

İTKİB HEDEF 2011

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

15 MART - 15 NİSAN 2011

İSTANBUL OTELLERİ
KONGRE TURİZMİ İLE
ALTIN ÇAĞINDA

cpi, IFW VE ŞİMDİ DE
SHOPPING FEST:
ÜÇGEN TAMAM

OTOMOTİVİ
TEKSTİL
GİYDİRİYOR

GENÇ İŞSİZ
ÇALIŞTIRANA
BÜYÜK
TEŞVİK

VERGİ BORCUNDAN İSTİHDAMA

**TORBA YASA
İHRACATÇIYA
NE GETİRİYOR?**



assyst

topcut
bullmer



Modayı bizimle yönlendirin!

Koleksiyonlarınızı tasarlarken
hızınızı ve verimliliğinizi artıracak çözümler için
assyst - topcut bullmer size yeter...



ASSYST CAD SİSTEMİ
Bilgisayar Destekli Kalıp Yaratma,
Serilendirme, Pastal Planı Hazırlama Sistemleri



PROCUT XL 7501
Yüksek Katlı Kesim Makinası (Cutter)

ASTAŞ JUKI

astasjuki@astasjuki.net | www.astasjuki.net



ASTAŞ ENDÜSTRİ TEKSTİL MAKİNALARI SAN. ve TİC. A.Ş.
ASTAŞ PLAZA Koçman Cad. No: 57 34600 Güneşli / İstanbul Tel: (0212) 630 89 00 Faks: (0212) 630 89 29



Doğayla Kucaklaş. Pamuğu Seç.

www.cottonusaturkey.com



SAHİBİ

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon
İhracatçı Birlikleri adına
Cemal BAYAZIT

DANIŞMA KURULU

Hikmet TANRIVERDİ,
İsmail GÜLLE,
Lemi TOLUNAY,
İbrahim YILMAZ

YAYIN KURULU BAŞKANI

Biröl SEZER

YAYIN KURULU

Sabri Sami YILMAZ, Selahattin
SARI, Nilgün ÖZDEMİR, İsmail
KOLUNSAÇ, Okyay MIZRAK,
Şahin DOĞAN, İdris AKDOĞAN,
Efsane TURAN, Jale TUNCEL,
Özcan SÜMER, Sultan TEPE,
Ömer ÖZPEHLİVAN, Derya
YARANGÜMELİ, Muammer AKÇAY,
Riva PINTO, Ferzat ERDEBİL, Arzu
Odabaşı SARI, Hüseyin ÇETİN, Ali
Cafer ÇELİK, Yücel ELİBOL, Didem
MİSİRLİOĞLU, Uğur UYSAL, Bülent
ÖZOZAN, Hazım EVRENGİL

YAZI KURULU

Esin USTA, Selçuk GÖKART,
Erbil ÇİHAĞIR, Hüsnüye GÖKART

YÖNETİM YERİ

Çobançeşme Mevkii Sanayi Cad.
Dis Ticaret Kompleksi
34530 Yenibosna-İstanbul
TEL: [212] 4540200
FAKS: [212] 4540415
WEB: www.itkib.org.tr
e-mail: info@itkib.org.tr

YAPIM

KÜÇÜK MUCİZELER

Küçük Mucizeler Yayıncılık ve
İletişim Hizmetleri Ltd. Şti.

YAYIN DİREKTÖRÜ

Tolga TOPÇU
tolgatopcu@kucukmucizeler.com

YAYIN YÖNETMENİ

Erkan ERSÖZ
erkanerso@kucukmucizeler.com

SORUMLU YAZIŞLARI MD.

Hüsne PAMUK
husnepamuk@kucukmucizeler.com

EDİTÖR

Evren İREN
evreniren@kucukmucizeler.com

FOTOĞRAFLAR

İFA - www.ifatolye.com

**PAZARLAMA
İLETİŞİM DİREKTÖRÜ**

Özgür SEYHAN
ozgurseyhan@kucukmucizeler.com

BASKI ÇİLT

Uniprint
Hadımköy İstanbul Asfaltı
Ömerli Köyü Mevkii 34555
TEL: [212] 798 28 40
FAKS: [212] 798 20 63

DAĞITIM

Tele Kurye

Hedef Dergisi İTKİB üyelerine ücret-
siz olarak dağıtılır. Hedef Dergisi adı
kullanılarak alıntı yapılması yazılı izne
tabidir. Gönderilen yazı ve fotoğraflar
iade edilmez. Yayımlanan makalelerdeki
görüşler yazarına aittir.

Hedef Dergisi İTKİB adına Küçük
Mucizeler Yayıncılık ve İletişim
Hizmetleri Ltd. Şti. tarafından yayına
hazırlanmaktadır.

İLETİŞİM

Gülbahar Mah. Oya Sok.
Günevir Apt. No: 15 D: 4
Mecidiyeköy İstanbul
(0212) 211 68 53 - 73



06 KISA KISA

14 İTKİB HABERLER

18 SEKTÖR

Hazır giyim ve
tektilden ortak ses

20 GÜNDEM

Rehavete asla yer yok

22 cpi

cpi için büyük güçbirliği

24 FUAR

Tekstil köprüsü
İstanbul'da kuruluyor

26 DÜNYA

Dünya devleri
Moda Konferansı
için geliyor

28 PERAKENDE

Shopping Fest ile
uçgen tamamlanıyor

32 SEKTÖR

İhracatın parlayan
yıldızı ayakkabı

36 FUAR

Milano'da ayakkabı
modasının resmi geçidi

38 FUAR

Moskova'da Türkiye şovü

40 MAKALE

Ali Ağaoğlu

42 GÜNDEM

Torbadan ne çıktı?

48 GÜNDEM

Torba istihdamın
önünü açtı

50 VERGİ DÜNYASI

Torba yasa neler getiriyor?

