

2021 Müşteri Bülteni

İçindekiler

Genel Müdürümüz Sn. Abdullah Gayret'in Mesajı.....	2
FEVE Glass Hallmark Projesi (Kaynak: feve.org)	3
GCA'nın Eşsiz Tasarım Kabiliyeti: Tasarım Departmanı	3
Dünya Gıda ve İçecek Pazarı Nereye Gidiyor?	4
COVID-19 Aşısı Hakkında Güncel Genel Bilgiler	5
GCA'da İş Güvenliği Kapsamında Alınan Önlemler	6
GCA'da Etik Prosedürler (Toplumsal Cinsiyet Eşitliği)	7
Sürdürülebilir Gelecek İçin: Dünya Okyanus Günü.....	8
Evde Kaldığımız Dönem: Değişen Spor Aktivitelerimiz	9
Darüşşafaka Cemiyeti Tanıtımı	9
2021'de Üç Siber Güvenlik Konusu	9
Geri Dönüşüm Kahramanları Sayı (1)	11

Genel Müdürümüz Sn. Abdullah Gayret'in Mesajı

GCA olarak büyüme hedefimizi her zaman sürdürülebilir bir ekosistem üzerine inşa ediyoruz. Bu doğrultuda endüstrimiz hakkında araştırmaları işimize ışık tutacak çerçevede hazırlayıp kendimizi her daim güncel tutuyoruz.

Endüstrinin ve trendlerin bizlere gösterdiği pozitif ışık ile pandemi sürecinden hemen önce başladığımız G2 Fırın yatırımımızı 20 Şubat 2021 itibari ile sonlandırdık ve yeni hatlarımızda üretime başladık.

2020'de 30'dan fazla ülkeye ihracat gerçekleştirerek elde ettiğimiz başarıyı yeni fırın yatırımımız ile üretim kapasitemizi yaklaşık iki katına çıkararak daha da ileri götürmeyi planlıyoruz.

150'den fazla yeni çalışmamız ile hem ulusal hem de global cam ambalaj ihtiyacını karşılamak üzere **özverili çalışmalarımıza 500 kişilik kadromuzla hız kesmeden devam edeceğiz.**

Bir yandan da iklim değişikliği, sera gazı etkisi, küresel ısınma ve karbon salımı gibi terimlerle gittikçe daha fazla karşılaşyoruz. Güncel ulusal ve uluslararası gelişmeler ışığında bu terimlerin mevcut sosyal ve ekonomik düzenleri farklı bir yöne götürdüğünü görüyoruz. Çevresel mücadele hususunda AB önceki taahhütlerini daha geniş ve daha etkili bir şekilde yeniden düzenlemeyi amaçladığı yol haritasını 11 Aralık 2019'da Avrupa Yeşil Mutabakatı (EU Green Deal) ile tekrar gündeme getirmişti. Çevre kapsamında mega değişimin gerçekleşmesi için çaba gösterilmesi gereken iki ana konunun **iklim değişikliği ve sürdürülebilirlik** olduğuna inanıyoruz. Şirketlerin büyüme vizyonları, kullandıkları kaynakların hassas kullanımı ile paralellik göstermelidir. Çünkü yeşil mutabakat ile malzeme, tedarik zincirindeki verimlilik, üretim maliyetlerinin azaltılması ve rekabet gücünü artıracak iş modellerinin finansal tablolara daha çok yansıtılacağını ön görüyoruz.

Avrupa Cam Ambalaj Üreticileri Federasyonu (FEVE) üyeliği şapkasıyla 2020 yılında cam ambalaj endüstrisinin karbonsuzlaştırma yolculuğunda önemli bir kilometre taşı görevi göreceğine inandığımız **Geleceğin Fırını projesinin destekçilerinden biri olduk.** Projenin amacı; mevcut fosil yakıtlı enerji kaynaklarının yerini alacak fırının, cam üretiminde toplam CO₂ emisyonunu %50 oranında azaltacak olmasıdır.

GCA olarak içerisinde olduğumuz cam ambalaj endüstrisi oyuncuları FEVE önderliğinde, işletmelerin ve bireylerin sürdürülebilirlik konusundaki beklentilerine cevap verme doğrultusunda hareket etmek için ayrıca **cam ambalaj sektör ikonu** projesiyle bir araya gelmiştir. Daha sürdürülebilir bir gelecek için global üreticiler olarak kolektif bir şekilde çalışırken, tüm dünyadaki tüketicilere camda sevdikleri şeyleri hatırlatmak ve sürdürülebilir geleceği gerçeğe dönüştürmek için camın getirdiği değeri anımsatmak amacıyla **Glass Hallmark projesine biz de destek veriyoruz.**

FEVE Glass Hallmark Projesi (Kaynak: feve.org)

Cam Ambalaj Endüstrisinden, Yeni Bir Sürdürülebilirlik Sembolü

Cam ambalaj endüstrisi, insanlık ve gezegenimiz için yeni bir sürdürülebilirlik sembolünün lansmanını yaparak; markaları, güçlerini birleştirmeye davet ediyor. GCA'nın Türkiye'yi temsil ettiği Avrupa Birliği Cam Ambalaj Üreticileri Derneği (FEVE) öncülüğünde tasarlanan sembol, camın sağlık ve çevresel sürdürülebilirlik özelliklerini tüketicilere daha iyi iletmek için görsel bir araç olarak hizmet edecek.

