



“
The Peninsula Istanbul,
Dünyanın En İyi Otelleri
Arasında

► Sayfa – 06



“
Dünya Ceviz Günü,
HORECA Sektörünü
Bir Araya Getirdi

► Sayfa – 15

HORECA TREND

Hotel
Restaurant
Cafe
Catering

NİSAN - MAYIS - HAZİRAN 2025 | Yıl: 03 ► Sayı: 10

ISSN 2822-6038
9 772822 603004



cateringturkiye.com

59 şehirden, 822
catering firmasına bir
'tık'la ulaşma kolaylığı



Kahvenin Kalbine Yolculuk:

“Gök Mavi, Yaprak Yeşil,
Kahve İse Hep Kırmızı
Kalacak”



Malkins Coffee Kurucu Ortağı Özgür Kızıl, kahvenin topraktan fincana uzanan etkileyici hikâyesini ve yönetmenliğini üstlendiği “Kahvenin Kalbine Yolculuk” belgeselini HORECA TREND'e anlattı.

► Sayfa – 10



FİMAK'a Almanya'dan Çifte Tasarım Ödülü

Türkiye'nin endüstriyel fırın ve mutfak ekipmanları öncülerinden FİMAK, uluslararası alanda önemli bir başarıya imza attı. Rokon serisi, 2025 German Design Award ve 2025 iF Design Award gibi prestijli tasarım ödüllerine layık görüldü.

► Sayfa – 14



mezzeMarin, HORECA Kanalına Yeni Bir Soluk Getiriyor

Deniz ürünleri sektöründe küresel vizyonu ve dijital gücüyle öne çıkan mezzeMarin, HORECA kanalına özel dijital tedarik ve lojistik çözümleriyle fark yaratıyor.

► Sayfa – 13



Yemek Şirketlerinin Kamu İhalelerindeki Yeri ve Önemi

Kılıç Kurumsal Danışmanlık Yönetim Kurulu Başkanı İlyas Kılıç, HORECA TREND'in catering şirketlerinin kamu ihalelerindeki yeri ve önemi hakkındaki sorularını yanıtladı.

► Sayfa – 12

Mandarin Oriental, Bodrum
Tripadvisor 2025 Travelers'
Choice Ödülünün Sahibi Oldu

► Sayfa – 04

NumNum
Yaz Menüsüyle
Nam Salyor!

► Sayfa – 07

İtalyan
Lezzet Yolculuğu
Ankara'dan Başlıyor

► Sayfa – 07

Türkiye'nin
İlk Döngüsel Pipeti:
PipetCo ile Tanışın!

► Sayfa – 13



HORECA TREND

© in x f /horecatrendcom

EDITÖRDEN

Elif Akın Yüksel
elif@horecatrend.com



Değerli Okurlarımız,

Türkiye'de otel, restoran, cafe ve catering sektörlerinin nabzını tutan HORECA TREND Gazetesi'nin Nisan-Mayıs-Haziran dönemini kapsayan 10. sayısıyla yeniden sizlerle buluşmanın mutluluğunu yaşıyoruz.

2025'in ikinci çeyreğine girerken, HORECA sektörünün canlılığı ve dönüşüm gücü her zamankinden daha belirgin. Artık inovasyon, sürdürülebilirlik ve yerli üretim odağında yepyeni bir sayfa açıldı. Bu 10. sayımızda, Türkiye'nin dört bir yanından otel, restoran, kafe ve catering dünyasının nabzını tutmaya devam ediyoruz. Yerli markaların globalleşme yolculuklarını, sektörde dijitalleşmenin etkilerini ve sürdürülebilir gıda tedarik zincirlerinin nasıl kurulduğunu hep birlikte inceliyoruz. Özellikle gastronomi turizminin yükselişiyle birlikte, şehirlerin mutfak kimliği artık sadece lezzetle değil, aynı zamanda kültürel bir değer olarak da ön plana çıkıyor.

HORECA TREND YouTube'da

5 bin tirajlı basılı gazete ve dijital yayınlara

rimizin yanı sıra, bu yıl başından itibaren YouTube kanalımızda da (youtube.com/@horecatrendcom) aktif video içerikler üretmeye başladık. Bu kapsamda, otel, restoran, cafe ve catering sektörlerinde fark yaratan girişimcileri ve marka temsilcilerini konuk ettiğimiz özel programlar hazırlıyoruz.

"Üreten Türkiye" ve "Gastro Mekan" adını verdiğimiz programlarımızda, sektörün ilham veren başarı hikayelerini izleyiciyle buluşturuyoruz. Bu yolculukta bizlere vakit ayıran, deneyimlerini samimiyetle paylaşan tüm değerli konuklarımıza gönülden teşekkür ederiz.

Dünya Ceviz Günü Etkinliğinde Ankara'da HORECA Sektörünü Buluşturduk

Ayrıca bu sayımızda, bizim için özel bir anlam taşıyan bir etkinliği sizlerle paylaşmaktan mutluluk duyuyoruz. California Ceviz Komisyonu iş birliğiyle, Ankara Sheraton Otel'de "Dünya Ceviz Günü" kapsamında gerçekleştirdiğimiz organizasyonda HORECA sektörünü bir araya getirdik. Otel, restoran, Cafe ve catering alanında faaliyet gösteren sektörün önde gelen temsilcileriyle

le bulduğumuz bu etkinlikte, katılımcılar cevizin sağlık ve gastronomi dünyasındaki önemini yakından tanıma fırsatı buldu. Etkinliğimizin tüm detaylarını bu sayımızın 15. sayfasında bulabilirsiniz.

HOSTECH by TUSİD Fuarı'ndayız

Otel, restoran, gastronomi ve mutfak ekipmanları alanında Türkiye'nin en büyük Avrupa'nın ikinci büyük fuarı, Endüstriyel Mutfak, Çamaşırhane, Servis ve İkram Ekipmanları Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (TUSİD) tarafından desteklenen "HOSTECH by TUSİD" Fuarı'nda yerimizi alıyoruz. Gıda ve otel ekipmanları alanındaki en yeni teknolojilerin sergileneceği bu fuarda sektör profesyonelleriyle bir araya gelip yenilikleri yerinden takip edeceğiz. Sektörün gelişimi için sahada olmaya, üreticiden şefe, işletmeciden tedarikçiye kadar herkesin sesi olmaya devam edeceğiz. HORECA TREND olarak, siz değerli okuyucularımızla birlikte büyümekten gurur duyuyoruz.

Keyifli okumalar dilerim.

HORECA TREND

İmtiyaz Sahibi ve Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Okan YÜKSEL
okan@horecatrend.com

Genel Koordinatör
Elif AKIN YÜKSEL
elif@horecatrend.com

Editörler
Hacer SARIKAYA
Yaren EKŞİ

Sanat Yönetmeni
Fatih ÇETİN

Hukuk Müşaviri
Av. Mustafa GÜMÜŞ

Yayın İdare Merkezi
ODTÜ TEKNOKENT Bilişim
İnovasyon Merkezi Mustafa
Kemal Mah. Dumlupınar Blv.
280/G Çankaya/Ankara

İletişim
0(312) 911 62 24
info@horecatrend.com
www.horecatrend.com

Reklam
Orbis Medya
0(312) 911 62 24
reklam@horecatrend.com

Tasarım
Prosigma Tasarım
Oğuzlar Mah. 1374. Sokak
2/4 Çankaya / ANKARA
Tel. 0312 342 22 45
www.prosigma.net

Video Prodüksiyon
Essah Creative & Production
Mustafa Kemal Mah. Ege 2132.
Sk. No:9/7 Çankaya/ANKARA
Tel: 0312 231 25 35
www.essah.com.tr

Baskı
Başak Matbaa
Merkez Ofis: Anadolu Bulvarı
Meka İş Merkezi No:5 Kat:7
Gimat Yenimahalle / ANKARA
Fabrika: Çınar Mah. Çankırı Bulvarı No:108 Akyurt / ANKARA
Tel: (0312) 397 16 17

Yayın Türü
Yaygın Süreli Yayın
Üç ayda bir basılı olarak yayımlanır.

HORECA Trend ve ekleri, **Orbis Medya Bilgi ve İletişim Teknolojileri Ltd. Şti.** tarafından hazırlanmıştır. Bu yayında yer alan yazı ve fotoğrafların tüm hakları kredi sahiplerine veya Orbis Medya Bilgi ve İletişim Teknolojileri Ltd. Şti.'ye aittir. İzinsiz alıntı yapılamaz. İlanların ve haberlerin sorumluluğu sahiplerine aittir.