52 RÖPORTAJ

Gümrüklerde sonuç odaklı
yaklaşım devri

56 İŞ DÜNYASI

İstanbul otellerinde
yer yok

62 GÜNDEM

Kadınlar hayatın
her alanında

64 FUAR

Otomotivi tekstil giydirdi

68 TASARIM

Moda tasarımında
Koza son nokta

70 TASARIM

Esmâ Çelik'ten ipliğe övgü

72 BRÜKSEL MEKTUBU

Haluk Özelti

74 RÖPORTAJ

Markanızı hologramla
koruyun

76 EĞİTİM

İşgücü niteliği için
Mesleki Yeterlilik Belgesi

78 AR-GE

Sektörün hizmetinde
tam donanımlı bir
Ar-Ge merkezi: İTA

80 TREND SEMİNERİ

Kumaş modasında
güncelleme zamanı

82 TREND

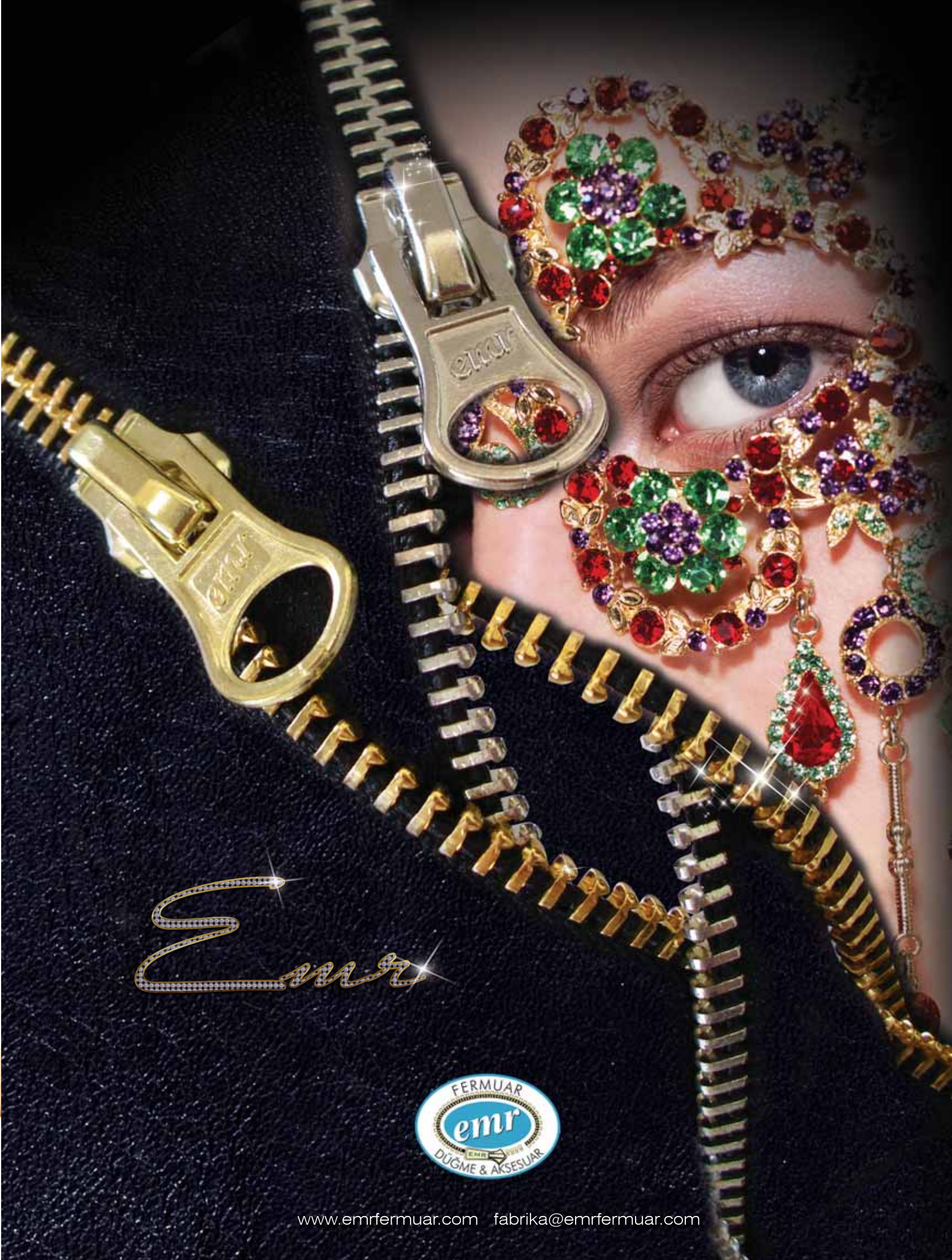
Nelly Rodi Ayakkabı ve
Çanta Trendleri

86 ENGLISH

90 GÖSTERGELER

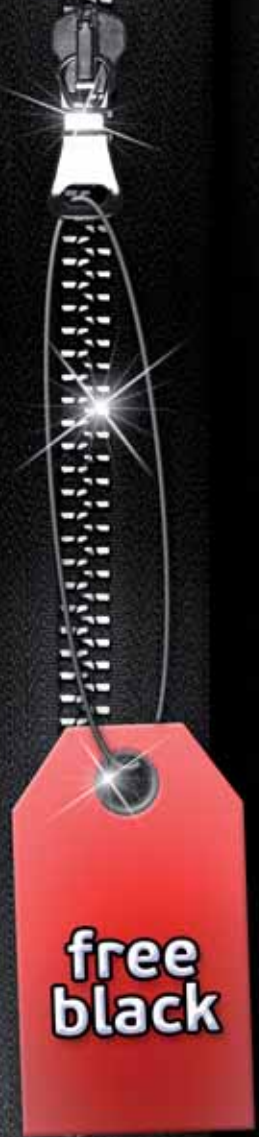
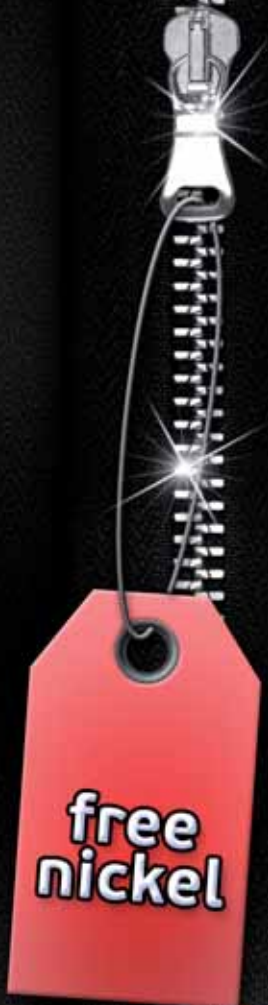
96 ADRESLER





Emr





ZIPEX®



*free gold - free black
free nickel
zippers*

ZIPEX Free Group fermuarlar kimyasında nikel ihtiva etmeyerek ekolojik standart değerlere uygunluk gösterir. Ürünlerinizde ZIPEX Free Group fermuarları tercih ederek doğaya olan sorumluluk bilinciniz ile yaşamınıza ve geleceğinize değer katmış olacaksınız.

www.zipex.com.tr info@zipex.com.tr

+90 212 547 10 99



Brillant'tan rahat şıklık

Brillant, ev tekstil koleksiyonuna Kapitone yatak örtülerini ekleyerek şıklık ve rahatlığı bir arada sunuyor. Tamamen yerli üretim olan bu yatak örtüleri, çift taraflı renk özelliği sayesinde sıkılmadan uzun süreler kullanılırken, farklı desenleri ile de tüm yatak odalarına uyum sağlayabiliyor.

Derimod'dan Shopping Fest'e destek

Derimod, İstanbul Shopping Fest'e özel 2011 - 2012 yeni sezon tüm ürünlerinde geçerli olacak büyük indirim kampanyası ile festivale destek veriyor. Derimod, 18 Mart - 26 Nisan tarihleri arasında 40 gün 40 gece boyunca hem alışveriş hem eğlencenin yaşanacağı İstanbul Shopping Fest'e özel tüm yeni sezon ürünlerinde yüzde 30 indirim yapacak. Derimod'un yeni sezon koleksiyonunda yer alan, doğanın tüm renklerinin bulunduğu deri ceket ve montlar, birbirinden farklı şık ve zarif tasarımlı ayakkabılar ve her kıyafate uygun çantalar bu kampanya kapsamında indirimde olacak.



Benetton kadını gökyüzü tonlarına bürünüyor

Benetton'un hafif renklerin hakim olduğu "Parachute" temasında, yaz ayları gökyüzü tonlarıyla vurgulanıyor. Açık mavi ve pembeler, taş rengi, pudra tonları temadaki tüm modellerde kendini hissettiriyor. Farklı kumaş seçenekleri, Benetton kadınına dikkat çeken bir duruş yaratırken sportif ve romantik etkiler yaz aylarına damgasını vuruyor. Pudra rengi yakası fırfırlı hırka, koleksiyonun önemli parçası olarak incecik tişörtlerle kombinleniyor. Uzun gömlekler, fırfır detaylı şık bluzlar, degradeli şallar sezonun hit parçaları arasında yer alıyor.

Faik Sönmez'den yeni koleksiyon

Faik Sönmez'de 2011 İlkbahar - Yaz sezonuna canlı renkler damgasını vuruyor. Abiyelerde renklerin ve işlemlerin zenginliği hissediliyor. Pudra renkli döpiyes ve elbiseler sezonun favorileri arasında. Pırl pırl boncuklarla süslenmiş çeşitli boy-lardaki sarı, mor, lacı, fuşya renklerindeki elbiselerin hepsinde el işlemleri mevcut. Rüya gibi desenlerin kullanıldığı uçuş ipek-şifon elbiseler, tunikler yaz partilerinin favorileri olacak.



Erkek modasında yaz sezonu başladı

Türkiye'nin en köklü erkek giyim markalarından biri olarak 1924'ten bugüne varlığını sürdüren Hatemoğlu, yeni sezon koleksiyonuyla vitrinlerdeki yerini aldı. 2011 ilkbahar-yaz sezonunda "her zevke, her yaşa, her bütçeye" sloganıyla yola çıkan marka, HTML ve Hatem Saykı koleksiyonları ile sezona hazır. Bu yaz şehirlî, kendine güvenen erkeklerin tercihi olmayı hedefleyen Hatemoğlu koleksiyonlarında, yıllardır sahip olduğu tecrübeyi, yenilikçi bakış açısıyla birleştiriyor. Koleksiyonda, Hatemoğlu imajını yansıtan oturaklı bir çizgi hakim. Hem gündüz hem de gece giyilebilecek seçeneklerin geniş yer tuttuğu yeni sezon koleksiyonu, erkekler için renkli, sportmen bir tarz sunuyor. Koleksiyonun en çok öne çıkan özelliği ise yine dar silüet, vücudu saran takım elbise, ceket ve gömleklerden oluşuyor olması. Takım elbiselerde siyah, lacivert ve gri tonları tercih edilirken, ceketlerde lacivert, bej ve beyazın hakimiyeti hissediliyor.