Avrupa Atık Azaltma Haftası kapsamında düzenlenen online etkinlikte, Avrupa cam sektörü temsilcilerinden oluşan yaklaşık 250 katılımcı yer aldı. Katılımcılar arasında çoğunlukla endüstri temsilcileri ve fikir liderleri yer alırken basın ve medya ekipleri de bulunurluk sağladı. Bitki bazlı yiyecek tedarikçi şirketi Bonduelle'in Ambalaj Geliştirme Müdürü Arnaud Warusfel, Insites Consulting araştırmacısı Simona Salcudenu ve Eyeka Creative Crowdsourcing yeni ikonun lansmanını birlikte duyurdular.

Tasarımcılar ve logonun son hali için oy kullanan tüketiciler tarafından ortaklaşa geliştirilen sembol, sürdürülebilirlik felsefesini ve taahhütleri temsil ediyor: kaynakları sonsuz bir döngüde bilgece kullanmak, mümkün olan her olanakta geri dönüşüm yapmak, ürünün kalitesini ve ürünü kullanan insanların sağlığını korumak ve muhafaza etmek ile sürdürülebilir bir geleceği tercih etmek.

(FEVE) Başkanı Michel Giannuzzi, yeni sembolün halka açılışının önemini belirtti:

“Bu sembol, tüketicilerden gelen ve gün geçtikçe artan sürdürülebilirlik talebine cevap veren ambalaj çözümleri sunmak için müşteriler ve markalarla birlikte çalışma yolculuğumuzun ilk kilometre taşını işaret ediyor. Cam halihazırda hem sürdürülebilirlik hem de sağlıkta bir başarı hikayesidir, biz de dünyaya cam ambalajlı ürünler hakkında neleri sevdiklerini hatırlatmak istiyoruz. Nihai hedefimiz, Avrupa'daki tüketicilerin bu yeni sembolü raflardaki tüm cam ambalajlı ürünlerde -konserve yiyecekler, içecekler veya zeytinyağları- görmelerini sağlamak ve tüketicilere cam ambalajın sürdürülebilir ambalaj olduğunu aktarmaktır.

GCA Genel Müdürü Dr. Abdullah Gayret, sembolün kullanımına ilişkin şu ifadeleri kullandı:

“Tüketiciler markaların çevre için üzerine düşen görevleri eksiksiz yerine getirmeleri konusunda gün geçtikçe daha dikkatli oluyor. Bu doğrultuda geliştirilen cam sembolü, markalara sürdürülebilirliğe olan bağlılıklarını göstermek için bir fırsat sunuyor. GCA olarak, yurt içi ve yurt dışındaki tüm iş ortaklarımızı, insanlığın ve gezegenin sağlığı için cam sembolü girişimine katılmaya davet ediyoruz.”

GCA'nın Eşsiz Tasarım Kabiliyeti: Tasarım Departmanı

Tasarım, bir şeyi zihinde hayal etme, biçimlendirme ve gerçeğe dönüştürme sanatıdır. Çizgiler, yön, doku, oran- orantı ve renklerden oluşan görsel değerlerdir. Tasarım bir yandan problemi

tanımlar, bilgi toplar, buluşlar yapar ve diğer yandan da ürettiği çözümleri uygulayarak ideal olanı yaratmak için somut sonuçlar ortaya koyar.

Peki tasarım neden önemlidir?

Tasarımcılar, çevremizde gördüğümüz ürünlerin, hayatımızı kolaylaştıran konforun yaratıcısı ve biçimlendiricisi olarak, daha iyi bir dünya yaratmak için çalışırlar.

GCA için tasarımcının gücü, başarılı bir tasarımla çevreye faydalı katkılar sunmasının yanı sıra, tasarımının özellikleriyle de dünyanın geleceğini şekillendirme kabiliyetine sahip olmasıdır. Bu açıdan bakıldığında, yapılan tasarım ve tasarımı ortaya koyan tasarımcı büyük önem kazanır.

Bu gerçeklerin farkında olarak GCA, Gürok Grubun 25 yılı aşkın cam üretim tecrübesinin ışığında, cam ambalaj üretimini yenilikçi, ürünün fonksiyonlarını destekleyen ve yaratıcı olarak ürüne hak ettiği değeri sağlayacak nitelikte, ödüllü özel tasarımları ile yeni hedeflerine doğru yol almaktadır.

