

ASFALT

M A G A Z İ N E

ARAŞTIRMA

Türkler Direksiyonu
Otonom Araçlara
Bırakacak

ROPÖRTAJ

FIAT Marka Direktörü;
Altan Aytac

OTOPOST

Otomotiv Sektörü Yine
Kur Dalgalanmasıyla
Karşı Karşıya

MODİFİYE

ALFA ROMEO
MITO QUADRIFOGLIO
1.4L TURBO, 'NASTY'

DARÜŞŞAFKA'YI
YENİ ZAFERLERE
EUROPCAR TAŞIYACAK

UZMAN GÖRÜŞÜ
Yeni Nesil Renault
Capture

KEŞİF
OTOMOTİV
DEVLERİNİN
TARİHİ VE İLK
OTOMOBİLLERİ

S . 0 3
ARALIK
2 0 1 8

Kapak Fotoğrafi:
STEVE HALAMA

İmtiyaz Sahibi:
Fırat Fidan

Hazırlayan:
Build Up Pr

Grafik Tasarım:
Güneş Engin

Katkıda Bulunanlar:
Bahar Yapıcılar,
Fahir Talib,
FT Tuning,
Furkan Özata

fotoğraf TIM WRIGHT

İNDEKS

sayı 03, Aralık'18

ASFALT
M A G A Z I N E

05

ARAŞTIRMA

Türkler Direksiyonu
Otonom Araçlara Bırakıyor



13

ROPÖRTAJ

Fiat Marka Direktörü;
Altan Aytaç

19

OTOPOST

Otomotiv Sektörü Yine
Kur Dalgalanması ile Karşı
Karşıya



23

MODİFİYE

Alfa Romeo Mito
Quadrifoglio 1.4L Turbo

31

SPONSORLUK

Darüşşafaka, Europcar ile
Yeni Zaferlere Gidiyor

33

KEŞİF

Otomobil Devlerinin
Tarihi ve İlk Otomobilleri

35

UZMAN GÖRÜŞÜ

Yeni Nesil
Renault Capture



Merhaba

DEĞERLİ SEKTÖR TEMSİLCİLERİ;

Yılın son sayısında sizlerle birlikte olmanın mutluluğunu yaşıyor, birbirinden farklı konuları ele aldığımız yeni sayımızı beğenimize sunuyoruz.

Otomotiv sektörünün değerli temsilcilerini ağırladığımız söyleşi bölümümüzün bu ayki konuğu Fiat Marka Direktörü Altan Aytaç. Dövizdeki yükseliş, ÖTV zamlarının etkisiyle 2018’de yaşanan durgunluk, 2019 yılına ilişkin öngörüler ve daha birçok konuda görüşlerini paylaşan Sayın Aytaç’a kıymetli paylaşımları için bir kez daha teşekkür ederiz.

KPMG Türkiye’nin bu yıl beşincisini gerçekleştirdiği “Türkiye Otomotiv Yöneticileri Araştırması”nın çarpıcı sonuçlarını bu ay sayfalarımıza taşıyoruz. ODD, OSD, TAYSAD ve OYDER’in destekleriyle hazırlanan ve Türkiye’nin önde gelen otomotiv şirketlerinden 211 üst düzey yöneticinin katıldığı araştırmanın en dikkat çeken sonuçlarından biri, 2030 yılına kadar müşterilerin satın alma kriterleri arasında sürücüsüz araçların ilk sıraya yerleşeceğinin öngörülmesi. Detaylara iç sayfalarımızdan ulaşabilirsiniz.

Artan maliyetler ve gerileyen satışlar nedeniyle zorlu günler geçiren otomotiv sektörü, kiralama sözleşmelerinin Türk Lirası ile yapılması zorunluluğu sonrasında maalesef önemli bir sorunla daha karşı karşıya kaldı. Konuya ilişkin değerlendirmelerimizi Otopost’ta bulabilirsiniz.

FT Tuning imzasıyla hazırlanan “Modifiye” bölümümüzde ise bu ay Alfa Romeo’nun sevimli ve bir o kadar hızlı modeli olan Mito’daki dönüşüme tanıklık edeceksiniz. Otomotiv devlerinin tarihi ve ilk otomobiller hakkında derlediğimiz yazıya ve ‘Carviser’ markasının yaratıcısı gazeteci Fahir Talip’in mercek altına aldığı Renault Captur’la ilgili detaylara ise son bölümümüzde inceleyebilirsiniz.

2019’un herkes için sağlık, mutluluk getirmesini ve tüm beklentilerinizin karşılandığı bir yıl olmasını diliyorum.

Keyifli okumalar dileğiyle,

FIRAT FİDAN
ASF Otomotiv YK Üyesi

Europcar
moving *your* way

MOVE YOUR BUSINESS

Türkler Direksiyonu Otonom Araçlara Bırakacak

Türkiye’deki otomotiv yöneticileri, 2030 yılına kadar müşterilerin satın alma kriterleri arasında sürücüsüz araçların ilk sıraya yerleşeceğini öngörüyor. KPMG Türkiye Otomotiv Yöneticileri Araştırması’na katılan sektör liderlerinin yüzde 92’sine göre, sürücüsüz araç ve aktif sürücü desteği sistemleri 10 yıl içinde Türkiye’deki sürücülerin ilk tercihi olacak.

KPMG Türkiye'nin bu yıl beşincisini gerçekleştirdiği 'Türkiye Otomotiv Yöneticileri Araştırması', yerli otomotiv sektörünün önümüzdeki 10 yılda geleceği noktaya ilişkin çarpıcı sonuçlar ortaya koydu.

KPMG Türkiye yönetiminde, Otomotiv Distribütörleri Derneği (ODD), Otomotiv Sanayii Derneği (OSD), Taşıt Araçları Tedarik Sanayicileri Derneği (TAYSAD) ve Otomotiv Yetkili Satıcıları Derneği'nin (OYDER)

destekleriyle gerçekleştirilen araştırmaya dört derneğin üyesi olan, lider otomotiv şirketlerinin 211 üst düzey yöneticisi katıldı. Türkiye'deki otomotiv yöneticilerinin neredeyse tamamı, gelecek 10 yılda 'bağlanabilirlik ve dijitalleşme' ile 'elektrikli mobilite'nin, sektörün en önemli trendleri olacağı öngörüsünde bulundu.

Yöneticilere göre 2030 yılına gelindiğinde Türkiye'deki müşterilerin satın

alma kriterlerinin başında, 'sürücüsüz araçlar/aktif sürücü desteği sistemleri' bulunacak. Bu kriteri, günümüzde önemsiz görülen 'sıfır emisyon/elektrikli mobilite' takip edecek.