“PENYE ÜRETİMİNDE YAĞ LEKESİNE SON”



% 100 JAPON
Yüksek Kaliteli
Reçme Dikiş Makinesi

YAMATO
VGS 3721

ELEKTRONİK
ÜST TRANSPORTLU
REGULALI
REÇME MAKİNASI

brother **Yamato**

“SİZLERE YAĞ LEKESİZ TEMİZ DİKİŞ VE YÜKSEK VERİMLİLİĞİ BİR ARADA SUNUYOR”



BROTHER
S-7200C-433

ELEKTRONİK DIRECT DRIVE
YARIM YAĞLAMALI DÜZ DİKİŞ MAKİNESİ



YAMATO
AZ-7000SD

YÜKSEK DEVİR MİKRO YAĞLAMALI
OVERLOK MAKİNESİ

Merkez Mahallesi Aytaç Mevkii Basın Ekspres Yolu No: 5/6 Uğur Plaza 34303
Halkalı/İstanbul uguras@brothertr.com www.brothertr.com

0212 495 00 00

Türkiye Distribütörü
UĞUR
M A K İ N A



Herry yazı dört koldan kucaklıyor

Herry, bu ilkbahar / Yaz modern kentli kadının karşısına dört farklı tema ile çıkıyor. Herry, Bahar Romantizmi, Stil Kozası, Afrika Gizemi ve Yeni Klasikler temaları altında birbirinden çekici seçenekler sunarken, her tema farklı bir tarza ve heyecana yelken açıyor. Herry, "Bahar Romantizmi" ile saflığın ve doğallığın tüm yansımalarını elbiselere taşıyor. "Stil Kozası" temasında ise, beyaz, krem, bej, mor, sarı ve yeşil tonlarında tasarlanan modeller, genellikle düz ve belirginleşmiş bel formu ile dikkat çekiyor. Afrika'dan da ilham alan Herry tasarımcıları, "Afrika Gizemi" temasıyla ortaya koydukları çizgi, renk ve desenlerle kadının sofistike, maceracı ve özgür ruhlu yanını açığa çıkartıyorlar. "Yeni Klasikler" ise, şehirliliğin ofis giysilerini tekrar yorumluyor.

Bu ceketler serin tutmak için

Sınırlı sayıda üretilen ve sadece 220 gr ağırlığındaki Abdullah Kişili 'SEER SUCKER' ceketler ile erkekler kendilerini bu sezon da çok daha şık, çok daha rahat ve hafiflemiş hissedecek. Lacivert-beyaz pötikare ile açık ve koyu mavi renklerin beyazla birleştiği düz ve çubuk çizgilerle oluşturulan desen çeşitliliğine sahip ceketler 4 ve 6 drop seçeneklerine sahip. Ayrıca Seer Sucker ceketler hem yarım hem de tam astarın kullanıldığı farklı çeşitlerde üretildi. Yüzde 100 pamuk kumaşın göfre ile muhteşem uyumuyla üretilen ceketlerin serin tutma özelliği sayesinde sıcak yaz günleri artık çok serin geçecek.



Gezer'in babet modelleri baharı müjdeliyor

Rahatlığı, en son moda modellerle birleştiren, her türlü kıyafetle kombinlenebilen babet ayakkabılar kadınların vazgeçilmez olmaya devam ediyor. Gezer, ilkbahar-yaz babet modellerini kadınların beğenisine sunuyor. Sezonun öne çıkan cıvı cıvı renkleriyle hazırlanan, baharın renkli doğasına vurgu yapan babet modelleri şıklığınıza şıklık katıyor.



Vay vay vay vay Jean'lere bak!

Her blue jean'in ayrı bir isme ve karaktere büründüğü Mavi'de, pantolon modelleri özel hikayelerle kişiselleştiriliyor. Yaşam şekline ve vücuduna en uygun jean'e sahip olmak isteyenler, Mavi'nin mükemmel kalıplarıyla dikkat çeken jean'leriyle stilini ortaya koyuyor. Kızlarda Lindy, Serana, Olivia, Cora, Delidolu, Bella, Mona, Molly, Zoe ve Beth; erkeklerde Hunter, Pierre, Martin, Matt ve Marcus modelleri, kendi Mavi'sini bulmak isteyenleri bekliyor.

Sumak XL Fashion'a yaz geldi

Türkiye'nin ilk büyük beden markası Sumak XL Fashion, dört farklı tema ile 2011 yazına "merhaba" dedi. 44 - 54 beden arasında giyinen kadınlar için zengin tasarım seçenekleri sunan Sumak XL Fashion, her biri 200 parçadan oluşan ana koleksiyonlarının yanı sıra müşterilerinin beklentilerini sürekli kılmak için Roker, Modernist Resort, Pastoral Romance ve Marine adlarını taşıyan temalar hazırladı.





Lectra

KESİMDE KAZANMAK

Her adımda kumaş tasarrufu ve hızlı yatırım dönüşü



Üretim maliyetlerinde %10'a varan tasarruf

- Optiplan Otomatik Asorti Planlama Yazılımı ile mükemmel asorti planı hazırlama ve fazla kumaş alımını engelleme
- Diamino Expert Otomatik Pastal Yerleştirme Çözümü ile en kısa sürede en verimli pastallar
- Vector Otomatik Kesim Sistemi ile sıfır payla kumaş kesimi

Lectra Türkiye

Mimar Sinan Bulvarı No:9 Erdiñ Binaları A Blok 3. Kule Kat:4 34540 Güneşli - İstanbul

Tel: [0212] 656 90 09 [pbx] • Faks: [0212] 656 71 95

lectra.com

Sisley Kadını: Pratik ve Sofistike



Sisley 2011 İlkbahar Yaz Kadın Koleksiyonu'ndaki "Powder Lady" teması, efsanevi aktris Marlene Dietrich'in elegan ve hassas stilinden ilham alarak pratik fakat sofistike parçaları biraraya getiriyor. Pastel renkler ve akışkan kumaşların buluşmasıyla ortaya, yumuşak hatlı ancak güçlü bir koleksiyon çıkıyor. Gri, mor ve kahvelerin yarattığı harmonide, çiçek desenli saten elbiseler ve fırırlı gömlekler hafif ve rahat bir yaz vaat ediyor. Tulum ve elbiselerin polyester, viskon, tencel ve koton kumaşlarla dansı, ne istediğini bilen Sisley kadınına sesleniyor.



Serra Sefeli'den Kith& Kin koleksiyonu

Kith&Kin markasının ortaya çıkış hikayesi tasarımcısı Serra Sefeli'nin Afrika'ya duyduğu ilgiyle başlamış. Kith & Kin, kabile içindeki insanların bir arada olup aynı duyguyu hissetme ihtiyacı anlamına geliyor. Kabile insanların giyim tarzları, renkleri, boncukları bazen bir şöleni andıran dansları, bazen sert savaşçı ruhları tasarım yapmak için müthiş detaylar sunduğundan, kabilenin eğlenceli ve savaşçı ruhunu inceleyerek iki konsept belirleyip koleksiyonunu oluşturuyor. Yüzde yüz renk renk ipeklerle hazırlanan kıyafetler bu ruhu yansıtıyor. Koleksiyonunda eğlenceli ruh için geometrik şekiller, bazen renkli boncuklar, çarpıcı renkler kullanırken, savaşçı ruh için daha sert kesimler, griler, siyah, beyaz, lacivert, kırmızı kullanıyor.

Ünkan kardeşlerden yeni bir marka: Seskana

Seskana markası yarı Türk yarı İtalyan olan Sibel ve Sema Ünkan adlı iki genç tasarımcı kardeş tarafından yaratıldı. Seskana stili "avant-garde", "futuriste", "minimal" temalarıyla modern ve çağdaş günümüzün kadınına hitap ediyor. "Color therapy" diye adlandırdıkları ilk koleksiyonlarını farklı kültürlerden, geleneklerden, yeni jenerasyonun yaşam stillerinden, teknolojiden, ve sanattan esinlenerek hazırlamışlar. Tasarlanan kıyafetlerde canlı renklerdeki dinamik ve göz alıcı kumaşlara, geometrik şekiller, pli detayları işlendi.



Alyssa Miller da Ayyıldız'ı tercih etti

2011 Yaz katalog çekimlerini Los Angeles Malibu'da gerçekleştiren Ayyıldız, koleksiyonuna ve kaliteye verdiği önemi sunumlarında da tercih ettiği top modellerle devam ettiriyor. Bu alanda da dünya devleriyle yarışan Ayyıldız'ın artı bir farkı da kalitesi. 1990 doğumlu olan Alyssa Miller kariyer basamaklarını hızla tırmanarak kısa sürede ünlü markaların aranılan mankeni oldu. Alyssa Miller şuan Amerika sokaklarının duvarlarını süslüyor. Amerika'nın California kentinde dünyaya gelen 1.75 boyunda.

Juki Mol 25 ile jeans üretimi daha kolay

Astaş'ın distribütörlüğünü yaptığı MOL 254 Çift İğneli Elektronik Köprü Takma Otomatı, jean ve chino/spor pantolon üretiminde kullanım kolaylıkları sağlarken, verimlilik artışı ile beraber maliyet hesaplarına da kısa zamanda olumlu yansımalar yapıyor. Yüksek kapasite ile çalışma özelliğine sahip MOL 254 Direct Drive teknolojisi sayesinde kayış, stoplama mekanizması gibi aksamların ortadan kalkmasıyla daha sessiz bir çalışma ortamı sağlarken, daha seri üretim de gerçekleştiriyor.





Tüketici Güvenliği
Kaynak Tasarrufu
İklim Koruması

***GELECEK, her hafta 3,000 m³
su tasarrufu yapmak demek!**



Tekstili *Geleceğe Tařımak...