Unutulmamalıdır ki, her ürün kendini tamamlayacak nitelikte bir ambalaja ihtiyaç duyar ve kendisini gerçek anlamda ancak o zaman tamamlayabilir.

Gıda üretimindeki çeşitlilik ve rekabet yoğunluğu, ambalaj üreticileri için de bu rekabete ayak uydurulması zorunluluğunu beraberinde getirmiştir. GCA, ürünlerini sunarken sağlıklı ve kaliteli olmasının yanı sıra estetik olmasının da büyük avantajlar yaratacağının farkında. Bu nedenle ürünlerin, içerik ve nitelikleriyle uyumlu, ambalajlayacağı ürünün tüm karakteristik özelliklerini açığa çıkaracak şekilde yapılan yaratıcı tasarımlarla kendilerini tamamlayabileceği düşüncesinden hareketle bünyesinde yapılandığı geniş ve yetkin bir ekibe sahip. Bu özel Tasarım Departmanı ürettiği özgün projeleri her yıl aldığı ve önemli motivasyon kaynağı olarak gördüğü birçok prestijli ödülle taçlandırıyor. Ekibimiz, GCA'nın yıllara dayanan üretim tecrübesinin ışığında portföyüne her geçen gün yerli ve yabancı öncü markaları katmaya devam etmektedir.

Dünya Gıda ve İçecek Pazarı Nereye Gidiyor?

İnsanlar için vazgeçilmesi mümkün olmayan gıdanın sürdürülebilir ve güvenilir temini toplumların sağlığı, geleceği ve bağımsızlığı açısından son derece önemlidir. Gıdaların arzının, talebi etkileyen unsurlar dikkate alınarak geliştirilmesi günümüzde sektörel büyümenin önemli bir faktörü olarak görülmektedir.

Gıda ve içecek sektörü, Türkiye'nin sürdürülebilir ve kapsamlı büyümesinin sağlanması konusunda üzerine düşeni yapmaya odaklanmış durumdadır. TÜİK'in gıda ve içecek ithalat-ihracat verilerine göre; sektör 2019 yılını yaklaşık 7,6 milyar dolarlık (TÜİK, ISIC Rev.4) artı değer ile kapatmıştır.

2020 yılının şimdiye kadarki kısmında bir numaralı gündem maddesi, tüm dünyayı etkisi altına alan koronavirüs salgını olmuştur. Pandeminin ülkemizde görülmeye başlamasıyla birlikte

yaşanan ilk endişelerden biri de yeterli ve besleyici gıdaya ulaşmada sıkıntı yaşanıp yaşanmayacağı olmuştur. Fakat takip eden günlerde sağlam tarım, gıda sanayi ve ambalaj sanayii altyapımızla birlikte bu endişe ortadan kalkmış ve gıda güvencesi anlamında herhangi bir sorun yaşanmamıştır. Gıda sanayi kuruluşlarımız özellikle cam ambalaj malzemelerini diledikleri zaman temin alabilmiş ve üretime devam etmiştir.

Dünyada gıda sanayi ve perakendeciliği ekonomik açıdan son 10 yılda giderek büyüyerek hayatımızı daha çok etkileyen bir konuma gelmiştir.

Nüfus artışı, küresel iklim değişimleri, üretimdeki azalmalar ve bazı ülkelerde (Çin, Hindistan gibi) görece refah artışı ile artan talep, buna karşılık tarım alanlarındaki azalma ve tarım ürünlerinin biyoyakıt amaçlı üretimi ile arz baskılanmakta, gıda fiyatları artış göstermektedir. Dünyanın önde gelen çok uluslu şirketleri; Afrika, Latin Amerika ve Güneydoğu Asya ülkelerinde milyonlarca hektarlık tarım arazisi kiralayarak, tarım-gıda ürünlerine yatırım yapmaktadırlar. Hatta Çin, Hindistan ve Körfez Ülkeleri de Pakistan, Sudan, Vietnam, Kamboçya ve Myanmar gibi ülkelerde tarım arazileri kiralayarak, kendi halklarının uzun dönemli gıda güvenliğini garanti altına almaya çalışmaktadırlar. Özetle 21. yüzyıl dünyasında ülkeler arasındaki mücadelenin petrol, maden gibi enerji kaynakları üzerinde olacağını düşünülürken, sağlıklı gıda temini konusunun da hesaba katılması gerekmektedir.

COVID-19 Aşısı Hakkında Güncel Genel Bilgiler

Mevcut pazar senaryosunda, COVID-19 dünya genelinde farklı aşamalarda yayılmaya devam ederken aşılar günün ihtiyacı haline geldi. Eski ve modern zamanlarda kullanılan cam aşı şişeleri, küresel olarak tüm aşı üreticilerinde giderek daha fazla kullanılan borosilikat veya kaplamalı soda kireç cam şişelerdir.

