Wonderful

Avrupa Gençleri İçin Yeşil, Dijital ve Dayanıklı Girişimcilik Büyüme Modeli

iED

ESICA

EURASIA INSTITUTE

Gelecek Kalkınma Girişimi

IMPACT HUB

Co-funded by the European Union

Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar(lar)a aittir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansı'nın (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Avrupa Birliği veya EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.

İçindekiler

Ne yapıyoruz? ..... sayfa 2

Türkiye Vaka Çalışmaları ..... sayfa 4

Belçika Vaka Çalışmaları ..... sayfa 12

Yunanistan Vaka Çalışmaları ..... sayfa 20

İsveç Vaka Çalışmaları ..... sayfa 31

Avusturya Vaka Çalışmaları ..... sayfa 36

El Yapımı Kozmetik Ürünler Hakkında Ülkeye Özgü Bilgiler ..... sayfa 39

Wonderful

Avrupa Gençleri İçin Yeşil, Dijital ve Dayanıklı Girişimcilik Büyüme Modeli

ORTAKLAR

IMPACT HUB

ESICA

EURASIA INSTITUTE

FDI

IED

HARİKA Yolculuğa Katılın!

https://wonderful-enterprise.eu/

Wonderful Enterprise

TikTok Wonderfulprojectt

El Yapımı Kozmetik Girişimciliğiyle Genç Kadınların Güçlendirilmesi

Co-funded by the European Union

Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar(lar)a aittir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansı'nın (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Avrupa Birliği veya EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.

ODAK NOKTAMIZ ŞUDUR:

Doğal ve Sürdürülebilir Kozmetik: Sağlık ve çevresel refah için doğal içeriklerin kullanımını teşvik eder.

Girişimci Güçlendirme Genç kadınların kendine güvenen iş yaratıcıları olmalarına destek oluyoruz.

Sürdürülebilirlik ve İnovasyon Çevre dostu üretimi ve dijital girişimciliği teşvik etmek.

NE YAPIYORUZ

1. Girişimcilik ve sürdürülebilir üretim odaklı, ilgi çekici, erişilebilir ve pratik kaynaklar.
2. Yaygın ve İş Temelli Öğrenme metodolojilerine dayalı etkileşimli atölyeler ve öğrenme programları.
3. Gençlik Çalışanlarına Araçlar Sağlayın
4. İşbirliğini Teşvik Edin

WONDERFUL NEDEN ÖNEMLİDİR?

Genç işsizliğini, istihdam edilebilirliği ve girişimcilik becerilerini geliştirerek ele alır.

Yeşil, dijital ve kapsayıcı bir Avrupa'ya katkıda bulunur.

Kozmetik sektöründe sürdürülebilirliği, kendi kendine yeterliliği ve yeniliği teşvik eder.

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

Vaka Çalışmaları

ÜLKE ADI: Türkiye

Co-funded by the European Union

Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar(lar)a aittir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansı'nın (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Avrupa Birliği veya EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

Vaka incelemeleri

Doğal kozmetik ürünlerinin faydalarına ilişkin ilgili istatistikler:

Klinik çalışmalar ve analizlere göre, bitki bazlı ve botanik veya genel olarak yeşil ürünler cilt nemlendirmesini önemli ölçüde iyileştirebilir. Ayrıca melanin seviyelerini ve kızarıklığı azaltabilir, iltihap önleyici ve antioksidan etkiler gösterebilirler (Cheng vd., 2024; Fernandes vd., 2023). Piyasa araştırmaları, hızla büyüyen, tüketici odaklı doğal kozmetik pazarına dayanarak, doğal kozmetik pazarının 2025 yılında yaklaşık 52,4 milyar ABD doları olacağını tahmin etmektedir (ESW, 2021; Future Market Insights, 2025).
Doğal kozmetik ürünleri tüketmenin bir diğer temel motivasyonu da sağlık ve çevre kaygısıdır. Diğer ürünler genellikle ftalatlar, mikroplastikler, parabenler, endokrin bozulmasıyla ilgili maddeler ve ekolojik kalıcılık içerir. Doğal ürünler ise bu kimyasallara maruz kalmayı azaltarak kirliliği hafifletir (Bikiaris, 2024). Genel olarak, alandan elde edilen kanıtlar, doğal kozmetiklerin çevresel avantajlar, ölçülebilir cilt faydaları sunduğunu ve hızla genişleyen sürdürülebilir güzellik sektöründeki rollerini güçlendirdiğini göstermektedir (Cheng vd., 2024; Fernandes vd., 2023).

Güzellik sektörünün sürdürülebilirlik sorunlarını veya yönlerini ele alan temel ulusal politikalar, stratejiler veya yasal çerçeveler.

Türkiye'de çevre ve ürün güvenliğine yönelik düzenlemeler mevcuttur: bunlar arasında ürün yönetmeliği, ulusal atık/döngüsel ekonomi programları ve atık/ambalaj kanunu yer almaktadır. Kozmetik Ürünler Yönetmeliği, yerel düzeyde kozmetik ürünler için geçerli olan düzenleyici çerçevedir. AB kozmetik kurallarıyla uyumludur, insan sağlığını korumayı amaçlar ve etiketleme ile yasaklı/sınırlı maddeleri belirleyerek sorumlu kişilerin yükümlülüklerini ortaya koyar. Bu hükümler ayrıca formülasyon seçimlerini ve yeşil/doğal iddialarına yönelik pazar erişimini de etkiler. (Tunca Hukuk; GSO)
Ambalaj Atıklarının Kontrol Yönetmeliği ve ilgili değişiklikler, üretici sorumluluğu, geri dönüşüm/geri kazanım hedefleri ve toplama sistemleri belirleyerek ambalaj ve tüketim sonrası atıkları düzenlemektedir. Bunlar ayrıca, Bakanlığın geri dönüşümü artırmaya ve depolama alanlarını azaltmaya odaklanan Sıfır Atık programıyla da uyumludur. Geri dönüşüm hedeflerini, kişisel bakım atık akışlarını kapsayan döngüsel ekonomi hedeflerini ve ekonomi hedeflerini içeren ulusal atık yönetimi stratejileri, Türkiye'nin Eylem Yönetmeliği ve Ulusal Atık Yönetimi'nde yer almaktadır. Bunlar, belediye toplama ve endüstri uygulamalarını etkilemektedir (Ulusal Atık Yönetimi Planı 2016–2023).
Akademik ve sektörel analizler, bu düzenlemelerin -yeşil pazarlama standartları, gönüllü eko-sertifikalar ve tüketici baskılarıyla birlikte- Türkiye'de doğal içeriklere, sürdürülebilir tedarike ve sürdürülebilir ambalaj tasarımına yönelik endüstri geçişlerini nasıl şekillendirdiğini vurgulamaktadır (İnal, 2023; Urkut & Cengiz, 2021; İkizoğlu, 2024).

Co-funded by the European Union

Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar(lar)a aittir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansı'nın (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Avrupa Birliği veya EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

Vaka incelemeleri

Türkiye'de iklim değişikliğinin etkilerinin derecesi

Türkiye, iklim değişikliğinin etkilerini giderek daha fazla yaşıyor. Ülke genelindeki yıllık ortalama sıcaklık 12,9°C'den 15,1°C'ye, maksimum sıcaklık ise 24,6°C'den 25,8°C'ye yükseldi (Gümüş, Oruç, Yücel ve Yılmaz, 2023). Bu artışlar, aşırı hava olaylarının daha sık yaşanmasına da zemin hazırladı. Benzer şekilde, şehir başına düşen aşırı hava olayı sayısı da 0,3'ten 8'e çıktı (Gümüş vd., 2023).
Yağış rejimindeki değişiklikler, kuraklık ve artan potansiyel buharlaşma oranları özellikle Türkiye'nin Doğu Anadolu ve Ege bölgelerinde daha belirgin hale geldi. (Rustem & Günal, 2022)
Bu durum su kaynakları üzerinde büyük bir baskı oluşturmakta ve tarımsal karlılığı olumsuz yönde etkilemektedir. Bazı şehirlerde, bölgesel farklılıklarla birlikte, tahıl üretiminde azalma gözlemlenmiştir. (Yükçü, 2024)

Deniz seviyesindeki artış ve kıyı erozyonu da önemli riskler arasında yer almaktadır. Örnek olarak, Çukurova Deltası'nda 1992-2012 dönemi arasında yıllık deniz seviyesi artışı genel olarak 3,4±0,1 mm/yıl olarak hesaplanmıştır (Aykut & Tezcan, 2024). Ayrıca, Mersin-İskenderun Körfezi kıyı şeridinin %24,7'si çok yüksek düzeyde, %27,4'ü ise yüksek düzeyde kırılganlık göstermekte olup altyapı ve yerleşim alanları için ciddi bir tehdit oluşturmaktadır (Aykut & Tezcan, 2024).

Sonuç olarak, Türkiye'deki iklim değişikliği, sıcaklık artışı, aşırı hava olayları, kuraklık, su kıtlığı ve deniz seviyesinin yükselmesi gibi etkilerle ülkenin ekosistemlerini, tarımını, su kaynaklarını ve kıyı altyapısını tehdit etmektedir. Bu nedenle, uyum ve azaltma stratejilerinin uygulanması büyük önem taşımaktadır (Gümüş vd., 2023; Rüstem & Günal, 2022; Yükçü, 2024; Aykut & Tezcan, 2024).

Co-funded by the European Union

Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar(lar)a aittir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansı'nın (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Avrupa Birliği veya EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

Vaka incelemeleri

El yapımı kozmetik işletmeleri iklim değişikliğiyle mücadeleye ve dijital dönüşümün desteklenmesine nasıl katkıda bulunabilir?

El yapımı kozmetik üretimi, diğer büyük ölçekli endüstriyel kozmetik üretimine kıyasla daha düşük karbon ayak izine sahiptir. Bu üretim tarzı, genellikle yerel ve doğal içeriklerin kullanımı yoluyla çevresel etkileri azaltır. Türkiye'de doğal içeriklere olan talep artmaktadır ve bu da yerel üreticilerin sürdürülebilir ürünler kullanmasına olanak tanır. Örneğin, doğal sabun üreten küçük işletmeler, kimyasal içeriklerden kaçınarak su kaynaklarının korunmasına katkıda bulunurlar (Kurt & Akdur, 2024). El yapımı kozmetik üreticileri, bu dijital platformlar aracılığıyla ürünlerini sunabilir ve daha geniş bir kitleye ulaşabilirler. Türkiye bağlamında, dijital dönüşüm özellikle KOBİ'ler için önemli fırsatlar sunmaktadır. Örneğin, "İkiz Dönüşüm" stratejisi kapsamında, yeşil ve dijital dönüşüm süreçlerinin entegrasyonu teşvik edilmektedir (APO, 2025).

Vaka 1:

İpekyolu Kadın Kooperatifi (Mardin) — natural / Halep / Bıttım soaps

Mardin İpekyolu Kadın Kooperatifi, Türkiye'nin güneydoğusunda yer alan, Halep, Mardin ve Bittım gibi geleneksel el yapımı sabunların yanı sıra doğal zeytinyağı kalıpları üretmeye adanmış, kadın liderliğindeki bir kooperatiftir. Bu kooperatif, geleneksel bilgi birikimini modern girişimcilikle birleştirerek bölgesel el sanatlarının korunmasına da katkıda bulunmaktadır. Kooperatif, çoğunlukla yerel ve kırsal kesimden kadınlardan oluşmaktadır. Bu girişim sayesinde kooperatif, kadınlar için istihdam olanakları yaratmanın yanı sıra, geleneksel sabun üretiminin korunmasına da hizmet etmektedir.
Son zamanlarda, dijital araçlar geliştirme ve e-ticaret stratejileri kullanarak pazar erişimini genişletme konusunda önemli bir dönüşüm geçirdi. Geleneksel üretim tekniklerini satış yöntemleri ve dijital pazarlamayla birleştirerek, kırsal kadınların ekonomik kalkınması için bir model haline geldi.
Başarı öyküsü, küçük ölçekli, el yapımı kozmetik üreticilerinin kültürel mirası korurken, sürdürülebilirliği teşvik ederken ve bölgesel ekonomilerdeki kadınları güçlendirirken dijital dönüşüme nasıl katılabileceğini gösteriyor.

Co-funded by the European Union

Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar(lar)a aittir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansı'nın (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Avrupa Birliği veya EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.

Vaka incelemeleri

Vaka çalışmasının dijital dönüşümü teşvik etme ile ilişkisi

2019-2024 döneminde İpekyolu kooperatifi, yalnızca yerel satışlar ve köy pazarlarından dijital kanallara geçiş yaptı. Ürünleri online pazar yerlerinde ve ulusal haberlerde yer aldı. Türkiye genelindeki müşterilere ulaşmak için Trendyol ve diğer e-ticaret kanallarını kullandılar. Bu değişim, iş birliğine dayalı ve uyarlanabilir dijital beceriler gerektirdi. Burada bahsedilen dijital dönüşüm, yalnızca online mağazaya sahip olmakla ilgili değil, online alıcılar için kaliteli fotoğraflar çekmeyi, ürün açıklamalarını resmileştirmeyi ve bu unsurları lojistik ve pazar yeri siparişleriyle entegre etmeyi de içeriyor.

İklim değişikliğiyle mücadeleyle ilişkisi
İpekyolu'nun el yapımı sabun üretimi, yerel kaynaklı, az işlenmiş malzemelerden (yerel zeytinliklerden zeytinyağı, bittim/yabani fıstık yağı, defne yaprağı vb.) ve sentetik petrokimyasal katkı maddelerinden ve seri kozmetikte kullanılan enerji yoğun endüstriyel süreçlerden kaçınan geleneksel soğuk/kaynatma sabun yöntemlerinden yararlanmaktadır. Yerel girdilere ve basit formülasyonlara öncelik verilerek, birçok endüstriyel kozmetiğe kıyasla, içerik işleme ve uzun tedarik zincirleriyle ilişkili yaşam döngüsü emisyonları azaltılmaktadır.

İpekyolu örneğinde iklim açısından olumlu olan diğer hususlar şunlardır:
(1) Bölgesel peyzajların korunmasına yardımcı olan ve ulaşım yoğunluklu kaynak kullanımını azaltan yerel tarımın (yerel zeytinyağı ve bıttım yağı talebi) desteklenmesi;
(2) Plastik atıkları ve tek kullanımlık kozmetik ambalajlardaki gizli emisyonları azaltan, düşük ambalajlı veya plastiksiz sabunlar üretmek (birçok el yapımı sabun kutusuz veya basit geri dönüştürülebilir ambalajlarda satılmaktadır); ve (3) Kırsal toplulukların emisyonları artırabilecek arazi kullanım değişikliklerine karşı uygulanabilir alternatiflere sahip olmaları için yerel geçim kaynaklarını güçlendirmek. Bilinçli küçük ölçekli üretimle (aşırı üretim yok, sipariş üzerine üretim) birleştirildiğinde, bu uygulamalar birim başına karbon yoğunluğunu düşürerek ve atık akışlarını azaltarak azaltma hedefleriyle uyumludur.

Co-funded by the European Union

Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar(lar)a aittir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansı'nın (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Avrupa Birliği veya EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

Vaka incelemeleri

DURUM 2:
Samandağ Kadın Kooperatifi, Hatay'ın Samandağ ilçesinde bulunan ve bölgenin geleneksel defne ve zeytinyağı bazlı el yapımı sabunlarıyla tanınan, kadın liderliğindeki bir kuruluştur. Bu kooperatifin kuruluşunun temel amacı, yerel kadınları güçlendirmek, geleneksel sabun yapım bilgisini korumak ve sürdürülebilir üretim yoluyla yerel ekonomiyi güçlendirmektir.

Kooperatif, yerel kadınları güçlendirmek, atalarımızdan kalma sabun yapım bilgisini korumak ve sürdürülebilir üretim yoluyla yerel ekonomiyi güçlendirmek amacıyla kurulmuştur. Defne yağı, zeytinyağı, su ve kostik soda gibi yerel kaynaklı ve tamamen doğal malzemeler kullanan kooperatif, çevre dostu ve kimyasal içermeyen bir üretim sürecini sürdürmektedir. Sabunları biyolojik olarak parçalanabilir, yapay koku veya renklendirici içermez ve cilt dostu, doğal özellikleri nedeniyle değerlidir.

