncı
Murahhas Aza
Mustafa Komsuoğlu

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü:
Gözde Emlik

● Haber Merkezi:
Sibel Cennetoğlu, Beyza Erdoğan, Soner Okur, Abdullah Paçal, Mehmet Ekici

● Grafik: **Ersin Güleç,**
H. Buse Çeylan, Aleyna Çevik,
S. Öykü Özgün

● Reklam ve Abonelik:
Ferdi Özbuğutu

● Mali İşler Başkanı: **Ş. Doğan Erbay**
● Hukuk Danışmanı: **İrfan Coşkun**
● İK Sorumlusu: **Merve Şen**

● Basıldığı Yer: **İRM Dijital Baskı ve Matbaacılık San. Tic. A.Ş.**

✉ @Petroturkcom

Yönetim Yeri: **Y. Dudullu Mah. Bostancı Yolu Cad. Şehit Sok. No:44 Ümraniye- İstanbul**

İLETİŞİM

İstanbul: **(0216) 466 74 96** Fax : **(0216) 365 58 05**
Ankara : **(0312) 467 99 36** Fax : **(0312) 427 30 16**

Türkiye genelinde dağıtım yapılan EPG, Basın Kanunu uyarınca bir yerel süreli yayındır. EPG, Basın Meslek İlkelerine uymaya söz vermiştir. EPG'de yayınlanan yazı, haber ve fotoğrafların her türlü telif hakkı Balkan Gazetecilik Dijital Medya Yayıncılık ve Matbaacılık San. ve Tic. A.Ş.'ne aittir. İzin alınmadan, kaynak gösterilerek dahi iktibas edilemez.

TABGİS Yönetim Kurulu, EPDK ve Gelir İdaresi Başkanlığı'na gerçekleştirdiği ziyaretlerde petrol piyasası denetimleri, Ulusal Taşıt Tanıma Sistemi (UTTS) ve dış satışlara ilişkin sektörün görüş ve çözüm önerilerini paylaştı.

TABGİS Yönetim Kurulu, akaryakıt sektörünün gündeminde yer alan temel başlıkları ve sahada yaşanan uygulama sorunlarını ilgili kamu kurumlarının üst düzey yöneticileriyle istişare etmek amacıyla bir ziyaret programı gerçekleştirdi.



GİB BAŞKANI BEKİR BAYRAKDAR TABGİS YÖNETİM KURULU TARAFINDAN ZİYARET EDİLDİ

TABGİS Yönetim Kurulu, ilk olarak Gelir İdaresi Başkanı Bekir Bayrakdar'ı makamında ziyaret etti.

TABGİS Başkanı Akın

TABGİS Yönetim Kurulu kamu kurumlarını ziyaret etmeye devam ediyor



Ketenci, gerçekleştirdikleri ziyarette Ulusal Taşıt Tanıma Sistemi (UTTS) ile dış satışların gerçekleştiği noktalarda vergi kaybının önlenmesine yönelik etkin olabileceğini değerlendirdikleri çözüm önerilerini paylaştıklarını belirtti.

Ketenci, "GİB Başkanımız

Sayın Bekir Bayrakdar'ın aktardığımız konulara dair sonuç almaya yönelik yaklaşımı çok önemliydi. Kendisi aktardığımız konuların detaylarını içeren bir rapor da göndermemizi istediler. Sayın Başkan'a yapıcı yaklaşımı ile sendikamıza gösterdiği ilgi için teşekkür ediyorum" dedi.

GİB BAŞKAN YARDIMCISI HÜSEYİN AZİLİ ZİYARET EDİLDİ

TABGİS Yönetim Kurulu, Gelir İdaresi Başkan Yardımcılığı görevine atanan Hüseyin Azili'yi ziyaret etti.

Ulusal Taşıt Tanıma Sistemi kapsamında yaşanan

sorunlar ve çözüm önerilerinin aktarıldığı ziyarette ilgili TABGİS Genel Başkanı Akın Ketenci, "Sayın Azili'ye yeni görevinde başarı dilekelerimizi ilettik. UTTS süreciyle ilgili görüş ve önerilerimizi aktardık. Kendisinin sektörümüzle ilgili konulara son derece hakim olması ve çözüm odaklı yaklaşımı bizler için büyük önem taşıyor" dedi.

TABGİS YÖNETİM KURULU EPDK DENETİM DAİRESİ BAŞKANI ENGİN BEYAZ İLE GÖRÜŞTÜ

TABGİS Yönetim Kurulu, EPDK Denetim Dairesi Başkanı Engin Beyaz'ı ziyaret etti.

Yapılan görüşmede, petrol piyasasına yönelik denetim süreçleri ile Denetim Dairesi'nin çalışmalarıyla kesişmesi muhtemel dış satışlar ve Ulusal Taşıt Tanıma Sistemi'ne ilişkin güncel gelişmeler hakkında karşılıklı fikir alışverişinde bulunuldu.