Özel sektör ve kamu, pandemi ve diğer bulaşıcı hastalıklarla ilgili Ar-Ge ve üretime yatırımları artırabilir. Örneğin; 2020'de ABD biyo-savunma ajansı, Pfizer ve BARDA, denemeler bile başlamadan önce aşı geliştirme ve üretim tesisi inşasına yaklaşık 1 milyar ABD doları yatırım yaptı.

Dahası, COVID-19 gibi global olaylar, CDMO'nun, virüsün yayılmasını azaltmak için bir aşının hızla geliştirilmesine odaklanmasını sağladı. Daha sonra, EUA yetkisi altında COVID-19 testleri geliştirmek için FDA tarafından 35 laboratuvar bilgilendirildi. Aşı geliştirmede iş birliği yapan, ortak olan, genişleyen ve ortaklaşa ilerleyen birçok şirket bulunmaktadır. Örneğin, Mart 2020'de Univercells, hücre ve gen tedavisini hedefleyen ürünü Exothera'yı, yenilenmiş 160.000 metrekarelik bir tesiste üretmeye başladı. Bu tür bir uzmanlık, koronavirüs için yeni bir aşının pazara girişini hızlandırmak ve aşı şişesi ve ampul satışlarını artırmak için önemli bir rol oynayabilir.

Çin merkezli ilaç şirketi Sinopharm, 2020 yılının Temmuz ayında BAE, Abu Dabi'de COVID-19 aşı adayı için Faz III klinik denemesini başlattı. Adayın, bir Faz III denemesine giren dünyanın ilk

etkisizleştirilmiş aşısı olduğu söyleniyor. Bu deneme, Sinopharm'ın China National Biotech Group (CNBG) tarafından Abu Dabi Hükümeti ve Abu Dabi merkezli yapay zekâ şirketi G42 Healthcare ile işbirliği içinde yürütüldü. Bu aşı Faz III testlerini de başarıyla tamamladı ve Sinovac adıyla piyasaya sürüldü.

Aralık 2020'de Birleşik Krallık, Pfizer/BioNTech aşısını onaylayan dünyadaki ilk ülke oldu. Pfizer/BioNTech aşısı, tam bağışıklığın oluşması için birkaç hafta arayla iki aşılama gerektiriyor; bu, 40 milyon dozluk başlangıç siparişinin 20 milyon kişinin aşılınması için yeterli olduğu anlamına geliyor. Ayrıca, Gov.UK'a göre, Nisan 2021'de Birleşik Krallık Hükümeti, AstraZeneca ve Valneva aşılardan 100'er milyon doz dahil olmak üzere 457 milyon doz çeşitli COVID-19 aşısı siparişi verdi. Sonuç olarak, dünyanın önde gelen aşı şişesi ve ampul oyuncularının üretim kapasitesi artırıldı.

Türkiye'de ise 10 Haziran itibari ile toplam yapılan aşı sayısı yaklaşık 50 milyondur ve sürekli artmaktadır.

Türkiye'de koruyucu sağlık hizmetlerinde kullanılan aşı, antiserum, enjektör ve taşıma kabı gibi soğuk zincir malzemelerinin lojistik yönetimi, T.C. Sağlık Bakanlığı Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü Aşı ile Önlenebilir Hastalıklar Dairesi Başkanlığı Aşı/Antiserum Lojistik Birimi tarafından yürütülmektedir.

Halk Sağlığı Genel Müdürlüğünün Ankara'da 35.000 m3 büyüklüğünde soğuk hava deposu mevcuttur. Yıllık yaklaşık 80 milyon aşı ve antiserum depolanması, dağıtımı ve devridaimi gerçekleştirilmektedir. Frigorifik olarak düzenlenmiş, soğutmanın yanında ısıtma olanağına (kışın eksi derecelerde) sahip 8 kamyon ve 2 tır mevcuttur.

2007 yıl sonu itibarıyla her ilimizde en az bir aşı deposu bulunmaktadır. 2020 yılı itibarıyla Türkiye geneli yapımları tamamlanmış 360'tan fazla soğuk hava deposu bulunmaktadır.

GCA'da İş Güvenliği Kapsamında Alınan Önlemler

GCA olarak çalışanlarımıza genel İş Güvenliği (İSG) eğitimi dışında saha eğitimleri de verilerek iş-işçi adaptasyonu hızlandırılıp yeni personellerimizin karşılaşılabileceği kaza ihtimallerini azaltıyoruz.

İSG süreci ISO 9001 sistemi ile entegre yürütülerek iş kazaları ve ramak kala olayları ile kök neden analizleri sonucu riskleri kaynakta önleyen tedbirler olarak tanımlanır.

Çalışanlarımızın üzerindeki riskleri en aza indirmek için sahada kullanıma sunulan CE sertifikalı kişisel koruyucu donanımların aktif kullanımları öncesi teknisyen (uzman) kadro tarafından test edilerek görüşleri alınmaktadır. Bu şekilde ekipmanların koruyuculuğu ve işe uyumu dışında iş konforu da göz önünde bulundurulmaktadır.