İklim değişikliğiyle mücadeleyle ilişkisi

Samandağ kooperatifleri tarafından üretilen defne ve zeytinyağı sabunları, iklime duyarlı, düşük etkili değer zincirlerine çeşitli şekillerde katkıda bulunuyor. Birincisi, petrokimyasallardan elde edilen sentetik kozmetik hammaddelerine kıyasla az endüstriyel işlem gerektiren yerel olarak temin edilebilen bitkisel girdilere (defne yağı, zeytinyağı) dayanıyorlar. Yerel kaynak kullanımı, tedarik zincirlerini kısaltıyor ve ulaşımla ilgili emisyonları azaltıyor. İkincisi, geleneksel sabun üretimi genellikle daha basit formülasyonlar ve küçük partiler halinde üretim süreçleri kullanıyor; bu da, birden fazla kimyasal işlem adımı gerçekleştiren ve özel tesislere ihtiyaç duyan büyük endüstriyel kozmetik fabrikalarına kıyasla üretim enerji yoğunluğunu düşürüyor. Geleneksel Türk sabunları ve kooperatif ürün açıklamaları hakkındaki kaynaklar, bu düşük girdi üretim yöntemlerini ve doğal içerik kullanımının sürdürülebilirlik faydalarını vurguluyor. Üçüncüsü, birçok kooperatif düşük atık ambalajlama ve geleneksel kalıp formatlarını vurguluyor; bu da plastik kullanımını ve ambalaj üretimi ve bertarafının içerdiği emisyonları azaltıyor. Son olarak, kooperatifler, arazinin daha karbon yoğun kullanımlara dönüştürülmesi yerine sürdürülebilir yönetim altında kalmasına yardımcı oluyor. Özetle, Samandağ örneği, bölgesel kökenli el yapımı kozmetik ürünlerinin, tedarik zincirlerini kısaltarak, sentetik girdileri azaltarak ve ambalajın yanı sıra üretim atıklarını en aza indirgeyerek, zanaatkârların geçim kaynaklarını iklim değişikliğiyle mücadeleyle nasıl uyumlu hale getirebileceğini göstermektedir.

Co-funded by the European Union

Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar(lar)a aittir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansı'nın (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Avrupa Birliği veya EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

Vaka incelemelerinin özeti ve raporu

Vaka çalışmasının dijital dönüşümü teşvik etme ile ilişkisi

Samandağ Kadın Kooperatifi, kırsal kesimdeki el sanatları üreticilerinin dijital araçları ve platformları benimsemesinin açık ve çağdaş bir örneğini sunmaktadır. Kooperatif, çevrimiçi bir web sitesi (samandagkadinkoop.com) işletmekte ve ürünleri bölgesel toplayıcı pazaryerlerinde (HayatHatay, AnatoliaBazaar) ve ulusal e-ticaret kanallarında (örneğin Hepsiburada'daki listelemeler) yer almaktadır; bu durum pazaryeri sayfalarında ve yerel haberlerde belgelenmiştir.
Bu kanallar kooperatiflerin şunları yapmasını sağlar:
(a) maliyetli aracılar olmadan kentsel ve diaspora tüketicilerine ulaşmak, (b) dijital ödeme ve nakliye lojistiği elde etmek ve (c) üretimi ayarlayabilmek için belirli sabun türlerine olan talebi belirlemek amacıyla platform analitiğini kullanmak (tanımlı oranlar, paketleme boyutları).
Dijital dönüşüm aynı zamanda kapasite geliştirmeyi de içeriyor: dijital sipariş yönetimi, temel e-ticaret uyumluluğu (uzaktan satış yasası/KVKK bildirimlerinin sitelerde gösterilmesi) ve kırsal kooperatifleri dijital pazarlara dahil etmek için özel olarak oluşturulmuş tematik platformlarda (Hepyerinden) üçüncü taraf lojistik ve listeleme kullanımı. Bu, küçük üreticiler için dönüştürücü bir etki yaratıyor: yerel pazarlarla sınırlı kalmak yerine, siparişleri merkezileştirebilir, envanteri yönetebilir ve müşterilerden uzaktan geri bildirim alabilirler. Kriz bağlamlarında (örneğin Hatay'daki deprem sonrası toparlanma sürecinde), dijital kanallara sahip olmak, gelir akışlarını yeniden başlatmak ve pazar bağlantılarını yeniden kurmak için daha hızlı bir yol sunmuştur. Bu nedenle Samandağ örneği, dijital araçların - basit e-mağazalar, pazar yeri entegrasyonu, sosyal medya hikaye anlatımı - el yapımı kozmetik ürünlerinin ölçeklendirilmesinde ve üretimin topluluk mülkiyetinin korunmasında pratik kaldıraçlar olduğunu göstermektedir.

Co-funded by the European Union

Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar(lar)a aittir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansı'nın (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Avrupa Birliği veya EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.

Referanslar

Kozmetik Ürünler Yönetmeliği. Resmî Gazete (32184), 8 May 2023. (See commentary/summary). Tunca Hukuk / TİSD. Tunca Law Office+1 Kozmetik Ürünler Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik. Resmî Gazete, 05 Mar 2024. (summary). Obdan Sistem Ambalaj Atıklarının Kontrolü Yönetmeliği. (Ministry of Environment files). Web Dosya+1 Ministry of Environment, Urbanisation and Climate Change. Zero Waste Book / Sıfır Atık (overview). European Environment Agency Ministry of Environment. Ulusal Atık Yönetimi ve Eylem Planı (National Waste Management Action Plan) 2016–2023. wtert.net İnal, Ö. (2023). Yeşil kozmetikler (review). DergiPark. DergiPark Urkut, S., & Cengiz, E. (2021). The effect of green marketing on consumers' purchase intention for eco-friendly cosmetics. DergiPark. DergiPark İkizoğlu, B. (2024). The Development of a Zero Waste and Sustainable Waste Management Behavior Scale in Türkiye. Sustainability, 16, 10181. https://doi.org/10.3390/su162310181.

Kurt, G., & Akdur, R. (2024). Türkiye'de İklim Değişikliği Kaygısı İklim Eylemine Hangi Koşullar Altında Katkıda Bulunur: Bu İlişkiyi Ne Düzenler? Sürdürülebilirlik, 16(6), 2269. https://doi.org/10.3390/su16062269 APO. (2025). Türkiye'de İkiz Dönüşüm Sürecine Genel Bakış. https://www.apo-tokyo.org/wp-content/uploads/2025/01/AN-OVERVIEW-OF-THE-TWIN-TRANSFORMATION-PROCESS-IN-TURKIYE_PUB.pdf Cheng, F., vd. (2024). Bitkisel Bazlı Preparatların Topikal Uygulamasının Etkinliği ve Güvenliği: Bir Meta-Analiz. PubMed Central'dan alındı. PMC Fernandes, A., vd. (2023). Cilt Uygulamaları için Doğal Ürünlerin Sistematik Bir İncelemesi. Kozmetik Dermatoloji Dergisi / İnceleme. ScienceDirect ESW. (2021). Temiz Güzellik Pazarı: Rakamlarla. ESW Insights. (2021'in ilk yarısında satışlarda yaklaşık %33'lük bir artış kaydedildi). ESW Future Market Insights. (2025). Doğal Kozmetik Pazarı Büyüklüğü ve Yenilikleri 2025–2035 (piyasa tahmini: 2025'te yaklaşık 52,4 milyar ABD doları). Future Market Insights Bikiaris, N. (2024). Kozmetiklerde mikroplastikler: etkileri ve alternatifleri üzerine bir inceleme. Kozmetik (MDPI).

Aykut, F., & Tezcan, D. (2024). Güneydoğu Türkiye kıyı şeridinde deniz seviyesi yükselmesinin etkilerinin değerlendirilmesi: Kıyısal kırılganlık perspektifi. PFG - Fotogrametri, Uzaktan Algılama ve Coğrafi Bilgi Bilimi Dergisi, 92, 335-352. https://doi.org/10.1007/s41064-024-00284-0 Gümüş, B., Oruc, S., Yücel, İ., & Yılmaz, M. T. (2023). Yüksek çözünürlüklü CMIP6 iklim modelleriyle yönlendirilen Türkiye'deki aşırı iklim endeksleri üzerindeki iklim değişikliğinin etkileri. Sürdürülebilirlik, 15. https://doi.org/10.3390/su15097202 Rustem, J., & Günal, M. (2022). Türkiye'deki su kaynakları üzerindeki iklim değişikliğinin etkileri üzerine inceleme. İleri Mühendislik Günleri (AED), 5. https://publish.mersin.edu.tr/index.php/aed/article/view/790 Yükçü, Ş. S. (2024). Türkiye'de iklim değişikliğinin buğday üretimi üzerindeki etkilerine ilişkin mekansal panel veri analizleri (Yüksek Lisans tezi). Orta Doğu Teknik Üniversitesi. https://open.metu.edu.tr/handle/11511/111477

Co-funded by the European Union

Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar(lar)a aittir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansı'nın (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Avrupa Birliği veya EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

Vaka Çalışmaları

ÜLKE ADI: Belçika

Co-funded by the European Union

Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar(lara) aittir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansı'nın (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Avrupa Birliği veya EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

Vaka incelemeleri

Doğal kozmetik ürünlerinin faydalarına ilişkin ilgili istatistikler

Belçika'nın güzellik ve kişisel bakım pazarı, 2023 yılında yaklaşık 2,3 milyar Euro değerindeydi ve bu da Avrupa kozmetik sektöründeki önemini vurguluyor. (CBI+2FashionNetwork+2) Bunun içinde, doğal cilt bakım segmentinin 2025 yılında yaklaşık 126,43 milyon ABD dolarına ulaşması bekleniyor; bu da yaklaşık 115 milyon Euro'ya denk geliyor (1 ABD doları = 0,91 Euro civarında bir döviz kuru varsayılarak). (Statista) Bu çevre dostu segmentteki büyüme, tüketicilerin sürdürülebilir, hayvanlar üzerinde test edilmemiş ve şeffaf ürünlere olan talebinden kaynaklanıyor ve Belçika'daki daha geniş kozmetik pazarı 2022'den 2023'e yaklaşık %6,7 oranında büyüdü. (CBI) Genç girişimciler ve küçük ölçekli üreticiler için bu gerçek bir fırsat yaratıyor: Artan pazar büyüklüğü ve tüketici tercihlerindeki değişimler, Belçika'da el yapımı, sürdürülebilir bir kozmetik serisi başlatmanın büyüyen bir eko-pazara erişim anlamına geldiği anlamına geliyor. Veriler, balmumu gibi bileşenlerin halihazırda güçlü bir talep gördüğünü ve Belçika'nın 2023 yılında yaklaşık 1,1 milyon avro değerinde balmumu ithal ettiğini gösteriyor. CBI'ya göre, bu rakamlar genel olarak doğal kozmetiklerin sadece tüketici açısından değil, aynı zamanda Belçika'da ekonomik olarak da uygulanabilir olduğunu vurguluyor ve bu da onları özellikle genç girişimcilik eğitimi ve yeşil iş girişimleri için uygun bir odak noktası haline getiriyor.
Güzellik sektörünün sürdürülebilirlik sorunlarını veya yönlerini ele alan temel ulusal politikalar, stratejiler veya yasal çerçeveler.

Belçika, güzellik sektöründe sürdürülebilirliği çeşitli ulusal ve AB uyumlu çerçeveler aracılığıyla ele almaktadır. Belçika'nın 17 Temmuz 2012 tarihli Kraliyet Kararnamesi ile yürürlüğe giren AB Kozmetik Yönetmeliği (EC No. 1223/2009), ürün güvenliğini, şeffaflığı ve sorumlu üretimi sağlamaktadır. Endokrin Bozucu Maddeler Ulusal Eylem Planı (2022–2026), sağlık ve çevre risklerini azaltmak için kozmetik ürünlerdeki zararlı maddeleri hedef almaktadır. Belçika'nın Döngüsel Ekonomiyi Yeniden İnşa Etmesi ve Avrupa Yeşil Mutabakatı gibi daha geniş kapsamlı girişimler, kozmetik dahil olmak üzere tüm sektörlerde döngüsel ekonomi modellerini, sürdürülebilir ambalajları ve atık azaltımını teşvik etmektedir. Ayrıca, sıkı tüketici koruma yasaları, yanlış veya yanıltıcı çevre iddialarını önleyerek pazarlama bütünlüğünü sağlamaktadır. Bu önlemlerin tümü, Belçika güzellik markalarını daha temiz içerikler, çevre dostu ambalajlar ve sürdürülebilir iş modelleri benimsemeye teşvik ederken, ulusal ve AB sürdürülebilirlik hedeflerine de katkıda bulunmaktadır.

Co-funded by the European Union

Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar(lar)a aittir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansı'nın (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Avrupa Birliği veya EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

Vaka incelemeleri

Belçika'da iklim değişikliğinin etkilerinin derecesi:

Belçika, iklim değişikliğinin somut etkilerini giderek daha fazla yaşıyor ve bu etkiler çevresel, ekonomik ve sosyal boyutlarda daha görünür hale geliyor. Belçika'da ortalama yıllık sıcaklıklar, 19. yüzyılın sonlarından bu yana yaklaşık 2,5°C artarak küresel ortalama ısınma oranını aştı. Bu eğilim, 2019 ve 2022'de sıcaklıkların ilk kez 40°C'yi aştığı gibi daha sık sıcak hava dalgalarına yol açtı. Sel, kuraklık ve şiddetli yağışlar da dahil olmak üzere aşırı hava olayları da yoğunlaşıyor. Temmuz 2021'de Valonya'da 41 can kaybına ve milyarlarca avroluk hasara yol açan yıkıcı seller, yerel toplulukları etkileyen iklimle ilgili felaketlerin çarpıcı bir örneği olmaya devam ediyor.
Deniz seviyesinin yükselmesi, özellikle alçak bölgelerin fırtına dalgalarına ve tuzlu su girişine karşı savunmasız olduğu Flanders'da olmak üzere, Belçika'nın kıyı bölgeleri için ek riskler oluşturmaktadır. İklim değişikliği ayrıca tarımı, biyoçeşitliliği ve enerji sistemlerini de etkileyerek, ürün verimini değiştirmekte, orman sağlığını tehdit etmekte ve sıcak hava dalgaları sırasında enerji talebini artırmaktadır.
Buna karşılık Belçika, 2030 yılına kadar sera gazı emisyonlarında %55'lik bir azalma ve 2050 yılına kadar iklim nötrlüğüne ulaşmayı hedefleyen Ulusal Enerji ve İklim Planı'nı (NECP 2021–2030) uygulamaya koymuştur. Bu taahhütlere rağmen, iklim değişikliğinin artan etkilerini yönetmek için devam eden uyum çalışmaları ve federal ve bölgesel hükümetler arasında daha güçlü bir koordinasyon hayati önem taşımaktadır.

El yapımı kozmetik işletmeleri iklim değişikliğiyle mücadeleye ve dijital dönüşümün desteklenmesine nasıl katkıda bulunabilir?

El yapımı kozmetik işletmeleri, dijital dönüşümü desteklerken iklim değişikliğiyle mücadelede önemli bir rol oynayabilir. Yerel kaynaklı doğal içerikler kullanarak, yeniden doldurulabilir ve biyolojik olarak parçalanabilir ambalajlar benimseyerek ve küçük partiler halinde üretim yaparak, bu işletmeler emisyonları, atıkları ve seri üretime olan bağımlılığı azaltır. Birçoğu ayrıca ham maddeleri geri dönüştürür, yenilenebilir enerji kullanır ve yenilenebilir çiftliklerle ortaklık kurarak döngüsel, düşük karbonlu bir model oluşturur. Dijital tarafta ise e-ticaret platformları, çevrimiçi atölyeler ve QR kodlu izlenebilirlik araçları şeffaflığı artırır ve fiziksel kaynak kullanımını en aza indirir. Dijital envanter sistemleri ve veri odaklı talep tahmini, aşırı üretimi daha da azaltırken, sosyal medya ve sanal öğrenme, yüksek seyahat emisyonları olmadan sürdürülebilir girişimcilik eğitimine erişimi genişletir. Çevrimiçi yeniden doldurma abonelik modelleri, ön siparişli mevsimlik ürünler ve QR bağlantılı içerik hikayeleri gibi örnekler, el yapımı kozmetiklerin sürdürülebilirlik ve teknolojiyi nasıl birleştirebileceğini göstermektedir. Birlikte, bu çevre dostu ve dijital uygulamalar, özellikle kadın ve genç girişimcileri, yalnızca karbon ayak izlerini azaltmakla kalmayıp aynı zamanda daha sürdürülebilir bir güzellik endüstrisine doğru daha geniş bir davranış değişikliğine ilham veren yeşil, dayanıklı işletmeler kurmaya teşvik eder.