Köseoğulları Petrol Nakliyat
Tarım Ürünleri İthalat İhracat
Sanayi ve Ticaret Limited
Şirketi İş Ortağımız

Sn.Ümit Köse'yi

Başsağlığı

kaybetmenin üzüntüsü içindeyiz.
Merhuma Allah'tan rahmet,
kederli ailesine sabır ve
başsağlığı dileriz.

OPET PETROLCÜLÜK A.Ş.



Türkiye Petrolleri
Anonim Ortaklığının
(TPAO) Diyarbakır,
Siirt ve Şırnak'ta
bulunan 2 sahası
için petrol arama
ruhsatı süresinin
uzatılmasına karar
verildi.

Petrol hakkına müteallik karar

Enerji ve Tabii Kaynaklar
Bakanlığı Maden
ve Petrol İşleri Genel
Müdürlüğü'nün Petrol
Hakkına Müteallik Kararı,
Resmi Gazete'de
yayımlandı.

Buna göre,
TPAO'nun
Diyarbakır'da 30
bin 533 hektar
yüz ölçümüne

sahip kara sahasına ilişkin
petrol arama ruhsatının
süresinin 23 Ocak
2028'e kadar uzatılması
kararlaştırıldı.

Ayrıca, Siirt ve Şırnak
illerini kapsayan 46 bin 17
hektar yüz ölçümüne sahip
kara sahası için verilen
petrol arama ruhsatının
süresi de 4 Ocak 2028'e
kadar uzatıldı.



Asis Otomasyon 25. yılında organizasyonel yapısını güçlendiriyor

Asis Otomasyon, 25. yılı kapsamında organizasyonel yapısında kapsamlı bir güncellemeye gitti. Şirketin büyüyen operasyonel ölçeği ve sürdürülebilir büyüme hedefleri doğrultusunda hayata geçirilen yeni yapı; müşterilere daha hızlı geri dönüş, daha tutarlı hizmet standardı ve daha entegre bir destek deneyimi sunmayı hedefliyor. Bu yapılanmanın, satış öncesinden satış sonrasında kadar uzanan hizmet zincirinde koordinasyonu artırarak sahada ölçülebilir iyileştirmeler sağlaması amaçlanıyor.

Asis Otomasyon A.Ş. Genel Müdürü Yusuf Kaya, çalışanlara ilettiği mesajda 25. yılın, şirketin köklü birikimini geleceğe taşıyacak kurumsal yapılanma adımlarının başlangıcı olarak değerlendirildiğini ifade etti. Kaya, yapılan değişimin odağında bireysel unvanlardan ziyade; müşteriye sunulan değeri güçlendirecek, operasyonel kapasiteyi büyütecek ve süreçleri daha

Asis Otomasyon, 25. yılı kapsamında organizasyon yapısını güncellediğini duyurdu. Satış, Satış Sonrası Müşteri Hizmetleri ve Teknik Direktörlük birimlerinde yeniden yapılanmaya gidilirken üst yönetim düzeyinde yeni görevlendirmeler yapıldı.



Satış Direktörü
Artun Tanrıyaşükür

sürdürülebilir hale getirecek daha kurumsal bir yapı oluşturmanın yer aldığını vurguladı.

Yeni yapılanma kapsamında mevcut Asis Çözüm Merkezi organizasyonunun Satış Sonrası Müşteri Hizmetleri (SSMH) olarak yeniden konumlandırıldığı, Teknik



Satış Sonrası Müşteri Hizmetleri Direktörü
Emel Hündür

Direktörlük yapısının yeniden yapılandırıldığı ve Satış Direktörlüğü birimlerinin güçlendirilerek kurulduğu bildirildi. Bu doğrultuda şirket, üst yönetim seviyesinde yeni atamaları da duyurdu. Bu kapsamda; Artun Tanrıyaşükür Satış Direktörü, Emel Hündür Satış Sonrası Müşteri Hizmetleri Direktörü (SSMH)

ve Salih Kelleci Teknik Direktör olarak görevlendirildi.

Ayrıca bu organizasyonel güncelleme kapsamında, farklı birimlerde görev yapan birçok ekip üyesinin sorumluluk alanları genişletilerek terfi ve görev güncellemelerinin de gerçekleştirildiği duyuruldu.

Bu organizasyon adımı,



Teknik Direktör
Salih Kelleci

Asis Otomasyon'un 25. yılı vesilesiyle başlattığı kurumsal güçlenme sürecinin ilk aşaması olarak değerlendiriliyor. Şirket, yeni yapıyla birlikte müşteriye temas eden tüm süreçlerde daha net sahiplik, daha hızlı karar alma ve daha entegre bir operasyon yönetimiyle hizmet kalitesini sürekli iyileştirmeyi hedefliyor.

Rusya'nın Küba'ya petrol sevkiyatı yapacağı açıklandı



Rusya'nın Küba'ya petrol göndermeye hazırlandığı, sevkiyatın insani yardım şeklinde kısa sürede başlamasının beklendiği kaydedildi.