İSG açısından fiziksel risk etmenleri dışında psikolojik risk etmenlerini de en aza indirmek için çalışanlarımızın öneri ve şikayetlerini şeffaf bir şekilde iletebilmeleri adına herhangi bir kişisel bilgi gerektirmeyen öneri şikâyet prosedürü oluşturulmuş ve düzenli olarak kullanılmaktadır.

GCA olarak bulundurduğumuz sertifikalar;

- **TSE Covid-19 Güvenli Üretim Sertifikası:** Pandemi süresinde üretim boyunca çalışanlarımızın ve üretim sahamızın uygunluğu, şirketimizce alınan önlemler incelenmiş olup 2020'nin başından itibaren ambalaj malzemelerinizi güvenle üretiliyoruz.
- **ISO9001:2015 Sertifikası** – Kalite güvence sistemimiz ISO 9000:2015 gerekliliklerine uygun şekilde yönetilmekte olup, bu belge ile şirketimizin ürün ve hizmetlerinin uluslararası geçerliliğe sahip yönetim sistemi anlayışının sonucunda hizmet kalitesinin sürekli olarak sağlanabileceği konusunda bir güvence belirlenmektedir.
- **BRC-PM Ürün Güvenliği Sertifikası** : Gıda ile temas eden ambalajlarda ürün güvenliği ve hijyen standartlarının sağlanmasına yönelik bir sertifikasyondur.

Ayrıca iş ortaklarımız tarafından edindiğimiz aşağıdaki sertifikasyonlarımız da bulunmaktadır:

- **Fabrika ve Paketleme Sistemlerindeki Revizyon Sertifikası**
- **Ambalaj Üretim Standart Sertifikası**

GCA'da Etik Prosedürler (Toplumsal Cinsiyet Eşitliği)

Evrensel eylem çağrısı olan sürdürülebilir Kalkınma Amaçları (SKA), yoksulluğu ortadan kaldırmayı, gezegenimizi korumayı ve tüm insanların barış ve refah içinde yaşamasını hedeflemektedir.

GCA olarak çalışmalarımız Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları'ndan özellikle Toplumsal Cinsiyet Eşitliği, Sorumlu Üretim ve Tüketim ve Sudaki Yaşam amaçları üzerinde yoğunlaşmaktadır.

Stanford Üniversitesi'nin yapmış olduğu [sosyal inovasyon incelemesi](#) sonuçlarına göre ekonomik cinsiyet eşitliğine ulaşmanın 257 yıl alacağı belirtilmektedir. GCA olarak şirketimizdeki politika ve uygulamalarımızla kadın veya erkek tüm potansiyel adaylarımıza eşit şans tanımaya ve kadın çalışanlarımızın eşit haklar ile kariyerlerinde ilerlemelerine destek olmaya çalışıyoruz. Bu konuda çalışmalarımıza devam ederek sizlerle paylaşmaya devam edeceğiz.

Bununla birlikte, Toplumsal Cinsiyet Eşitliği kapsamında Gürok Grubu düzeyinde Sabancı Üniversitesi ve Tüsiad'ın katkılarıyla İş Dünyası Aile İçi Şiddete Karşı projesine katkı sağlıyoruz. İş Dünyası Aile İçi Şiddete Karşı (BADV) Projesi, 2013 yılında Sabancı Üniversitesi Kurumsal Yönetim Forumu tarafından çalışanların yakın ilişkide maruz kaldıkları şiddete karşı iş yerlerinde destek mekanizmaları oluşturulması ve iş dünyasının yönetsel ve örgütsel

yeteneklerini kullanarak aile içi şiddeti azaltıcı en iyi uygulamaları, araç ve yöntemleri yaygınlaştırmaları üzerine tasarlandı. Proje kapsamında 2016 yılı itibari ile şirket uygulamalarına başlandı. Pilot uygulama rehberi kullanarak aile içi şiddet konusunda bir şirket politikası oluşturacağını taahhüt eden bizim gibi gönüllü şirketlerin 'uygulayıcı şirket' olarak süreç boyunca desteklenmesini ve izlenmesini kapsamakta.

Sürdürülebilir Gelecek İçin: Dünya Okyanus Günü

Denizlerin ve okyanusların derinliklerindeki kirliliğe dikkat çekmek ve tüketicilerin farkındalığını arttırmak amacıyla 2018 yılından beri desteklediğimiz kampanya, 8 Haziran Dünya Okyanus Günü'nde de hatırlanmaya değer.