Co-funded by the European Union

Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar(lar)a aittir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansı'nın (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Avrupa Birliği veya EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

Vaka incelemeleri

DURUM 1:
Karikemité: Sürdürülebilir Güzellik İçin Afrika Mirası ve Belçika El Sanatları Birleşimi. 2017 yılında Daya Barry tarafından kurulan Karikemité, Batı Afrika doğal cilt bakım geleneklerini Avrupa el sanatları kalite standartlarıyla güzel bir şekilde birleştiren, Belçika merkezli el yapımı bir kozmetik markasıdır. Senegal ve Moritanya arasında büyüyen Daya, yerel olarak "kadınların altını" olarak bilinen shea yağının günlük yaşamda merkezi bir yere sahip olduğu zengin güzellik ritüellerine dalmıştı. Bu erken deneyim, doğal içeriklere ve bütünsel cilt bakım uygulamalarına olan ömür boyu sürecek tutkusunu ateşledi.
Daya Avrupa'ya taşındığında, ticari kozmetik endüstrisi ile Afrika geleneklerinin otantik, doğal bilgeliği arasında bir kopukluk fark etti. Birçok ana akım ürün, sentetik içeriklere ve endüstriyel süreçlere dayanıyor, doğal güzellik bakımının saflığını ve kültürel anlamını yok ediyordu. Bu boşluğu kapatmak için, özgünlüğü, sürdürülebilirliği ve öz sevgiyi kutlayan "Karité" (shea yağı) ve "Kemité" (siyah kimlik) kelimelerinin birleşimini simgeleyen Karikemité adını yarattı.
Marka, etik kaynak kullanımına önem veriyor ve yüksek kaliteli, işlenmemiş shea yağı elde etmek için Batı Afrika'daki kadın kooperatifleriyle doğrudan ortaklık kuruyor. Bu yaklaşım, yerel üreticiler için adil gelir sağlamanın yanı sıra, kısa tedarik zincirleri sayesinde çevresel etkiyi de azaltıyor. Belçika'da üretim süreci, Avrupa kozmetik güvenlik standartlarını karşılarken, içeriklerin doğal bütünlüğünü koruyan geleneksel yöntemlerle gerçekleştiriliyor.
Ekolojik değerlerinin ötesinde, Karikemité kültürel güçlenmeyi ve dijital inovasyonu da temsil ediyor. Daya, çevrimiçi platformlar ve hikâye anlatımı aracılığıyla tüketicileri sürdürülebilir cilt bakımı ve Afrika güzellik mirası hakkında bilgilendirerek kapsayıcılığı ve bilinçli tüketimi teşvik ediyor. Bugün Karikemité, küçük, kadın liderliğindeki işletmelerin gelenek, sürdürülebilirlik ve dijital girişimciliği bir araya getirerek olumlu bir sosyal ve çevresel etki yaratma konusunda nasıl ilham verici bir model olarak öne çıkıyor.

Vaka çalışmasının dijital dönüşümü teşvik etme ile ilişkisi
Karikemité, küçük, kadın liderliğindeki işletmelerin sürdürülebilirliği ve kültürel özgünlüğü geliştirirken dijital dönüşümü nasıl teşvik edebileceğinin güçlü bir örneğini teşkil ediyor. Kurucusu Daya Barry, kuruluşundan itibaren Afrika geleneksel güzellik uygulamaları ile modern Avrupalı tüketiciler arasındaki uçurumu kapatmak için stratejik olarak dijital araçları benimsedi. Belçika'da faaliyet gösteren Karikemité, büyük ölçekli perakende dağıtımına bağımlı kalmadan küresel bir kitleye ulaşmak için e-ticaret platformlarından, sosyal medya pazarlamasından ve dijital hikaye anlatımından yararlandı ve böylece fiziksel mağazalar ve aşırı üretimle ilişkili çevresel etkiyi en aza indirdi.
Çevrimiçi mağazası aracılığıyla müşteriler, özellikle Batı Afrika'daki kadın kooperatiflerinden temin edilen shea yağı olmak üzere, her bir bileşenin kökeni hakkında bilgi edinebilirler. Bu dijital şeffaflık yalnızca güven oluşturmakla kalmaz, aynı zamanda tüketicileri etik ve sürdürülebilir üretim konusunda da eğitir. Markanın Instagram ve YouTube gibi platformlarda görsel hikaye anlatımını kullanması, geleneksel cilt bakım ritüellerini, el işçiliğiyle üretimi ve Afrikalı kadın üreticilerin güçlendirilmesini vurgulayarak kültürel mirası dijital bir öğrenme deneyimine dönüştürüyor. Dahası, dijital dönüşüm Karikemité'nin küçük bir işletme gibi verimli bir şekilde faaliyet göstermesini sağladı: siparişleri yönetmek, envanteri takip etmek ve tedarikçilerle dijital sistemler aracılığıyla iletişim kurmak.

Co-funded by the European Union
Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar(lar)a aittir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansı'nın (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Avrupa Birliği veya EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.

Vaka incelemeleri

Aynı zamanda sanal atölye çalışmaları ve doğal cilt bakımı ve sürdürülebilirlik konusunda farkındalık yaratan kampanyalar aracılığıyla toplumsal katılımı da teşvik etti. Gelenek ile teknolojiyi bütünleştirerek, Karikemité, el yapımı kozmetik markalarının dijital yeniliklerden nasıl yararlanarak etkiyi genişletebileceğini, izlenebilirliği sağlayabileceğini ve modern güzellik sektöründe kapsayıcı, düşük karbonlu girişimciliği teşvik edebileceğini gösteriyor.

İklim değişikliğiyle mücadeleyle ilişkisi

Karikemité, sürdürülebilir kaynak kullanımı, etik üretim ve düşük etkili iş uygulamalarına olan bağlılığıyla iklim değişikliğiyle mücadeleye doğrudan katkıda bulunuyor. Shea yağı, hindistan cevizi yağı ve uçucu yağlar gibi doğal, minimum düzeyde işlenmiş içerikler kullanarak, marka yüksek karbon ayak izine sahip petrokimyasallardan elde edilen sentetik kimyasallara olan bağımlılığını azaltıyor. Tedarik zinciri, Batı Afrika'daki yerel, kadın liderliğindeki kooperatiflere öncelik vererek, içeriklerin geleneksel, düşük enerjili yöntemlerle üretilmesini ve özellikle Sahel bölgesinde çölleşmeyi önlemeye ve biyoçeşitliliği desteklemeye yardımcı olan shea ağaçları gibi yenilenebilir ekosistemlerden hasat edilmesini sağlıyor.
Belçika'da Karikemité, endüstriyel üretime kıyasla enerji tüketimini ve atığı en aza indiren el yapımı bir üretim süreci sürdürüyor. Markanın geri dönüştürülebilir ve yeniden doldurulabilir ambalaj kullanımı ve bilinçli tüketim savunuculuğu, plastik atık ve yaşam döngüsü emisyonlarını daha da azaltıyor. Küçük partiler halinde üretim yaparak, ticari kozmetik sektöründe atık ve aşırı karbon emisyonuna yol açan önemli bir sorun olan aşırı üretim ve satılmayan stokların önüne geçiyor.
Dahası, Karikemité, çevresel ayak izini artıran aracıları ve nakliye adımlarını ortadan kaldırarak doğrudan tüketicilere satış yapmak için dijital araçlar kullanıyor. Sürdürülebilir güzellik konusunda hikaye anlatımı ve eğitim yoluyla marka, iklim sorumluluğu konusunda farkındalık yaratıyor ve tüketicileri hem insanlara hem de gezegene saygı duyan ürünleri seçmeye teşvik ediyor. Böylece Karikemité, el yapımı kozmetik sektöründe çevre bilincine sahip girişimciliğin ve iklim eyleminin nasıl bir arada var olabileceğini gösteriyor.

DURUM 2:

StillaOleum: Belçika'da Tıbbi Uzmanlığı, Kültürel Mirası ve Doğal Kozmetikleri Bir Araya Getiren Marka. Luiza Tashbaeva tarafından 2000 yılında kurulan StillaOleum, özgünlüğü, sağlık bilincini ve kültürel mirası birleştiren Belçika merkezli bir doğal kozmetik markasıdır. Aslen Özbekistanlı olan Luiza, Belçika'ya taşınmadan önce çocuk doktoru olarak kariyerine başlamış ve sonunda Liège'de bir huzurevinin müdürü olmuştur. 47 yaşında, çocukları büyüdükten sonra, çocukluk deneyimlerinden ve Özbekistan'dan gelen geleneksel bilgilerden ilham alarak, doğal ilaçlar ve kozmetiklere olan ömür boyu süren tutkusunun peşinden gitmeye karar vermiştir. Kişisel deneyim, tıbbi uzmanlık ve sağlıklı yaşama olan bağlılığın bu birleşimi, StillaOleum'un temelini oluşturmuştur.
İş modeli, dikkatli ürün seçimi ve kalite güvencesine önem vermektedir. Luiza, saf uçucu ve bitkisel yağlarla üretilen doğal kozmetik ürünlerini özenle seçerek, hem güvenlik hem de etkililik sağlamak için bileşimlerini tıbbi bilgisiyle değerlendirmektedir. Ürünler, geleneksel tedavi yöntemlerini modern doğal kozmetik standartlarıyla harmanlayarak, özgünlük arayan sağlık bilincine sahip tüketicilere hitap eden benzersiz bir niş oluşturmaktadır.

Co-funded by the European Union

Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar(lar)a aittir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansı'nın (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Avrupa Birliği veya EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.

Vaka incelemeleri

StillaOleum, ürün küratörlüğünün yanı sıra, fiziksel bir mağaza aracılığıyla doğrudan satış yaparak müşterilerle kişisel etkileşimi teşvik ediyor ve doğal güzellik uygulamaları etrafında bir topluluk oluşturuyor. Marka ayrıca, Luiza'nın mirasını ve uzmanlığını rekabetçi Belçika kozmetik pazarında bir fark yaratan bir unsur olarak öne çıkararak hikaye anlatımına ve marka kimliğine de yatırım yapıyor.
Şirket, 2020 yılında yüz, vücut, hijyen veya belirli yaş ve cinsiyet kategorileri için temalı seçenekler sunan kişiselleştirilmiş bir hediye kutusu konsepti olan StillaBox'ı piyasaya sürdü. Bu girişim, müşteri tercihlerini basitleştiriyor, alışveriş deneyimini geliştiriyor ve geleneksel bilgi, sağlık uzmanlığı ve tüketici odaklı pazarlamayı bir araya getiren yenilikçi bir yaklaşımı yansıtıyor.

İklim değişikliğiyle mücadeleyle ilişkisi

StillaOleum, sürdürülebilir kaynak kullanımı ve çevre dostu üretim yoluyla iklim değişikliğiyle mücadele ediyor. Doğal kozmetik ürünlerinde saf uçucu ve bitkisel yağlar kullanıyor, petrokimyasal bazlı içeriklerden kaçınıyor ve karbon emisyonlarını azaltıyor. Küçük ölçekli üretim ve minimum, geri dönüştürülebilir ambalaj, atık ve enerji kullanımını sınırlarken, kişiselleştirilmiş StillaBox bilinçli tüketimi teşvik ediyor.
Marka ayrıca etik ve yerel tedarik zincirlerini destekleyerek nakliye mesafelerini kısaltıyor ve karbon ayak izini azaltıyor. StillaOleum, hikâye anlatımı ve tüketici eğitimi yoluyla cilt bakımında sürdürülebilir ve iklime duyarlı seçimleri teşvik ediyor. Mirası, el yapımı yöntemleri ve çevreye duyarlı uygulamaları bir araya getiren şirket, küçük ve kadın liderliğindeki işletmelerin yüksek kaliteli doğal kozmetikler sunarken çevresel etkiyi nasıl en aza indirebileceğini gösteriyor.

Vaka çalışmasının dijital dönüşümü teşvik etme ile ilişkisi

StillaOleum, küçük, köklü bir kozmetik işletmesinin dijital dönüşümü nasıl kullanarak erişimini genişletebileceğini, operasyonlarını iyileştirebileceğini ve müşteri deneyimini geliştirebileceğini gösteriyor. Geleneksel yöntemlere ve yüz yüze satışlara dayanan marka, Liège'deki fiziksel mağazasının ötesine geçerek etkisini artırmak için dijital araçları benimsedi. 2020'de piyasaya sürülen StillaBox bu yaklaşımın en güzel örneği: Kişiselleştirilmiş hediye kutuları çevrimiçi olarak oluşturulup satın alınabiliyor, bu da müşterilerin markayla uzaktan etkileşim kurmasını sağlarken tercihler ve trendler hakkında değerli veriler sunuyor. Bu dijital yaklaşım, sipariş yönetimini, envanter planlamasını ve hedefli pazarlamayı kolaylaştırarak israfı azaltıyor ve operasyonel verimliliği artırıyor.

Co-funded by the European Union

Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar(lar)a aittir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansı'nın (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Avrupa Birliği veya EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.

.

Vaka incelemeleri

StillaOleum ayrıca, kurucusunun yolculuğunu, kültürel mirasını ve doğal içeriklerin faydalarını paylaşmak için sosyal medya ve hikaye anlatımını kullanıyor. Instagram, Facebook ve YouTube gibi platformlar için içerik oluşturarak, tüketicileri sürdürülebilir cilt bakımı ve özgün çözümler konusunda bilgilendiriyor, daha geniş bir kitleye ulaşırken fiziksel tanıtım materyallerine olan ihtiyacı azaltıyor.
Dijital araçlar, e-posta pazarlamasını, sanal danışmanlıkları ve kişiselleştirilmiş önerileri mümkün kılarak müşteri etkileşimini ve sadakatini de destekler. Bu araçlar yalnızca alışveriş deneyimini geliştirmekle kalmaz, aynı zamanda markanın küçük bir işletme olarak verimli bir şekilde faaliyet göstermesini de sağlar. StillaOleum, geleneksel bilgiyi dijital inovasyonla birleştirerek, yerel kökenli zanaatkâr işletmelerin bile sürdürülebilir bir şekilde ölçeklenmek, küresel olarak bağlantı kurmak ve çevreye duyarlı uygulamaları teşvik etmek için teknolojiden yararlanabileceğini göstermektedir.

Co-funded by the European Union

Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar(lar)a aittir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansı'nın (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Avrupa Birliği veya EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.