HORECA TREND
YouTube'da Yayında

ŞİMDİ İZLE



Türkiye'nin lezzet, kalite ve mutluluk sunan
HORECA İŞLETMELERİNE

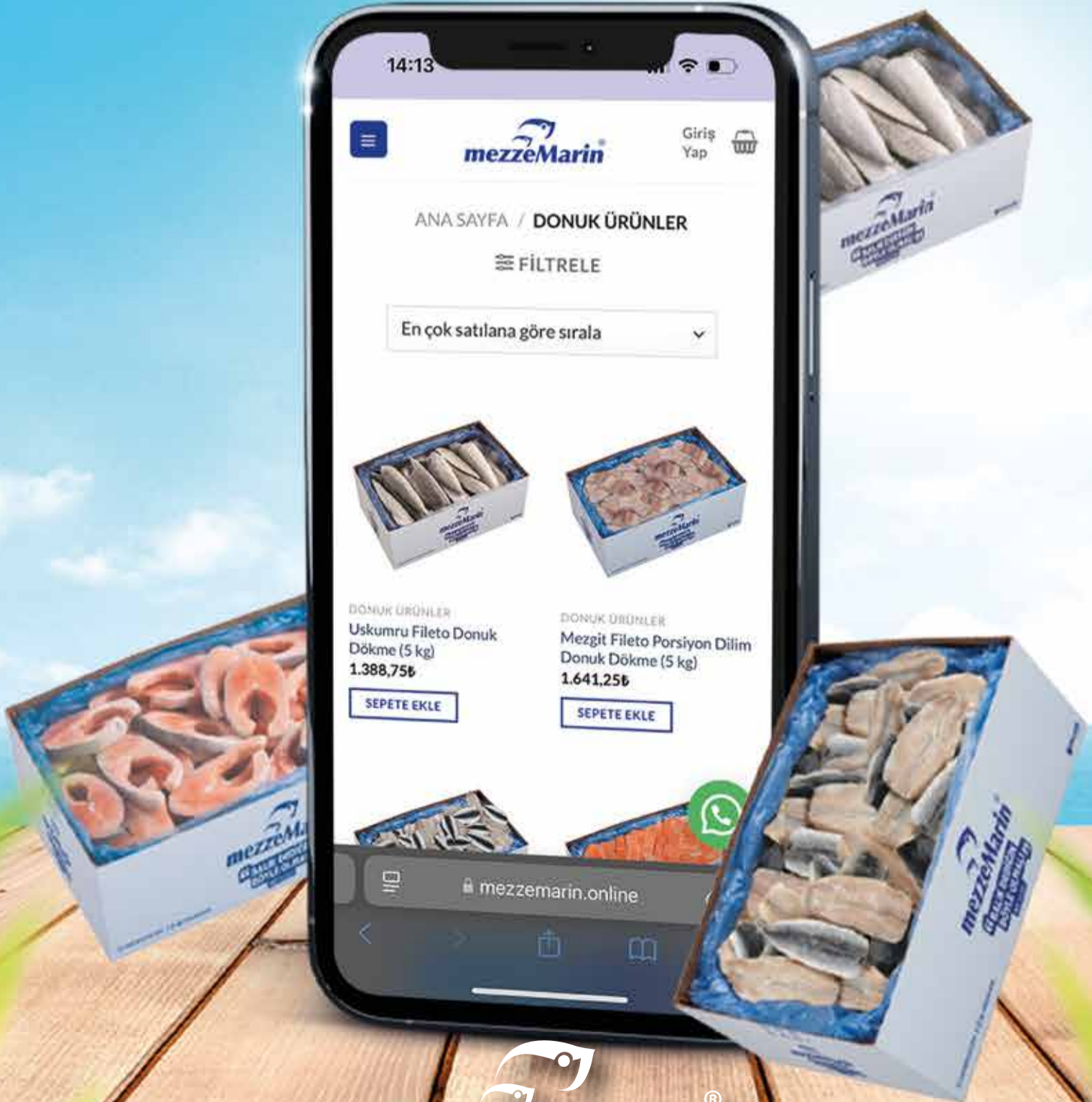
**DÜNYANIN EN BÜYÜK
DENİZ MARKETİNİ AÇTIK.**



www.mezzeMarin.online

Siz müşterinize ve işinize odaklanın,
denizden gelen lezzetleri bize bırakın.

Bereketli işler.




mezzaMarin®



D Maris Bay'de Kelimelerin Ötesinde Bir Yaz Deneyimi

Datça Yarımadası'nın turkuaz suları ve yemyeşil doğasında unutulmaz bir yolculuk vadeden D Maris Bay, bu sezon boyunca pek çok yeniliği hayata geçiriyor.



Datça Yarımadası'nın eşsiz doğasında, çam ormanlarıyla çevrili ve turkuaz sularla buluşan özel bir koyda konumlanan D Maris Bay, her sezon olduğu gibi bu yaz da misafirlerine gastronomi, eğlence, wellness ve alışveriş gibi farklı alanlarda yepyeni deneyimler sunuyor. Ege ve Akdeniz'in buluştuğu en özel noktalardan biri olan D Maris Bay, sezonu 25 Nisan'da açtı. Her biri farklı konseptte tasar-

lanmış plajları, modern mimarisi, yenilikçi etkinlikleri ve olağanüstü hizmet anlayışıyla D Maris Bay, ayrıcalıklarla dolu unutulmaz bir yaz deneyimi için misafirlerini bekliyor.

Denize sıfır konumda, 36 süit ve lüks bir villayla birlikte toplam 196 odadan oluşan D Maris Bay, misafirlerine beklentilerin ötesinde bir konaklama deneyimi sunuyor. Her biri özel koy-

larda konumlanan altı farklı plajıyla dikkat çeken otelde, her zevke uygun alternatifler bulunuyor.

Su sporları bu sezon daha da zenginleşiyor. Kano turları, yelken, rüzgâr sörfü ve dalış gibi klasik aktivitelerin yanı sıra, Datça'nın büyüleyici koylarını keşfetmeye imkân tanıyan Alia Open Sea motor yat gezileri, unutulmaz anılar biriktirme fırsatı sunuyor.

D Maris Bay'in gastronomi sahnesi, ünlü şeflerin liderliğindeki restoranları ve dünya mutfaklarından lezzet duraklarıyla bu sezon da büyüleyici. Bu yaz menüye Aurora Capri damga-

D Maris Bay'de Yıldızlarla Dolu Yaz Konserleri

Yaz boyunca dünyaca ünlü sanatçılara ev sahipliği yapan D Maris Bay, 2025 sezonunda da unutulmaz anılara imza atıyor. Grammy ödüllü müzisyen Alan Parsons, "Alan Parsons Live Project" konseriyle 8 Haziran'da, özel bir gala yemeği eşliğinde sahne alıyor. Zamansız şarkıları ve büyüleyici sahne şovlarıyla bilinen Parsons, D Maris Bay'in eşsiz atmosferinde unutulmaz bir performans sunacak.

Ayrıca bu yaz, seçkin etkinlik serisi Big Art Festival üçüncü kez D Maris



Mandarin Oriental, Bodrum Tripadvisor 2025 Travelers' Choice Ödülünün Sahibi Oldu

Mandarin Oriental, Bodrum, dünyanın en büyük seyahat platformlarından Tripadvisor tarafından verilen 2025 Travelers' Choice Ödülü'nün sahibi oldu. Tamamen misafir yorum ve puanlarına dayanarak belirlenen bu ödül, yıl boyunca en yüksek memnuniyet oranlarını yakalayan seçkin otellere veriliyor.

Lüksü doğayla uyum içinde harmanlayan zarif mimarisi ve kişiselleştirilmiş hizmet anlayışıyla konuklarına benzersiz bir tatil deneyimi sunan Mandarin Oriental, Bodrum; seçkin konumu, rafine atmosferi ve kusursuz misafirperverliğiyle bir kez daha seyahat tutkunlarının favorileri arasında üst sıralarda yer aldı.

Bodrum'un eşsiz doğasında konumlanan tesis, sunduğu ayrıcalıklı yaşam alanları, seçkin gastronomi noktaları, ödüllü spa merkezi ve dünyaca ünlü markaların yer aldığı alışveriş deneyimiyle, global seyahat severlerin gözdesi olmayı sürdürüyor.



Travelers' Choice Ödülleri, Tripadvisor kullanıcılarının gerçek deneyimlerine dayanan yorumlarıyla belirlenerek, dünya genelinde misafir memnuniyetini en üst seviyede tutan otelleri onurlandırıyor. Mandarin Oriental, Bodrum, bu prestijli ödül ile bir kez daha lüks seyahat deneyiminde referans noktası olduğunu kanıtladı.

sını vuruyor. Capri Adası'nın ilk restoranı olan ve 130 yıllık bir mutfak mirasına sahip Aurora Capri, ikonik lezzetlerini Türkiye'de ilk kez D Maris Bay'de sunuyor. Kurucularının 1950'lerde geliştirdiği imza lezzet Pizza all'Acqua, Mia D'Alessio ve Şef Franco Aversa'nın modern dokunuşlarıyla yeniden yorumlanıyor. Ayrıca İtalyan miksolog Giancarlo Mancino iş birliğiyle hazırlanan imza kokteyller, Lobby Terrace Bar'da sofistike bir içki deneyimi yaşıyor. Zuma'nın modern Japon mutfağından ilham alan tatları da artık Silence Beach'e taşıyor.