Daha iyi bir GELECEK - Kaynakların verimli kullanımıyla, karbondioksit emisyonları azaldı ve tüketici koruma güvenliği geliştirildi.

Güvenilir bir partner olarak bizim için "gelecek", bugün ve yarınlar için sizlere geleceği şekillendiren çözümler sunmaya devam etmek demektir. Örneğin, boyama sonrasında kullanılan sabunlama ürünümüz Cyclanon XC-W, bir haftalık kullanım boyunca 3,000 m³ sıcak suyun tasarruf edilmesini sağlar. Gelecek için olması gerektiği gibi!

www.basf.com/textile

BASF

The Chemical Company

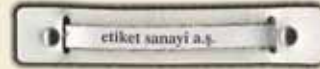


Etiket Sanayi a.ş.

since 1976

etiket sanayi a.ş.

www.etiketsanayi.com



etiket sanayi a.ş.	
DENİM WEAR	
W	L
26	32
26	32
26	32
26	32
26	32



Doğu Sanayi Sitesi 5. Blok No: 11-13 P.K. 34197 Yenibosna - İstanbul / TÜRKİYE
Tel: +90 212 552 38 00 (pbx) Fax: +90 212 639 93 82 etiket@etiketsanayi.com

HALICILAR DA EVTEKS'DE

Alanında dünyanın ikinci büyük fuarı seçilen İstanbul Ev Tekstili Fuarı katılımcı profilini genişletiyor. Bu yıl 1.500 markanın katılımının beklendiği Evteks'te halıcılar da yer alacak.

Alanında dünyanın ikinci büyük fuarı olan İstanbul Ev Tekstili Fuarı'nın (Evtex) yapıldığı CNR Expo'ya 40 bin metrekarelik dört yeni salonunun da eklenmesi ile fuara katılmak için sırada bekleyen yüzlerce firmaya şans doğdu. Bu yıl 1.500'ün üzerinde markanın katılımının beklendiği Evtex'te, dünyaca tanınan Türk halıları da ulusal ve uluslararası alıcılarla buluşacak. Evtex, Dış Ticaret Müsteşarlığı ve Türkiye Ev Tekstili Sanayici ve İşadamları Derneği'nin (TETSİAD) destekleriyle 18-22 Mayıs 2011 tarihleri arasında İstanbul CNR Expo Fuar Merkezi'nde gerçekleşecek. Tekstil alanında çalışmalarını sürdüren dünyaca ünlü tasarımcıların katılacağı ve sektördeki son yeniliklerin tanıtılacağı fuar, yeni katılımcılarına da ticari alanda yeni fırsatlar sunacak. 1 milyar dolarlık ihracat hacmiyle dikkat çeken halı üreticileri de bu yıl 17'ncisi yapı-



lacak Evtex fuarında yer alacak. Fuarda yer alacak Halı Bölümü'nde sektör trendleri ve yenilikleri sergilenecek. Bu yıl dört ilave salon, halı sektörü için ayrıldı. Böylece 17. Evtex Fuarı toplam 12 salonunda ve 160 bin metrekare alanda gerçekleştirilecek. Fuarda, Türk halı sektörünün gücünün uluslararası arenada gösterilmesi ve yeniliklerinin de paylaşılması hedefleniyor. CNR yetkilileri halı sektörüne yönelik olarak hedef ziyaretçi ülkelerin ise Ortadoğu, Rusya ve Avrupa ülkeleri olduğunu belirtiyor.

EV TEKSTİLİ ORTADOĞU'YU HEDEFLİYOR



2011 yılında 3,3 milyar dolar ihracat hedefleyen ev tekstili sektörü, gözünü yeniden yapılanan Irak ile İran ve Suriye'yi kapsayan dev pazara yöneltti. Sektör bölgedeki yeni tesis ve konutların ihtiyaçlarına cevap vermek için 6-9 Nisan tarihleri arasında TÜYAP Diyarbakır Fuar ve Kongre Merkezi'nde düzenlenecek olan Ortadoğu Ev Tekstili Fuarı'nda buluşmaya hazırlanıyor. TÜYAP ve Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TETSİAD) desteği ile düzenlenecek olan fuar,

Doğu ve Güneydoğu Anadolu pazarna canlılık kazandıracak bir sosyal etkinlik girişimi olarak da katkı sağlamayı hedefliyor. Dünya ev tekstili ihracatının yansı fuarlarla sağlanıyor. Avrupa ve Amerika ile yaşanan vize problemleri bu ülkelerin satın alımlarını Türkiye'den gerçekleştirmelerine neden oluyor. Türkiye'nin komşu ülkelerle karşılıklı olarak vizeyi kaldırması, sektörü lokasyon olarak hedef bölgelere yakın olan Diyarbakır'daki fuara yöneltti. Diyarbakır'da düzenlenecek olan Ortadoğu Ev Tekstili Fuarı, Türkiye'nin en önemli ev tekstil markalarını bölge ülkelerden gelecek alıcılarla buluşturacak.

DERİ SEKTÖRÜNDE HİNDİSTAN'IN HIZLI YÜKSELİŞİ

Bu yıl 26'ncısı düzenlenen Hindistan Uluslararası Deri Fuarı'nın açılışını, Hindistan Sanayi ve Ticaret Bakanı ile birlikte Uluslararası Deri Sanayicileri Konseyi Başkanı ve Türkiye Deri Sanayicileri Derneği Yönetim Kurulu Üyesi Bülent Hazer, birlikte gerçekleştirdi. Hazer, açılış konuşmasında hem Türkiye adına hem de Uluslararası Deri Konseyi adına Hindistan'da bulunmaktan duyduğu memnuniyeti ifade ederek, deri sektörünün dünya genelindeki durumunu değerlendirdi. Dünya çapında sektörde Hindistan'ın önemini her geçen gün arttığına dikkat çeken Hazer, Ar-Ge ile gelişimin hız kazanacağını ifade etti. Türkiye'nin de deri sektörüne verdiği öneme değinen Hazer, hükümetin hazırladığı Strateji Belgesi'ne dikkat çekerek, ülkemizde ilk sektörel strateji belgesinin yine deri ve deri ürünleri sektörü için hazırlanmış olduğunu belirtti.



TDSD YK Üyesi
Bülent Hazer



KALİTE DETAYLARDA GİZLİDİR

2007 yılından bu yana Türkiye'de de hizmet veren Permess, tasarımlarınızı tamamlayan tela çözümleriyle hizmetinizde...

**Özel markaların
özel telası**

Permess
International

a world of textile innovation...

Tekstilkent A11 Blok No:13 Esenler 34235 İSTANBUL

Tel: +90 (0)212 438 06 50 Faks: +90 (0)212 438 06 51

satis@permess.com.tr - bestinterliningforbestbrands@permess.com.tr

www.permess.com



CUMHURBAŞKANI İHRACATÇILARA KONUK OLDU



Türkiye İhracatçılar Meclisi'ni (TİM) kurulduğu günden bu yana ziyaret eden ilk Cumhurbaşkanı olan Abdullah Gül, TİM Meclis Toplantısı'na konuk oldu. Cumhurbaşkanı Gül, ihracatın gerçek kahramanlarıyla birlikte olmaktan mutluluk duyduğunu belirterek "2023 yılı için 500 milyar dolar ihracat demek üretimin birkaç kat artması demek. Bu hedefe rahatlıkla ulaşacağınıza inanıyorum" dedi. Açılış konuşmasını yapan TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, Değişen dünya ve Türkiye koşullarında mevcut anayasanın artık Türkiye'ye dar geldiğini vurguladı. Büyükekşi, özgürlükçü yeni bir anayasa için toplumsal mutabakatın sağlanması gerektiğini belirterek, Cumhurbaşkanı Gül'den, özgürlükçü yeni bir anayasa için toplumsal mutabakatın sağlanması konusunda destek istedi. Konuşmasına "Türkiye ihracatının gerçek kahramanlarıyla birlikte olmaktan mutluluk duyuyorum" sözleriyle başlayan Cumhurbaşkanı Abdullah Gül, ihracatçıların, 2023 için belirlediği hedeflere ulaşmak için ciddi anlamda çalıştığını belirtti. Gül, "Bu hedeflere ulaşacağınıza kesinlikle inanıyorum. 500 milyar dolarlık hedef, aynı zamanda üretimin de birkaç kat artması anlamına geliyor. Üretim stratejisinin de buna göre belirlenmesi, yüksek teknoloji ürünlerine ağırlık verilmelidir" diye konuştu.