Referanslar

OECD. (2024). Kapsayıcı Girişimcilik Politikası Değerlendirmesi Ülke Notları: Belçika. OECD Yayınları. Erişim adresi: https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2025/05/inclusive-entrepreneurship-policy-assessment-country-notes_48c462fc%E2%80%91belgium_073913a8/cc55267c%E2%80%91en.pdf

OECD/AB. (2017). Kayıp Girişimciler 2017: Belçika Ülke Profili. OECD/Avrupa Birliği. Erişim adresi: https://www.skillsforemployment.org/sites/default/files/2024%E2%80%9101/wcmstest4_195097.pdf

Belçika'da Kadın Girişimciliğinin Haritalandırılması. (8 Mart 2024). Belçika'da Kadın Girişimciliğinin Haritalandırılması: Serbest Çalışan Girişimcilerin %31'i Kadın. Karen Audit. Erişim adresi: https://www.karenaudit.com/en/mapping-female-entrepreneurship-in-belgium-31%E2%80%91of-self-employed%E2%80%91entrepreneurs-are%E2%80%91women%E2%80%91with%E2%80%91health%E2%80%91sector%E2%80%91leading%E2%80%91at%E2%80%9161%25/

Indicators.be. (29 Kasım 2024). İstihdamda, eğitimde veya öğretimde olmayan gençler (i44). Erişim adresi: https://indicators.be/en/i/G08_NEE/Youth_not_in_employment%2C_education_or_training_%28i44%29?utm_source=chatgpt.com

6WResearch. (2025). Belçika Doğal Kozmetik Pazarı (2025–2031) – Büyüme ve Tahmin. Erişim adresi: https://www.6wresearch.com/industry-report/belgium-natural-cosmetics-market?utm_source=chatgpt.com

Williams & Marshall Strateji. (2025, 3 Mart). Belçika: Doğal Cilt Bakım Ürünleri Pazarı – Analiz, Boyut, Trendler, Tüketim ve Tahmin. MarketResearch.com. Erişim adresi: https://www.marketresearch.com/Williams-Marshall-Strategy-v4196/Belgium-Natural-Skin-Care%E2%80%91Products%E2%80%9139950896/

StrategyHelix Group. (2025). Belçika Cilt Bakım Ürünleri Pazarı 2025. Erişim adresi: https://strategyh.com/report/skin%E2%80%91care%E2%80%91products%E2%80%91market%E2%80%91in%E2%80%91belgium/

Co-funded by the European Union

Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar(lar)a aittir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansı'nın (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Avrupa Birliği veya EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

Vaka Çalışmaları

ÜLKE ADI: Yunanistan

Co-funded by the European Union

Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar(lara) aittir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansı'nın (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Avrupa Birliği veya EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

Vaka incelemeleri

Doğal kozmetik ürünlerinin faydalarına ilişkin ilgili istatistikler:

Yunanistan'da doğal kozmetik ürünlerinin "faydalarına" ilişkin veriler yetersiz olsa da, pazar araştırmaları sektörün genişlediğini gösteriyor. Bu değişimin başlıca nedenleri arasında müşterilerin sürdürülebilirlik ve sağlığa olan artan ilgisi ile zeytinyağı ve lavanta gibi geleneksel Akdeniz malzemelerine odaklanan doğal ürünlerin sağlık açısından sağladığı avantajlar yer alıyor.
Yunanistan, güçlü ihracatından ve doğal markaların büyümesinden fayda sağlıyor. 2023 yılında, Yunan markalı kozmetik ihracatı 400 milyon Euro'yu aşarak, Yunanistan'ın "doğal/miras" anlatısına dünya çapında olan talebi teyit etti. Parfüm ve kozmetik ürünleri, 2024 yılında gümrüksüz ve seyahat perakende satışlarının yaklaşık %31,4'ünü oluşturarak, ziyaretçilere yönelik Yunan doğal markaları için önemli bir satış noktası haline geldi.
Yunanistan kozmetik sektörünün, 2023 yılında %12,5'lik pazar büyüme oranıyla da gösterildiği gibi, büyümesini sürdürmesi bekleniyor; 2025 yılında ise 19,89 milyon ABD doları gelir elde etmesi öngörülüyor. Bu pazar kategorisinin, 2025-2030 yılları arasında yıllık bileşik büyüme oranı (CAGR) %3,86 olarak tahmin ediliyor.
Sürdürülebilir kaynak kullanımını benimseyerek, çevre dostu ambalajlar kullanarak, dijital tedarik zinciri yönetimini uygulayarak, etkili formülasyonlar için yapay zeka destekli Ar-Ge'den yararlanarak, döngüsel iş modelleri oluşturarak ve dağıtım emisyonlarını azaltmak ve müşteri etkileşimini artırmak için e-ticareti kullanarak, Yunanistan'daki el yapımı kozmetik şirketleri iklim değişikliğiyle mücadele edebilir ve dijital dönüşümü hızlandırabilir.

Güzellik sektörünün sürdürülebilirlik zorluklarını veya yönlerini ele alan temel ulusal politikalar, stratejiler veya yasal çerçeveler.

AB'nin daha genel direktiflerine uygun olarak, Yunanistan güzellik sektöründeki sürdürülebilirlik sorunlarını ele almak için bir dizi ulusal yasa ve politika yürürlüğe koymuştur:
1. AB Kozmetik Yönetmeliği (EC) No 1223/2009 AB'de, Yunanistan da dahil olmak üzere, bu yönetmelik kozmetik ürünlerin etiketlenmesi, pazarlanması ve güvenliğini denetler. Düzenli veya makul olarak beklenen koşullar altında kullanıldığında, ürünlerin insan sağlığı için güvenli olmasını garanti eder. Yasa, kozmetik ürünlerin piyasaya sürülmeden önce güvenlik değerlendirmelerine tabi tutulmasını gerektirir ve belirli tehlikeli maddelerin kullanımını yasaklar. Doğru ürün etiketlemesi, müşterileri bilgilendirmek ve izlenebilirliği sağlamak için de gereklidir.
2. Ambalajlarda Genişletilmiş Üretici Sorumluluğu (EPR): Plastik, cam, kağıt ve alüminyum gibi ambalaj malzemeleri için Yunanistan, bir EPR sistemi uygulamıştır. Bu yaklaşım kapsamında, üretilen veya ithal edilen ambalaj atıklarının toplanması, taşınması ve geri dönüştürülmesinin maliyeti üreticilere ve ithalatçılara aittir. Ülke, 2030 yılına kadar kağıt ve kartonun %85'ini ve plastiklerin %55'ini geri dönüştürmek gibi belirli geri dönüşüm hedeflerine ulaşmayı amaçlamaktadır.

Co-funded by the European Union

Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar(lar)a aittir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansı'nın (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Avrupa Birliği veya EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.

Vaka incelemeleri

3. Çevre Koruma Kanunları

Ulusal hukuk çerçevesinin temel taşlarından biri olan Yunan Anayasası, çevreyi koruyan maddeler içermektedir. Anayasanın 24. maddesi, devleti ve halkını çevreyi korumakla yükümlü kılmakta ve doğal kaynakların korunmasını sağlamaktadır. Biyoçeşitliliğin korunmasının, doğal güzelliklerin muhafaza edilmesinin ve sürdürülebilir kalkınmanın önemini vurgulamaktadır. Anayasa ayrıca devletten çevre koruma yasaları çıkarmasını da istemektedir.

- 1650/1986 sayılı Kanun: Yunanistan'da çevre korumanın yasal temeli, atık yönetimi, biyolojik çeşitliliğin korunması, hava ve su kalitesi gibi konuları ele alan bu temel çevre kanunu ile oluşturulmuştur. Ayrıca, önemli çevresel etkiye sahip olabilecek projeler için çevresel etki değerlendirmesi (ÇED) yapılmasını zorunlu kılmaktadır.
- 4819/2021 sayılı Kanun: Atık bertarafına göre yeniden kullanım, geri dönüşüm ve geri kazanım önceliğini getiren bu kanun, atık yönetimini dönüştürüyor. Üreticilerin Ulusal Ambalaj ve Diğer Ürün Üreticileri Siciline kayıt olmalarını ve alternatif atık yönetimi programlarına katılmalarını zorunlu kılıyor.

- 4. REACH Yönetmeliği (AB) No 1907/2006
- REACH, AB çapında bir düzenleme olmasına rağmen Yunanistan'da doğrudan uygulanmaktadır. Özellikle kozmetik ürünlerinde kullanılan kimyasalların üretimi ve kullanımı ile bunların çevre ve insan sağlığı üzerindeki olası etkilerine odaklanmaktadır. REACH, işletmelerin kimyasalları kaydetmesini, tehlikelerini değerlendirmesini ve bazı son derece tehlikeli maddeler için onay almasını zorunlu kılmaktadır.
- Ayrıca Yunanistan, federal yasalarını ve düzenlemelerini etkileyen bir dizi uluslararası çevre anlaşmasını onaylamıştır; bunlar arasında şunlar yer almaktadır:
- Paris İklim Değişikliği Anlaşması
- Biyolojik Çeşitlilik Sözleşmesi (BÇD)
- Akdeniz'in Korunmasına İlişkin Sözleşme (Barselona Sözleşmesi)
- Ramsar Sulak Alanlar Sözleşmesi
- Avrupa Birliği Emisyon Ticaret Sistemi (AB ETS)

Co-funded by the European Union

Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar(lar)a aittir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansı'nın (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Avrupa Birliği veya EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

Vaka incelemeleri

Yunanistan'da iklim değişikliğinin etkilerinin derecesi

Yunanistan'da çevre koruma konusunda güçlü bir yasal çerçeve mevcut, ancak bunun uygulanması bir dizi sorunu beraberinde getiriyor. Özellikle kıyı şeridinde, koruma altındaki alanlardaki yasadışı yapılaşma ve imar faaliyetleri biyolojik çeşitliliği ciddi şekilde tehdit ediyor. Yoğun trafik ve endüstriyel kirlilik nedeniyle, özellikle Atina gibi şehirlerde hava kirliliği hala bir sorun teşkil ediyor. Bir diğer sorun ise, özellikle yetersiz çöp bertaraf altyapısına sahip bölgelerde çöp yönetimi. Yunanistan, kuraklık, kıyı erozyonu ve orman yangınları gibi iklim değişikliğiyle ilgili sorunlarla da mücadele ediyor ve bunların hepsi sürekli uyum ve azaltma önlemleri gerektiriyor.
Yunanistan, Akdeniz iklimi nedeniyle ılıman, yağışlı kışlar, nispeten sıcak, kuru yazlar ve yıl boyunca bol güneş ışığı yaşar. Temmuz ve Ağustos ayları en sıcak, Ocak ve Şubat ayları ise en soğuk aylardır. Yunanistan'ın iklimi değişiyor. Özellikle yaz aylarında olmak üzere, Yunanistan'da sıcaklığın 1990'ların sonlarından beri yükseldiği tespit edilmiştir. Ayrıca, hem mevsimsel hem de yıllık yağışlar azalmıştır. Kış ve yıllık yağışlar azalma eğilimindeyken, yaz yağışları artmıştır. Artan küresel nüfus, ekonomik eğilimler, ulaşım, enerji, hane halkı tüketimi ve tarımsal talep, Yunanistan'daki iklim değişikliğinin başlıca nedenleridir.
1991 ile 2020 yılları arasında Yunanistan'ın ortalama sıcaklığı yaklaşık 1,5 °C arttı; kuzeydeki iç bölgelerde ise ısınma daha da hızlı gerçekleşti ve bazı durumlarda 2 °C'yi aştı.
Bu ısınma eğilimi sadece yaz sıcaklarını yoğunlaştırmakla kalmıyor, aynı zamanda ekosistemleri bozuyor ve özellikle kentsel merkezlerde enerji talebini zorluyor.
Sıcak hava dalgaları, Yunanistan'da iklim değişikliğinin en görünür ve tehlikeli sonuçlarından biridir. 2024 yazı, ülkenin tarihindeki en sıcak yaz olarak kaydedildi ve en uzun ve en yoğun sıcak hava dalgalarından biriyle işaretlendi. Atina ve diğer büyük şehirlerde, tehlikeli derecede sıcak günlerin artması, halk sağlığı, altyapı ve verimlilik için ciddi riskler oluşturmaktadır.
İklim değişikliği Yunanistan'daki yağışları da yeniden şekillendiriyor. Ortalama yağış miktarının yaklaşık %12 azalması, yaz yağışlarının %30'a kadar düşmesi ve kışların yaklaşık %10 daha kurak geçmesi bekleniyor. Son çalışmalar, Yunanistan'daki fırtınaların iklim değişikliği olmasaydı olacağından %15 daha fazla yağışlı olduğunu ve bu durumun sel, toprak kayması ve altyapı hasarı risklerini artırdığını gösteriyor.

Orman yangınları uzun zamandır Yunanistan'ın doğal manzarasının bir parçası olmuştur, ancak sıklıkları, şiddetleri ve yıkıcılıkları artmıştır. 2025 yazında orman yangınları, tarihsel ortalamalara göre %22 daha şiddetli hale gelmiştir. Yangınlar, doğrudan yıkımın ötesinde, biyolojik çeşitliliği tahrip eder, turizmi aksatır ve arazide uzun vadeli izler bırakır. İleriye dönük olarak, Yunanistan ekonomik açıdan yüzyılın sonuna kadar yıllık 2-2,2 milyar avroluk maliyetlerle karşı karşıya kalacak; bazı çalışmalar ise kayıpların 16 milyar avroya kadar çıkabileceğini, bunun da GSYİH'nin yaklaşık %1'ine denk geldiğini belirtiyor. Çalışmalar, en kötü senaryolarda daha da büyük etkiler olabileceği konusunda uyarıyor; bu senaryolar arasında yüz binlerce iş kaybı ve tarım ve turizm gelirlerinde ciddi düşüşler yer alıyor.

Co-funded by the European Union

Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar(lar)a aittir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansı'nın (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Avrupa Birliği veya EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

Vaka incelemeleri

El yapımı kozmetik işletmeleri iklim değişikliğiyle mücadeleye ve dijital dönüşümün desteklenmesine nasıl katkıda bulunabilir?

İklim değişikliğiyle mücadele etmek ve sektörde dijital dönüşümü teşvik etmek amacıyla, Yunanistan'daki el yapımı kozmetik şirketleri dijital inovasyon ve sürdürülebilirlik ilkelerini benimsiyor. Şeffaf ve sürdürülebilir ürünlere yönelik çağdaş tüketici taleplerini karşılamanın yanı sıra, bu programlar firmaların daha sorumlu ve rekabetçi olmalarına da yardımcı oluyor.

KUTU 1: Safir
Saphirêve, kimya mühendisliği alanında doktora derecesi almış küçük bir bitki bazlı kozmetik firmasıdır. Instagram'da başlayan işletmeye odaklanan son UX/UI vaka çalışmaları, sosyal medya satışlarından uzmanlaşmış bir e-ticaret varlığına nasıl dönüştüğünü göstermektedir. Kamuya açık ayak izi, esas olarak Medium vaka çalışması ve ürün ve pop-up katılımı olan aktif bir Instagram hesabından oluşmaktadır.

İklim değişikliğiyle mücadeleyle ilişkisi

Ürün konumlandırması: Seri üretim kozmetik ürünlerine kıyasla, Saphirêve'nin el yapımı, bitki bazlı kozmetik ürünlerine verdiği önem, hem petrokimyasal girdilere hem de büyük ölçekli endüstriyel süreçlere olan bağımlılığı azaltabilir; bunların her ikisinin de karbon ayak izi daha yüksektir. İçerik seçimi ve küçük ölçekli üretim çevresel bir etkiye sahip olabilir, ancak gerçek çevresel etkiyi belirleyecek olan faktörler tedarik, formülasyon, üretim enerji kullanımı ve ambalaj seçenekleridir.
Yerel üretim ve kısa tedarik zincirleri: Küresel kitle markalarıyla karşılaştırıldığında, Yunanistan'daki el işçiliği ve yerel satışlar (Pop-up'lar, Instagram) daha kısa tedarik zincirleri ve daha düşük ulaşım emisyonları anlamına geliyor; bu da CO_2 etkilerini azaltabilir.
Fırsatlar: Sertifikalı sürdürülebilir içeriklere, düşük karbonlu tedarikçilere, yeniden doldurulabilir/geri dönüştürülebilir ambalajlara ve şeffaf tedarik zinciri raporlamasına vurgu yaparak marka, iklim üzerindeki etkisini daha da azaltabilir. Bu eylemler, markanın mütevazı ve organik konumunu ölçülebilir iklim faydalarına dönüştürebilir.

Co-funded by the European Union
Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar(lar)a aittir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansı'nın (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Avrupa Birliği veya EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.