Bay'de düzenleniyor. Bu sezonun yıldız konuğu, 27 Temmuz'da Eros Ramazzotti olacak. Dünya çapında milyonlarca hayranı bulunan Ramazzotti, müzik, lüks ve lezzetin buluştuğu bu özel gecede sahne alacak.



Spor tutkunları içinse yeni sezon oldukça iddialı. D Maris Bay, bu yıl padel ve pickleball sahaları ile son yılların yükselen sporlarına ev sahipliği yapıyor. LUX Tennis iş birliğiyle deniz manzaralı kortlarda uzman koçlar eşliğinde spor yapma ayrıcalığı sunuluyor.

Benzersiz doğası, mimarisi ve her zevke uygun deneyimleriyle D Maris Bay, 2025 yazında "An Experience Beyond Words" konseptiyle misafirlerini ağırlıyor. Kelimelerle anlatılamayacak kadar özel anılar biriktirmek için tatilinizi planlamaya hemen başlayabilirsiniz!



PORLAND

Twilight Koleksiyonu, gün doğumundan ilham alan renk geçişleriyle sofralarınıza zarif bir sonsuzluk hissi katıyor.



Standımıza davetlisiniz!
HOSTECH by TUSID, İstanbul
27-31 Mayıs 2025
Hall 8 - 823



The Peninsula Istanbul, “Travel + Leisure Top 500 Hotels”

Listesinde Dünyanın En İyi Otelleri Arasında

The Peninsula Istanbul, New York merkezli seyahat dergisi Travel + Leisure tarafından her yıl okuyucu oylarıyla hazırlanan ve dünya genelindeki en iyi otelleri belirleyen Travel + Leisure 2025 “Top 500 Hotels” listesinde yer aldı.

Travel + Leisure 2025 “Top 500 Hotels” listesinde Travel + Leisure’in okuyucuları arasında dünyanın dört bir yanındaki seyahat deneyimleri ile ilgili düzenlediği anket ile yılın en iyi otellerine yer verildi. The Peninsula Istanbul, Travel + Leisure dergisinin yayınladığı, seyahat dünyasının en güvenilir otel rehberlerinden biri olarak kabul edilen “Top 500 Hotels” listesinde yer alarak, lüks otelcilik alanındaki başarısını bir kez daha ortaya koydu.



Travel + Leisure’in yalnızca olağanüstü hizmet anlayışı, benzersiz konumu ve konuklarına sunduğu unutulmaz deneyimlerle dikkat çeken otelleri dahil edildiği 2025 “Top 500 Hotels” listesinde yer alan The Peninsula Istanbul, İstanbul’un tarihi ve kültürel zen-



ginlikleriyle iç içe konumu, Boğaz manzaralı odaları ve modern olanaklarıyla konuklarına eşsiz bir konaklama deneyimi sunuyor. Bu başarı, The Peninsula Istanbul’un dünya çapındaki misafirperverlik anlayışının ve mükemmel hizmetinin bir yansıması olarak dikkat çekiyor.

The Peninsula Hotels’in dünya çapındaki zarif ve lüks otel portföyünün üyesi ve Türkiye’deki ilk oteli The Peninsula Istanbul, Karaköy semtinde üçü tarihi olmak üzere dört binadan oluşuyor. Otel, özel olarak tasarlanan farklı kategorilerdeki 177 adet oda ve süit, tarihi yarımada manzaralı davet alanları, teras bahçeleri ve dış mekanları ile eşsiz bir deneyim sunuyor. Karaköy’de müze, restoran ve bu-

tiklerin yer aldığı bir deniz kıyısı yaşam projesi olan Galataport’taki konumu ile The Peninsula Istanbul; Galata Kulesi, Galata Köprüsü, Ayasofya Camii, Sultanahmet Camii ve Topkapı Sarayı’na yürüme mesafesinde benzersiz bir konaklama deneyimi vadediyor.

The Peninsula Istanbul, daha önce de Travel + Leisure dergisi okuyucuları oyları ile belirlenen 2024 World’s Best Awards listesinde “No. 1 Europe City Hotel” (Avrupa’nın En İyi Şehir Oteli) olarak seçilmişti. Bu prestijli liste, her yıl dünya genelinde öne çıkan yeni otelleri belirleyerek, seyahat tutkunlarına ilham kaynağı olmayı amaçlıyor.



Otellerde Sürdürülebilir Lüks Dokunuş



L’Occitane, Provence’tan ilham alan otel ve SPA serileriyle sürdürülebilir lüks anlayışını yeniden tanımlıyor. Verbena, Aromachology, Almond ve yeni White Lavender ile Jasmin Bergamote koleksiyonları; geri dönüştürülmüş ambalajlar, vegan formüller ve sezgisel tasarımıyla premium otel deneyimini dönüştürüyor.

Doğal güzellik ve sağlık alanında yaklaşık 50 yıllık uzmanlığıyla L’Occitane’in en rafine misafirperverlik ortamlarında kullanılmak üzere tasarlanan otel ve SPA ürün serileri, duyuşsal dokuları ve sürdürülebilirliği bir araya getiriyor.

B Corp sertifikalı (sosyal ve çevresel performans, şeffaflık ve hesap verebilirlik açısından yüksek standartları karşıladıkları doğrulanmış şirketler) bir marka olarak L’Occitane, “Lüks, estetikten daha fazlasıdır, bir deneyimi olağanüstü bir şeye dönüştüren şey düşünceli detaylarla ilgilidir” felsefesiyle ürünlerini çalışıyor.

25 yılı aşkın süredir dünyanın en seçkin otellerinden bazılarının güvenilir ortağı olan L’Occitane’in ikonik Verbena ve Aromachology serileri gibi imza koleksiyonları, konukları adeta Provence’da duyuşsal bir yolculuğa çıkararak kalıcı bir izlenim bırakıyor.

Verbena Koleksiyonu’nda 400 ML ile 1 litre arası farklı boyutlarda duş jeli, saç kremi, el ve vücut losyonu ve el sabunu bulunuyor. Yüzde 100 geri dönüştürülmüş plastik şişelerde sunulan ve vegan bir formül olan Verbena’nın 30, 50, 75 ml’lik mini boyları da yer alıyor.

Provence’i Duyusal Olarak Hissettirmek

Çevre dostu bir yaklaşımla tasarlanan klasik Aromachology serisi ise aromatik ve bitkisel özelliklere sahip ürünlerden oluşuyor. 300 ml doldurulabilir şişeler ve 1L eko-yedek şişeleri gibi sürdürülebilir ambalaj seçenekleri sunuyor.

Portakal, çam, biberiye, nane içerikleri ile öne çıkan Aroma-

chology serisi, Revitalizing Duş Jeli, Intensive Repair Şampuan ve Saç Kremi Relaxing and Moisturizing Vücut Losyonları 1 litrelik ekonomik & ekolojik ambalajlarında orijinal boy ürüne göre % 85 daha az plastik kullanımına sahip eco-refill ambalajları ile otellere sunuluyor. Aynı şekilde narenciye karışımı ile tazeliğin her yönünü yansıtan Citrus Verbena, Provence’tan elde edilen özlerle birleşerek canlandırıcı ve enerjik bir uyum yaratıyor.

Premium Oteller İçin

2022’de özellikle oteller için sürdürülebilir Almond Koleksiyonunu tanıtan marka, yüzde 100 geri dönüştürülmüş ve geri dönüştürülebilir plastikten yapılmış, bozulmaya dayanıklı şişesiyle sektörde oyunun kurallarını da değiştiriyor. Atık azaltma konusunda sektör öncüsü olmayı sürdüren L’Occitane iki yeni lüks serisini White Lavender (Beyaz Lavanta) ve Jasmin Bergamote (Yasemin Bergamot) premium oteller için sunuyor.

400 ml’lik şişeler sofistike bir görünüm sunuyor. Şişe tasarımı, markanın yeni tanıttığı monogramın yer aldığı birinci sınıf etiketler ve zarif kavisli omuzlarıyla, Provence bölgesinin geleneksel mimarisinde öne çıkan taş kemerlerden ilham alıyor. Parlak gümüş veya yarı mat siyah braketlerle sunulan ürünler zarafet ve pratikliği bir araya getiriyor. Daha fazla kolaylık sağlamak amacıyla, hem dağıtıcıların hem de dolmuş şişelerinin üzerindeki etiketlerde, ürünün hızlı bir şekilde tanımlanması için yıldızlar ve daireler gibi sezgisel semboller yer alıyor ve bu da yoğun çalışan otel görevlilerinin işini kolaylaştırıyor.