GCA çevreye saygılı üretimi önemseyen bir cam ambalaj üreticisi olarak doğaya ve sürdürülebilirliğe dikkat çekiyor. Bugüne kadar çevreyi korumak ve tüketicilerin farkındalığını arttırmak amacıyla birçok projede yer alan GCA, üyesi olduğu Avrupa Cam Ambalaj Üreticileri Federasyonu'nun (FEVE) Cam Dostları (Friends of Glass) platformu kapsamında yürütülmüş Sonsuz Okyanus (Endless Ocean) kampanyasına Türkiye adına geçtiğimiz yıllarda destek verdi.

FEVE nezdinde sürdürülebilirlik kapsamında farklı kampanyalara devam ediyor olsak da biz GCA olarak okyanusların temiz kalması adına bilinirliğin artması için çalışmalarımıza devam etmekteyiz.

Cam, çevre dostudur!

Önemli sosyal ve çevresel sorunlardan biri olan okyanus ve denizlerin kirlenmesi insanlık için hayati önem taşımaktadır. İnsanların günlük yaşamda yapmış oldukları tercihlerin ve tüketim alışkanlıklarının çevre üzerindeki etkisi hakkında bilinçlendirerek cam ambalaj kullanımı ve geri dönüşümü konusunda bilinçlendirme çalışmalarımız devam etmektedir.

Bildiğimiz gibi cam %100 ve sonsuz kez geri dönüştürülebilen bir ambalaj malzemesidir. İçinde sakladığı gıda ve içeceklerle herhangi bir kimyasal etkileşime girmez, sağlıkla korur. Çevre ve geri dönüşüm gündemimizde her zaman önemli bir konu.

GCA olarak 2017 ve 2018'de Çevre Koruma ve Ambalaj Atıklarını Değerlendirme Vakfı (ÇEVKO) iş birliği ile Kütahya ve İstanbul'daki tesislerimizde tüm şirket çalışanlarımızın "Çevre ve Geri Dönüşüm" konulu eğitim düzenledik.

Geri dönüşümün faydaları dünyamız ve okyanuslar için önemli; doğal kaynaklarımız korunur, enerji tasarrufu sağlanır, ekonomiye katkı sağlanır, atık miktarları azalır. Bütün bunlarla birlikte geleceğimize büyük bir yatırım yapmış oluruz.

Cam, çevre dostudur! Cam doğal malzemelerden elde edilir, ana ham maddesi kumdur ve sonsuz kez yine aynı ürüne geri dönüştürülebilir.

Evde Kaldığımız Dönem: Değişen Spor Aktivitelerimiz

İçinde bulunduğumuz pandemi ile evlerimizde daha fazla vakit geçiriyor, alışkanlıklarımızı ve tercihlerimizi değiştiriyoruz. Sağlıklı yaşam için sıkça gidilen spor salonlarının yerini çoğunlukla evlerimiz ve açık hava almış durumda.

Global bir ajans olan Adcolony tarafından yapılan araştırmaya göre özellikle Aralık 2019'a kıyasla önceliklerin büyük oranda değiştiği bir gerçek.

Dünya genelinde yeni antrenman teknikleri aramak pandemi döneminde %9, öğün takibini yapan uygulamalar ise %7 artış gösterdi. Yılın en başında kullanıcıların yalnızca yarısı spor ve fitness için mobil cihazlarını kullandığını söylerken, pandemi ile birlikte bu oranın %75'e çıktığı görülmektedir.

Evde kalınan dönemde spor uygulamaları en pratik çözüm yolu olarak karşımıza çıkmaktadır. Araştırmada yer alan katılımcıların %38'i spor ve beslenme uygulamalarını pandemi sonrası daha fazla kullandığını belirtmiştir. %22'si ise sağlık ve beslenme konulu yeni uygulamalar indirdiğini belirtmektedir. Film ve dizi izlerken spor yapanların oranı ise %21.

Kullanıcıların %54'ü yapılan egzersizleri mobil cihazlarından takip ettiğini söylerken, akıllı saatler ile takip edenlerin oranı %26'dır.

Darüşşafaka Cemiyeti Tanıtımı

"Şefkat yuvası" anlamına gelen Darüşşafaka, günümüzde babası veya annesi hayatta olmayan, maddi olanakları yetersiz, yetenekli çocuklarımızı on yaşındayken ailelerinden emanet alıyor; onlara uluslararası standartlarda eğitim fırsatı sunuyor ve düşünen, sorgulayan, özgüvenli, topluma karşı sorumluluklarının bilincinde lider bireyler olarak yetiştiriyor.

Bugün ülkemizin dört bir yanından, sınavla seçilen 1.000'e yakın öğrenci, İstanbul Maslak'taki Darüşşafaka Eğitim Kurumları'nda, ortaokul 1. sınıftan liseyi bitirinceye kadar sekiz yıl süreyle tam burslu, yatılı, kolej eğitimi görüyor. Cemiyet, üniversiteyi kazanan mezunlarına da burs desteğini sürdürüyor.