Vaka incelemeleri

Vaka çalışmasının dijital dönüşümü teşvik etme ile ilişkisi

•Sadece Instagram üzerinden yapılan satışlardan, daha iyi kullanıcı deneyimi, ürün filtreleme ve ödeme akışlarına sahip yapılandırılmış bir e-ticaret sitesine geçiş; bu, erişimi genişletir, operasyonları profesyonelleştirir ve veri toplamaya (satışlar, müşteri tercihleri) olanak tanıyarak net bir dijital dönüşüm yörüngesi gösterir.
Talep tahmini, dijital pazarlama analitiği, envanter yönetimi ve sürdürülebilir lojistikle olası entegrasyon (düşük emisyonlu taşıyıcılar ve optimum teslimat gibi) e-ticaret sayesinde mümkün hale geliyor. Ayrıca, şirketin sürdürülebilirlik referansları (içerikler, karbon beyanları, sertifikalar) hakkında tüketicileri doğrudan bilgilendirmesine olanak tanıyor.

2. DURUM: Panabeau
Panabeau, doğal ve organik güzellik ve sağlık ürünlerini sergileyen bir Yunan e-ticaret mağazasıdır. Geniş ürün yelpazesiyle özellikle vegan, el yapımı ve organik kozmetik meraklılarına hitap etmektedir. Platform uluslararası gönderimi desteklemekte ve hatta online alışveriş yapanlara ücretsiz örnekler sunmaktadır. Panabeau'nun Parga'da fiziksel bir mağazası bulunmaktadır ve web sitesi daha geniş bir hedefi yansıtmaktadır: profesyonel marka kimliği, 2 dilli e-ticaret kurulumu ve güvenli sipariş işleme – bunların tümü, çevrimiçi erişimini artırmak için bir dijital ajansın yardımıyla oluşturulmuştur.
Panabeau, sürdürülebilirliğe odaklanan bölgesel bir şirketin, doğayla uyumlu ürünleri (el yapımı, organik, yerel kaynaklı, Yunanistan'ın biyolojik çeşitliliğine dayalı ürünler, iklim değişikliği fırsatları), geri dönüştürülebilir ambalaj ve temiz içerikler kullanarak ve dijital evrimi, e-ticareti, eğitim materyallerini ve stratejik markalaşmayı kullanarak nasıl bir araya getirebileceğinin harika bir örnek çalışmasıdır.

İklim değişikliğiyle mücadeleyle ilişkisi

Yerel ve Biyoçeşitliliğe Sahip İçeriklere Destek: Panabeau, Yunanistan'ın zengin endemik florasından tedarik yaparak daha kısa tedarik zincirlerini ve biyoçeşitliliğe dost uygulamaları teşvik eder; bu da nakliye ve sürdürülemez kaynak kullanımıyla ilişkili emisyonları azaltabilir.
Doğal ve Organik Formülasyonlar: Sertifikalı organik malzemelere odaklanmaları, parabenlerden, petrol türevlerinden ve sentetik katkı maddelerinden uzak durmaları, üretim ve bertaraf sırasında daha düşük kimyasal ayak izi vaat ediyor.
Geri Dönüştürülebilir Ambalaj: Geri dönüştürülebilir ambalaj ifadesi, ürün yaşam döngülerindeki atıkların ve karbon ayak izinin azaltılmasına yardımcı olan çevreye olan duyarlılığı göstermektedir.

Co-funded by the European Union

Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar(lar)a aittir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansı'nın (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Avrupa Birliği veya EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.

Vaka incelemeleri

Yerel ve Biyoçeşitliliğe Sahip İçeriklere Destek: Panabeau, Yunanistan'ın zengin endemik florasından tedarik yaparak daha kısa tedarik zincirlerini ve biyoçeşitliliğe dost uygulamaları teşvik eder; bu da nakliye ve sürdürülemez kaynak kullanımıyla ilişkili emisyonları azaltabilir.
Doğal ve Organik Formülasyonlar: Sertifikalı organik malzemelere odaklanmaları, parabenlerden, petrol türevlerinden ve sentetik katkı maddelerinden uzak durmaları, üretim ve bertaraf sırasında daha düşük kimyasal ayak izi vaat ediyor.
Geri Dönüştürülebilir Ambalaj: Geri dönüştürülebilir ambalaj ifadesi, ürün yaşam döngülerindeki atıkların ve karbon ayak izinin azaltılmasına yardımcı olan çevreye olan duyarlılığı göstermektedir.

- **Vaka çalışmasının dijital dönüşümü teşvik etme ile ilişkisi**

Fiziksel den Dijitale Geçiş: Parga'da fiziksel bir mağaza olarak başlayan Panabeau, uygun şekilde markalanmış iki dilli bir e-ticaret sitesiyle çevrimiçi ortama taşındı. Bu dijital devrim, tüketici tabanını ve coğrafi erişimini büyük ölçüde genişletti.
Kullanıcı Deneyimi ve İşlevsellik: Yeni e-ticaret sitesi, güvenli sipariş işleme, uluslararası gönderim, kolay gezinme ve numune olanakları sunarak modernleştirilmiş, müşteri dostu bir yaklaşımı yansıtıyor.
İçerik Odaklı Markalaşma: Panabeau, blogu aracılığıyla müşterilerle çevrimiçi etkileşim kurmak için anlatı, eğitim ve bölgesel özgünlükten yararlanıyor
Küçük Şirketlere Destek: Web siteleri aracılığıyla bağımsız ve kadın liderliğindeki Yunan işletmeleri tanıtılıyor, bölgesel iş birliğini ve girişimciliği teşvik eden dijital bir merkez oluşturuluyor.

.

Co-funded by the European Union

Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar/lara aittir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansı'nın (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Avrupa Birliği veya EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

Vaka incelemeleri

- VAKA 3: Yeni Hat

Tanınmış bir Yunan doğal kozmetik şirketi olan Fresh Line, geleneksel el yapımı üretimi büyüyen bir çevrimiçi varlıkla birleştiriyor. Geri dönüştürülebilir ambalajlar, doğal içerikler ve Fresh Bar gibi atık azaltma stratejilerinin kullanımıyla, iklim bilincine sahip operasyonlarda cesaret verici bir potansiyel sergiliyor. Bu arada, dijital altyapısı ve e-ticareti, küresel, ölçeklenebilir ve çok kanallı operasyonlara olanak tanıyan dijital dönüşüme doğru güçlü bir yol gösteriyor.
1992 yılında kurulan Fresh Line, kökenleri antik Yunan bitkisel ve aromaterapi geleneklerine ve aile tariflerine dayanan bir Yunan doğal kozmetik şirketidir. Atina merkezli şirket, 12 ülkede 250'den fazla perakende satış noktası aracılığıyla dağıttığı 300'den fazla doğal ürün üretmektedir. Klinik araştırmalarla desteklenen aktif bileşenlere, bitkisel yağlara, bitki özlerine ve uçucu yağlara sahip doğal formülasyonlara büyük önem vermektedir. İşletme, tarihini, çağdaş çevrimiçi ve perakende entegrasyonunu ve el işçiliği tekniklerini kullanmaktadır.

İklim değişikliğiyle mücadeleyle ilişkisi

Doğal Malzemeler ve Geleneksel Üretim: Bitkisel ve bitkisel maddelerin kullanımı, sentetik petrokimyasallara olan bağımlılığı azaltarak, üretimle ilgili karbon ve çevresel etkileri potansiyel olarak düşürebilir.
Taze Bar ve İsteğe Bağlı Üretim: "Ağırlık bazında satın alma" Taze Bar yaklaşımı, döngüsel ekonomi ilkeleriyle uyumlu olarak aşırı üretimi ve ambalaj atıklarını en aza indirir. Müşteriler, yalnızca ihtiyaç duyduklarını alarak kaynak tasarrufu sağlar.
Geri Dönüştürülebilir Ambalaj: Ambalajlama yöntemleri, atıkları ve ilişkili yaşam döngüsü emisyonlarını azaltırken geri dönüştürülebilirliğe olan bağlılığı göstermektedir.
Yerel Üretim ve Dağıtım: Atina merkezli üretimi ve yurt içinde önemli varlığı göz önüne alındığında, markanın büyük olasılıkla daha kısa, yerel tedarik zincirlerinden faydalanacağı ve bunun uzun mesafeli taşımacılığa iklim açısından akıllı bir alternatif olacağı düşünülüyor.

- **Vaka çalışmasının dijital dönüşümü teşvik etme ile ilişkisi**

Entegre çevrimiçi ve perakende yaklaşımı: Fresh Line, perakende mirasını ücretsiz kargo, güvenli ödeme yöntemleri ve tüketici kolaylığı sunan son teknoloji ürünü bir e-ticaret platformuyla birleştirerek fiziksel mağazaların ötesine genişledi.
Optimize Edilmiş Dijital Altyapı: Saygın bir e-ticaret arka uç sistemi (Vendallion) ve profesyonel bir dijital ajans kullanmak, veri odaklı operasyonları, promosyonları ve kullanıcı deneyimi geliştirmelerini destekleyebilen olgun bir çevrimiçi varlığı gösterir.

Co-funded by the European Union

Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar(lar)a aittir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansı'nın (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Avrupa Birliği veya EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

Vaka incelemeleri

- Çok Kanallı Satış: Dijital platformlar aracılığıyla sağlanan esneklik ve gelişmiş tüketici etkileşimi, mağaza içi etkinlikler (örneğin Fresh Bar) ve çevrimiçi satışlar arasındaki sorunsuz geçişle gösterilmektedir.
- Uluslararası Erişim: On iki ülkede faaliyet gösteren Fresh Line'ın dijital altyapısı, uluslararası pazara nüfuz etmeyi kolaylaştırıyor ve doğal ürün yelpazesine erişimi genişletiyor.

Co-funded by the European Union

Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar(lar)a aittir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansı'nın (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Avrupa Birliği veya EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.

Referanslar

Chrysolora, E. (2023, 15 Aralık). Yunanistan için iklim değişikliğinin yıllık maliyeti 2 milyar avro olarak hesaplandı. Kathimerini. https://www.ekathimerini.com/economy/1227209/climate-change-cost-at-e2-bln-per-year/
Cosmetics Europe. (2024, Haziran). 2023 Piyasa Performansı: Avrupa Kozmetik, Tuvalet ve Parfüm Verileri. https://psvak.gr/wp-content/uploads/2024/06/CE_Market_Performance_2023.pdf Davitt, D. (2025, 17 Haziran). ETRC raporuna göre, Avrupa'nın havaalanı gümrüksüz satışları 2024'te 9,5 milyar avro ile tüm zamanların en yüksek seviyesine ulaştı. Moodie Davitt Raporu. https://moodiedavittreport.com/europes-airport-duty-free-sales-hit-all-time-high-of-e9-5-billion-in-2024-etrc-reports/
Enterprise Europe Network. (tarihsiz). Enterprise Europe Network hakkında. 8 Eylül 2025 tarihinde https://een.ec.europa.eu/about-enterprise-europe-network adresinden erişildi. Euromonitor International. (tarihsiz). Yunanistan'da güzellik ve kişisel bakım. Euromonitor International. https://www.euromonitor.com/beauty-and-personal-care-in-greece/report Gençtürk, A. (17 Eylül 2024). Yunanistan, son 30 yılda ortalama sıcaklıkların 1,5°C artmasıyla iklim değişikliği sıcak noktası haline geliyor. Anadolu Ajansı. https://www.aa.com.tr/en/environment/greece-becomes-climate-change-hot-spot-with-average-temperatures-rising-15c-over-last-30-years/3332858 Georgakopoulos, T. (Aralık 2021). Yunanistan'da iklim değişikliğinin sonuçları. diaNEOsis. https://www.dianeosis.org/en/2021/12/the-consequences-of-climate-change-in-greece/
Grand View Research. (2023). Doğal kozmetik pazarı büyüklüğü, payı ve büyüme raporu 2030. https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/natural-cosmetics-market Hadjicostis, M. (2025, 28 Ağustos). İklim değişikliği, Türkiye, Yunanistan ve Kıbrıs'taki ölümcül orman yangınlarını daha şiddetli hale getirdi, çalışma bulguları. AP News. https://apnews.com/article/climate-change-wildfires-temperatures-greece-turkey-cyprus-5f72624b73b0616cad7185cc8e83113d Hatis, C. (2025, 2 Haziran). KORRES, 2024 yılında 75,5 milyon Euro gelirle güçlü bir geri dönüş kaydetti. MoneyBuzz. https://moneybuzz.gr/korres-marks-strong-turnaround-with-eur-75-5-million-in-2024-revenue/
Kültürel Miras Yönetimi Örgütü. (tarih belirtilmemiş). Yunanistan'da iklim değişikliği. 8 Eylül 2025 tarihinde https://heritagemanagement.org/climate-change-and-heritage/climate-change/climate-change-in-greece/ adresinden erişildi.
Hughes, R. A. (2025, 3 Nisan). Yunanistan'daki fırtınalar iklim değişikliği nedeniyle daha yağışlı ve daha yıkıcı hale geldi, çalışma bulguları. Euronews. https://www.euronews.com/green/2025/04/03/greece-storms-were-made-wetter-and-more-destructive-by-climate-change-study-finds Konti, D. (2024, 9 Temmuz). Kozmetik pazarı 2023'te yıllık %12,5 oranında büyüyor. Kathimerini. https://www.ekathimerini.com/economy/1243493/cosmetics-market-grows-12-5-annually-in-2023/
Konti, K. (2025, 5 Şubat). Yunan işletmeleri iklim değişikliği girişimleriyle nasıl değer yaratabilir? EY Yunanistan. https://www.ey.com/en_gr/insights/sustainability/how-can-greek-businesses-create-value-through-their-climate-change-initiatives

Co-funded by the European Union

Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar(lar)a aittir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansı'nın (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Avrupa Birliği veya EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.

Lithadioti, E. (2025, 29 Mart). Saphirêve doğal kozmetik ürünleri için e-ticaret web sayfası: Yunanistan merkezli. Medium. https://medium.com/@evlialithadioti/e-commerce-webpage-for-saphir%C3%AAve-natural-cosmetics-based-in-greece-e996de98270c NATRUE. (2024, 21 Kasım). Doğal güzellik odak noktası: Trendler, güven ve 2024 için yol haritası. NATRUE. https://natrue.org/natural-beauty-trends-2024/
Yunanistan'dan Doğal Kozmetik Ürünleri | Fresh Line Oprea, A. (2023, 18 Aralık). İklim değişikliğinin Yunanistan için yıllık maliyeti 2 milyar avro olarak tahmin ediliyor. Green Forum. https://www.green-forum.eu/environment/20231218/cost-of-climate-change-for-greece-is-estimated-at-eur2-billion-per-year-781 Panabeau - Yunan Doğal ve Organik Kozmetik Ürünleri Papadopoulos, K. (2025, 19 Haziran). İklim değişikliği Yunanistan'a 327.000 iş kaybına mal olabilir, çalışma uyarıyor. Greek City Times. https://greekcitytimes.com/2025/06/19/climate-change-could-cost-greece-327000-jobs-study-warns/
Protothema. (2024, 17 Eylül). Yunanistan'da son 30 yılda ortalama sıcaklıkta 1,5 dereceden fazla artış. https://en.protothema.gr/2024/09/17/more-than-1-5-degree-increase-in-average-temperature-in-greece-over-the-last-30-years/
PwC. (2024, 15 Mayıs). Tüketiciler, yaşam maliyeti ve enflasyon endişelerine rağmen %9,7 sürdürülebilirlik primi ödemeye istekli: PwC 2024 Tüketici Sesi Anketi. https://www.pwc.com/gx/en/news-room/press-releases/2024/pwc-2024-voice-of-consumer-survey.html https://stripe.com/en-gr/resources/more/how-to-start-a-cosmetic-business S A P H I R Ê V E (@saphi.reve) • Instagram fotoğrafları ve videoları Statista. (tarihsiz). Yunanistan'da doğal kozmetik. Statista. https://www.statista.com/outlook/cmo/beauty-personal-care/cosmetics/natural-cosmetics/greece Stibo Systems. (2024, 16 Eylül). MDM ile sürdürülebilirlik odaklı inovasyonu teşvik edin. https://www.stibosystems.com/how-we-help/sustainability/promote-sustainability-driven-innovation Stripe. (6 Mayıs 2025). Kozmetik işine nasıl başlanır. https://stripe.com/en-gr/resources/more/how-to-start-a-cosmetic-business The World Monitor. (27 Ağustos 2025). Yunanistan, iklim değişikliğinin yıllık maliyetini 2 milyar avro olarak tahmin ediyor. https://www.theworldmonitor.com/greece-estimates-annual-climate-change-costs-of-e2-billion/
Trosin, D. (2025, 6 Mart). Tüketicilerin %74'ü kişisel bakım ürünlerinde organik içerikleri önemli görüyor. NSF. https://www.nsf.org/news/consumers-consider-personal-care-organic-ingredients-important Visit Greece. (2024, 7 Ekim). Çevre dostu işletmeler: Sıfır atığa doğru bir yolculuk. https://www.visitgreece.gr/blog/visit-greece/1497/eco-friendly-businesses-a-journey-towards-zero-waste/
Vikipedi yazarları. (10 Temmuz 2025). 2025 Avrupa sıcak hava dalgaları. Vikipedi. https://en.wikipedia.org/wiki/2025_European_heatwaves

Co-funded by the European Union

Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar(lar)a aittir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansı'nın (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Avrupa Birliği veya EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

Vaka Çalışmaları

ÜLKE ADI: İsveç

Co-funded by the European Union

Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar(lara) aittir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansı'nın (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Avrupa Birliği veya EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.