Rusya'nın, ABD'nin gümrük vergisi tehdidi nedeniyle yakıt sorunu yaşanan Küba'ya petrol sevkiyatı yapacağı açıklandı.

Rus gazetesi İzvestiya'nın, Rusya'nın Havana Büyükelçiliğinden isimsiz diplomatik kaynağa dayandırdığı haberinde, Küba'ya petrol sevkiyatına ilişkin açıklamaya yer verildi.

Rusya'nın Küba'ya petrol göndermeye hazırlandığına işaret edilen açıklamada, sevkiyatın insani yardım şeklinde kısa sürede başlamasının beklendiği ifade

edildi.

Kremlin Sözcüsü Dmitriy Peskov da yaptığı açıklamada, Kübalı yetkililerle ülkeye yardım seçenekleri konusunda istişarelerde bulduklarını kaydetmişti.

KÜBA'YA PETROL SATAN VEYA SAĞLAYAN ÜLKELERDEN İTHAL EDİLEN MALLARA GÜMRÜK VERGİSİ

ABD Başkanı Donald Trump ile Meksika Devlet Başkanı Claudia Sheinbaum, 30 Ocak'ta sınırlı güvenliği,

uyuşturucu kaçakçılığı ve ticaret konularında telefonda görüşmüştü.

Trump, 30 Ocak'ta, "ulusal acil durum" ilan ederek Küba'ya petrol satan veya sağlayan ülkelere ithal edilen mallara gümrük vergisi uygulanmasına olanak tanıyan bir kararname imzalamıştı.

Donald Trump, 1 Şubat'ta Küba yönetimiyle petrol tedarikinin düzenlenmesi konusunda görüşmelerin başladığını duyurmuş, Küba ise bunu yalanlamıştı.

Trump, İran ile savaş sona erdiğinde petrol fiyatlarının düşeceğini söyledi

ABD Başkanı Donald Trump, ABD ve İsrail'in İran'a saldırıları sonrası petrol fiyatları bir süreliğine yükselse de bu durum sona erdiğinde düşeceğini ifade etti.

Trump, Almanya Başbakanı Friedrich Merz ile Oval Ofis'te yaptığı görüşmede basın mensuplarının sorularını yanıtladı.

Orta Doğu'da artan gerilimle yükselen petrol fiyatlarının ekonomiye etkisine ilişkin bir soruyu yanıtlayan Trump, "Petrol fiyatları bir süre yüksek olsa bile bu durum sona erer ermez düşecek, hatta daha önce olduğundan daha düşük seviyelere ineceğine inanıyorum" dedi.

Almanya Başbakanı Merz de "Elbette bu durum

ekonomilerimize zarar veriyor. Bu petrol fiyatları için de geçerli, benzin fiyatları için de. Bu yüzden hepimiz bu savaşın en kısa sürede sona ermesini umuyoruz" diye konuştu.

Merz, İsrail ve Amerikan ordularının bu durumu sona erdirmek, İran'da barışa ve özgürlüğe dönecek yeni bir hükümeti iş başına getirmek için doğru adımları attığını umduklarını dile getirdi.

ABD ve İsrail'in İran'a yönelik saldırıları ve İran'dan gelen misilleme sonrası petrol fiyatları arz endişeleriyle yükselmişti. Brent petrolün varil fiyatı 80 doların üzerine çıkmıştı.





ENERJİ PİYASASI
7/24 CANLI YAYINDA

ENERJİNİN HABER MERKEZİ

www.petroturk.com

PT

Petroturk TV



ABONE OL

Enerji piyasalarına dair
en güncel video içerik ve
haberler
Petroturk TV Youtube
kanalımızda!

PETROTURK



Petroturk TV



Petroturk.com



petroturkcom



petroturkcom

WOM 2027

World of Mobility
İstanbul, 2027

MOBİLİTE ÜRÜN, HİZMET VE TEKNOLOJİLERİ WOM 2027'DE SİZİ BEKLİYOR!

Mart 2027
TÜYAP
İstanbul

WOM 2027

Uluslararası Mobilite
Ürün, Hizmet ve Teknolojileri Fuarı
wom-istanbul.com



Yakıt



Elektrik



Market



Servis



Otomotiv



Teknoloji



Lojistik

herkes yola çıkar. biri yolu açar.

Bir akaryakıt şirketi insanların kalpten bağlandığı bir marka yaratabilir mi?
Bu soruyla çıktığımız yolda 9. kez “evet” cevabını aldık!
Bu yıl da Türkiye'nin en sevilen akaryakıt markası olduk.
Bugün örnek alınan bir marka olduysak sevginiz sayesinde.
Ne mutlu bize.



Türkiye'nin Lovemark'ları 2025 araştırması; MediaCat ve Ipsos tarafından 15-55 yaş aralığında, kadın erkek oranı eşit, Türkiye temsili 2.000 kişiyle gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre Opet, Akaryakıt kategorisinde birinciliği paylaşarak kategorinin Lovemark'larından biri olmuştur.