NumNum Yaz Menüsüyle Nam Salıyor!

2003'te Maçka'da açılan ilk şubesinden bu yana, "lezzetli yemekleri uygun fiyata ve hızlı sunma" anlayışıyla hizmet veren NumNum, yazın enerjisini yansıtan yeni menüsüyle dikkat çekiyor.

Dinamik konsepti ve sıra dışı dekorasyonu, gençlerin sosyal yaşamında sıklıkla tercih ettiği markalardan biri olan NumNum, kahvaltıdan akşam yemeğine kadar günün her anına hitap eden menüsünü yaz tabaklarıyla yeniledi.

gibi yenilikçi dokunuşlarla, ferah ve renkli bir başlangıç sunuyor.

Menüde yer alan iki farklı "Pa-ella" seçeneği, Akdeniz ruhunu sofralara taşıyor. İspanyol esintisi, white, red ve rose "Sangria"larla devam ediyor.

Ve elbette yaz kokteylleri! Casamigos'la hazırlanan özel karışımlar; "Pineapple Chicharita", "Paloma", "Tommy's Margarita", yeni menüde ayrı bir kategoride sunuluyor.

Üstelik bu lezzetler sadece restoranda kalmıyor. NumNum, yaz boyunca Cocktail Festival gibi etkinliklerde de yer alarak enerjik ve eğlenceli ruhunu şubelerinin dışına taşıyor.



"İyi yemek, iyi his" anlayışıyla, profesyonel ve güler yüzlü ekibiyle hizmet veren NumNum; samimi atmosferi ve unutulmaz lezzetleriyle gençlerin ve ailelerin favorisi olmayı sürdürüyor.

Yaz menüsünün yıldızı; "Ekmek Üstü Lezzetler" bölümü! Doyurucu, çıtır ve yaratıcı seçenekler, brunch severlerin de yeni gözdesi olacak. Smoothie bowl'lar ise leblebi kreması



İtalyan Lezzet Yolculuğu Ankara'dan Başlıyor

Gastronomi dünyasının en yeni İtalyan'ı Pizza Italiante, "İyi yiyen, iyi yaşar" mottosuyla lezzet tutkunlarını eşsiz bir deneyime davet ediyor. Türkiye'deki ilk restoranlarını Başkent'in gözde yeme-içme noktalarından Armada AVM ile Maidan İş ve Yaşam Merkezinde açan Pizza Italiante, kaliteli İtalyan pizzaları ve İtalya mutfağından seçkin örnekleriyle fark yaratmaya hazırlanıyor.



Pizza Italiante, sadece klasik İtalyan pizzaları sunmakla kalmıyor, İtalya'nın 8 farklı bölgesine özgü nefis pizzalar ve yöresel tatları da misafirleriyle buluşturuyor. Geleneksel tariflerle hazırlanan lezzetlerin, en kaliteli malzemelerle birlikte sunulduğu Pizza Italiante'de, menüdeki yemekler için İtalya'dan ve Anadolu'nun çeşitli bölgelerinden özel ürünler getiriliyor. İtalya mutfağına değışmezi olan domates sosu başta olmak üzere restoranlarında kullandığı tüm sosları kendisi üreten Pizza Italiante, yine kendi üretimi olan makarna cipsi, zeytinyağı, nar ekşisi, balzamik sirke ve özel şaraplar da sunuyor.

Kültür, Sanat ve Yemek Bir Arada

Pizza Italiante, yemeklerinin yanı sıra İtalya'nın zengin tarihini, kültürünü ve sanatını da restoran atmosferine taşıyor. Özel dekorasyonu ile misafirlerine adeta bir İtalya yolculuğu hissi yaşatan Pizza Italiante'de yemek deneyimi, yalnızca lezzetle sınırlı kalmıyor; özel günlerde opera sanatçıları'nın canlı performansları eşliğinde sunulan yemeklerle misafirlere unutulmaz anlar yaşatılıyor. Pizza Italiante'ye gelenler, siparişlerini beklerken "The ITALIANTE News" adlı nostaljik gazeteyi okuyarak İtalyan mutfak kültürü hakkında bilgi sahibi olabiliyor. Ayrıca, QR

kod sistemiyle yeni İtalyanca kelimeler öğrenerek interaktif bir deneyime de katılabiliyorlar. Pizza Italiante'nin lezzet duraklarında ayın belirli günlerinde düzenlenen kültür ve sanat etkinlikleri kapsamında, opera sanatçıları'nın performansları eşliğinde özel şarkılar ve eğlenceli aktiviteler gerçekleştiriliyor.

Üç Önemli İsim, İtalyan Lezzetinde Buluştu!

Pizza Italiante, sektörde yılların deneyimine sahip, son olarak bir restoran zincirinin CEO'lüğünü yapmış olan Caner Şener, yabancılık dil eğitimi ve dünya mutfakları konusundaki uzmanlığıyla bilinen Suat Gürcan ve eğitimci, akademisyen, yatırımcı kimliğiyle tanınan Prof. Dr. Mustafa Özat tarafından kuruldu. Bu güçlü ortaklık, sadece lezzetli yemekler sunmayı değil, aynı zamanda kültürel bir deneyim yaratmayı da amaçlıyor.

Ankara'nın ardından İstanbul ve diğer şehirlerde de yeni lezzet durakları açmayı planlayan Pizza Italiante, İtalyan mutfağına en özel tatlarını geniş kitlelere ulaştırmayı hedefliyor.



wastespresso

TÜRKİYE'NİN KAHVE
POSALARINDAN ÜRETİLEN
İLK PİPETİ

+90 850 888 8071
www.wastespresso.com



BigChefs Yeni Yaz Menüsüyle Lezzette Yeni Bir Sayfa Açıyor

Türkiye'nin lider full servis restoran zinciri markası BigChefs*, Mayıs ayı itibarıyla yaz mevsiminin tazeliğini ve ferahlığını yansıtan yepyeni bir menüyle misafirlerini karşılamaya hazırlanıyor.

Yazın tazeliğini BigChefs'in menüye yeni eklenen tüm ürünlerinde görmek mümkün. BigChefs'in yeni yaz menüsünde; başbaşı bulgur, beluga mercimek, taze otlar ile yazın yeşil ruhunu yansıtan "Beluga Mercimekli Başbaşı Bulgur Salatası" ve soğuk servis edilen "Semizotlu Ayran Aşı Çorbası" serin ve geleneksel bir lezzet olarak öne çıkıyor.

Ejder meyveli, şeftalili ve yer fıstıklı seçenekleriyle yazın serinlik katan smoothie'ler BigChefs'in yeni menüsünde yerini alırken, greyfurt, ejder meyvesi ve şeftali aromalı "Special Spring Water"lar da yazın egzotik bir tat katıyor. Son dönemin yükselen içeceklerinden moctail'lerde Virgin Petit Beurre'ü menüsüne ekleyen BigChefs, "İlık Beyaz Çikolatalı Dağ Meyveleri"yle

de tatlı menüsüne taze ve hafif bir dokunuş ekliyor.

Vazgeçilmeyen Lezzetler

BigChefs'in yeni yaz menüsünde, misafirlerini lezzette yeni bir sayfa açmaya davet ediyor. Menüde öne çıkan en dikkat çekici tabaklar ise, her mevsimin favorisi olmaya aday; "Big Şiş Kebab" ve "Beğendili Tavuk Schnitzel". Anadolu'nun güçlü malzemelerini buluşturan Big Şiş Kebab hem yerel üretime olan bağlılığı hem de lezzetiyle öne çıkıyor.

Klasik bir lezzet olan ve misafirler tarafından çok sevilen tavuk schnitzel'i her damak tadına uygun olarak çeşitlendiren BigChefs'in yaz menüsünde; mantar soslu ve patlıcan beğendili yeni schnitzel

çeşitlerinin yanı sıra, farklı peynirlerle lezzeti derinleşen Tavuk Milanese göze çarpıyor.

Gün Boyu Tüketilebilecek Lezzetlerle Zenginleşen Menü

Menüde ayrıca; ekşi mayalı köy ekmeği üzerinde ekşi krema, avokado, marine somon ve taze baharatlarla tüm gün tercih edilebilecek lezzetli bir tabak da yer alıyor. Teriyaki soslu somon parçaları ve son dönemde yükselişe geçen filizlendirilmiş bakliyatlarla sağlıklı ve besleyici bir öğün sunan "Kıtır Mercimekli Kızarmış Somon Salatası" menünün hafifliğini tazeliğini vurguluyor.