Doğal kozmetik ürünlerinin faydalarına ilişkin ilgili istatistikler:

İsveç güzellik pazarı, doğal ve sürdürülebilir ürünlere doğru hızla ilerleyen önemli bir dönüşüm geçiriyor. İsveç Ulusal Ticaret Odası'na (Kommerskollegium, 2021) göre, İsveç, Avrupa Birliği içinde son derece yüksek tüketici çevre bilinci seviyesiyle öne çıkıyor. Çalışma, İsveçli tüketicilerin %70'inin kozmetik satın alırken çevre etiketlerini önemli bir faktör olarak gördüğünü ve bunun AB'deki en yüksek oran olduğunu gösteriyor. Aynı raporda, sağlık, şeffaflık ve çevresel sorumluluğa olan güçlü kamu ilgisi sayesinde doğal kozmetiklerin İsveç pazarında Avrupa ortalamasına kıyasla daha büyük bir paya sahip olmasının beklendiği belirtiliyor.
Bu değişim, çevre koruma ve etik tüketimin ortak sosyal sorumluluklar olarak görüldüğü İsveç'in daha geniş sürdürülebilirlik kültürünü yansıtıyor. İsveç Kimyasallar Ajansı (Kemikalieinspektionen) tarafından yapılan düzenleyici denetim, kozmetik ürünlerin tehlikeli maddeleri kısıtlayan ve daha güvenli alternatifleri teşvik eden REACH Yönetmeliği gibi AB çerçevelerine uygun olmasını sağlıyor. Bu düzenlemeleri tamamlayıcı olarak, Nordic Swan Eko Etiketi ve AB Eko Etiketi gibi sertifikalar, ürünlerin içerik tedarikinden ambalajlamaya kadar katı çevre ve sağlık standartlarını karşıladığını garanti ediyor.

İsveç'te faaliyet gösteren güzellik markaları için sürdürülebilirlik artık niş bir alan değil, bir beklenti haline geldi. Tüketiciler giderek daha fazla içerik şeffaflığı, geri dönüştürülebilir malzemeler ve etik üretim yöntemleri talep ediyor. Kommerskollegium'un (2021) gözlemlediği gibi, bu eğilim, sadelik, el işçiliği ve doğaya saygıya dayanan daha geniş bir ulusal kimliği yansıtıyor; bu değerler İsveç'i Avrupa'nın büyüyen doğal ve sorumlu kozmetik pazarında lider konumuna getirmiştir.

İsveç Meteoroloji ve Hidroloji Enstitüsü'nün (SMHI, 2023) verilerine göre, İsveç'in ortalama yıllık sıcaklığı 19. yüzyılın sonlarından bu yana yaklaşık 1,9 derece Celsius artmıştır. Bu ısınma oranı, aynı dönemde yaklaşık 1,1 derece artan küresel ortalamadan daha yüksektir. SMHI ayrıca, yıllık yağış miktarının 20. yüzyılın başlarından bu yana yaklaşık yüzde 10 arttığını ve daha ılıman, daha yağışlı kışlara ve daha kısa kar mevsimlerine doğru belirgin bir kayma olduğunu bildirmektedir. Bu değişiklikler, ülkenin ekosistemlerini, ormancılığını, tarımını ve el yapımı kozmetik üretimi de dahil olmak üzere doğal kaynaklara bağımlı endüstrilerini etkilemektedir.
İklim değişikliğinin etkileri, özellikle huş ağacı, kızılcık ve deniz topalak gibi yerel kaynaklı malzemelere sıklıkla dayanan İsveç'in doğal kozmetik sektörü için oldukça önemlidir. Bu bitkiler sıcaklık, güneş ışığı ve yağış değişimlerine karşı hassastır ve değişen iklim modelleri, büyüme koşullarını ve besin profillerini değiştirebilir.

İsveç'te el yapımı kozmetik ürünleri üreten girişimciler için, bu çevresel değişimleri anlamak ve bunlara yanıt vermek, sorumlu iş yapmanın ayrılmaz bir parçası haline geldi. Birçoğu, emisyonları ve çevresel ayak izini azaltmak için yenilenebilir enerji kaynaklarını, yerel içerik tedarik zincirlerini ve döngüsel üretim sistemlerini benimsiyor. Bu yaklaşım, sürdürülebilirlik ve yeniliğin birbirini güçlendirdiği, İsveç'in yeşil ve dirençli bir ekonomiye doğru daha geniş geçişiyle uyumludur.

Co-funded by the European Union

Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar(lar)a aittir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansı'nın (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Avrupa Birliği veya EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.

Yerel Köklerden Ulusal Etkiye

Maria Åkerberg, 1995 yılında Maria Åkerberg tarafından İsveç'in Halland bölgesindeki Frillesås sahil kasabasında kurulan, İsveç'in önde gelen doğal cilt bakım markalarından biridir. Şirket, tamamen İsveç'te üretilen, doğal ve organik içeriklerle hem insanlar hem de çevre için güvenli, profesyonel kalitede cilt bakım ürünleri üretme vizyonuyla kurulmuştur. Cilt bakımı, saç bakımı ve vücut bakımını kapsayan ürün yelpazesi, sertifikalı organik tedarikçilerden elde edilen soğuk preslenmiş bitkisel yağlar, balmumu ve botanik özlerle formüle edilmiştir. Şirketin temel felsefesi olan Deepskin Organics, cilde fayda sağlayan şeyin gezegene de fayda sağlaması gerektiğini vurgulamaktadır.

Tüm üretim, şirketin Frillesås'taki kendi tesisinde, yenilenebilir enerjiyle çalışan ve çevreye minimum etkiyle çalışacak şekilde tasarlanmıştır. Atık azaltma, etik kaynak kullanımı ve tam içerik şeffaflığı, markanın başından beri kimliğinin bir parçası olmuştur. Sentetik kokular, mineral yağlar veya parabenler kullanılmamakta ve ambalaj malzemeleri geri dönüştürülebilirdir. Allabolag'a (2024) göre, Maria Åkerberg AB, güçlü tüketici güvenini ve sürdürülebilir güzelliğe olan artan talebi yansıtan 100 milyon SEK'i aşan gelir bildirdi. Şirket ayrıca, hem tüketicilere hem de güzellik terapistlerine doğal cilt bakımı ve sürdürülebilirlik ilkelerini öğreten profesyonel eğitim programlarına ve bilinçlendirme çalışmalarına katkıda bulunmaktadır.

Maria Åkerberg'in faaliyetleri, İsveç'in ulusal iklim ve sürdürülebilirlik hedefleriyle yakından uyumludur. Şirket, sertifikalı organik çiftliklerden malzeme tedarik ederek, toprak bozulmasına ve sera gazı emisyonlarına katkıda bulunan sentetik kimyasalların kullanımından kaçınmaktadır. İsveç içinde yerel üretim, dış kaynaklı üretime kıyasla ulaşım emisyonlarını azaltırken, fabrikasında yenilenebilir enerji kullanımı da genel karbon ayak izini en aza indirmeye yardımcı olmaktadır.

Markanın döngüsel üretim modeli, geri dönüştürülebilir malzemelere, minimum atığa ve uzun ürün dayanıklılığına odaklanarak, 2045 yılına kadar net sıfır emisyonu hedefleyen İsveç İklim Politikası Çerçevesi'nin ilkelerini yansıtıyor. Kadın tarafından kurulan ve yönetilen bir işletme olarak Maria Åkerberg, yerel istihdam olanakları yaratarak ve İsveç güzellik sektöründe çevre bilincini teşvik ederek sosyal bir rol de üstleniyor.

Maria Åkerberg, etik üretim, eğitim faaliyetleri ve iklim bilincine sahip inovasyonu bir araya getirerek, küçük ve orta ölçekli işletmelerin yeşil ve döngüsel ekonomiye geçişte nasıl aktif rol oynayabileceğini gösteriyor. Şirketin başarısı, sürdürülebilirlik ve karlılığın bir arada var olabileceğini ortaya koyarak, Avrupa'nın doğal kozmetik sektöründe sorumlu girişimcilik için örnek teşkil ediyor.

Co-funded by the European Union

Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar(lar)a aittir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansı'nın (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Avrupa Birliği veya EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.

Doğadan İlham Alan İnovasyon

L:A Bruket, 2008 yılında İsveç'in batı kıyısındaki Varberg'de Mats Johansson ve Monica Kylén tarafından kuruldu. Kurucular, bölgenin spa geleneklerinden ve çevredeki kıyı manzarasından ilham alarak, doğal içerikleri işlevsel tasarımla birleştiren cilt bakım ürünleri yaratmayı hedeflediler. Markanın yol gösterici felsefesi, doğadan ilham alan yenilik olarak tanımlanıyor ve sadeliği, özgünlüğü ve çevreye saygıyı vurguluyor.

L:A Bruket ürünlerinin tamamı İsveç'te geliştirilmekte ve üretilmekte olup, yüksek oranda doğal ve organik içerikler kullanılmaktadır. Şirkete göre, çoğu formülasyon %90'ın üzerinde doğal bileşen içermekte olup, vegan ve hayvanlar üzerinde test edilmemiştir. Marka, sentetik kokular ve yapay renklendiricilerden kaçınarak, bunun yerine deniz yosunu, yulaf özü ve lavanta gibi doğal uçucu yağlar ve bitki bazlı içeriklere güvenmektedir. Tüm ürünler organik sertifikalı olmasa da, L:A Bruket, içerik izlenebilirliğini ve sorumlu kaynak kullanımını sağlamak için doğal kozmetiklerde COSMOS standardına uymaktadır.
Sürdürülebilirlik, şirketin değerlerinin ayrılmaz bir parçasıdır. Üretiminde kalite, uzun ömürlülük ve geri dönüştürülebilir malzemelere öncelik verilirken, ambalajlar atık ve çevresel etkiyi en aza indirecek şekilde tasarlanmıştır. Markanın el işçiliğine ve sürdürülebilirliğe olan bağlılığı, bilinçli tüketimi ve uzun ömürlü ürünleri teşvik ederek İsveç'in lagom denge ve ölçülülük kavramını yansıtmaktadır.

L:A Bruket, güçlü dijital hikaye anlatımı ve e-ticaret geliştirme sayesinde küçük bir yerel işletmeden uluslararası alanda tanınan bir markaya dönüştü. Minimalist estetiği ve doğal sağlığa odaklanması, markanın küresel bir kitleyle yankı bulan farklı bir kimlik oluşturmasına yardımcı oldu. Bugün L:A Bruket, hem çevrimiçi olarak hem de Stockholm, Göteborg, Paris, Berlin ve Seul gibi büyük şehirlerdeki seçkin perakende mağazaları aracılığıyla faaliyet gösteriyor ve ürünleri 40'tan fazla ülkede mevcut.

L:A Bruket'in iletişim stratejisinin merkezinde dijital kanallar yer alıyor. Marka, ürünlerinin ardındaki hikâyeyi paylaşmak, içerikleri vurgulamak ve müşterilerle doğrudan etkileşim kurmak için web sitesini ve sosyal medya platformlarını kullanıyor. Bu dijital şeffaflık, tüketici güvenini güçlendiriyor ve sürdürülebilirlik, özgünlük ve tasarımı önemseyen uluslararası bir topluluk oluşturuyor.

Özellikle doğal güzellik sektörüne giren girişimciler için L:A Bruket, dijital araçların geleneksel el sanatlarının erişim alanını nasıl genişletebileceğini gösteriyor. Yerel üretimi modern teknolojiyle birleştirerek, şirket sürdürülebilir iş modellerinin kökenlerine ve değerlerine sadık kalarak küresel ölçekte başarılı olabileceğini kanıtlıyor.

Co-funded by the European Union

Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar(lar)a aittir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansı'nın (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Avrupa Birliği veya EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

Referanslar

Kommerskollegium. (2021). İsveç pazarı – Kozmetik için doğal içerikler [Pazar araştırması]. İsveç Ulusal Ticaret Odası. https://www.kommerskollegium.se/globalassets/publikationer/market-studies/market-study-cosmetics.pdf Kemikalieinspektionen. (tarihsiz). Kurallar ve düzenlemeler. https://www.kemi.se/en/rules-and-regulations Business Sweden. (2022, 3 Mart). İsveç'in sürdürülebilir yaşam tarzı ekosistemi. https://www.business-sweden.com/insights/articles/swedens-sustainable-lifestyle-ecosystem/ İsveç Meteoroloji ve Hidroloji Enstitüsü. (2023). İsveç'te 1860-2021 yılları arasında gözlemlenen iklim değişikliği [Klimatoloji 69]. SMHI. https://www.smhi.se/download/18.18f5a56618fc9f08e832cbc3/1717804715501/Klimatologi_69%20Observerad%20klimatförändring%20i%20Sverige%2018602021.pdf İsveç Meteoroloji ve Hidroloji Enstitüsü. (tarihsiz). Sıcaklık – İklim göstergeleri. https://www.smhi.se/en/climate/tools-and-inspiration/climate-indicators/temperature İsveç Meteoroloji ve Hidroloji Enstitüsü. (tarihsiz). Yağış – İklim göstergeleri. https://www.smhi.se/en/climate/tools-and-inspiration/climate-indicators/precipitation Thulin, C. G. (2024). Yönetilen ekosistemlerde yabani gıdalarla ilgili fırsatlar: İsveç'te yıllık meyve üretimi ve yabani bitkiler [Doktora tezi]. İsveç Tarım Bilimleri Üniversitesi. https://pub.epsilon.slu.se/34952/1/thulin-c-g-20240902.pdf Maria Åkerberg. (tarihsiz). Sürdürülebilirlik ve üretim. https://www.mariaakerberg.com/en_GB/page/sustainability Maria Åkerberg. (tarihsiz). Hakkımızda – Deepskin Organics felsefesi. https://www.mariaakerberg.com/en_GB/page/about-us İsveç Hükümet Ofisleri. (2018). İsveç'in İklim Politikası Çerçevesi. Çevre ve Enerji Bakanlığı. https://www.government.se/articles/2018/03/swedens-climate-policy-framework/ L:A Bruket. (tarih belirtilmemiş). Hakkımızda – Doğadan ilham alan inovasyon. https://www.labruket.com/en-us/pages/about-us L:A Bruket. (tarih belirtilmemiş). SSS – L:A Bruket ürünleri doğal ve organik mi? https://www.labruket.com/en-us/pages/faq Vogue Scandinavia. (15 Nisan 2022). L:A Bruket'in yükselişi: İsveç'in kıyı cilt bakım devrimi. Magnusson, J. (2022, 19 Ekim). L:a Bruket: "Biyoteknoloji, doğal güzellik alanındaki yeniliğin ilerleyici devamlılığıdır". Scandinavian MIND. https://scandinavianmind.com/mats-johansson-la-bruket-biotech-is-the-progressive-continuity-of-innovation-within-natural-beauty/

Co-funded by the European Union

Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar(lar)a aittir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansı'nın (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Avrupa Birliği veya EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

Vaka Çalışmaları

ÜLKE ADI: Avusturya

Co-funded by the European Union

Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar/lara aittir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansının (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Avrupa Birliği veya EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

Yerel Köklerden Ulusal Etkiye

Avusturya, gelenek ile yeniliğin en beklenmedik şekillerde buluştuğu bir yerdir. Tirol'ün sakin vadilerinde, Styria'nın ormanlarında ve Viyana'nın yaratıcı semtlerinde, küçük atölyeler ve stüdyolar yüzyıllardır süregelen zanaat kültürüne yeni bir soluk getiriyor. Ahşap bir çalışma tezgahında, mutfak büyüklüğünde bir laboratuvarda veya küçük bir dağ atölyesinde başlayan şey, çoğu zaman çok daha büyük bir şeye dönüşüyor. Avusturyalılar, ülkenin dağlık manzaraları ve güçlü çevre kimliği tarafından şekillendirilen değerler olan saflığa, doğaya ve kaliteye derin bir değer veriyorlar.