KPMG Türkiye Otomotiv Sektör Lideri ve Şirket Ortağı Hakan Ölekli, dünya genelinde artan volatilité, siyasi belirsizlikler ve korumacı politikalar sektörü zorlasa da, 2017'de rekor kıran üretim ve ihracat

rakamlarının yanı sıra yerli otomobil projesinin, Türkiye otomotiv sektörünün güçlü konumunu sürdürdüğünün göstergesi olduğunu belirtti. Ölekli, geleneksel ve köklü otomotiv şirketlerinin geleceğin iş modellerine hazırlanırken, tüm ekosisteme hükmetmeye çalışmak yerine oyun alanını belirleyerek nerede işbirliği yapacağına veya rekabet edeceğine karar vermesi gerektiğinin altını çizdi. Ölekli'ye göre, gelecekteki başarıyı stratejik işbirlikleri, ortaklıklar ve ittifaklar belirleyecek.

'YIKIM' GELECEĞİ ANAHTARI

Tüm dünyada gelişen teknolojilerle hız kesmeyen değişim, ürün odaklı iş anlayışını zorlarken, otomotiv sektörünün başarı ölçütleri, iş modelleri ve geleceği sorgulanmaya başladı. Ölekli'ye göre otomotiv sektöründe bugünün iş anlayışının 'yıkımı',

Şehirler de 'akıllanmalı' Araştırmaya göre otomotiv yöneticilerinin yüzde 42'si, Türkiye'de 'e-mobilite' ekosistemi- nin önündeki en büyük zorluğun, akıllı şehir altyapısının olmaması olduğunu düşünüyor.

yarının 'geleneksel' iş yapış şekli olacak. Ölekli, teknolojinin geldiği ve çok daha fazlasını vadettiği bu noktada dijital dönüşüm kavramının tamamlanmasından değil ancak sürekliliğinin nasıl sağlanacağından bahsedilebileceğini vurguladı.

YERLİ VE MİLLİ OTOMOBİL ŞART

Araştırmada Türkiye'de yerli ve milli bir otomobil üretilmesinin sektöre getireceği faydalara da yer veriliyor. Yerli araç üretiminde elektrikli modellerin seçilmesinin dünya devleriyle rekabet etmek için doğru

tercih olduğu belirtilirken, sadece iç pazara değil, aynı zamanda dış pazara da hitap edecek alternatif modellerin üretilmesi gerektiğinin altı çiziliyor. KPMG araştırmada, yerli otomobille-

rin yurtiçi pazarda yaygınlaşabilmesi için önemli devlet desteğine ihtiyaç duyacağını da vurguluyor. Yöneticilere göre elektrikli araçların müşteriler tarafından benimsenmesi önündeki başlıca engel araçların 'menzili' ile ilgili endişeler. Bu kaygıların giderilmesi için ilk etapta kamu yatırımıyla ülke çapında gelişmiş bir şarj ağı oluşturulabilir.

OTONOM ARAÇLARIN GELİŞİNE 10 YIL VAR

Küresel otomotiv üreticilerinin %73'ü, 10 yıl içinde geleneksel toplu taşıma



çözümlerinin yerine isteğe bağlı otonom kapsüllerin kullanıma girmesini bekliyor. Türkiye’de ise yöneticilerin %60’ı, büyük ölçekte otonom araç satışlarının 10 yıldan önce başlayamayacağını öngörüyor.

HUKUKİ ALTYAPI GEREKİYOR

Araştırmada otonom araçların trafiğe çıkması için fiziksel altyapı çalışmalarının yanı sıra hukuki bir altyapı düzenlemesinin de gerekli olacağı vurgulanıyor. Otonom araçların kaza yapmaları halinde, sorumlunun şoför mü, üretici firma mı yoksa aracın yazılımını hazırlayan şirketin mi olacağı, yasal düzenlemelerin ardından belirlenecek.

İşte rapordan öne çıkan bazı satırbaşları:

i. Türkiye’ye yeni yatırım gelmesi için büyük önem

taşıyan adımların çoğunu devlete bağlı değişiklikler (*teşvik, vergi politikaları, hukuki düzenlemeler istikrar, vb.*) oluşturuyor.

ii. Otomotiv yöneticilerinin %95’i, 2030’a kadar sektördeki temel trendlerin en önemlisinin ‘bağlanabilirlik ve dijitalleşme’ ile ‘elektrikli mobilite’ olacağını öngörüyor.

iii. Yöneticilerin %72’si, teknolojik gelişim ve artan dijitalleşmenin etkisiyle sektörün iş modellerinde yakın gelecekte kapsamlı bir yıkıcı gelişme bekliyor.

iv. Türkiye otomotiv yöneticilerinin %85’i gelecekte otomotiv iş modelinin yakıtının ‘veri’ olacağı görüşünde birleşiyor.

v. Yöneticilerin %92’si, tedarik sanayisinin rekabetçi kalması için alınması gereken en önemli aksiyonun Ar-Ge sürecinde, yeni inovasyon ekipleri oluşturu-

arak hız ve esnekliği artırmak olduğunu söylüyor.

vi. Her 5 otomotiv yöneticisinden 4’ü gelecek dönemde otomotiv firmalarının başarılı olabilmesinin, yenilikçi startup’larla birleşmelerine ya da işbirliği yapmalarına bağlı olduğunu düşünüyor.

vii. Yöneticilerin %86’sı gelecekte en önemli başarı stratejilerinin, birbirine yaklaşan endüstrilerden oyuncularla işbirliği yapmak (OEM/araç üreticileri, kamu hizmeti şirketleri, bilişim ve iletişim teknolojileri alanında faaliyet gösteren şirketler) ve sektör içinde ortak girişimler ile stratejik ittifaklar kurmak olacağını vurguluyor.

viii. Yöneticilerin %95’i, dijital müşterileri çekmek için OEM ve yetkili satıcıların geleneksel pazarlama materyalleri ve tek kanal için tasarlanmış web sitesi yerine interaktif, araç



İLKE TRAFİK MÜŞAVİRLİĞİ

www.ilketrafik.com

Kısıklı Cad. Tekin Ak İş Merkezi Kat: 1 Altunizade - Üsküdar / İstanbul Tel: 0216 651 11 11 - Faks: 0216 562 10 10



fotoğraf INSIDEEVS.COM

özellikleri ve fiyat bilgileri dahil olmak üzere müşteri ihtiyacına yanıt verebilecek gelişmiş dijital hizmetlere yöneleceğini düşünüyor.

ix. Yöneticilerin %85'i artan çoklu kanal iletişim yolları sonucunda müşterilerin fiziksel perakende mağazalarına ziyaretlerinin azalmasını, buna karşın ürün ve markayı deneyimlemek için mağazaları ziyaret etmeyi tercih etmesini bekliyor.

x. Yöneticilerin %30'u, otomobile ihtiyacın ortadan kalkmasının en önemli nedeninin diğer seçeneklerin kullanımının daha kolay olması (*araç paylaşımı, servis olarak mobilite...vb*) olacağını söylüyor.

xi. Yöneticilerin %78'i, elektrikli mobilitenin atılım gerçekleştirmesi için en iyi şarj etme deneyiminin hiç şarj etmemek olması gerektiğini düşünüyor.