İTO HAZIR GİYİM MESLEK KOMİTESİ'NDEN ZİYARET

İstanbul Ticaret Odası (İTO) Hazır Giyim Meslek Komitesi, 8 Mart tarihinde İHKİB'i ziyaret etti. İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi İdris Akdoğan ve Nilgün Özdemir ile İTKİB Genel Sekreter Yardımcısı Cemal Bayazıt'ın katılımıyla gerçekleşen toplantıda, İTO Hazır Giyim ve Meslek Komitesi Üyesi Hüseyin Tekin önderliğindeki birlik üyeleri hazır giyim alanındaki ortak sıkıntılarına dile getirdi. Gümrüklerde özellikle Rusya'da yaşanan sorunlar, azo-boyar madde testlerinde karşılaşılan sorunlar, tekstil kümelenme merkezlerindeki altyapı sorunları gibi konuların masaya yatırıldığı toplantıda, hazır giyim sektörünün son durumu hakkında genel değerlendirmeler de yapıldı. Toplantının sonunda İTO ve İHKİB'in, yolcu beraberliği satış-ihracat sorunlarının tartışılacağı geniş katılımlı bir toplantı yapılması karar alınırken, İTO temsilcileri İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi'ye bir plaket takdim etti.



MODANIN ÖNCÜ İSİMLERİ ÖĞRENCİLERLE BULUŞTU



Türkiye ile Avrupa Birliği arasındaki hassasiyetleri ve önyargıları azaltarak, kalıcı bir işbirliğine imza atmayı hedefleyen Kültür Köprüleri Programı, edebiyat ve sinemanın ardından kalıcı bir ortaklık ve diyalog hedefini "moda ve tasarım" başlığıyla sürdürüyor. İstanbul Moda Akademisi'nin (İMA) işbirliği ile 15 Şubat tarihinde yapılan seminare, ünlü modacı Atıl Kutoğlu ile Milano Politeknik Üniversitesi Moda Tasarımı Bölüm Başkanı Arturo Dell'Acqua Bellavitis katıldı. Moderatörlüğünü İMA sanat yönetmeni Oylum Öktem İşözen'in yaptığı seminerde, Bellavitis, İstanbul'un var olan kültürel değerlerini dünyaya daha iyi anlatmak gerektiğinin, tasarımın ve modanın kendini ifade etme yöntemi olduğunun altını çizdi. Tasarımcı Atıl Kutoğlu ise, modanın son dönemlerde artarak liberalleştiğini, global dünyanın ortak beğeniler oluşturmaya başladığını, uluslararası bir tarzdan bahsedilebildiğini belirtti. Modanın kültürler arasındaki iletişim rolüne dikkat çeken Kutoğlu, modanın sadece tasarım yönü ile değil yönetim, perakende, iletişim gibi farklı yönleri ile de bir bütün olarak düşünülmesi gerektiğini belirtti.

texprocess

Uluslararası Tekstil ve Esnek Malzeme
Ürünleri İşleme Fuarı



Frankfurt'a doğru!
24. – 27. 5. 2011

Giyim Sanayii ve Tekstil Endüstrisinin en önemli Uluslararası Fuarı Texprocess'e sizde gelin. Tüm markaların ve sektör liderlerinin en son makinalarını, ekipmanlarını, teknolojilerini, IT ve lojistik çözümlerini bulabileceğiniz Texprocess 2011 fuarında «Source-it!» platformu da sizlerle.

Sizleri Texprocess 2011 fuarında görmek için sabırsızlanıyoruz!

www.texprocess.com
info@turkey.messefrankfurt.com
Tel. 0212 296 26 26

parallel:

techtextil

24. – 26. 5. 2011

powered by



Garment and Leather
Technology



messe frankfurt



HAZIR GİYİM VE TEKSTİLDEN ORTAK SES



Türkiye genelindeki tüm sektör ihracatçıların yer aldığı Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektör Kurulu ile Tekstil ve Hammaddeleri Sektör Kurulları ortak toplantısı, Uludağ İhracatçı Birlikleri'nin ev sahipliğinde Bursa'da gerçekleştirildi. Toplantı sonrası yapılan ortak açıklamada, özellikle Libya krizi sonrası artan petrol fiyatlarının, başta polyester olmak üzere hammadde fiyatlarında yükselişe sebep olacağı vurgulandı. Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektör Kurulu Başkanı da olan TİM (Türkiye İhracatçıları Meclisi) Başkan Yardımcısı Ahmet Akbalık'ın yaptığı ortak açıklamada, sektörün tüm dünyaya ihracat gerçekleştirdiğine dikkat çekilerek, tekstil ve hazır giyim 21,5 milyar dolarla ihracat lideri olduğunu belirtti. Akbalık, tekstil ve hazır giyim sektörü olarak yaklaşık 11 milyar dolarlık dış ticaret fazlası verdiklerini ifade ederek,

yeni yılda rüzgarı arkasına alan sektörlerin yaşanan siyasi krizlerden en hafif biçimde etkilenmesi için dikkatli olunması gerektiğini iletti. Tekstil ve Hammaddeleri Sektör Kurulu Başkanı İsmail Gülle ise 2009 krizinin ardından, 2011 yılının kendileri için iade-i itibar yılı olacağını ifade etti. Tekstil ve hazır giyim, çeyrek asırdan bu yana Türkiye ekonomisine yön verdiği ni vurgulayan Gülle, "Sektör, tüm olumsuz görüşlere rağmen büyük bir direniş gösterdi. İhracatımız kriz ortamında düşse bile gösterilen özveri sonucu eski günlerine döndü" şeklinde konuştu. Gülle, artan hammadde fiyatlarının önümüzdeki süreçte düşmesini beklemediğini de ifade etti.

İhracatın beşte biri sektörden

Uludağ Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkanı Şenol Şankaya ise Şubat

ay rakamlarına bakıldığında, tekstilde yaklaşık yüzde 30, hazır giyimde ise yaklaşık yüzde 20'lik ihracat artışı sağlandığına dikkat çekti. "21,5 milyar dolar gibi bir rakamla, Türkiye ihracatının neredeyse yüzde 20'sini gerçekleştirdik" diye konuşan Şankaya, şöyle devam etti: "Sektör olarak, başta Libya ve Mısır olmak üzere, Kuzey Afrika ile Ortadoğu ülkelerinde yaşanan olayları yakından takip ediyoruz. Fabrikalarda yaşam, yavaş yavaş normale dönüyor. Ancak o bölgelerde iş yapan firmamızın özellikle bankacılık işlemlerinde dikkatli olmaları gerekiyor. Özellikle Libya krizi sonrası artan petrol fiyatları, başta polyester olmak üzere hammadde fiyatlarında yükselişe sebep olacak." Toplantıya katılan İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Hikmet Tanrıverdi de, yıl sonunu yaklaşık 17 milyar dolarlık ihracatla kapatacaklarını söyledi. Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği (UTİB) Başkanı İbrahim Burkay ise ihracat yapan 24 sektör içinde sadece tekstil ve hazır giyim sektörünün AB normları çerçevesinde Ar-Ge ve proje pazarı etkinliği yaptıklarına dikkat çekerek, "Dün olduğu gibi, yarın da ekonominin itici gücü tekstil ve giyim sektörleri olacaktır" dedi. ❖

TEKSTİL VE HAZIR GİYİM İHRACATÇILARININ ORTAK SEKTÖR KURULU TOPLANTISINDA, SEKTÖRÜN LIBYA VE MISIR BAŞTA OLMAK ÜZERE KUZEY AFRIKA ÜLKELERİNDE YAŞANAN OLAYLARI YAKINDAN TAKİP ETTİĞİ VURGULANDI. O BÖLGELERDE İŞ YAPAN FİRMALARIN ÖZELLİKLE BANKACILIK İŞLEMLERİNDE DİKKATLİ OLMALARI İSTENİRKEN, HAMMADDE FİYATLARINDAKİ YÜKSELİŞE DE DİKKAT ÇEKİLDİ.

İhracattaki artış trendi tam gaz

2011 yılının ilk iki ayı sonunda tekstil ve hazır giyim sektörlerinin ihracattaki yükselişleri, ivme kaybetmeden devam ediyor. Türkiye genelinde tekstil ve hammaddeleri sektörü Şubat ayında 631 milyon dolar ihracat yaparken, yılın ilk iki ayı sonunda ihracatını 2010'a göre yüzde 29,7 artırarak, 1,2 milyar dolar seviyesine ulaştı. Tekstilin geriye dönük 12 aylık ihracatı ise 6,8 milyar dolarla Türkiye toplam yurtdışı satışlarının yüzde 5,8'ine karşılık geliyor. Hazır giyim sektörü ise Şubat'ta 1,3 milyar dolar, ilk iki ay sonunda da 2,6 milyar dolarlık ihracat rakamına erişti. Hazır giyim son 12 aylık ihracatı 14,9 milyar dolarla Türkiye toplamının yüzde 12,7'sini oluşturuyor. İki sektör Türkiye toplam ihracatının yüzde 19'unu gerçekleştiriyor.





TARLADAN MAĞAZAYA

Elyaftan kumaşa, terbiyeden konfeksiyona,
perakendecilikten toptan satış ve zincir mağazacılığa,
Tekstil ve Hazır Giyim Sektörüne çözümler sunuyoruz.