Bu kültürel temel, yeni bir yeşil girişimcilik dalgasını tetikliyor. El yapımı kozmetik üreticileri, yerel bitkileri, kır çiçeklerini ve hatta geri dönüştürülmüş malzemeleri modern, çevre bilincine sahip ürünlere dönüştürerek bu değişimin ön saflarında yer alıyor. Çalışmaları, seri üretim yerine özgünlüğü ve kolaylık yerine sürdürülebilirliği giderek daha fazla arayan ulusal bir kitleyle yankı buluyor.

Destekleyici ulusal finansman programları, dijital inovasyon araçları ve hızla büyüyen temiz güzellik pazarı sayesinde, bir zamanlar yerel olan bu üreticiler ulusal sahneye çıkıyorlar. Yolculukları, daha geniş bir Avusturya öyküsünü yansıtıyor: küçük, düşünceli fikirlerin büyük ölçekli değişime ilham verme gücü. Avusturya'da yerel kökler sadece yerel kalmıyor, tüm ülkede sürdürülebilirliğin geleceğini şekillendiren bir harekete dönüşüyor.

Avusturya'da inovasyon doğrudan manzaradan doğar. Ülkenin dağları, ormanları ve çayırları sadece ulusal kimliğin sembolleri değil, aynı zamanda yeni fikirlerin de itici güçleridir. Avusturyalı işletmeler genellikle doğayı hem bir rehber hem de bir kaynak olarak görür ve sürdürülebilirlik ile inovasyonun birlikte geliştiği benzersiz bir model yaratırlar.

Örneğin, Tirol'deki Tiroler Kräuterdörfer köylerini ele alalım; çiftçiler yüzyıllardır süregelen gelenekleri kullanarak dağ bitkileri yetiştiriyor. Günümüzde bu bitkiler, Avusturya ve ötesinde satılan modern doğal kozmetiklere, uçucu yağlara ve sağlıklı yaşam ürünlerine dönüştürülüyor. Ya da bölgesel hammaddeler, yenilenebilir enerji ve döngüsel üretim sistemleri kullanarak doğal kozmetikler ve ev ürünleri üreten tanınmış bir Avusturya eko-markası olan Grüne Erde'yi.

Bitkisel cilt bakımı alanında, Waldviertel bölgesindeki SONNENTOR, organik tarım ve biyoçeşitliliğe dost yöntemlerin küresel çapta başarılı ürünlere nasıl yol açabileceğini gösteriyor. Çayları ve bitkisel özleri, Avusturya genelindeki birçok küçük kozmetik üreticisi tarafından kullanılıyor. İnovasyon teknolojiye de uzanıyor. Avusturyalı şirketler, içeriklerin nereden geldiğini göstermek için giderek daha fazla dijital ürün pasaportu, QR kodları ve izlenebilirlik platformları kullanıyor; böylece dağ çiftliğinden nihai ürüne kadar şeffaflık sağlanıyor. Styria'da, birçok küçük kozmetik üreticisi, bitki bazlı formülasyonları modern ekstraksiyon süreçleriyle iyileştirmek için yerel biyoteknoloji laboratuvarlarıyla iş birliği yapıyor. Bu örnekler, Avusturyalı işletmelerin doğal kaynakları, geleneksel el sanatlarını ve dijital inovasyonu nasıl birleştirdiğini gösteriyor. Avusturya'da doğa sadece bir arka plan değil; ülkeyi yeşil girişimcilikte lider yapan yeni ürünlere, daha akıllı teknolojilere ve sürdürülebilir çözümlere ilham veren itici bir güçtür.

Co-funded by the European Union

Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar(lar)a aittir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansı'nın (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Avrupa Birliği veya EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

Referanslar

İklim ve Enerji Fonu. (2024). Yeşil Finans 2024 Teklif Çağrısı [PDF]. https://www.umweltfoerderung.at/fileadmin/user_upload/umweltfoerderung/betriebe/Green_Finance/KLIEN_Leitfaden_Green_Finance.pdf İklim ve Enerji Fonu. (2025). İklim nötr bir Avusturya için. https://www.klimafonds.gv.at/ Avusturya Cumhuriyeti Federal Şansölyeliği. (tarih belirtilmemiş). Ekonominin Dönüşümü: İklim ve Enerji Fonu Finansman Programı. https://www.bundeskanzleramt.gv.at/eu-aufbauplan/aktuelles/klima-und-energiefonds-foerderprogramm-transformation-der-wirtschaft.html Kozmetik Pazarı Büyüyor, Doğal Kozmetikler Popülaritesini Kaybediyor. Vienna.at. https://www.vienna.at/cosmetics-market-grows-natural-cosmetics-lose-popularity/9241550

Co-funded by the European Union

Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar(lar)a aittir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansı'nın (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Avrupa Birliği veya EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.

Wonderful - Avrupa gençleri için yeşil, dijital ve dirençli girişimcilik için büyüme modeli

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

Wonderful Projesi Nedir?

WONDERFUL projesi, kozmetik ürünlerinde doğallığın ve sağlığın faydalarına büyük önem vermektedir. Günümüz pazarında tüketiciler, kişisel bakım ürünlerinde kullanılan zararlı kimyasalların ve bunların sağlık üzerindeki etkilerinin giderek daha fazla farkına varmaktadır. Proje, doğal içeriklerle üretilen el yapımı kozmetik ürünlerinin kullanımını teşvik ederek, genç kadınlara sadece sağlıkları için değil, çevre için de daha iyi bir alternatif sunmayı amaçlamaktadır.

Ülkeye özgü bilgiler

Özellikle: Anketler, Türk tüketicilerinin yaklaşık %65'inin doğal veya organik olarak etiketlenen kozmetik ürünlerini satın alma olasılığının daha yüksek olduğunu göstermektedir. Çağlar, A. (2024, 12 Aralık)

Türkiye'nin Kozmetik Sektörü

Türkiye'nin altyapısı iyi: Yerel bitkisel ürünler temin edebilirsiniz, küçük üreticiler yeterli kapasiteye sahip ve düzenlemelere uyulduğu takdirde ihracat mümkün.

Bazı el yapımı kozmetik üreticileri mikro işletme olarak faaliyet gösterebilir, ancak düzenleyici gerekliliklere tam olarak uyup uymadıklarını kontrol etmek tavsiye edilir; uyumsuzluk riski vardır (örneğin, yakın zamanda yapılan bir denetimde 162 üründen 110'unun uyumsuz olduğu tespit edilmiştir). (Erdoğan, 2024)

Türkiye'de küçük ölçekli sabun üretimi (zeytinyağı sabunu, defne sabunu, gül sabunu) için kullanılabilecek gelenekler vardır (örneğin Ege bölgesinden zeytinyağı sabunu).

Endüstriyel kozmetik ürünlerine kıyasla, el yapımı ürünler genellikle:
Biyolojik olarak parçalanabilir, yerel kaynaklı malzemeler kullanın;
Daha az ambalaj atığı oluşturun;
Türkiye'nin Sıfır Atık stratejisiyle uyumlu, çevre dostu üretim ve tüketim modellerini teşvik edin.

El Yapımı Kozmetiklerin Stratejik Faydaları
Yerel ekonominin dayanıklılığını destekler;
Bölgesel kimliği ve kültürel mirası güçlendirir;
AB Yeşil Mutabakatı ve Erasmus+'ın sürdürülebilirlik ve genç girişimcilik öncelikleriyle uyumludur;
Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçlarına (SDG 8, 9, 12) katkıda bulunur.

HARİKA - Avrupa gençleri için yeşil, dijital ve dirençli girişimcilik için büyüme modeli

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

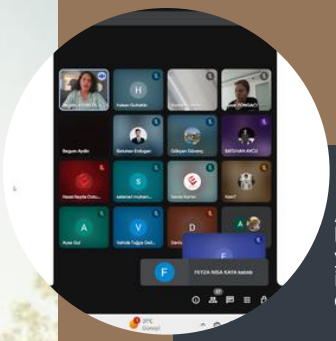
Avrasya Yenilikçi Toplum Derneğinin Rolü

Çok kültürlü Wonderful Project konsorsiyumunun bir parçası olarak Avrasya, genç kadınların sağlığını iyileştirmek, çevresel sürdürülebilirliği teşvik etmek ve onlara istihdam edilebilirlik becerileri kazandırmak amacıyla el yapımı kozmetik ürünleri konusunda proje çıktılarının oluşturulmasına aktif olarak katkıda bulundu.

Türkiye'de neler yapıyorduk?

Konuyla ilgili dört farklı web semineri serisi düzenledik:

- **Ürün Geliştirme ve Formülasyon**
- **Markalaşma ve Pazarlama Stratejileri**
- **El Yapımı Kozmetik Ürünlerine İlişkin Yasal ve Düzenleyici Sorumluluklar**
- **İşletme ve Finansal Planlama**



Ayrıca, genç kadınların losyon mumu ve tonik yapmayı öğrenmeleri için ek bir atölye çalışması düzenledik.

Sadece bu etkinliklerimizde 120'den fazla kadınla tanıştık.

Yunanistan'da düzenlenen Gençlik Çalışanları Hareketlilik Programına da çevrimiçi olarak katıldık. Programın içeriği, örgün olmayan öğrenme yöntemleri, liderlik ve mentorluktu. Programın genel amacı, genç kadınların girişimcilik alanında desteklenmesiydi.

Avrasya, proje web sitesine ve e-öğrenme platformuna ücretsiz eğitim içerikleri oluşturarak katkıda bulunmayı ve bu konuda daha fazla bilgi edinmek isteyen daha fazla kadına ulaşmayı hedefliyor.

HARİKA - Avrupa gençleri için yeşil, dijital ve dirençli girişimcilik için büyüme modeli

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

Referanslar

Çağlar, A. (2024, 12 Aralık). Doğal ve organik kozmetik pazar araştırması: Türkiye'de yeşil bir gelecek. Trade To Turkey.

Erdogan, K. (2024, 14 Ekim). Türkiye'de ruhsatsız kozmetik ürünlerine dikkat: 162 üründen 110'u riskli bulundu. Türkiye Today.

HARİKA - Avrupa gençleri için yeşil, dijital ve dirençli girişimcilik için büyüme modeli

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

Wonderful Projesi Nedir?

WONDERFUL, Avrupa ülkelerindeki gençlerin el yapımı kozmetik alanında sürdürülebilir işletmeler kurmalarına ve büyütmelerine yardımcı oluyor. Güvenli ürünler üretmeyi, pazara giriş stratejisini ve işletmenin temel unsurlarını öğretiyoruz.

Neden İsveç?

İsveç'te doğal kozmetik ürünlerinin, Avrupa genelinden daha büyük bir paya sahip olması bekleniyor. Avrupa Birliği ülkeleri arasında İsveç, en yüksek tüketici oranına sahip ülke konumunda.

İsveç Kozmetik Endüstrisi

Tipik İsveç malzemeleri arasında kolza yağı, yulaf, huş ağacı, deniz topalak, balmumu ve çam ve lavanta gibi uçucu yağlar bulunur.

Yaygın ürünler arasında soğuk işlem sabunları, dudak balsamları, vücut kremleri, sade yüz yağları ve banyo tuzları bulunur. Parfümsüz seçenekler hassas ciltler için uygundur.

İşte el yapımı veya doğal kozmetik alanında faaliyet gösteren İsveç markaları:
Maria Åkerberg — 1995 yılında İsveç'in Frillesås kentinde kurulan marka, sertifikalı içerikler kullanılarak İsveç'te üretilen doğal ve organik cilt bakım ürünlerine odaklanıyor.
L:A Bruket — 2008 yılında İsveç'in batı kıyısında (Varberg) kurulmuştur. Doğal içerikleri, spa esintili ürünleri ve İsveç doğasıyla olan güçlü bağıyla bilinir.

- Estelle & Thild — 2007 yılında kurulan bu İsveç markası, organik sertifikalıdır ve doğal biyoaktif içerikler kullanır.

İskandinav güzelliği sadelik, pratiklik ve doğaya duyulan derin saygı ile tanımlanır.

Denge ve ölçülülüğü benimseyen bu yaklaşım, İsveç'in "lagom" kavramını yansıtıyor; bu kavram ne çok fazla ne de çok az anlamına geliyor. Azın çok olduğu fikrine odaklanan ürünler, özenle seçilmiş az sayıda içerikten formüle ediliyor.

Ürünlerde etik kaynaklardan elde edilen, genellikle Kuzey Avrupa'ya özgü doğal malzemelere önem verilir. Aynı minimalist değerler, sürdürülebilir malzemeleri, sade şekilleri ve sakin, nötr tonları tercih eden ürün tasarımı ve ambalajına da yansır.

HARİKA - Avrupa gençleri için yeşil, dijital ve dirençli girişimcilik için büyüme modeli

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

Impact Hub'ın Rolü

Impact Hub Stockholm, WONDERFUL projesini koordine eder ve genel yönünü, yapısını ve uygulamasını denetler. Lider kuruluş olarak Impact Hub, ortaklar arasında sorunsuz işbirliğini sağlar, ilerlemeyi izler ve proje sonuçlarının kalitesini korur.

Etki odaklı girişimcileri destekleme deneyimimizden yola çıkan Impact Hub, sürdürülebilirlik, girişimcilik ve kadınların güçlendirilmesini, doğal içeriklere, sağlığa ve çevresel sorumluluğa odaklanan el yapımı kozmetik ürünleri aracılığıyla birleştiren bir çerçeve tasarladı.

İsveç'te neler yaptık?

Katılımcıların doğal malzemeler kullanarak kendi el yapımı kozmetik ürünlerini ürettikleri iki uygulamalı atölye çalışması düzenledik.

Projenin sonuçlarını sunmak ve eğitim faaliyetlerinden elde edilen bilgileri paylaşmak amacıyla Stockholm'de yerel bir tanıtım etkinliği düzenledik.

Impact Hub Stockholm, Yunanistan'daki Gençlik Çalışanları Hareketlilik programına da katıldı; bu programda İsveç'ten üç temsilci, diğer ortak ülkelerden meslektaşlarıyla bir araya geldi.

Bu hareketlilik programı, genç kadınların girişimcilik alanında desteklenmesi amacıyla liderlik, mentorluk ve örgün olmayan öğrenme yöntemlerine odaklanmıştır.

Hafta boyunca katılımcılar deneyimlerini paylaştılar, sürdürülebilirlik eğitiminde iyi uygulamaları incelediler ve el yapımı kozmetik alanında geleceğin girişimcilerine yol gösterecek stratejiler geliştirdiler.

Impact Hub Stockholm ayrıca bir dizi web semineri düzenledi.

Web seminerlerinde döngüsel ekonomi, sürdürülebilir üretim ve el yapımı kozmetik sektöründe iş kurma ve büyütme için pratik araçlar gibi konular ele alındı.

Toplamda, fikirlerini başarılı işletmelere dönüştürmüş ilham verici kadın girişimcileri bir araya getiren üç etkileşimli web semineri düzenledik.