Her yeni menüsüyle gastronomik bir keşfe davet çıkaran BigChefs, yaz aylarına özel hazırladığı bu seçkide de hem ilham veriyor hem de mutfağındaki sürdürülebilir yaklaşımı bir kez daha vurguluyor. "Lezzette yeni bir sayfa açıyoruz" diyen BigChefs'in menüsünde çevrilen her sayfa, doğadan ilham alıyor, gelenekten besleniyor ve çağın beklentileriyle şekilleniyor.

Sürdürülebilirlik ve Güvenli Gıda Taahhüdü

BigChefs, "Toprağın Kadınları" projesiyle yerel üreticileri destekleyerek menüsünde sürdürülebilirliği ön planda tutuyor. Ayrıca, Ev Dışı Tüketim Tedarikçileri Derneği (ETÜDER) ile yapılan Güvenli Gıda Sertifikası anlaşmalarıyla misafirlerine sağlıklı ve güvenli gıda sunma taahhüdünü sürdürüyor.



*2022 yılında yayımlanan Deloitte "Türkiye Yemek Hizmeti Pazar Raporu" sonuçlarına göre.



HOSTECH by TUSİD İSTANBUL

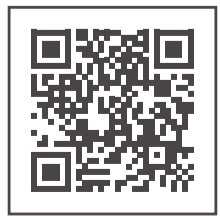
Otel, Restoran, Kafe, Pastane
Ekipmanları ve Teknolojileri Fuarı

27 - 31 Mayıs 2025



TÜYAP FUAR VE
KONGRE MERKEZİ | BÜYÜKÇEKMEGE
İSTANBUL

www.hostechbytusid.com





Aslı 'Coffee in Bakery' Lezzetleri Maslak'a Geldi

Türkiye'nin yenilikçi kafe-fırın zinciri Aslı, İstanbul'un hareketli şehir kültürünün yaşandığı bölgelerin başında gelen Maslak'ta yeni şubesinin kapılarını açtı. Yenilenen yüzüyle 'Coffee in Bakery' konseptini benimseyen Aslı'da, geleneksel ve modern lezzetler keyifli bir atmosferde bir arada sunuluyor.

Eksim Holding bünyesinde faaliyet gösteren kafe-fırın zinciri Aslı, 'Coffee in Bakery' konsepti ve zenginleşen ürün yelpazesine büyüme yolculuğuna devam ediyor. Hem ulusal hem de uluslararası ölçekte toptan üretim yapan marka, mağaza yatırımlarıyla da farklı lokasyonlarda genişlemesini sürdürüyor. Her damak zevkine hitap eden Aslı, hareketli şehir kültürünün yaşandığı bölgelerin başında gelen Maslak'ta açtığı yeni mağazasıyla Türkiye genelindeki şube sayısını 34'e çıkardı.

Klasiklerin Yanında Yepyeni Tatlar Aslı Maslak'ta

Aslı'nın Maslak şubesinde sunduğu menü, markanın imzası haline ge-



len geleneksel lezzetlerle modern tatları bir araya getiriyor. Taze çekilmiş çekirdeklerle demlenen kahveler başta olmak üzere su böreği, kruvasan ve kahvaltı tabaklarının yanı sıra Very Berry Muffin, Van Stapele Cookie, Medovik Pasta, Klasik Pavlova, Lotuslu Pavlova, Kakaolu ve Çilekli Tart, Limonlu Mereng Pasta gibi dünya mutfağından özel tatlıları misafirleriyle

buluşturuyor.

Hareketli Lokasyonun Lezzet İhtiyacını Karşılıyor

Self-servis konseptiyle hizmet veren Aslı'nın Maslak mağazası; ferah mimarisi, günlük taze ve doğal malzemelerle hazırlanan ürünleriyle hem profesyonellerin hem de bölge sakinlerinin beklen-

tilerini karşılıyor. Sağlıklı yiyeceklerinde de bulabileceği Aslı Maslak'ta; limonata çeşitleri, frozen'lar ve soğuk kahveler gibi mevsimsel içecekler zengin bir yeme-içme deneyimi arayanları bekliyor.

Aslı Maslak'ta hazırlanan lezzetler, hızlı teslimat uygulamaları aracılığıyla dilendiği an müşterilerine ulaşabiliyor.

www.essah.com.tr

WEB SİTESİ

PRODÜKSİYON

SOSYAL MEDYA
YÖNETİMİ

DİJİTAL
PAZARLAMA

TASARIM



essah
creative & production



Kahvenin Kalbine Yolculuk: “Gök Mavi, Yaprak Yeşil, Kahve İse Hep Kırmızı Kalacak”

Malkins Coffee kurucu ortağı Özgür Kızıl, kahvenin topraktan fincana uzanan etkileyici hikâyesini ve yönetmenliğini üstlendiği “Kahvenin Kalbine Yolculuk” belgeselini HORECA TREND'e anlattı. Rwanda'daki kahve üreticilerinin yaşam mücadelesine ışık tutan belgesel, izleyiciye yalnızca bir içeceğin değil, bir toplumun hikayesini çarpıcı bir şekilde sunuyor.



“Kahvenin Kalbine Yolculuk” nasıl başladı? Bize belgeselin hikayesini anlatır mısınız?

Yıllar boyunca farklı coğrafyalarda kahve üreticileriyle tanıştım, çiftlikleri gezdim, üretim süreçlerini gözlemledim ve her bir fincan kahvenin arkasındaki emeği yakından görme fırsatı buldum. Bu deneyimler, kahveye sadece bir içecek olarak değil, bir kültür, bir emek ve bir hikâye olarak bakmamı sağladı. Belgeseli yapma fikri, bu hikâyeleri daha geniş kitlelere ulaştırma arzusuyla ortaya çıktı. İzleyicilere, bir fincan kahvenin topraktan fincana uzanan yolculuğunu, bu sürecin içindeki insanları ve onların emeklerini göstermek istedik. Aynı zamanda kahvenin sadece ekonomik değil, aynı za-

manda sosyal ve kültürel bir değer taşıdığını da anlatmak istedik. Belgeselin her anı, bu tutkuyu ve saygıyı yansıtmak için titizlikle hazırlandı.

Belgeselin yapım sürecinde hem kamera arkasında hem de önünde yer aldım. Bu sayede hikâyeyi kendi gözümünden, kendi bakış açımdan anlatma şansım oldu. Rwanda'yı tercih etmemin nedeni sadece kaliteli kahve üretimi değil, aynı zamanda ülkenin geçmişinde yaşadığı büyük travma ve bu travmadan sonra ayağa kalkmaya çalışan insanların hikâyesiydi.

1994 yılında yaşanan iç savaş ve soykırımın ardından, milyonlarca insan hayatını kaybetti. Geriye kalanların büyük çoğunluğunu ise ka-

dınlar oluşturuyordu. Bu kadınlar hem ailelerini ayakta tutmak hem de ülkelerini yeniden inşa etmek zorundaydılar. Kahve, onlar için sadece bir geçim kaynağı değil; dayanışmanın, iyileşmenin ve hayata tutunmanın bir aracıydı. Belgeselde bu kadınların hikâyelerine odaklandım. Kahve tarlalarındaki emeklerini, kurdukları kooperatifleri, birlikte nasıl bir üretim gücü haline geldiklerini belgeledim. Kamera arkasında da önünde de yer aldım çünkü bu hikâyeye birebir tanıklık etmek ve anlatmak benim için çok kişisel bir deneyimdi.

Rwanda'daki kahve çiftliklerinde, belgesel çekimleri sırasında sizi en çok etkileyen an veya hikâye neydi?

Rwan'da da beni en çok etkileyen hikâye, Mukobandore Venancia adında bir kadınla tanışmamla başladı. Venancia, geçmişte büyük yoksulluklar içinde yaşamış, ailesini zar zor geçindiren bir kadındı. Ancak zamanla yalnız olmadığını fark etmiş ve çevresindeki kadınlarla birlikte bir değişim başlatmış. Onun öncülüğünde tam 170 kadın bir araya gelerek bir kahve kooperatifi kurmuşlar. Bu kadınların çoğu, savaş sonrası hayata yeniden tutunmaya çalışan, hiçbir geliri olmayan kişilerdi. Kooperatif sayesinde artık sadece kendi geçimlerini sağlamakla kalmıyorlar; çocuklarını okula gönderebiliyor, evlerini onarabiliyor ve topluma umut veren örnekler hâline geliyorlar.

Venancia bana şöyle demişti: “Biz eskiden sadece hayatta kalmaya çalışıyorduk, şimdi birlikte yaşam kuruyoruz.”

Onların kahve tarlasında el ele çalışmasını izlemek, aralarındaki dayanışmayı görmek beni derinden etkiledi. Kamera arkasında gözlerimin dolduğu çok an oldu. Çünkü bu sadece kahveyle ilgili bir hikâye değil, kadınların hayata karşı yeniden ayağa kalkma, birlikte güçlenme hikâyesiydi. Belgeselin en güçlü mesajlarından biri de işte bu: Birlik olduğumuzda, en zor topraklarda bile filizlenebiliriz.