Tekstil ERP Çözümlerimiz



SentezYARN
İplik Üretim Takip Sistemi



SentezKNIT
Kumaş Üretim Takip Sistemi



SentezWEAVE
Dokuma Üretim Sistemi



SentezDYE
Tekstil Terbiye Takip Sistemi



SentezVOGUE
Konfeksiyon Yönetim Sistemi



SentezEXPO
Dış Ticaret Yönetim Sistemi



SentezEXCELLENT
Yönetim Bilgi Sistemi



SentezPOSitive
Satış Yönetim Sistemi



SentezSHOP
Satış Noktası Yönetimi



“REHAVETE ASLA YER YOK”

KIZILCAHAMAM'DA YAPILAN YATIRIM ORTAMINI İYİLEŞTİRME KOORDİNASYON KURULU TÜM TARAFLARIN KATILIMIYLA GERÇEKLEŞTİ. BAŞBAKAN YARDIMCISI ALİ BABACAN'IN BAŞKANLIK ETTİĞİ TOPLANTIDA YENİ YASAL DÜZENLEMELER SONRASI DIŞ YATIRIM ÇEKMEDE ARTI VE EKŞİ YÖNLER ELE ALINDI.

Yatırım Ortamını İyileştirme Koordinasyon Kurulu (YOİKK) toplantısı, Devlet Bakanı ve Başbakan Yardımcısı Ali Babacan'ın başkanlığında Kızılcahamam'da 5 Mart tarihinde yapıldı. Toplantıya, TOBB Başkanı M. Rifat Hisarcıklıoğlu, TÜSİAD Başkanı Ümit Boyner, TİM Başkan Yardımcısı Ali Nedim Güreli, YASED Başkanı İzzet Karaca ve YOİKK üyesi kamu kurumlarının temsilcileri katıldı. Devlet Bakanı ve Başbakan Yardımcısı Ali Babacan toplantının açılışında yaptığı konuşmada, 2011'in hiçbir şeyin otomatik pilota bağlanamayacağı bir yıl olduğunu belirterek, “2011'de mutlaka her an, her dakika işin başında olunması ve gelişmelerin gün gün takip edilip bu gelişmelere göre kararlar alınıp

çalışmalara yön verilmesi gerektiğini” vurguladı. “Bu yıl rehavete asla yer yok, rehavet marjı yok” diyen Babacan, sağlam politikalara mutlaka devam etmeleri gerektiğini, önceliğin istikrar olduğunu kaydetti. Babacan, YOİKK'nın şimdiye kadar sayısız düzenlemelere vesile olduğunu belirterek, Türkiye'de iş ortamının iyileşmesinde ve Türkiye'nin daha kolay yatırım yapılacak bir ülke haline gelmesinde önemli adımlar attığını söyledi.

Ülke meselesi olunca hep beraber çalışmalıyız

Uzun süredir YOİKK'nın ve Meclis'in gündeminde olan 2.600 maddelik Türk Ticaret Yasası, Borçlar Yasası ve Hukuk Muhakemeleri Yasası'nın üç günde meclisten geçtiğini ifade eden Babacan, şöyle devam etti: “Bu yasalar uzunca bir süredir Meclis'in gündemindeydi. Fakat muhalefetin şu ya da bu sebeple engellemeleriyle karşılaşmıştık. Muhalefetin desteğiyle çalışmadıktan sonra Meclis'ten geçmesi hemen hemen imkansızdı ve yıllar sürebilirdi. YOİKK üyesi özel sektörü temsil eden kuruluşlarımız, TOBB, TÜSİAD, TİM, YASED, TİSK başkanlarımız tek tek gittiler tüm siyasi partileri ziyaret ettiler. Ziyaretlerin çok etkili olduğunu düşünüyorum. Böylece düzen-

lemeleri gerçekleştirdik. Bu, Türk iş dünyasının isteyince beraber omuz omuza verince yapamayacağı şey olmadığını gösteriyor. Türkiye meselesi olunca hep beraber omuz omuza çalışmamız gerekiyor. İktidar muhalefet ayrımı, sivil toplum kuruluşu ayrımı yapmadan.” Daha sonra önemli bir Torba Yasa çıkarıldığını anımsatan Babacan, Türkiye için gayet güzel, yerinde düzenlemeleri tamamlamış olduklarını söyledi.

Uluslararası sermayeli şirket sayısı 25 bini geçti

YOİKK'nın pek çok çalışma yaptığını, bunların en önemlilerinden bir tanesinin uluslararası doğrudan yatırımlar olduğunu kaydeden Babacan, bunun son 7-8 yıldır Türkiye'de eski dönemlere göre çok iyi noktalara ulaştığını söyledi. Babacan, “Küresel kriz sebebiyle son iki yıldır rakamlarda düşme olsa da genel anlamda trend, Türkiye'ye bu konuda bakış çok olumlu. Türkiye'deki uluslararası sermayeli şirket sayısı 25 bin 837'ye ulaştı” diye konuştu.

Babacan, 2011 yılı içinde ekonomik işbirliği teşkilatı ile İslam Kalkınma Bankası üyesi ülkeler için yine ilgili uzmanlara yönelik yatırım ortamı reformları tecrübe paylaşım programını gerçekleştireceklerini söyledi. ❖



Türkiye'de faaliyet gösteren tüm iş örgütlerinin katıldığı YOİKK'de TİM'i temsilen Birol Sezer, Jale Tuncel, Sultan Tepe ve Harun Bayramoğlu da komite toplantılarına iştirak etti.

“Etikette çözüm ortağınız®”

www.akmazbarkod.com



- ▶ Etiketlik Kumaşlar
- ▶ Termal Transfer Ribonlar
- ▶ Barkod Okuyucular
- ▶ Barkod Yazıcılar
- ▶ El Terminaleri
- ▶ Stickerlar



Thermal Transfer Ribbons
Label Fabrics - Barcode Printers
Readers - Handheld Terminals



akmaz®

AKMAZ BARKOD SANAYİ VE DİŞ TİCARET LTD.ŞTİ.

Doğu Sanayi Sitesi 6.Blok No:2 P.K. 34197 Yenibosna - İSTANBUL

Tel: + 90 212 652 25 50 (pbx) Faks: + 90 212 652 09 90

www.akmazbarkod.com - barkod@akmazbarkod.com



cpi İÇİN BÜYÜK GÜÇBİRLİĞİ

HAZIR GIYIM SEKTÖRÜNÜN İLK VE TEK ULUSLARARASI MODA FUARI COLLECTION PREMIÉRE İSTANBUL, 16 YILDIR TEKSTİL FUARLARI DÜZENLEYEN CNR HOLDİNG İLE İŞBİRLİĞİNE GİTTİ. 22-24 EYLÜL TARİHLERİNDE ÜÇÜNCÜ KEZ KAPILARINI AÇACAK FUARA KATILMAK İÇİN DAHA ŞİMDİDEN 30 ALMAN VE 7 FRANSIZ FİRMASI BAŞVURDU.

Hazır giyim sektörünün tüm bileşenlerini aynı çatı altında birleştiren yapıyla Türkiye'nin tek uluslararası moda fuarı olan cpi (Collection Première İstanbul) gücünü CNR Fuarçılık ile birleştirdi. İTKİB ile 16 yıldır tekstil fuarları düzenleyen CNR Holding cpi Fuar'ını birlikte düzenlemek için işbirliğine gitti. İki 2010 yılının Ağustos ayında düzenlenen fuarın ikincisi geçtiğimiz Şubat ayında gerçekleşmişti. Daha önce moda ve hazır giyim alanında dünyanın en büyük fuar organizasyon şirketi Alman İgedo Company ile stratejik işbirliğine giderek kurgulanan fuar, bu kez kapılarını 22 Eylül'de açacak. İgedo'nun danışman olarak desteğini sürdüreceği fuar, 24 Eylül'e kadar devam edecek. Moda ve hazır giyim derneklerinin işbirliğiyle tüm sektörü tek çatı altın-

da birleştiren fuara, yeni dönemde de OTİAD, MESİAD, LASİAD ve TGSD'nin desteği de devam edecek. CNR fuar alanında gerçekleştirilecek fuarın, Türkiye'nin en büyük moda fuarı olması hedeflenirken, cpi'a ilgi şimdiden yoğun. CNR ve İTKİB işbirliğinin ardından 30 Alman ve 7 Fransız firması cpi'a katılım için başvurdu.

"Tüm birikimlerimizi seferber edeceğiz"

Yapılan işbirliğini kamuoyuna duyurmak amacıyla 4 Mart'ta Swiss Otel'de düzenlenen basın toplantısında konuşan CNR Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ceyda Erem, yabancı firmaların fuara katılması için çalışmaların şimdiden başladığını kaydetti. CNR Holding'in tekstil ve hazır giyim alanında geçmişten gelen sağlam bir alt yapısının olduğunu, bu alandaki tüm enstrüman ve birikimlerini cpi için seferber edeceklerini söyleyen Erem, fuarın yapısı itibarıyla hem Ortadoğu hem de Avrupa için büyük önem taşıdığını, İstanbul gibi stratejik önemi olan bir kentte konuşlanmış olmasının da fuara büyük katkı sağlayacağını ifade etti.