Hareketin olduğu
Her yerdeyiz

Opet Fuchs Madeni Yağ A.Ş.,

OPET Petrolcülük A.Ş. ve Fuchs Petrolub SE şirketlerinin eşit paya sahip ortaklık yapısıyla kurulu; otomotiv ve endüstriyel yağlayıcılar ve oto bakım ürünlerinin üretimini, satışını ve satış sonrası hizmetlerini gerçekleştiren, 200'e yakın konusunda uzman çalışanı ve tüm Türkiye'de bulunan geniş bayi ağı ile hizmet vermektedir.

İzmir Çiğli Atatürk Organize Sanayi Bölgesi'nde üretim tesisine sahip olan OPET FUCHS, yağlayıcı ürünleri ve oto bakım ürünleri üretimini gerçekleştirmektedir.

*ISO 9001:2008 Kalite Yönetim Sistemi, ISO 14001:2004 Çevre Yönetim Sistemi, OHSAS 18001:2007 - İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemi ve ISO/TS 16949 Otomotiv Üretimi ve İlgili Yedek Parça Üreticisi Kuruluşlar İçin Kalite Yönetim Sistemleri uygulanmaktadır. OPET FUCHS ayrıca, Ford Q1, ISO 14064 Sera Gazı Emisyonlarının Doğrulanması ve TSE EN ISO/IEC 17025 Laboratuvar Yeterlilik Sertifikalarına sahiptir.

Opet, Fuchs, Rom, Wynn's, Ford Otosan onaylı FMY, Tofaş onaylı Opar Olio ve Türk Traktör markalı ürünlerin üretimini gerçekleştiren OPET FUCHS, otomotiv ve endüstriyel sektörlerde kullanılan yağlayıcılar ve oto bakım ürünleri ile geniş bir ürün yelpazesine sahiptir.

OPET FUCHS, Man, Volvo, Mercedes Benz, Ford gibi dünyada saygın orijinal ekipman üreticilerinin (OEM) onayına sahip ürünleri ile hem sektörde yer alan üreticiler hem de tüketicileri ile her zaman işbirliği ve temas içindedir.

ALTAN AYTAÇ

FIAT MARKA
DİREKTÖRÜ

“Durgunluk dönemlerinden çıkmak genelde birkaç yıl sürse de, Türkiye ekonomisi ve otomotiv sektörünün dinamik yapısı sayesinde, doğru koşullar bir araya geldiğinde pazar yeniden ve hızla hareketlenecektir.”



Dövizdeki yükseliş ve ÖTV zamlarının etkisiyle 2018 yılında otomobil satışlarında durgunluk yaşandı. ODD (Otomotiv Distribütörleri Derneği) verilerine göre Eylül ayında yıllık bazda otomobil satışları yüzde 67, hafif ticari araç satışları da yüzde 70 azaldı. Fiat olarak bu dönemi nasıl geçirdiniz?

Türkiye otomotiv pazarı 2017 yılını, geçtiğimiz yıllarda olduğu gibi, 1 milyon bandında kapattı. 2018 yılı ilk çeyreğinde pazar geçen yıllar seviyesinde seyrederken yılın ikinci yarısında önemli ölçüde daralma yaşadık. Otomobil satışları yılın ilk on ayında bir önceki yılın aynı dönemine oranla yüzde 32,5 azalarak 485 bin adet olarak gerçekleşti. Yıl sonuna kadar pazarın 630 bin adet bandında kapanacağını öngörüyoruz. Fiat olarak bu dönemde 52 bin adedin üzerinde satışla yüzde 11'lik bir pazar payı elde ettik. Satışlarımız içindeki perakende payını arttırmaya yönelik hedefimizi sürdürerek hem otomobil hem de hafif ticari araç pazar payımızı koruduk. Pazarda geçtiğimiz iki yılın en çok tercih edilen modeli Egea yine lokomotif modelimiz olurken hafif ticari araç pazarında Doblò ve Fiorino modellerimiz bu sınıftaki liderliklerini sürdürdü.

Durgunlukla başa çıkmak ve satışları artırmak için ne gibi önlemler aldınız?

31 Ekim'de açıklanan ÖTV teşvik-

leriyle birlikte Fiat showrooomlarında da önemli bir hareket başladığını görüyoruz. ÖTV indirimlerine ilave olarak finansman şirketimiz Koç Fiat Kredi'nin de desteğiyle kredi destek kampanyalarımızı güçlendirdik. Ürün gamında yerli model oranı en yüksek marka olmanın avantajını da bu dönemde en iyi şekilde kullanarak araç bulunurluğumuzu arttırıyor ve kısa sürede artan talebe hızlı cevap vermeye çalışıyoruz. Bayilerimizi ise yerel pazarlama faaliyetlerini arttırmaya yönlendiriyoruz. Bu tip durgunluk dönemlerinde, satış hacmini korumaya yönelik faaliyetlerin yanı sıra giderleri ve nakit akışını da iyi yönetmek gerekir. Stok yönetimine hassasiyet gösterirken pazarlama iletişiminde sert bütçe kesintileri yerine verimlilik esaslı planları hayata geçiriyoruz. Servis tarafında ise ulusal kampanya ve yerel aksiyonlarla servis girişlerimizi arttırmayı hedefliyoruz.

Hem sektör hem de şirketiniz özelinde 2019 öngörülerinizi aktarır mısınız?

2018'de başlayan dalgalanmaların ve piyasalardaki belirsizliklerin 2019 yılının başında da süreceğini öngörüyoruz. Sürekli büyüyen Türkiye ekonomisi ve otomotiv sektörü oldukça dinamik bir yapıya sahip. Doğru koşullar oluştuğunda pazarın yeniden nasıl ve ne kadar hızlı hareketlendiğini Kasım ayının ilk yarısında hep beraber gördük. Her ne kadar bu tip

durgunluk dönemlerinden çıkış ve normal tempoya dönüş birkaç yıl sürse de 2019 yılı içerisinde farklı dinamiklerle pazarın potansiyeli yeniden ortaya çıkabilir. Fiat markası olarak bu dönemde küçülen değil güçlenen marka olmayı hedefliyoruz.