Kahve üretiminde kadın ve çocukların rolü üzerine gözlemlerinizi neler?

Kahve tarlalarında çalışan kadınların yaşadığı zorluklar çok derin. Kadınlar, kahve üretiminin temel emek gücü olsa da aldıkları maaşlar çok düşük. Bu da onların, çocuklarını okula gönderebilmesi ve daha iyi bir yaşam kurabilmesi için büyük bir engel teşkil ediyor.

Çoğu zaman, gelirleri sadece günlük ihtiyaçları karşılamaya yetiyor ve bu yüzden çocuklar, ailelerinin geçimini sağlamak için kahve tarlalarında çalışıyorlar. Bu da onların eğitim alma fırsatlarını sınırlıyor. Ancak bu durum karşısında bir çö-





züm geliştirmeye çalıştık. Kahve bahçelerine yakın birkaç okulun eğitimine destek verdik. Bu okullara yapılan katkılar, çocukların eğitimine devam edebilmesi için bir umut ışığı oldu. Eğitim, uzun vadede bu çocukların hayatlarını değiştirecek en önemli araç. Onlar, ancak iyi bir eğitimle hayatlarını dönüştürebilir ve gelecekte kendi topluluklarına katkı sağlayabilirler.



Sürdürülebilirlik ve kahvenin etik ticareti konularında neler söylemek istersiniz?

Kahve, dünya çapında milyonlarca insanın geçim kaynağı olsa da kahve üretiminde pek çok sorun da bulunuyor. Bu sorunların başında, çiftçilerin düşük gelirleri, çevresel etkiler ve toplumda eşitsizlik yer alıyor. Bu nedenle, kahve üretiminin sürdürülebilir olması sadece

konu da, kahve severlerin bu etik ticaret ve sürdürülebilirlik anlayışına duyarlı olması. Sonuçta, biz tüketiciler de kahve alırken sadece tadına değil, üretiminin nasıl yapıldığına, kimin emeğiyle üretildiğine de dikkat etmeliyiz. Eğer bu konuda farkındalık oluşturabilirsek, tüm sektörün daha adil ve sürdürülebilir bir hale gelmesi mümkün olacaktır.



Belgeselde söylem ve görsel açıdan çok güçlü bir anlatım var. "Gök mavi, yaprak yeşil, kahve ise hep kırmızı kalacak" cümlesi etkileyiciydi. Bu cümle, sizin için ne ifade ediyor?

Bence bu cümle, belgeselin en çarpıcı anlamını ortaya koyuyor: Zorluklar ne olursa olsun, yaşam mücadelesi ve umut hep devam eder.

Kahve emekçilerinin yaşama sevinci, bu zorluklar karşısında pes etmeyişleri, onların dünyaya sunduğu en değerli armağan. Kahve sadece bir içecek değil, onların hayatta kalma gücünün, direncinin ve umutlarının bir yansımasını ifade ediyor

ni pek düşünmüyoruz. Şehirde bir kahve fincanı içtiğimizde, tarladaki üretim sürecinden, kahve tarlasındaki zorluklardan ve bu emeğin arkasındaki insanlardan haberimiz olmuyor. Bu belgesel, tam da bu boşluğu doldurmak istiyor.

Özellikle kahvenin üretim sürecini izleyiciye göstererek, bu ürünün ardındaki emeği, mücadeleyi ve



toplumsal sorumluluğu gözler önüne seriyor. Kadınlar ve çocuklar, kahve tarlalarında ağır koşullar altında çalışarak, geçimlerini sağlıyorlar. Ancak aldıkları düşük ücretler ve karşılaştıkları zorluklar, çoğu zaman bu üretim sürecinin ne kadar adaletsiz olduğunu gözler önüne seriyor.



Bu belgesel, izleyicilerin kahveye sadece bir içecek olarak bakmalarını değil, onun arkasındaki hikâyeleri ve insanları anlamalarını sağlamayı hedefliyor.

Gelecekte benzer projeler veya belgeseller yapmayı planlıyor musunuz?

Evet, kesinlikle! Bu belgesel, benim için sadece bir başlangıç. Toplumsal sorunları ve çevresel etkileri konu alan projeler yapmak, insanların yaşamları üzerine daha fazla

Belgesel aracılığıyla, izleyicilere sadece bilgi vermek değil, aynı zamanda onları eyleme geçirecek bir farkındalık yaratmak da çok önemli. Bu belgesel gibi, gelecekte de dünyayı daha adil bir yer haline getirecek küçük ama önemli değişimlere ışık tutan projeler yapmayı umuyorum.

Kahveye gönül vermiş biri olarak, kahve konusuna odaklanan ve bu alanda kendini geliştirmek isteyenlere ne gibi tavsiyelerde bulunursunuz?



Sonuçta, kahveye gönül veren ve bu alanda kendini geliştirmek isteyen birinin yapması gereken, sadece teknik bilgiyle sınırlı kalmamaktır. Kahve, bir düşünce biçimi olmalı; her fincanda insanın kendini keşfettiği bir yolculuk, bir bağ kurma aracı olmalıdır. Kahvesever hem içsel bir tutkuyu hem de toplumsal bir sorumluluğu taşır. Bu yolculuk, seni sadece bir uzman değil, bir toplumsal lider haline getirebilir.

Kahve, her fincanda sadece tatları değil, aynı zamanda bir kültürün, bir topluluğun, bir coğrafyanın ruhunu barındırır. Kahveye olan ilgi, bir içecek alışkanlığından çok, bir yaşam biçimi haline gelir. Ve bu yaşam biçimi, her fincanda insanın kendisini, başkalarını ve doğayı nasıl daha derinlemesine anlayabileceğini gösterir.

Ayrıca bir kahvesever için, kahvenin yetiştirildiği topraklarda bulunmak, o yerel halkla etkileşime geçmek ve kahvenin üretim sürecini doğrudan gözlemlemek, sadece bir öğrenme fırsatı değil, aynı zamanda derin bir dönüşüm sağlar. Kahvenin kökenlerini, çiftçilerin yaşadığı zorlukları, toprakla olan ilişkisini yerinde görmek, bir kahvesever için en büyük tecrübedir.



çevreye değil, aynı zamanda bu işin emekçilerinin yaşam standartlarına da bağlı.

Sürdürülebilirlik, hem çevresel hem de toplumsal sürdürülebilirlik anlamına geliyor. Kahve üreticilerinin doğal kaynakları koruyarak üretim yapması, toprak verimliliğini artırması ve çevreye zarar vermemesi gerekiyor.

Benim inandığım bir diğer önemli

Kahveyi çoğumuz evimizde, bir cafede veya ofisimizde; o aşamaya kadar geçen yolculuğunun çok da farkında olmadan tüketiyoruz. Bu belgesel şehirli izleyiciye ne anlatmak istiyor?

Kahve, dünyanın dört bir yanındaki kahve emekçileri tarafından yetiştirilen, işlenen ve nihayetinde bize ulaşan bir ürün, ancak çoğumuz bu sürecin nelerden geçtiği-

Belgeselinizin izleyiciler üzerinde nasıl bir etki yaratmasını umuyorsunuz?

Bu belgeselin izleyiciler üzerinde yaratmasını umduğum etki, hem duygusal hem de bilinçlendirici olmalı. Kahve, dünya çapında milyonlarca insanın hayatında önemli bir yer tutan bir içecek olmasına rağmen, üretim süreci ve ardındaki emek çoğu zaman göz ardı ediliyor.

farkındalık yaratmayı hedefliyorum. Kahve üreticilerinin yaşadığı zorlukları, küçük çiftçilerin hikâyelerini ve benzeri emek talepleriyle ilgili belgeseller, toplumların gözünde genellikle görünmeyen bu kesimleri daha görünür kılmayı amaçlıyorum. Ayrıca, bu tür belgesellerin, izleyicileri düşünmeye ve dünyaya daha geniş bir perspektiften bakmaya teşvik etmesi gerektiğini düşünüyorum.



Yemek Şirketlerinin Kamu İhalelerindeki Yeri ve Önemi



Kılıç Kurumsal Danışmanlık Yönetim Kurulu Başkanı İlyas Kılıç, HORECA TREND'in catering şirketlerinin kamu ihalelerindeki yeri ve önemi hakkındaki sorularını yanıtladı.



Kamu idareleri, yemek ihtiyaçlarını ne şekilde karşılıyor?

Kamu idareleri yemek hizmet ihtiyaçlarını, birkaç farklı yöntemle karşılıyor. En temel ve eskiden beri devam eden yöntem; erzakın piyasadan ihale ile alınması suretiyle, yemek pişirme ve dağıtımın işlemlerinin ise idarelerin kendi imkanlarıyla yapması usulüdür. Bu usul, askeri birliklerin birçoğunda halen devam etmektedir.