Türkiye'nin tek uluslararası fuarı olan cpi'nin zaman zaman yapılan işbirliği çerçevesinde her yıl daha da gelişeceğinin belirten Ceyda Erem, "Bundan sonra hazır giyim fuarları tek bir çatı altında düzenlenecek. Tüm sektör temsilcilerinin desteğiyle düzenleyeceğimiz cpi fuarı dünyada ses getirecek bir fuar olacak" dedi.

"CNR ile beklentilerin çitasını yükselttik"

Ceyda Erem'in ardından söz alan İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi ise konuşmasında, CNR Fuarçılıkta yapılan işbirliğinin ardından, sektörün tüm unsurlarını arkasına alan cpi'nin Türkiye modasının dünyaya açılan yeni ve en önemli yüzü konumunda ilerlemeye devam edeceğini söyledi. Bu işbirliği ile birlikte Türkiye'nin adına yakışır bir moda fuarına kavuşacağını ifade eden Tanrıverdi, bugüne kadar hazır giyim sektörünün bir arada olduğu tüm organizasyonlarda yer aldıklarını, cpi gibi tüm sektörü kapsayan uluslararası bir etkinliğin başlatılmış ve belli bir çizgiye getirilmiş olmasının en önemli unsur olduğunu belirtti. CNR ile yapılan işbirliği ile beklen-

Sektörün desteği sürüyor

CNR ile işbirliğine giderek üçüncü kez gerçekleşecek olan cpi'a:

- Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD)
- Merter Sanayici ve İşadamları Derneği (MESİAD)
- Osmanbey Tekstilci İşadamları Derneği (OTİAD)
- Laleli Sanayici ve İşadamları Derneği (LASİAD)'nin de aralarında yer aldığı pek çok kurum destek veriyor.

tilerde çıtayı yükselttiklerine değinen Tanrıverdi, "Bu yıl sonuna dek 17 milyar dolarlık hazır giyim ihracatı hedefleyen Türkiye'nin en büyük sektörünün temsilcileri olarak, cpi'ı çok daha farklı bir kulvara taşıyacak olan anlaşmaya imza atıyoruz. Türk fuarcılık sektöründe önemli bir birikim ve alt yapıya sahip olan CNR Fuarçılık ile vardığımız anlaşmayla geçen yıl ilkinin düzenlediğimiz cpi, çok daha güçlü bir kimliğe kavuşacak" diye konuştu.

"Yabancı firmaların ilgisi artacak"

Tanrıverdi, ilk olarak IFW ile eş zamanlı olarak düzenlenen cpi'nin dünya moda takvimindeki yerini aldığını, 2-4 Şubat tarihlerinde ikinci kez gerçekleştirilmesiyle de bilinirliğinin arttığını belirtti. Ayrıca, fuarın iki kez gerçekleşmesinin yabancı firmaların, kendi ülkelerinden yurtdışı fuarları için destek alabilmesinin de yolunun açıldığını ifade eden Tanrıverdi, devlet tarafından verilen teşvik amaçlı bu desteklerin yabancı menşeli firmaların katılımını artırdığını söyledi. Bu durumun olumlu yansımalarının şimdiden yaşandığını söyleyen Tanrıverdi, "Şu ana kadar aralarında Almanya, İtalya,



Hollanda, İspanya ve Fransa'nın da yer aldığı pek çok ülke, cpi'ya ülke düzeyinde katılacağını bildirdi" dedi. Geçtiğimiz cpi'da Kuzey Afrika ve Ortadoğu ülkelerinde yaşanan olaylar nedeniyle katılımın beklenen düzeyde gerçekleşmediğini ancak gelecek dönemde bunun değişeceğini kaydeden Tanrıverdi, yabancı firmaların katılımı konusunda Alman İgedo firmasının da desteğinin süreceğinin ve fuarın düzenleneceği tarihlerde İstanbul'da tüm otellerin dolu olacağını ifade etti.

Sektörün tam desteği sürüyor

Geçtiğimiz dönemlerde tekstil ve hazır giyim alanında faaliyet gösteren birlik ve derneklerin tam destek verdiği cpi yeni dönem-

de de sektörün birleştirici gücü olmaya devam edecek. OTİAD, LASİAD, MESİAD ve TGSD'nin İTKİB ile güç birliği yaptığı etkinliğin önümüzdeki beş yıl içinde alanında en büyük fuar olacağı öngörülmüyor. İlk düzenlendiği sezonda İstanbul 2010 Avrupa Kültür Başkenti Ajansı desteğiyle yola çıkan cpi'ya İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin (İBB) desteği de sürüyor. İBB Turizm Atölyesi bu sezon fuara destek veren kuruluşlardan biri.

Fuara destek veren derneklerden MESİAD Başkanı Ercan Tan, sektörün büyük bir kısmının katılımıyla gerçekleştirilecek fuarın bundan sonra çok daha fazla dernek temsilcilerinin katılımıyla sektörü ileri taşıyacağına inandığını belirtti. Tan'ın ardından söz alan TGSD Başkanı Cem Negrin ise, Türkiye hazır giyim ve tekstil sektörünün son yıllarda en büyük cirolarına ulaştığını, cpi aracılığıyla sektörün, gerek iç piyasa gerekse dış piyasada ihracat hacminin artacağını düşündüğünü kaydetti. Hazır giyim sektörünün arzu edilen bir fuara sahip olması için nihayet gerekli adımların atıldığını söyle-

cpi rüştünü ispatladı

Bugüne kadar yaz ve kış dönemi olmak üzere iki kez gerçekleştirilen cpi, Türkiye'den ve dünyadan hazır giyim firmalarını bir araya getirdi. İlk geçtiğimiz Ağustos ayında dünyanın en büyük fuar organizasyon şirketi Alman İgedo Company işbirliği ile düzenlenen cpi, tarihle tasarımın buluştuğu İTÜ Taşkışla Kampüsü'nde IFW ile eş zamanlı olarak organize edildi. Fuarı, 55 yerli ve yabancı marka ile 28 tasarımcı katıldı. 18 ülkeden alım heyetinin katıldığı cpi'ya en çok ilgi gösteren ülkelerin başında, İngiltere ve Rusya gibi Türkiye'ye en çok moda tekstil alışverişi gerçekleştirdiği ülkeler geldi. Beş bin metrekareselik sergileme alanına sahip fuarda, Triumph, G-Star, Gerry Weber, Perspective, 4G, Basler, Sunset, Wenice, AVVA, Didier Parakian, Colin's, Collezione, Blue Seven gibi birçok marka yer aldı. 38 bin 500 ziyaretçinin katıldığı fuarda katılımcıların 5 bini yabancıydı. İkinci etkinlik ise 2-4 Şubat tarihleri arasında Santral İstanbul'da düzenlendi. Yerli yabancı birçok markanın 2012 sonbahar/kış koleksiyonlarını sergilediği fuara, üç gün boyunca 5 bin 300 kişi ziyaret etti.

yen LASİAD Başkanı Orhan Altun, fuarın gelecek dönemlerde yoluna büyüyerek devam edeceğine inandıklarını ifade etti. OTİAD Başkan Yardımcısı Hikmet Ünal ise cpi fuarı sayesinde ihracat yapılan ülke sayısını artırmayı hedeflediklerini söyledi. ❖





TEKSTİL KÖPRÜSÜ İSTANBUL'DA KURULUYOR

İSTANBUL'DA KÜRESEL MARKA HALİNE GELECEK ULUSLARARASI BİR FUAR DÜZENLEMELİK İÇİN HAREKETE GEÇEN TEKSTİLCİLER, İTHİB ÖNDERLİĞİNDE 6-8 EKİM TARİHLERİNDE "İSTANBUL TEXBRIDGE" FUARINDA BULUŞMAYA HAZIRLANIYOR. KURACAĞI TEMASLAR SAYESİNDE YENİ FIRSAT KAPILARININ AÇILMASINI SAĞLAYACAK OLAN FUAR, ŞİMDİDEN ORTADOĞU, AVRUPA VE RUSYA'DAKİ ALICILARIN İLGİ ODAĞI OLUYOR.