2015 yılında lansmanını yaptığınız ve 'Tofaş tarihinin bir ustalık eseri' olarak tanımladığınız Fiat Egea, 2016 ve 2017'yi segmentinin lideri olarak tamamlamıştı. Bu liderliğinizi 2018'de de sürdürüyor musunuz? Fiat modellerinde pazardaki durumunuz nedir?

Fiat markası bu sene de geçen sene olduğu gibi hem otomobil hem de hafif ticari araç pazarında öncü oyuncularından biri olmayı sürdürüyor. Lansmanını yaptığımız Ekim 2015'den bugüne kadar Egea'da 120 bin adede



yakın bir satış gerçekleştirdik. Bunun 107 binini Egea Sedan oluşturdu. Egea Hatchback ve Egea Stationwagon modellerimizin toplam satışı ise 10 bini buldu. Kompakt sınıfta yüzde 19.5'lik pazar payı bulunan Egea'nın, toplam pazar içerisindeki payı yüzde 6.6'ya ulaştı. Egea Sedan tek başına liderliğini korurken Hatchback modelimiz ilk 3'te yarıştı. Egea Stationwagon modelimizi pazara sunarken Türkiye'deki stationwagon segmentini ikiye katlayacağız demiştik. Bu sözümüzü yerine getirdik. Modelimiz Türkiye pazarında, kompakt segment içindeki stationwagon pazarının yarısından fazlasını elinde tutuyor. Hafif ticari araç pazarında ise, kendi sınıflarında toplamda liderliklerini düdüren Fiorino ve Doblò modellerimizin performansı ile pazardaki güçlü varlığımızı ve pazar payımızı korumaya devam etmeyi hedefliyoruz.

Fiat'ın Türkiye pazarında büyümesinin ve öncü bir marka haline gelmesinin sırrı sizce nedir?

Otomotiv sektöründe bir markanın sürdürülebilir biçimde büyümesi için olmazsa olmaz iki unsur var: Biri ürün gamının pazarın ihtiyaçlarına uygun, kaliteli, sağlam ve ulaşılabilir olması; diğeri ise hem satış hem de satış sonrası servis süreçlerinde en kuvvetli hizmeti sunabilmek. Güçlü bir marka olabilmek için müşteri odağı ve

bayi teşkilatı son derece önemli. Sürekli yenilenen otomobil ve hafif ticari araç ürün gamımız, tüm yurda yayılmış güçlü bayi teşkilatımız ve Fiat kullanıcılarına en iyi müşteri deneyimini yaşatmak için sürekli geliştirdiğimiz satış sonrası hizmetlerimizle fark yaratmaya çalışıyoruz. Türkiye otomotiv pazarında Fiat markasının yarım asırdır başarılı, öncü bir marka olmasının en önemli sebebi bu iki unsur bence.

‘Egea Seni Piste Çağırıyor’ gibi etkinliklerinizle kullanıcılara motor sporları heyecanı yaşıyorsunuz. Bu aktivitelerinizle ilgili bilgi verebilir misiniz? Kimler katılabiliyor, ne tür yarışlar düzenleniyor?

Egea lansmanı ile birlikte Fiat Motor Sporları ekibini yeniden kurduk. Hem Türkiye’de motor sporlarının yaygınlaşmasını sağlamak hem de yarış otomobillerimizi geliştirirken elde edilecek birikimi Tofaş Ar-Ge ekibiyle birlikte ürün geliştirme süreçlerimizde kullanmak üzere yola koyulduk. Önceliğimiz, bayii teşkilatımız aracılığıyla geniş kitlelere, özellikle gençlere ulaşarak onlara otomobil tutkusunu aşılama, güvenli sürüş alışkanlığını kazandırmak ve Fiat markasını tanıtmaktı. Bu amaçla, önce Türkiye Otomobil Sporları Federasyonu ile ‘TOSFED Yıldızını Arıyor’ projesini hayata geçirdik. 25 yaş altı genç sporcuları kapsayan ve Türkiye’nin ilk ye-

tenek keşfetme projesi olan etkinliğin ana sponsoruyuz. ‘Egea Seni Piste Çağırıyor’ etkinliğimizi devreye aldık. İki yıl boyunca yaklaşık 2 bin kişiye güvenli sürüş eğitimi verdik ve geliştirdiğimiz 180HP gücündeki Egea pist otomobilimizi kullandırma imkânı bulduk. Bu süre zarfında Fiat motor sporları takım pilotlarımız Fatih Kara ve Yiğit Timur, Türkiye Ralli Şampiyonası’nda markamızı en iyi şekilde temsil etti ve kendi klasmanlarında aldıkları derecelerle bizleri gururlandırdılar. Takım pilotlarımız sadece yarışmakla kalmadı; gerçekleştirdiğimiz tüm aktivitelerde fiilen yer aldılar. Geçtiğimiz Nisan ayında da ‘Egea Gençler Kupası’ adı altında yeni bir oluşuma imza attık. Toplamda altı genç sporcuya, Fiat çatısı altında profesyonelliğin yolunu açtık. Kupamızda yarışan gençlerimizin 3’ü TOSFED Yıldızını Arıyor’un geçtiğimiz yıl kazananları.

Teknoloji, hem şirketler hem de tüketiciler için vazgeçilmez unsurların başında geliyor. Teknolojiyi kullanarak sürücüyeye daha iyi bir deneyim yaşatmak için geliştirdiğiniz uygulamalarınız nelerdir?

Fiat, otomobil ile sürücüyü birbirine bağlayan yeni teknoloji ile müşteri deneyimini ayrıcalıklı bir boyuta taşıdı. ‘Fiat Yol Arkadaşım Connect’i 2018 Nisan’ında müşterilerimizin beğenisine sunduk. Fiat kullanıcıları artık akıllı telefon veya bilgisayar aracılığıyla otomobillerine uzaktan bağlanabiliyor. Bu sayede uzak-



tan otomobilin kapı ve bagaj kilitlerini açma-kapama, lastik basınçlarını, yakıt ve akü durumunu takip etme, geçmiş servis işlemlerini takip edebilme ve online servis randevusu alabilme, aracın park konumunu ve sürüş detaylarını görebilme, hız ve mesafe limiti belirleyerek bildirim alabilme, acil yol yardım ile ambulans hizmeti alabilme gibi birçok faydalı fonksiyona sahip oluyor. Fiat Yol Arkadaşım uygulamamız oldukça talep gördü. Özellikle Doblò ve Fiorino modellerimizde uygulama devreye girdikten sonra talep arttı. Şu anda 1500’ün üzerinde müşterimiz bu uygulamamızı kullanıyor.

Uzun yıllardır TOFAŞ’ta çalışıyorsunuz. Sizi TOFAŞ’a bağlayan en önemli unsur nedir? Gençlere ve yeni nesil yöneticilere ne gibi tavsiyelerde bulunursunuz?