Diğer usul ise malzemeli yemek hizmet alımıdır. Yani idareler, gıda malzemesini ve yemek pişirme hizmet alımını aynı yükleniciden yapmaktadır.

Yemek alımının en nadir olarak yapıldığı şekli ise kumanya alımıdır. Kumanya alımı, kısa süreli görevler kapsamında, AFAD görevlileri, po-

lis, askerler vb. için gerçekleştirilir.

Kamu idareleri yemek hizmet alımlarını ne şekilde gerçekleştiriyorlar?

Türkiye'nin kamu alım piyasa büyüklüğü 2023 yılında GSYH'nın %6'sına ulaştı. 2024 yılında kamu alımları 2.5 trilyon liraya yükseldi ve bunun 450 milyar lirasını, içinde yemek hizmet alımları da olan, hizmet sektörü oluşturdu.

Yemek hizmetleri kapsamında her yıl ortalama 700'den fazla firma, iş ortaklığı yaparak veya tek başına olmak üzere, kamu idareleriyle sözleşme imzalıyor. Bu kapsamda her yıl ortalama 2.500'den fazla yemek hizmet sözleşmesi yapılıyor. Bu sözleşmelerden en önemlileri ise Ankara merkezli faaliyet gösteren firmalarca gerçekleştiriliyor. Bunun en önemli sebebi ise merkezi yönetim kapsamındaki idarelerin Ankara'da konuşlu olmalarıdır.

Yemek sektöründe faaliyet gösteren firmaların, ihalelerde rekabeti de oldukça yoğun olduğunu söyleyebilir misiniz?

Yemek hizmet alım ihaleleri, oldukça fazla rekabetin olduğu bir alan. Bunu yine bir örnek vererek açıklamak istiyorum. 2024'te, yemek hizmet alımı ihalelerinde, çeşitli nedenler ileri sürülerek Kamu İhale Kurumuna 2.000'den fazla itirazın şikâyet başvurusu yapılmış. Yani yemek hizmet alımı ihalelerinde daha uygun şartlarda yarışmak isteyen firmalar, konuyu Kurum'a götürmekten çekinmemişler. Yine Ankara ilimizde 2024 yılında gerçekleşen bir ihalede 22 kişi teklif vermiş, kırım oranı %55'e kadar çıkmış. Yani kıran kırana bir rekabet söz konusu. Ancak ihale rekabeti; ihalenin yapıldığı yer, idarenin özelliği, şartnamenin yapılabilişliği gibi nedenlerle daha makul seviyelerde de olabilmektedir.

Türkiye genelinde yemek hizmet alım ihalelerinde sorun yaşayan birçok şirket var. Kurumsal olarak sizin bu şirketlere verdiğiniz başlıca hizmetler nelerdir?

Kamu ihaleleri; anlaşılması güç, uygulanması ise tecrübeye dayanan karışık bir mevzuat ile yürütülüyor. Ayrıca ihale uygulamaları, şekil ve süre yönünden kesin hükümler içeren hak düşürücü kuralları olan bir alan. Sadece ihale değil, sözleşmenin yürütülme sürecinde; muayene ve kabul işlemleri, fiyat farkı ve hakediş işlemleri ise hemen hemen

tüm yüklenici firmanın idare ile uyumsuzluk yaşadığı alanlar.

Kamu ihale mevzuatı iki ayrı kanun, onlarca ikincil mevzuat ve sayısız düzenleyici karardan oluşuyor. Bir yemek şirketinin mevzuatı harfiyen bilmesi ve günlük olarak takip etmesi de mümkün değil. Bu nedenle hata yapmak istemeyen firmalar bizimle çalışıyorlar.

Yemek firmalarının ihaleler kapsamında ayrıntılı bilgiye ulaşmaları için ne tavsiye edersiniz?

Günümüzde "bilgi" en önemli güçtür! Bu nedenle yaklaşık 30 yıl süresince edindiğimiz bilgi ve tecrübelerimizi kamuoyuyla pay-

laşmak için, ihale.tv üzerinden içerik üretiyoruz. Bu kanalımızda yer alan "Kamu İhale Kanunu ve Uygulamaları", "Kamu İhale Sözleşmeleri Kanunu" ile "Hizmet Alımları ve İş Hukuku Uygulamaları" bölümlerin incelenmesini tavsiye ederim.

Aynı şekilde yemek hizmet alımı kapsamında ihalelere katılacak firmaların yararlanabileceği 3 kitabımızı da tavsiye ediyorum. Bunlardan ilki "Kamu İhalelerinde İş Deneyimini Gösteren Belgeler" adlı eserimiz olup, içinde ihaleye katılımda önemli bilgiler yer almaktadır. İkincisi "Kamu İhalelerinde Aşırı Düşük Tekliflerin Belirlenmesi, Sorgulanması ve Açıklanması" adlı eserimizdir. Tavsiye edebileceğim en son kitabımız ise "Kamu İhale Sürecinde Yasaklama İşlemleri" adlı eserimizdir. Bu kitabımız, ihale sürecinde yasaklanmamak veya yasaklanma işlemiyle karşılaşılması halinde ne tür işlemler yapılması gerektiği ile ilgili hususların derlendiği önemli bir kitaptır.

İlyas Kılıç Kimdir?

İlyas Kılıç, lisans ve yüksek lisans eğitimi Kara Harp Okulu ve Selçuk Üniversitesi'nde tamamladı. Kılıç, kamu yönetimi uzmanı ve aynı zamanda ihale danışmanı. Kamu kuruluşlarında ihale ve sözleşme hukuku kapsamında 20 sene görev yaptıktan sonra kendi isteğiyle 2010 yılında emekli oldu. Birçok gazete, dergide ihaleler konusunda makaleler kaleme aldı. Kılıç Akademi Yayınları tarafından yayınlanan ihale kitaplarının editörlüğünü yaptı.

Kılıç Kurumsal Danışmanlık A.Ş.'nin yönetim kurulu başkanı da olan İlyas Kılıç, çeşitli kamu kurumlarına ve kurumsal şirketlere ihaleler kapsamında danışmanlık yapıyor. Kılıç Kurumsal Danışmanlık bünyesinde; ihale uzmanları, hukukçu ve uzman denetçiler ile çözüm ortakları bulunuyor. Ekibiyle birlikte, ihale.tv YouTube kanalı ile ihaleler kapsamında kamuoyunu bilgilendiriyor.

cateringturkiye.com

Catering Şirketi Bulmanın En Kolay Yolu: Catering Türkiye

**59 şehirden,
822 catering
şirketine bir 'tık'la
ulaşma kolaylığı**



Türkiye'nin İlk Döngüsel Pipeti: PipetCo ile Tanışın!

Kahve posasından üretilen çevre dostu pipet, hem plastik hem de kağıt pipet sorununa sürdürülebilir bir çözüm sunuyor.



Her şey barista olarak çalıştığımız dönemde başladı. Müşterilerin pipetlerle ilgili şikâyetleri dikkatimizi çekiyordu. Plastik pipetler doğada çözünmediği için eleştirilirken, kağıt pipetler de kısa sürede yumuşadığı için beğenilmiyordu. Aynı dönemde, günde onlarca kilo kahve posasının çöpe gittiğine şahit oluyorduk. Bu iki sorunu aynı anda nasıl çözebileceğimizi düşünmeye başladık ve Wastespresso olarak Türkiye'nin ilk döngüsel pipetini geliştirdik: PipetCo.

Çevre Dostu ve Fonksiyonel

PipetCo, %100 kompostlanabilir ve biyoçözünür bir formülle üretilir. Taze kahve posaları ile nişasta bazlı bitkisel malzemeler kullanılarak geliştirilen bu özel pipet, doğada iz bırakmıyor. Gıdaya uygunluk ve duyu-sal testleri tamamlanan ürün, 2025 itibarıyla pazara sunuldu.

Tek Boydan İhracata Uzanan Yolculuk

İlk olarak tek boyda üretime başlayan PipetCo, bir otel zincirinin talebiyle kısa boy kokteyl pipeti üretmeye başladı. Ardından uzun boy seçenekleri de eklendi. Nisan ayında ilk ihracat satışı gerçekleşti ve ürün yurt dışında da ilgi görmeye başladı.

Yerli Üretim, Küresel Hedef

PipetCo, otel ve restoran müşterilerinden aldığı olumlu geri bildirimlerle sektörde önemli bir boşluğu doldurduğunu kanıtladı. Büyük bir kahve zinciri ve lüks otel markaları ile yapılan anlaşmalar sayesinde, yaz bitmeden milyonlarca kullanıcıya ulaşması hedefleniyor.

Amacımız, tamamen yerli üretimle hayata geçirilen PipetCo'yu Türkiye'den dünyaya taşıyarak sürdürülebilir inovasyonun örneklerinden biri haline getirmek.