GCA olarak Darüşşafaka Cemiyeti'nin bilinirliğini artırmada yardımcı olarak daha fazla ihtiyaç sahibi çocuklarımıza ulaşılmasında destek vermekten dolayı son derece mutluyuz. 30 Mayıs'da gerçekleşen giriş sınavını duyurmada destek verdiğimiz kuruluşla ilgili çalışmalarımız devam ediyor. Sizlerle güncel haberlerimizi paylaşmaya devam edeceğiz.

2021'de Üç Siber Güvenlik Konusu

Hızla dijitalleşen hayatlarımızın sunduğu olumlu yanlar ağırlıkta olsa da dijitalleşmenin karanlık yüzü olan siber saldırılar gün geçtikçe daha da ciddi bir hal alıyor.

2020’de siber saldırılar 2019’a oranla %400 artmış bulunmaktadır. 2021’de ise bu oranın katlanarak artacağı ön görülmektedir. Diğer bir deyişle toplamda 6 trilyon dolarlık bir hasar oluşacak diyebiliriz.

Peki başlıca siber güvenlik konuları nelerdir?

i. Deepfake

Ön plana çıkan ilk güvenlik tehlikesinin, bugüne kadar Youtube’da en çok izlenen videoların harcını oluşturan “Deepfake” saldırısının olması bekleniyor. Deepfake, bir görüntü ve videodaki kişinin, yapay sinir ağları kullanarak bir başka kişinin görüntüsü ile değiştirildiği bir medya türü. Bu teknolojinin 2021 yılında eğlence amaçlı ya da reklam videolarında şirketlerin ve pazarlama bölümlerinin iş yapmalarını engelleyici, itibara zarar verici şekilde kullanılması gündemde. Yine deepfake teknolojisi ile özellikle itibara zarar verici uygulamaların devreye alınabileceği konuşuluyor.

ii. Blockchain

Dijital dünyada para transferini ve ihracatın sağlığını temin eden bu sisteme yönelik her türlü saldırı, küresel bir ticaret kaosunun çıkmasına neden olabilir. Örneğin Blockchain’in en güzel kullanım alanlarından olan Bitcoin’in çıkış amacı uluslararası para transferi yapmayı sağlayan bankacılık işlemi Swift teknolojisinin yerini almasıydı ama bugün bunun çok ötesine geçti. Blok zinciri, bir ağdaki işlemlerin sürekli bir şekilde kaydedilmesini sağlıyor. Sistem veri tabanına benzer ancak geleneksel uçtan uca yerine merkezi olmayan bir hesap defteri kullanarak ağdaki her bir katılımcının kendilerine ait bir hesap defteri kopyasına sahip olmalarını ve tüm işlemleri görebilmelerini sağlıyor. Her bir blok, bir önceki blokla ilişkilendirilmiş ve şifrelenmiş bir referansla korunuyor. Bu nedenle sisteme saldırıda bulunmak ya da hack’lemek oldukça zor. Tüm bu nedenlerden dolayı blockchain dünyaya bir güvenlik devrimi de getiriyor.

iii. Fidyeye Yazılımları

Siber güvenlikteki en eski ve etkili yöntemlerden biri olan fidye yazılımı ve e-postayı ele geçirme yöntemi, siber korsanların amaçladıkları parayı almalarıyla son bulan bir saldırı türü. Aynı zamanda da çok kişi ve şirketin de maruz kaldığı bir mağduriyet. Bu saldırı türü, 2021’de de etkisini artırarak sürdürecektir. Eğer şirketler ve şahıslar, bu saldırıya karşı gerekli güvenlik önlemlerini almazlarsa, korsanların yeni yöntemleri karşısında çaresiz kalacaklar. Bu saldırıları önlemenin ve bertaraf etmenin bir yolu da, siber güvenlik konusunda çalışan şirketlerden yardım talep etmekten geçiyor.

Geri Dönüşüm Kahramanları Sayı (1)

Bu sayımız itibariyle başladığımız “Geri Dönüşüm Kahramanları” serimizde ilk konuğumuz GCA’da Metod Uzman Mühendisi Başak Dik.

i. Evinizde hangi ürünlerin geri dönüşümünü yapıyorsunuz?

Kâğıt (buna tuvalet kâğıdı ve kâğıt havluların merkezindeki ruloları da dahil ediyorum), metal (içecek kutuları), plastik (gıdaları paketlemek için kullanılan OPPLer, plastik kutu/kaplar) ve özellikle de camın geri dönüşümüne özen gösteriyorum. Alıştığımız ürünlerin geri dönüşümünün yanı sıra doğa için toksik tehlikeler saçan pilleri de pil geri dönüşüm kumbaralarına atmak üzere biriktiriyorum. Birkaç günde bir geri dönüşüm atıklarını, toplanmak üzere ayrılan alana çıkarırken zihnimde hep şu düşünce oluyor: “Bunca ambalaj malzemesini çöpe atsaydım kurtarılabilecek bunca ürün ziyan olmuş olacaktı, bu ne büyük bir israf olurdu.”

ii. Geri dönüşüm bilinci hakkında ne düşünüyorsunuz?