Tofaş benim çeyrek asırdan uzun bir süredir çalıştığım şirketim, okuldan mezun olduktan sonra başladığım ilk işim. Bu bağlılığı tarif etmek pek kolay değil. Bunca sene boyunca Tofaş’a ve Koç Grubu değerlerine bağlı çok değerli yöneticiler ve ortak hedefler için birlikte azimle çalışan, birbirine destek olan takım arkadaşlarıyla çalıştım. Benim için Tofaş, merkezinde ana şirketin ve fabrikamızın yer aldığı geniş bir değer zinciri, büyük bir camia ve ailedir. Bayi teşkilatımız ve tedarikçilerimizin de bulunduğu bu büyük ailenin bir parçası olmaktan her zaman gurur duydum. Zaman zaman Tofaş’ta işe başlayan arkadaşlarımızın oryantasyon toplantılarında, mentorluk programlarında bazen de üniversitelerde düzenlenen seminerlerde, gençler ve genç yöneticilerle sohbet etme şansı buluyorum. Bu buluşmalarda ifade ettiğim en önemli unsurlar, sevdikleri işi seçmeye gayret etmeleri, yeni bir işe başladıktan sonra o işi iyice öğreninceye kadar azimle çalışmaları, iş tanımlarında belirlenen sınırlar içinde kalmayıp bütünsel bir bakış açısıyla büyük resmi ve tüm süreci görmeyi hedeflemeleri, farklı bakış açıları getirip sürekli yeni fikirler üretmeleri ve teknolojiyi en üst seviyede kullanarak hem işlerini, hem de kendilerini geliştirmeleridir. Teknolojinin hayatımıza girmesiyle yaşam ne kadar kompleks hale gelirse gelsin, insanlarla samimi ve sağlam temelli ilişkiler kurmanın her zaman en önemli sermaye olduğuna inanırım.

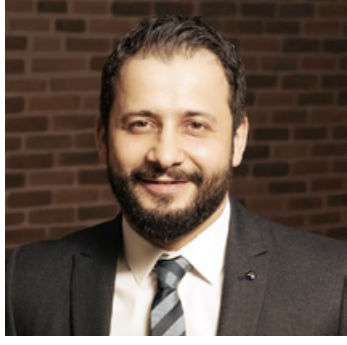
ASF
OTOMOTİV

ASFALT
MAGAZİNE

WWW.ASF.COM.TR

WWW.FDNGRUBU.COM



FIRAT FİDAN
ASF Otomotiv
Yönetim Kurulu
Üyesi

OTOMOTİV SEKTÖRÜ YİNE KUR DALGALANMASI SORUNU İLE KARŞI KARŞIYA

Artan maliyetler ve gerileyen satışlar nedeniyle zorlu günler geçiren otomotiv sektörü, kiralama sözleşmelerinin Türk Lirası ile yapılması zorunluluğu sonrası maalesef önemli bir sorunla daha karşı karşıya kaldı.

2018 yılının ilk sekiz ayın-
da daralma gösteren oto-
motiv sektöründeki satış-
ları mercek altına aldığımız-
da; otomobil ve hafif ticari
araç toplam pazarındaki
satış rakamlarının bir ön-
ceki yılın aynı döneminde
555 bin 991 iken, 2018
yılının Ocak-Ağustos
döneminde 440 bin 428
adet olarak gerçekleştiğini
görüyoruz.

İthalat kaynaklı olması
nedeniyle kur hareketlerin-
den etkilenen otomotiv
sektöründe satışlar yakla-
şık %20'lik pay kaybede-
rek gerilerken, araç kira-
lama sektörü bu yıl
turizmde yaşanan güçlü
toparlanmanın desteğiyle
aynı oranda etkilenmedi.
Bununla birlikte hem döviz
kurları hem de vergilerde-
ki değişimler nedeniyle
%60'lara varan araç yeni-
leme maliyetlerinin ve ek
olarak sözleşmelere getiri-
len TL zorunluluğunun tüm
sektörü zorlu bir sürecin
içine soktuğunu söyleme-
liyim. Sektör özelinde
biraz daha detaylı bir
analiz yapmak gerekirse

operasyonel araç kiralama
sektörünün yılın ilk 8 ayın-
da Türkiye'de satılan yeni
otomobillerin %22'si olan
76 bin 325 adetlik yeni
aracı filosuna kattığını ve
böylece aktif pazar büyük-
lüğünün 31 milyar TL'ye
yaklaştığını söylemek
mümkün. Tüm bunların
yanı sıra Türk Lirasının
değer kaybetmesi ve hem
enflasyon hem de faizlerde-
ki artış ise sektörün büyü-
mesini oldukça yavaşlattı.
Araç kiralama sektöründe-
ki satış performanslarını
operasyonel ve günlük
kiralamalar olmak üzere
iki başlık altında analiz
ettiğimizde; bu yıl özelin-
de operasyonel kiralama-
larda geçtiğimiz yıllarla
benzer rakamlar olduğunu
görüyoruz. Bununla birlik-
te kapanan şirketlerin sayı-
sındaki artış nedeniyle
yaşanan sıkıntılar göze
çarpmıyor.

SEZONA GÜÇLÜ BİR BAŞLANGIÇ YAPILDI

Sektörümüzün çatı kuru-
luşu olan TOKKDER'in
(Tüm Oto Kiralama

Kuruluşları Derneği) Mart
ayında yayımladığı rapor
doğrultusunda Türkiye'de
2017'de satılan yeni oto-
mobil sayısı %4,5 azalır-
ken, aynı dönemde operas-
yonel kiralama sektörünün
filosundaki araç sayısı
%10,6 artarak 365 bin 782
adede ulaşmıştı. 2017'de
13 milyar 854 milyon TL'lik
yeni araç yatırımı yaparak
Türkiye'de satılan yeni
araçların yaklaşık %20'sini
filosuna katan operasyonel
kiralama sektörünün aktif
büyüklüğü ise 29 milyar
TL'yi aşmaktaydı. Günlük
kiralama sektöründe ise
turizmdeki toparlanmayla
tekrar canlanma bekleni-
yordu. Örneğin kısa ve
uzun dönem kiralamacıla-

rın 2018'de pazardan yak-
laşık 150 bin adetlerde
yeni araç alması öngörüsü
gibi olumlu sinyaller kar-
şısında sektörde bu alanda
yeni yatırımlar yapıldı ve
sezona güçlü bir başlangıç
yapıldı.