HARİKA - Avrupa gençleri için yeşil, dijital ve dirençli girişimcilik için büyüme modeli

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

KAYNAKLAR

İsveç Ulusal Ticaret Odası. (2021). İsveç pazarı – Kozmetik için doğal içerikler [Pazar araştırması]. Erişim adresi: https://www.kommerskollegium.se/globalassets/publikationer/market-studies/market-study-cosmetics.pdf

Smith, (2022). İskandinav yulafı sadece cildi yatıştırmaktan daha fazlasıdır. Vogue Scandinavia. Erişim adresi: https://www.voguescandinavia.com/articles/skincare-science-nordic-oats

Formulabotanica. (2020, 20 Ekim). En İyi 10 Iskandinav Güzellik Bileşeni ve Faydaları. Erişim adresi: https://formulabotanica.com/nordic-beauty/

HARİKA - Avrupa gençleri için yeşil, dijital ve dirençli girişimcilik için büyüme modeli

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

WONDERFUL – Avrupa Gençleri için Yeşil, Dijital ve Dayanıklı Girişimcilik Büyüme Modeli, gençleri –özellikle kadınları– el yapımı ve bitki bazlı kozmetik alanında sürdürülebilir iş fikirleri geliştirmeleri için güçlendirmeyi amaçlamaktadır.
Proje, yenilikçi öğrenme araçları, hareketlilik değişimleri ve eğitim faaliyetleri aracılığıyla sürdürülebilirlik, yaratıcılık ve kapsayıcılığa dayalı yeşil ve dijital girişimci bir zihniyeti teşvik etmektedir.

Yunanistan, antik çağlara dayanan doğal ve el yapımı kozmetiklerde köklü bir geleneğe sahiptir. Zeytinyağı, bal, otlar ve uçucu yağlar gibi içerikler yüzyıllardır güzellik ve cilt bakımı ritüellerinde kullanılmaktadır.

Yunan Kozmetik Endüstrisi

El yapımı kozmetik ürünlerinde kullanılan Yunan bitkileri (lavanta, papatya)

Yunan el yapımı kozmetik ürünleri (Sabunlar)

Son yıllarda Yunanistan pazarında çevre dostu ve bitkisel kozmetik ürünlerine olan talep artıyor. Yenilikçiliği doğaya saygıyla birleştiren sürdürülebilir, bitki bazlı cilt bakım ürünleri üreten, kadın liderliğindeki birçok küçük işletme ortaya çıktı.

Ülkenin zengin biyoçeşitliliği, doğal ürün geliştirme için ideal olan geniş bir hammadde yelpazesi (lavanta, papatya, biberiye ve adaçayı) sunmaktadır. Aynı zamanda, Yunan mevzuatları AB kozmetik güvenlik standartlarıyla uyumlu olup, yerel girişimcilerin uluslararası pazarlara açılmasına olanak tanımaktadır.

Bu büyüyen sektör, girişimcilik, gelenek ve sürdürülebilirlik arasında güçlü bir bağlantıyı yansıtıyor ve el yapımı kozmetiklerin hem yerel kimliğe hem de yeşil inovasyona hizmet edebileceğini gösteriyor.

HARİKA - Avrupa gençleri için yeşil, dijital ve dirençli girişimcilik için büyüme modeli

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

Girişimcilik Geliştirme Enstitüsü (iED), WONDERFUL projesi kapsamında genç çalışanları ve girişimci kadınları desteklemeye odaklanan çeşitli ulusal faaliyetler yürütmüştür.

Gençlik Çalışanları Hareketliliği

Yunanistan'da farklı ortak ülkelerden gençlik çalışanlarını bir araya getiren bir hareketlilik etkinliği düzenlendi.

Etkinlik, katılımcılara kadın girişimciliği ve el yapımı kozmetiklerle ilgili deneyim alışverişinde bulunma, en iyi uygulamaları paylaşma ve yeni beceriler geliştirme fırsatı sundu.

Atölyelerde el yapımı kozmetik üretimi, iş dünyasına yönelik konuşmalar ve sürdürülebilirlik ve inovasyon üzerine tartışmalar yer aldı.

Yunanistan'da neler yaptık?

Yunanistan'da genç kadınları, girişimci adaylarını ve genç profesyonelleri bir araya getirmek amacıyla üç tematik web semineri düzenlendi:

1) Kadın girişimci olmak nasıl bir şey?

Bir kadın girişimcinin, girişimcilik yolculuğunda karşılaştığı zorlukları ve öğrendiği dersleri paylaştığı ilham verici bir oturum.

2) Bitkisel kozmetikler: Cilt sağlığı ve güzelliği için bitkisel çözümlerin gücü

Yunan bitkilerinin cilt bakımındaki doğal içerikleri, bitkisel formülasyonları ve faydalarının sunumu.

3) Finanse edilen fırsatlar

Girişimciliği ve genç girişimciliği destekleyen Avrupa ve ulusal finansman programları hakkında pratik bilgiler.

Etkinlik alanında

Ayrıca iED, WONDERFUL projesi için bir etkinlik düzenledi ve ardından el yapımı kozmetik temasına adanmış interaktif bir atölye çalışması gerçekleştirdi.

Etkinlik sırasında katılımcılara projenin hedefleri, çıktıları ve öğrenme araçları tanıtıldı ve kendi el yapımı kozmetik ürünlerini oluşturdukları uygulamalı bir oturuma katıldılar.

Bu etkinlik, uygulamalı öğrenmeyi, yaratıcılığı ve toplumsal katılımı teşvik ederken, aynı zamanda Yunanistan'daki gençlerin sürdürülebilirlik ve kadın girişimciliği fırsatları konusunda farkındalığını artırdı.

HARİKA - Avrupa gençleri için yeşil, dijital ve dirençli girişimcilik için büyüme modeli

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

xxx

KAYNAKLAR

Doğal Kozmetik - Yunanistan Statista'dan alındı: https://www.statista.com/outlook/cmo/beauty-personal-care/cosmetics/natural-cosmetics/greece

HARİKA - Avrupa gençleri için yeşil, dijital ve dirençli girişimcilik için büyüme modeli

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

Proje Açıklaması

WONDERFUL Projesi, genç kadınları ve gençlik çalışanlarını el yapımı kozmetik alanında beceriler geliştirmeleri için güçlendirirken, sürdürülebilir ve iklim bilincine sahip girişimciliği de teşvik etmektedir. Küçük bir eko-işletme kurmanın pratik, organizasyonel, yasal ve finansal yönlerini öğretmek için karma öğrenme materyalleri, atölyeler, web seminerleri ve bir e-öğrenme platformu sunmaktadır. Dijital araçları, AB çapındaki kampanyaları ve yerel girişimleri birleştirerek, WONDERFUL Avrupa genelinde yeşil iş fırsatlarını, çevre bilincini ve gençlerin istihdam edilebilirliğini desteklemektedir.

El yapımı kozmetik ürünleri hakkında ülkeye özgü bilgiler

Belçika'nın kozmetik sektörü güçlü ve büyüyor; 2023 yılında yaklaşık 2,3 milyar avro değerinde olacak. **Doğal, sürdürülebilir ve etik kaynaklı ürünlere** olan talep artıyor ve e-ticaret ile küçük ölçekli zanaatkar işletmeler için fırsatlar artıyor.

Belçika'da El Yapımı Kozmetik

Belçika'nın güzellik ve kişisel bakım pazarı 2023 yılında yaklaşık 2,3 milyar avro değerindeydi ve bu da Avrupa pazarının yaklaşık %2,4'ünü temsil ediyordu.

Belçika, kozmetik bileşenleri için önemli bir merkezdir; örneğin, 2023 yılında yaklaşık 140 ton balmumu ithal etmiştir (değeri yaklaşık 1,1 milyon avrodur), bu da doğal bileşenlere olan güçlü talebi göstermektedir.

BELÇİKA'DAKİ MUHTEŞEM Manzaralar

Belçika, kozmetik bileşenleri için önemli bir merkez konumunda; örneğin, 2023 yılında yaklaşık 140 ton balmumu (yaklaşık 1,1 milyon avro değerinde) ithal ederek doğal bileşenlere olan güçlü talebi ortaya koymuştur.

Özellikle doğal veya etik niteliklere sahip küçük ölçekli ve butik kozmetik ürünlerine olan talep giderek artıyor; tüketiciler içerik izlenebilirliğine, doğal kaynaklara ve çevre dostu formülasyonlara öncelik veriyor.

Belçika kozmetik sektörü güçlü, büyüyen ve doğal, etik ve dijital öncelikli modellere doğru kayan bir yapıya sahip; bu da sürdürülebilir el yapımı kozmetik ürünleri ve gençlerin öncülüğündeki yeşil girişimcilik projeleri için elverişli bir ortam yaratıyor.

WONDERFUL Projesi, dijital öğrenmeye ve kapasite geliştirmeye büyük önem verdi. Proje, el yapımı kozmetik üretimi, sürdürülebilir iş uygulamaları ve girişimcilik konularında adım adım kılavuzlar, eğitim videoları, şablonlar ve kaynaklar içeren kapsamlı bir dijital araç seti geliştirdi. Bu araç seti, yerel olarak ilgili, etkileşimli ve kullanımı kolay olduğundan emin olmak için Belçikalı katılımcılarla test edildi ve gençlere ve gençlik çalışanlarına çevre dostu kozmetik işletmeleri kurmak ve yönetmek için pratik bilgiler sağladı.

HARİKA - Avrupa gençleri için yeşil, dijital ve dirençli girişimcilik için büyüme modeli

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

BELÇİKA'DAKİ MUHTEŞEM Manzaralar

WONDERFUL Projesi sırasında FDI, Belçikalı katılımcılar için sürdürülebilir kozmetik üretimi, pazarlama stratejileri, yasal ve mali hususlar ve iklim bilincine sahip girişimcilik gibi konuları kapsayan web seminerleri ve sanal seminerler düzenledi. Web seminerleri etkileşimliydi ve soru-cevap oturumları, gösteriler ve tartışmalar içeriyordu.

Proje kapsamında, katılımcıların sabun, krem ve peeling gibi el yapımı kozmetik ürünler üretmeyi öğrendikleri, aynı zamanda işletme yönetimi, yasal çerçeveler, pazarlama ve finansal planlama konularında pratik bilgi edindikleri uygulamalı yerel atölyeler ve eğitim oturumları düzenlendi.

Belçika'da neler yaptık?

Bunların yanı sıra, şahsen katılamayan katılımcılara ulaşmak için girişimcilik, dijital pazarlama ve sürdürülebilir üretim yöntemleri konularında modüller sunan sanal web seminerleri düzenlendi.

Faaliyetler arasında, mevcut küçük ölçekli kozmetik işletmeleriyle görüşmeler yaparak karşılaştıkları zorlukları ve başarıları anlamak, bu bilgileri eğitime entegre etmek ve girişimcilik girişimlerini desteklemek için katılımcılarla takip görüşmeleri yapmak yer aldı.

FDI, gençlik dernekleri ve kadın örgütleriyle ortaklık kurarak atölye çalışmaları ve ağ oluşturma etkinlikleri düzenliyor.
Ayrıca, yerel topluluklar içinde mentorluk, akran öğrenimi ve bilgi paylaşımını kolaylaştırdı.

Gönüllü Merve, Liège'deki HARİKA etkinliklere katıldı ve özellikle bir atölye çalışmasına katıldıktan sonra kendi sabun markasını piyasaya sürdü. Çevre dostu kozmetik ürünleri ve iklim bilincine sahip iş uygulamaları konusunda farkındalık yaratmak ve geniş bir yerel etki sağlamak amacıyla, bilgilendirme kampanyaları, bültenler ve sosyal medya tanıtımları da yapıldı.

Belçikalı katılımcılar ayrıca Yunanistan'da düzenlenen Öğrenme, Öğretme ve Eğitim Faaliyetlerine (LTTA) katılarak deneyimlerini paylaştılar, en iyi uygulamaları gözlemlediler ve öğrendiklerini yerel uygulamalara uyarladılar.

Ekip, yerel olarak gençlik dernekleri ve kadın örgütleriyle iş birliği yaparak toplumsal katılımı güçlendirmek amacıyla ortak atölyeler, mentorluk oturumları ve ağ oluşturma etkinlikleri düzenledi.

HARİKA - Avrupa gençleri için yeşil, dijital ve dirençli girişimcilik için büyüme modeli

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

Proje Açıklaması

Proje, çevre dostu üretim yöntemlerine, dijital okuryazarlığa ve modern pazarda dayanıklılığın güçlendirilmesine odaklanmaktadır.

Avusturya, bölgesel otlar, Alp bitkileri ve çevre dostu üretim yöntemlerine dayalı doğal, el yapımı kozmetik ürünleri üretme konusunda zengin bir geleneğe sahiptir. Ülke, sıkı kalite standartları ve yüksek güvenlik düzenlemeleriyle tanınır; bu da el yapımı ürünleri hem yerel hem de uluslararası alanda oldukça değerli kılmaktadır.

El yapımı kozmetik ürünleri hakkında ülkeye özgü bilgiler

Avusturya, AB'nin sıkı kozmetik düzenlemelerine uymaktadır; bu nedenle ürünlerin yüksek güvenlik standartlarını karşılaması gerekmektedir.

Birçok küçük işletme, yerel pazarlarda ve ekolojik dükkanlarda el yapımı sabunlar, kremler ve merhemler satmaktadır.

Avusturya'da el yapımı kozmetik ürünlerde sıklıkla arnika, papatya ve kalendula gibi Alp bitkileri kullanılır. Bu bitkiler geleneksel olarak cilt bakımında kullanılır ve yatıştırıcı ve iyileştirici özellikleri nedeniyle değerlidir.

Yerel zanaatkarlar sıklıkla doğal yağları ve vitaminleri koruyan soğuk işlem sabun yapım yöntemini kullanırlar. Bu da hassas ciltler için bile uygun, nazik ve cilt dostu sabunlar elde edilmesini sağlar.

HARİKA - Avrupa gençleri için yeşil, dijital ve dirençli girişimcilik için büyüme modeli

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

Avusturya'da, 25 genç katılımcının yer aldığı bir dizi yerel eğitim düzenledik.
Bu oturumlarda yeşil girişimcilik, sürdürülebilir üretim yöntemleri ve el yapımı kozmetik ürünlerin üretiminin temelleri ele alındı.

Yüz yüze yapılan oturumların ötesinde katılımı artırmak için çeşitli web seminerleri de düzenledik.
Bu çevrimiçi toplantılar, katılımcıların dijital pazarlama, çevresel sürdürülebilirlik ve kozmetik ürünler için AB standartları hakkında bilgi edinmelerini sağladı.

Avusturya'da neler yaptık?

Sürdürülebilirliği desteklemek amacıyla ambalajlar genellikle geri dönüştürülebilir veya biyolojik olarak parçalanabilir özelliktedir.

Geleneksel bitkisel bilgiler, Avusturya cilt bakım kültüründe önemli bir rol oynamaktadır.

Avusturya'daki WONDERFUL projesi faaliyetleri kapsamında, projenin görünürlüğünü ve etkisini sağlamak amacıyla geniş bir yelpazede yaygınlaştırma çalışmaları gerçekleştirdik.

Yerel eğitimleri ve web seminerlerini tamamladıktan sonra, sonuçları sosyal medya güncellemeleri, bilgilendirici gönderiler ve katılımcılar tarafından oluşturulan dijital materyaller aracılığıyla daha geniş bir toplulukla aktif olarak paylaştık.

HARİKA - Avrupa gençleri için yeşil, dijital ve dirençli girişimcilik için büyüme modeli

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

KAYNAKLAR

Avrupa Komisyonu. (2023). Erasmus+ Program Rehberi. https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/

Avrupa Birliği. (2023). Kozmetik ürünlere ilişkin AB düzenlemeleri. https://ec.europa.eu/growth/sectors/cosmetics/

WONDERFUL Projesi Konsorsiyumu. (2023). Proje tanımı ve hedefleri. https://wonderful-enterprise.eu/course/mapping-of-the-handmade-cosmetic-field/

Avusturya Ticaret Odası. (2022). Avusturya'da doğal ve el yapımı kozmetik ürünler: Piyasa genel görünümü. https://www.wko.at

Wonderful

Avrupa Gençleri İçin Yeşil, Dijital ve Dayanıklı Girişimcilik Büyüme Modeli

IMPACT HUB

ESICA

EURASIA INSTITUTE

Gelecek Kalkınma Girişimi

Institute of Entrepreneurship Development
iED

Co-funded by the European Union

Avrupa Birliği tarafından finanse edilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar(lar)a aittir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansı'nın (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Avrupa Birliği veya EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.