Bendeki geri dönüşüm bilinci küçüklükten gelen bir farkındalık aslında. Ailece çöplerimizi kendimi bildim bileli nitelikli atık ve evsel atık olarak ayırdık. Annemin işi nedeniyle ODTÜ’nün lojmanlarında otururken o dönem “Burs için geri kazanım” kampanyasına biz de evdeki atıklar ile destek olmaya çalışıyorduk. Bu kampanya kapsamında ODTÜ’nün içerisindeki geri dönüşüm kumbaralarından elde edilen gelir ile ihtiyacı olan öğrencilere burs imkânı sağlanıyordu. Atıklarımız çöpe gideceğine birilerine faydalı olsun mantığıyla ortaya çıkmış bir alışkanlık sanırım. Ben de ailemden ayrı yaşamaya başladığımdan beri bu konuya özen gösteriyorum. Bu noktada Eskişehir’de yaşamının da ayrıca avantajlı olduğu kanısındayım çünkü geri dönüşümü önemseyen bir belediye anlayışı mevcut. Maalesef çoğu şehirde bu anlayış yaygınlaşmış değil. İnsanlar geri dönüşüm kutularına erişmekte güçlük yaşıyorlar.

iii. Türkiye’deki geri dönüşüm bilinci hakkında neler söylemek istersiniz?

Bu konuda maalesef biraz geride olduğumuzu düşünüyorum. Toplum olarak bilinçlenmeye ihtiyacımız var. Örneğin peynir ya da yoğurt kutusunu geri dönüştürmeden önce yıkamak gerekiyor ancak bunu bilen kişi sayısının az olduğunu gözlemliyorum. Sanırım alışkın olmamakla alakalı, geri dönüşüm konusu insanların gözünde büyüyor. Aslında çok basit aksiyonlarla karbon ayak izimizi azaltabiliriz. Çok klişe bir söylem olacak belki ama doğruluğuna inandığım için tekrar belirtmek istiyorum. Problemi kaynağında yok etmenin sonrasında ortaya çıkabilecek pek çok problemi de önleyeceği kanısındayım. Basit bir örnek olarak; ofiste kâğıt bardak yerine evden kendi kupa/fincanımız getirsek günde ortalama 3 içecek x 2 (çünkü çoğu iş arkadaşımızın tek bardakla eli yanıyor) x 20 = ayda 120 adet kâğıt bardak kullanımını önlemiş oluruz. Böylece kâğıt bardakların geri dönüşüm sahasına taşınması, ayrıştırılması, tekrar işlenip yeni bir ürün haline getirilmesi gibi pek çok emek ve masraf kaleminin de önüne geçmiş oluruz. Cam ambalaj sektöründe çalışmaya başlamadan önce, cam üretiminde geri dönüştürülmüş cam kullanımı (biz buna cam kırığı diyoruz) için gereken sıcaklığın diğer hammaddeleri eritip

eriyik cam haline gelmesi için gereken sıcaklıktan daha az olduğunu öğrendiğimde özellikle camı geri dönüştürmenin önemini bir kere daha anladım. Camın ergimesi için gereken sıcaklığın 1000 °C'nin üzerinde olduğunu düşündüğümüzde bu enerji ihtiyacındaki azalmanın katkılarını ön görmek çok da zor değil.

iv. Diğer ülkelerdeki durumdan haberdar mısınız?

Özellikle Kuzey Avrupa ülkeleri bu konuda bir hayli ileride; haberlerde okumuşsunuzdur, İsveç kendi çöplerini maksimum verimle enerji üretimi için kullanıp bitirince çöp ithal etmeye başladı. Bunun yanı sıra, dünyanın ilk ikinci el alışveriş merkezini de kurdular. Amerika ve Avrupa'da ikinci el eşya kullanımı yaygın olmakla birlikte ülkemizde bu çok alışık olduğumuz bir durum değil. Ben kendi hayatımda mümkün mertebe uygulamaya çalışıyorum; yeni bir şey alacakken öncelikle ikinci el alabilir miyim diye bir piyasa araştırması yapıyorum. Bu konuya toplum olarak biraz mesafeli yaklaştığımızı düşünüyorum ama 2. el almak demek illa kullanılmış ve eskimiş bir ürün satın almak demek değil. Çok az kullanılmış kimi zaman paketi dahi açılmamış, insanların artık ihtiyaç duymadığı, vazgeçtikleri ya da hediye olarak gelen ama ellerinden çıkarmak istedikleri ürünler var ve sıfırından çok daha uygun bir fiyata sıfır ile aynı işlevi görebilen bir ürün alabilme imkânı varken değerlendirilmeli diye düşünüyorum.