Ülke turizminde yaşanan
toparlanmanın günlük
kiralama sektörüne olumlu
etkisini bu yıl fazlasıyla
hissettik. Örneğin turist
sayısında yaşanan dikkate
değer artışların katkısıyla
bireysel kiralamalarda Ege
ve Akdeniz bölgelerindeki
o ofislerimizde yer yer bir
önceki yıla göre %150'leri
bulan artışlar yaşandı. Tüm
bu olumlu havaya rağmen
yaşanan kurdaki hızlı deği-
şim ve sözleşmelere getiri-



len TL şartı sektörün geleceğini maalesef ki tehdit altında bırakıyor. 13 Eylül tarihli Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren Türk parasının kıymetinin korunması hakkındaki kanun düzenlemesiyle birlikte, yurt içinde dövizle konut ve araç kiralama sektörünün önüne geçilmesi nedeniyle sektör yaşadığı iyi sezonu negatif rakamlarla kapatacağına benziyor.

EURO İLE FONLANAN KREDİLER

Sektörde kiralama şirketlerinin %78'i döviz üzerinden yapılmakta ve kiralık durumunda bulunan 360 bin araç kiralık filo için

Türkiye ekonomisinin lokomotif sektörlerinden biri olan otomotiv sanayiinin geçtiğimiz yıllardaki satış performanslarını yakalaması, ülke ekonomisinin daha da güçlenmesinde önemli bir rol oynayacaktır.

kullanılan kredi tutarı ise 3,5 milyar Euro civarında. Bankaların Euro ile fonladığı kredileri TL'ye çevirmesinin mümkün olmaması nedeniyle kiralama şirketlerinin sözleşmeleri TL'ye çevirmesi kendi ayaklarına sıkılamak anlamına geliyor. Ve maalesef birçok operasyonel kiralama firması bunun altından kalkacak gibi görünmüyor. Bu durumda araç kiralama bedellerini TL bazında artırmaktan başka çare görünmüyor. Ek olarak döviz üzerinden yapılan kiralama sözleşmelerinin de 30 gün içerisinde Türk Lirası olarak yeniden dü-

zenlenmesi gerekiyor. Ancak bu sözleşmeler TL'ye dönerken TL'deki faiz oranlarının etkisi ile daha yüksek bir bedel ile yenilenecek. Bu durum ne müşterilerimizin ne de araç kiralama şirketlerinin oluşacak yeni maliyet-

leri kaldırmalarının mümkün olabileceğini düşünmüyorum. Yine kurlara paralel olarak artan maliyetler ve sektörün itibarıyla önünü görmesinin mümkün olmaması nedeniyle, TL ile kiralama yapmak isteyen müşterilere yüksek fiyat vermek durumunda kalınıyor ve liste fiyatları her geçen gün yükseliyor.

BAKANLARIMIZDAN REVİZYONLAR BEKLİYORUZ

Bu olumsuz koşulları regüle edebilmek adına, TL şartı düzenlemesi ve diğer hususlarda görüşmek üzere TOKKDER, OSD, ODD, OYDER, OİB, ve TAYSAD gibi otomotiv sektörünün tüm paydaşları olarak ortak bir öneri paketi hazırlayarak bakanlıklardan randevu talep edildi. Bu doğrultuda daha fazla zaman kaybetmeden mümkün olan en kısa sürede bakanlarımızdan sektörü rahatlatacak revizyonlar bekliyoruz.

Yüksek ve düşük sıcaklıklarda motorunuzda üstün koruma sağlar.



Mobil 1™ bir yağdan daha fazlasıdır.

Moleküler düzeyde dönüşüm sağlayan birçok bileşenden oluştuğu için yüksek ve düşük sıcaklıklarda aracınızın motoruna yağ değişimleri arasında üstün koruma sağlar. Böylece motorunuz sınıf atlar.

Energy lives here™

www.mobil1.com.tr

Mobil 1™

Performance by ExxonMobil

ALFA ROMEO MITO QUADRIFOGLIO 1.4L TURBO **NASTY** 2 0 1 1



ALFA ROMEO'YA YAPILAN MODİFİYE İŞLEMLERİ

FT TUNING'İN İTALYAN GÖZDESİ ÇOK CAN YAKACAK GİBİ

1974 yılında İtalyan spor otomobil üreticisi Lamborghini Countach modeliyle ilk kez görücüye çıktığında, yukarı doğru açılan kapıları fenomen olmuştu. Ardından Diablo modelinde de yukarı doğru açılan kapı sistemini kullanan Lamborghini artık neredeyse bu kapı modeliyle anılmaya başlanmıştı. Adeta farklı bir stil akımı ve bu otomobile ulaşanlar haricinde Lambo Style fanatikleri ortaya çıkmıştı.

Alman LSD imzalı Lambo Style Kapıları italyan Tasarıma Epey Güç Katıyor

Hatırlıyorum 90'lı yılların ortalarında

ülkemize birkaç tane Diablo gelmişti. O yıllar Türkiye'de bu tip otomobilleri görmek oldukça zordu. Bende ilk kez İstanbul'un Bebek semtinde bir cafe önünde görmüştüm. Sahibi yeni park etmiş ve inmek üzereydi. Kapısını yukarı doğru açmıştı. Ben hem Diablo'ya hem de kapısına kitlenmişim. O an içimde keşke normal otomobillere de bu tip kapı sistemleri yapılabilse demiştim. Bunun üzerine yaptım, patladı gitti, desem de inanmayın! Belki ben yapmadım ama Alman LSD firması namıdiğer Lambo Style Doors firması bu kapı sistemini üretti ve gerçekten de patladı gitti. Almanya Avrupa derken ülkemize de geldi. FT Tuning tarafından uzun yıllardan beri birçok otomobile uygulandı. Otomobilinde Lamborghini havası estirmek isteyenlerin

tercihi olan LSD kapı sistemleri hemen hemen her model için üretiliyor. En çok coupe otomobillerden tercih edilen bu Lambo Style kapı sistemine bir örnek FT Tuning'in yeni hazırladığı Alfa Romeo'nun sevimli, bir o kadar da hızlı modeli.



**260 KM/S KADRAN
ONUN NE KADAR
GÜÇLÜ OLDUĞUNU
YANSITMAYA
YETİYOR**

Mito. Dışarıdan baktığımız zaman orijinal body kitinin değiştirilmediğini ve genel olarak sadeliğinin korunduğunu görüyoruz.