Dünyanın En Büyük Deniz Marketi mezzeMarin, HORECA Kanalına Yeni Bir Soluk Getiriyor

mezzeMarin, HORECA profesyonellerinin ihtiyaç duyduğu kalite, güvenilirlik ve hız ekseninde tasarlanmış dijital altyapısıyla siparişten teslimata kadar tüm süreci uçtan uca optimize ediyor.



Deniz ürünleri sektöründe küresel vizyonu ve dijital gücüyle öne çıkan mezzeMarin, HORECA kanalına özel dijital tedarik ve lojistik çözümleriyle fark yaratıyor. Sektörün nabzını tutan mezzemarin.online, sadece Türkiye'nin değil, dünyanın en büyük deniz marketi olma vizyonu; otel, restoran, kafe ve toplu yemek üreticilerine yönelik sunduğu geniş ürün yelpazesıyla dikkat çekiyor.

HORECA Sektörüne Özel Entegre Tedarik Deneyimi

mezzeMarin, HORECA profesyonellerinin ihtiyaç duyduğu kalite, güvenilirlik ve hız ekseninde tasarlanmış dijital altyapısıyla siparişten teslimata kadar tüm süreci uçtan uca optimize ediyor. Tüm

kullanıcılar, yıl boyunca sürdürülebilir ürün çeşitliliği ve soğuk zincir garantisiyle tedarikte kontrolü eline alıyor.

Ürün portföyünde dondurulmuş ve işlenmiş balıklar; kabuklular ve gurme deniz spesyaliteleri yer alıyor. Karides, Uskumru, somon, ahtapot ve kalamardan; özel marine ürünlere ve HORECA mutfağına özel gramajlarda ambalajlanmış seçeneklere kadar yüzlerce ürün 7/24 siparişe açık.

Pişırmeye Hazır Ürün Seçenekleriyle Mutfağınız Hazır

Zamanın ne kadar değerli olduğunu bilen mezzeMarin, birçok ürünü temizlenmiş, ayıklanmış ve pişırmeye hazır şekilde sunarak

HORECA mutfaklarının operasyonel verimliliğini artırıyor. Marine edilmiş, porsiyonlanmış veya ön işleme tabi tutulmuş bu ürünler, şeflerin yalnızca lezzete odaklanmasını sağlarken, israfı azaltıyor ve mutfak süresini kısaltıyor.



Tüm Yıl Aynı Kalitede Ürün Erişimi

mezzeMarin'in güçlü tedarik ağı sayesinde, mevsimsel dalgalanmalardan etkilenmeden aynı ürünü yıl boyunca güvenle temin etmek mümkün. Ürünlerin bir kısmı özel koşullarda şoklanarak tazeliği korunurken, bir kısmı sürdürülebilir tedarikçilerimizden yılın her döneminde kesintisiz olarak temin ediliyor.



HORECA için bu istikrar, menü planlamasında büyük kolaylık sağlıyor; özellikle profesyonelleri popüler balık türlerinde stok riski en aza indiriliyor.

HORECA Kanalında Yeni Standart: mezzemarin.online

mezzeMarin, denizlerdeki ekolojik dengeyi korumayı iş modelinin merkezine alırken, yenilikçi platformu sayesinde HORECA işletmelerinin geleneksel tedarik yöntemlerine güçlü bir alternatif oluşturuyor. Dijitalleşen sipariş sistemiyle, mutfak şeflerine ve satın alma yöneticilerine zaman ve maliyet tasarrufu sağlıyor.





FİMAK'a Almanya'dan Çifte Tasarım Ödülü

Türkiye'nin endüstriyel fırın ve mutfak ekipmanları sektöründeki öncülerinden FİMAK, uluslararası arenada büyük bir başarıya imza attı. Şirketin prestijli markası Rokon serisi, tasarım ve inovasyon dünyasının en saygın organizasyonları olan 2025 German Design Award ve 2025 iF Design Award ödüllerine layık görüldü.



49 yıllık köklü geçmişiyle kaliteli üretimi, insan odaklı yaklaşımı ve ahlaki değerlere bağlılığıyla tanınan FİMAK, bu ödüllerle sektördeki güçlü duruşunu ve mühendislik yetkinliğini bir kez daha kanıtladı.

FİMAK Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Özpınar konuyla ilgili yaptığı açıklamada şunları söyledi: "Bir Türk firması olarak Almanya gibi tasarımın kalbinin attığı bir ülkede, iki büyük ödül kazanmanın gururunu yaşıyoruz. Bu ödüller yalnızca ürün kalitemizin değil, değerlerimize bağlı kalarak yürüttüğümüz üretim anlayışımızın da dünya çapında tescil edildiğinin göstergesidir. Rokon markamızla aldığımız bu başarı; insani, kültürel ve ahlaki değerlerimizi koruyarak uluslararası alanda rekabet edilebileceğini kanıtlamıştır. Emeği geçen tüm FİMAK ailesine,

mühendislerimize ve bize inanan dostlarımıza teşekkür ediyorum."

Yerli üretime, kültürel değerlere ve sürdürülebilir kaliteye verdiği önemle bilinen FİMAK, bugün 75'ten fazla ülkede ürünlerini gururla temsil ediyor. Özellikle Rokon serisi, yüksek performansı, dayanıklılığı ve estetik tasarımıyla global pazarda büyük beğeni topluyor. FİMAK'ın elde ettiği bu çifte ödül, yalnızca sektörel bir başarı değil;



FİMAK, insani ve ahlaki değerlere dayalı üretim politikası, kaliteye verdiği tavizsiz yaklaşımı ve yerli ve milli duruşuyla gelecek yıllarda da global arenada başarı hikayeleri yazmaya devam edecek.



Türk sanayisinin ve yerli mühendisliğin geldiği seviyenin de güçlü bir göstergesi oldu.





DÜNYA CEVİZ GÜNÜ, HORECA SEKTÖRÜNÜ BİR ARAYA GETİRDİ

HORECA TREND ve California Ceviz Komisyonu (California Walnuts) iş birliğiyle Ankara Sheraton Otel'de düzenlenen Dünya Ceviz Günü etkinliğinde HORECA sektörünün temsilcileri bir araya geldi.

Yiyecek, içecek, konaklama ve catering sektörünün önde gelen temsilcileri, Ankara Sheraton Otel'de düzenlenen "Dünya Ceviz Günü" etkinliğinde bir araya geldi. Katılımcılar, cevizin sağlık ve gastronomideki yerini daha yakından tanıma fırsatı buldu.

Etkinlik, HORECA TREND Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Elif Akın Yüksel'in açılış konuşması ile başladı. Etkinlik kapsamında söz alan California Ceviz Komisyonu (California Walnuts) Türkiye Temsilcisi Feray Alpay, California cevizi hakkında detaylı bilgiler paylaştı. Cevizin üretim aşamaları, kalite standartları ve besin değerleri hakkında sunum yaptı.

Anadolu Ankara Turizm İşletmecileri Derneği (ATİD) Başkanı Birol Akman ise, turizm sektörünün gıda ile ilişkisine, Ankara ve Anadolu gastronomi turizminin önemine dair bir konuşma gerçekleştirdi.

Etkinliğin en dikkat çekici bölümlerinden biri olan "California Cevizi



ile Sağlık ve Lezzet Buluşması" başlıklı panelin moderatörlüğünü Elif Akın Yüksel üstlendi. Panelde, Dr. Diyetisyen ve Psikolog Pırlıl Şenol ile Şef Emrah Fandaklı, cevizin insan sağlığına olan olumlu etkilerini ve cevizle hazırlanabilecek yaratıcı tarifleri katılımcılarla paylaştı.

Panelin sonunda, cevizi mutfaklarında yoğun olarak kullanan Mahmut

Dolmacı Baklava & Pasta & Börek markasının kurucusu, Baklava Ustası Mahmut Dolmacı söz aldı. Cevizi tatlılarında kullandığını belirten Dolmacı, aynı zamanda dev baklava ile kırdığı dünya rekorundan da bahsetti.



Panelin ardından katılımcılar, Sheraton Otel Executive Şefi ve Türkiye Aşçılar Federasyonu (TAFED) Başkanı Zeki Açıköz'ün koordinasyonunda hazırlanan özel California ceviz temalı menünün tadını çıkardı. Menüde yer alan lezzetler büyük beğeni topladı. Ayrıca, Şef Emrah Fandaklı tarafından hazırlanan sıcak cevizli salatının canlı sunumu gerçekleştirildi ve finalde sunulan California cevizli incir tatlısı konuklara ikram edildi.

Etkinlik, HORECA profesyonelleri ile sektör paydaşlarını bir araya getirerek, California cevizinin sektördeki potansiyelini gözler önüne serdi.



Chef In[®]

Şefler hayal eder, Chef In gerçekleştirir.

Chefs dream, Chef In makes it happen.