ARACA YAPILAN AKSESUAR LİSTESİ

• SUPERCHIPS
YAZILIM

• KW VARIANT 3
COILOVER

• LAMBO STYLE
KAPI SİSTEMİ

• SPRINT
BOOSTER

• SEBRING SON
SUSTURUCU

• KENWOOD
DOUBLE DIN
DDX7036BTM

• KENWOOD
KOMPONENT
TAKIMI

• KENWOOD 8404
AMPLİFİKATOR

• SOLAR GUARD
CAM FİLMİ

Otomobilin beyaz rengini tamamlayan gri tonlarındaki kaplamalar farklı bir hava katıyor. Siyah zeminli farların fabrika çıkışlı olmaları dikkat çekici. Gelelim asıl detaylara; Mito'yu farklı

ALFA ROMEO'NUN MÜHENDİSLİK HARİKASI SAYESİNDE MITO'NUN DNA'SI HEMEN DEĞİŞEBİLİYOR

kılan en önemli özelliği LSD kapıları. FT Tuning'in maharetli ellerinde özenle monte edilen bu kit sayesinde hemşehrisi hemşehrisi Lamborghini'yi aratmayan bir stile kavuşan Mito, amcasına taş çıkartıyor. Bunun dışında KW Variant 3 model coilover amortisör sistemi ile donatılan Mito biraz daha yere yaklaştırılıyor. Hem yüksekliği hem de sertliği ayarlanabilen bu amortisör sistemiyle yol tutuşu artırılıyor. Otomobilin

motoruna baktığımızda ise, serinin en güçlüsü yani 1.4 litre turbo 170 hp versiyonun yer aldığını görüyoruz. Fakat FT Tuning için bu güç yetersiz. Günümüzün en hızlı motor güçlendirme yöntemi chip tuningden Mito' nasibini alıyor. Superchips yazılımlı sayesinde 200 HP civarı bir güce ulaşıyor. Ayrıca uygulanan Sprint Booster sayesinde gaz pedalı tepkimesi ve hassasiyeti artırılıyor. Son olarak Sebring son susturucu ile



çıkışı rahatlatılan Mito'ya biraz da sportif bir ses kazandırıyor. Otomobilin iç mekanınıza geldiğimizde genel olarak standartının korunduğunu görüyoruz. Tek orijinallliği korunmayan müzik sistemi oluyor. Müzik sistemlerinin öncü firması Kenwood imzası taşıyan sistemde Double DIN, subwoofer, komponent takımı ve Kenwood amplifikatör yer alıyor. Hem kulağa hem de göze hitap eden bu bu Mito, FT Tuning'in yeni gözdesi!

MÜZİK SİSTEMİ: KENWOOD İMZALI SUBWOOFER VE AMPLİFİKATOR BAGAJ İÇİNE YERLEŞTİRİLMİŞ





DARÜŞŞAFKA'YI YENİ ZAFERLERE EUROPCAR TAŞIYACAK

Araç kiralama sektöründe dünyanın ve Türkiye'nin önde gelen markalarından Europcar, Darüşşafaka Basketbol A Takımına sponsor oldu.

ASF Otomotiv bünyesinde faaliyetlerini sürdüren Europcar Türkiye, pazardaki büyüme hamleleri arasına bir yenisini daha ekledi. Son yıllarda elde ettiği sportif başarılar ile Türkiye'de ve Avrupa'da adından sıkça söz ettiren Darüşşafaka ile Europcar arasında sponsorluk anlaşması imzalandı.

Bu sezon NBA'dan sonra dünyanın en çok takip edilen basketbol organizasyonu olan Turkish Airlines Euroleague'de mücadele edecek olan Darüşşafaka ile Europcar arasında imzalanan ulaşım sponsorluğu anlaşmasının süresi 1 yıl olarak açıklandı. Anlaşma kapsamında Darüşşafaka

Basketbol A Takımı, bu sezon Türkiye Tahincioğlu Basketbol Ligi'nde oynayacağı maçlarda, üzerinde Europcar yazılı şortlarla mücadele edecek.

EUROCUP'İ KAZANDI HEDEF EUROLEAGUE

Geçtiğimiz sezonu Avrupa basketbolunun 2 numaralı kupası olan Eurocup şampiyonluğu ile tamamlayan Darüşşafaka Basketbol A Takımı, bu sezon NBA'den sonra dünyanın en önemli basketbol organizasyonu olan "Turkish Airlines Euroleague (TAEL)"e katılma hakkı elde etmişti.

Darüşşafaka



Basketbol

Takımı

OTOMOTİV DEVLERİNİN TARİHİ VE İLK OTOMOBİLLERİ

yazı
FURKAN ÖZATA



1 Mercedes-Benz

19. yy sonlarında Karl Benz, Benz&Cie isimli otomotiv firmasını kurdu. Aynı yıllarda Gottlieb Daimler ise Daimler Motoren Gesellschaft firmasını kurdu. Bu 2 marka ilerleyen yıllarda tek çatı altında birleşerek dünyanın önde gelen otomotiv markası Mercedes-Benz'i oluşturdu.

2 Ford

Ford, kurulduktan 5 yıl sonra (1908'de) ilk otomobili Model T'yi piyasaya sürdü. 1913'e gelindiğinde ise Ford, dünya çapında üretim tekniğini geliştirecek bir yeniliğe imza attı. Yürüyen bant sistemine geçiş yapan şirket, verimliliğini üst noktalara çıkardı.

3 Toyota

Toyoda Automatic Loom şirketinin kurucusu Japon iş adamı Kichiro Toyoda, 1933 yılında şirkete bağlı bir otomobil bölümü kurdu. Şirket kurulduğu dönemde sadece 3 adet otomobil üretti. Sonrasında Japonya'nın da

desteğiyle mini kamyonlar üzerine yoğunlaştı. 2. Dünya Savaşı'nın başlamasıyla Toyota'da işler tersine döndü. Savaş bittiğinde ise kapanma noktasına geldi. Fakat ABD'nin Kore'ye savaş açması Toyota için bir şans kapısı oldu. Zira ABD, Toyota'dan yüzlerce kamyon sipariş etti ve şirket zor durumdan kurtulmuş oldu.

4 BMW

Şirketin otomobil üretimine geçmesi, 1928 yılında Fahrzeugtechnik Eisenach A.G'yi satın almasıyla başlıyor. 1929 yılında 3/15 PS modeliyle seri üretime geçtiler. Fakat 2. Dünya Savaşı döneminde BMW'nin fabrikası kullanılamaz hale geldi. Şirket bu durumdan kurtulmak için savaş sonrası mutfak malzemeleri üretmeye başladı. 50'lere geldiğinde ise yine otomobil üretimine başladı.

5 Volkswagen

1937'de kurulan şirket, 2. Dünya Savaşı döneminde Almanya için füze ve kara araçları üretti. Dünyada

ilk kez hava soğutmalı motor üreterek ön plana çıkmayı başardı. Zira savaş döneminde, su soğutmalı araçlar Rusya'nın dondurucu soğukunda iş göremez hale geldiği için hava soğutmalı araç ihtiyacı doğdu.

6 Audi

2. Dünya Savaşı, Audi'yi de derinden etkiledi. Savaştan sonra Audi'nin kullandığı 2 çekişli motoru, istediği üne kavuşmadı. 1965 yılında ise Audi, dünyanın en modern motorlarından biriyle çıkış yaptı ve 72 beygirlik sedan otomobilini piyasa sürdü.

7 Peugeot

Otomobil tarihleri arasında belki de en ilginç Peugeot'ya ait. Zira Fransız şirket, geçmiş yıllarda kahve değirmenciliğinden dikiş makinası üretimine kadar pek çok sektörde faaliyet gösterdi. 19. yy sonlarına gelindiğinde Peugeot, iki tekerlekli bisiklet üretti ve müthiş gelir elde etti. Bu rakamlardan cesaret alan Armand Peugeot otomobil üretmeye karar verdi.



HAZIRLAYAN
FAHİR TALİB
YOUTUBE @
CARVISERTV

Yeni Nesil Renault Capture, Plug-in Hybrid Desteği ile 2020'de Gün Yüzüne Çıkıyor



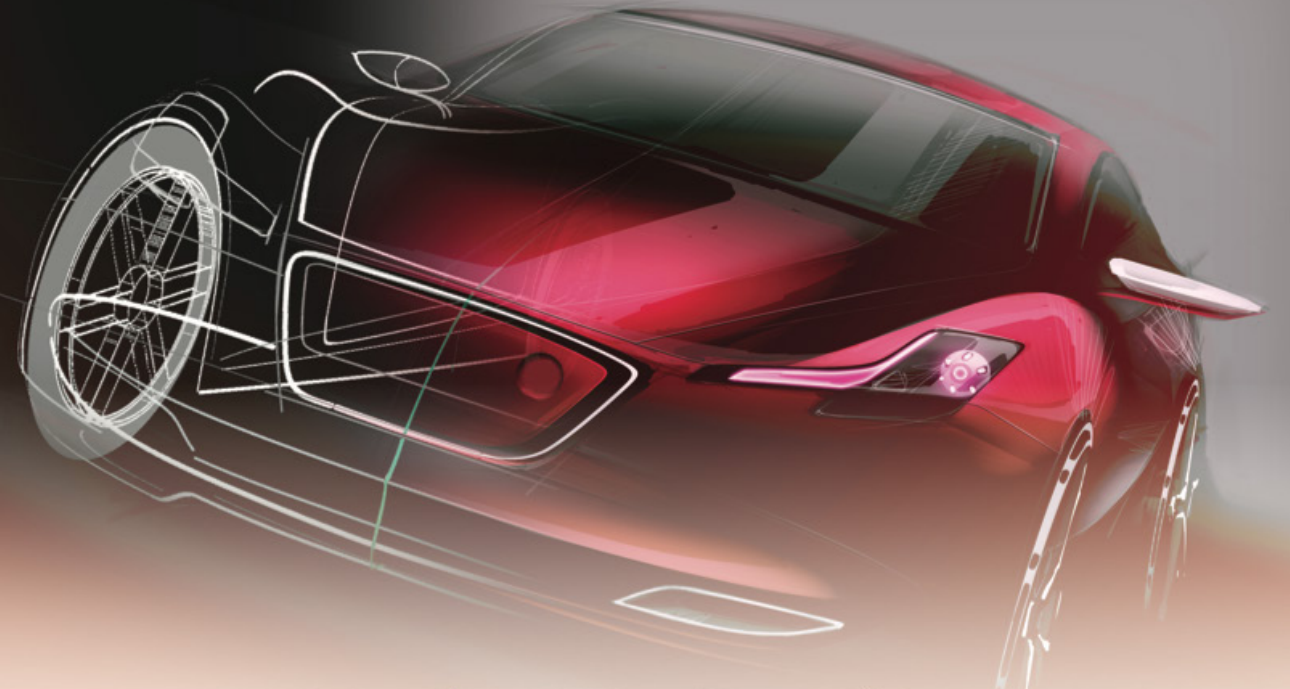
İlk nesil 2013 yılında hatırı sayılır bir satış rakamıyla karşımıza çıkan Renault Capture, 232.733 olan bu satış rakamını görmezden gelmesi düşünülemezdi ve yeni nesil Mercedes ile ortaklaşa geliştirdiği 1.33 litrelik motor, Renault markasının ilk defa Plug-in Hybrid buluşmasına da sahne olacak.

YENİ RENAULT CAPTURE

Alliance'ın yönetim kurulu başkanı ve CEO'su olan Lübnan asıllı Brezilyalı Fransız iş adamı Carlos Ghosn, geçtiğimiz Ekim ayında düzenlenen Paris otomobil fuarında yeni nesil Capture hakkında bazı detaylarda bulunmuştu. Nissan ortaklığında

geliştirilen 1.6 litrelik benzinli üniteye ek olarak ayrıca elektrik motoruna da yer verilecek. Bu ek ünite sayesinde ortalama 45-50 kilometrelik bir menzil de elde edilmiş olunacak. Mitsubishi, Renault, Nissan ittifakı ile bu motor kombinasyonunun diğer otomobil gamlarında kesin gözüyle bakılırken, ilk meyvelerini önümüzdeki yıl Frankfurt Otomobil

Fuarı'nda görüyor olacağız. Diğer bir yandan önümüzdeki Mart ayında düzenlenecek Geneva otomobil fuarında yer alacak 5. nesil yeni Clio'da bu plug-in hybrid sistemi yer almaya- cak olup, şarj ünitesi gerektirmeyen bir e-Tech ünite ile geleceği resmi olmasa da şuan için ön görüldüğü söylentiler arasında.



Filo ve İkinci El Araç Yönetimi İçin
«Online Yeniden Pazarlama» ve
«Otomotiv IT Çözümlerinde»
Dünya Lideri

AUTOROLA

AUTOROLA
MARKETPLACE

70.000'in üzerinde alıcısıyla
Avrupa ve Dünya genelinde satıcıların
çok çeşitli araçlarının sunulduğu
online araç açık artırmaları platformu

Araç Açık Artırmaları
Araç Ekspertizi

AUTOROLA
SOLUTIONS

Tüm dünyada OEM, bankalar,
araç kiralama şirketleri
ve filolarının ihtiyaçlarına
uygun özel çözümler

Filo Süreçleri Yönetimi
(Stoklama, Ekspertiz, Fiyatlandırma, Satış)
IT Sistemleri Entegrasyonu

INDICATA
PART OF AUTOROLA GROUP

2.El araç stok yönetiminde
yeni nesil ticari analiz ve
pazar izleme yazılımı

İş Zekası Seti
Pazar Analizi
Araç Değerleme

ASF OTOMOTİV

E-5 Yanyol Fidan Plaza Pamukkale Sokak No:2 Soğanlık, Kartal/İstanbul T. 0 (216) 427 42 42