Tekstil alanında gösterdiği gelişmeler sayesinde şu an Avrupa'da en önemli ülke pozisyonuna gelen Türkiye, bu alandaki gelişimini her geçen gün artırırken bir taraftan da dünyanın değişik yerlerinde organize edilen uluslararası fuarlara katılıyor. Türk tekstili bu kadar şahlanıp, dünyadaki uluslararası fuarlara katılırken, "Neden İstanbul'da tekstil fuarı yok?" sorusunu sektöre yönelten İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB), bu düşünceden yola çıkarak, 10 yıllık bir aradan sonra Uluslararası Tekstil ve Aksesuarları Fuarı "Texbridge İstanbul"u yeniden gün yüzüne çıkarmaya hazırlanıyor. "Texbridge"le İstanbul'da kalıcı bir tekstil ve aksesuarları fuarının düzenlenmesine karar veren

İTHİB, 6-8 Ekim tarihleri arasında CNR Expo'da tekstil sektörünün önemli isimlerini binlerce alıcı ile buluşturacak. Türkiye ile birlikte dünyanın değişik bölgelerinden 150'yi aşkın katılımcının tekstil alanındaki yeni ürünlerini sergileyeceği organizasyonda firmalar gelecek dönemlere dair ticari bağlantılarının ilk tohumlarını atacak. Firmaların kuracağı ticari temaslar sayesinde yeni fırsat kapılarının açılmasına vesile olması beklenen Texbridge İstanbul'un, tekstil sektörünün 2011 yılına dair 8 milyar dolarlık ihracat hedefine de katkı sağlaması bekleniyor.

Texbridge ile dünyanın gözü İstanbul'da

Hazır giyim sektöründe kullanılmak üzere uygun kumaş alternatifleri sunan Texbridge İstanbul,



TAMER PALA
İTHİB YK ÜYESİ

SEKTÖRÜN İMAJI SERGİLENECEK

İTHİB olarak, Texbridge'le İstanbul'da kalıcı bir tekstil ve aksesuarları fuarı organizasyonun ilk adımını attık. 6-8 Ekim tarihleri arasında düzenlenecek olan fuar CNR Expo'nun şu anda inşa halinde olan 12 ve 13'üncü hollerinde olacak. Texbridge ile her şeyden önce tekstil sektörünün asıl imajını ortaya koymak istiyoruz. Bu etkinlikte hammaddesi, tekstil aksesuarları, defileleri, trend alanı, tasarımcıları ve sosyal alanı ile tekstil ailesinin buluşabileceği yaşayan ve kalıcı bir fuar organize etmeye çalışıyoruz. Kısacası tekstile dair entegre bir alan oluşturmak istiyoruz. Bu dönemde iyi bir performans sergileyebilirsek ilerleyen yıllarda fuarın devam edebilmesi için iyi bir referans sağlamış olacağız.

Texbridge ile özellikle Rusya, Ukrayna, Ortadoğu ve Kuzey Avrupa ülkelerini Türkiye'ye çekmeyi hedefliyoruz. Tabii ki İngiltere ve Amerika gibi ülkeler de hedeflerimiz arasında. Ama, ilk aşama çevre ülkeleri buraya çekmek. Şu anda Türkiye'deki tekstil firmalarından fuara katılmaları ile ilgili olumlu cevaplar alıyoruz. Zaten firmalardan aldığımız güçle bu fuar organizasyonuna adım attık. Dolayısıyla bizim arkamızdaki asıl güç piyasadaki arkadaşlarımız.

firmaların aksesuar seçimi için de referans niteliği taşıyor. 2011 yılında katılımcıların toplam 12 bin metrekarelik bir alanda alıcılarla görüşmelerine imkan sağlayacak olan fuar, sadece firmaların ürünlerini sergileyebileceği bir alanla kısıtlı kalmıyor. Texbridge ile tekstil sektörünün asıl imajını da ortaya koymak isteyen İTHİB, bu etkinlikte tekstil hammaddesi ve aksesuarları, defileleri, trend alanı, tasarımcıları ve sosyal alanı ile de tekstil ailesinin buluşabileceği yaşayan bir fuar organize etmeye çalışıyor. Şimdiden Ortadoğu, Avrupa ve Rusya'daki alıcıların ilgi odağı olan

Texbridge İstanbul'u bu dönem 10 bini aşkın profesyonelin ziyaret etmesi bekleniyor.

“Olaylar sonsuza kadar sürmeyecek”

“Texbridge İstanbul'un tanıtım toplantısında konuşan İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Gülle, 10 yıl ara verilen fuarı yeniden düzenleme kararı aldıklarını belirterek, “Buna 'nadasa bırakmak' da denir. 10 yıldır hep bir şekilde fuar yapmayı planladık. Gerek konjonktür gerek dünyadaki ve sektördeki gelişmeler bunu engelledi” diyerek fuarla ilgili detayları katılımcılarla paylaştı.



Türkiye'nin etrafında ciddi gelişmeler yaşandığını, buradan aldıkları cesaretle de Türkiye'nin etrafını kapsayacak bir fuar yapmak istediklerine işaret eden Gülle, “Seçkin markaların yer alacağı bir fuar düzenlemeyi planlıyoruz” dedi. Fuara Ortadoğu, Rusya, Ukrayna, Suriye, İran, Irak, Kuzey Afrika ve Orta Avrupa'dan katılımcı beklediklerini belirten Gülle, Türkiye'nin komşularıyla oluşturduğu pozitif halkanın son derece önemli olduğunu kaydetti. Fas'ın tekstil sektörü için önemli bir ülke olduğunu ifade eden Gülle, “Texbridge İstanbul'un düzenleneceği ekim ayına kadar Fas'ta bir problem olmamasını dilediklerini söyledi. Mısır ve Afrika ülkelerinde yaşananların henüz çok sıcak olaylar olduğunu açıklayan Gülle sözlerine şöyle devam etti; “Şu anda şubat ayındayız ve bu fuar ekim ayında yapılacak. Olayların kısa sürede durulacağını, sonsuza kadar sürmeyeceğini biliyoruz. Mısır'da da büyük bir karmaşa yaşandı, ama bu durum bir şekilde son buldu. Tunus bu işi ilk başlatan ve en çabuk halleden ülke oldu. Ümit ediyoruz ki ekim ayına kadar bu sıkıntılar düzelir.”

Tekstil sektörü olarak 2011 yılında 8 milyar dolarlık ihracat rakamına ulaşmayı hedeflediklerini söyleyen Gülle, geçen yılı 6.5 milyar dolar ihracatla kapattıklarını hatırlatarak, “Konjonktürün Türkiye'ye verdiği destekten, fiyatlardan ve Uzakdoğu'daki gelişme-

lerden destek alarak çok iddialı bir hedef koyduk. Şu anda 2 aylık hedefi tutturduk. Bu da bizim için çok olumlu bir gelişme” dedi.

Yılda iki buluşma

CNR Expo'da 6-8 Ekim tarihleri arasında büyük bir şova hazırlanan “Texbridge-İstanbul Uluslararası Tekstil ve Aksesuar Fuarı” Türkiye'nin lider tekstil üreticilerini global alıcılarla buluşturacak. Ulusal ve uluslararası düzeyde 10 binin üzerinde ziyaretçinin geleceği tahmin edilen fuarın hedef ziyaretçi ülkeleri arasında ise Ortadoğu, Avrupa, Kuzey Afrika ülkeleri ve Rusya yer alıyor. Türkiye ile 60'ı aşkın ülke arasında vizelerin kaldırılmasının da fuara yurtdışından olan ilgiyi artıracığı tahmin edilirken, İtalya, İspanya ve Fransa'nın aralarında bulunduğu ülkelerden de firmaların fuara katılması bekleniyor. Bu amaçla, İTHİB tarafından adı geçen ülkelerdeki ticaret-sanayi odaları ve sektör demekleriyle irtibat kuruluyor. Yılda iki defa düzenlenmesi hedeflenen fuarın ziyaretçi gruplarını ise; hazır giyim üreticileri, mümessil firmalar, satın alma ofisleri, kumaş ve aksesuar toptancıları, deri toptancıları, zincir mağazalarının satın alma yetkilileri ve tasarımcılar oluşturuyor. Pamuk, ipek, yün, dokuma, keten, sentetik, elastik, polyester, örgü, denim, kaplamalı suni kürk, suni deri, ham kumaş, düğme, fermuar, etiket ve çit çit fuarın ürün grupları arasında yer alıyor. ❖



DÜNYA DEVLERİ MODA KONGRESİ İÇİN GELİYOR

DÖRT YILDIR DÜZENLENEN VE ARTIK GELENEKSELLEŞEN TGSD MODA KONGRESİ İTALYAN DÜNYA MARKASI ERMENEGILDO ZEGNA İLE LORO PIANA'NIN CEO'LARINI TÜRKİYE MODA ENDÜSTRİSİ İLE BULUŞTURMAYA HAZIRLANIYOR. BU YIL HALIÇ KONGRE MERKEZİ'NDE GERÇEKLEŞECEK KONGRESİNDE, YERLİ VE YABANCI ALIM GRUPLARININ TEDARİKÇİLERLE BİR ARAYA GELEREK 2 BİN 500 GÖRÜŞME YAPMASI HEDEFLENİYOR.



Moda ve hazır giyim alanında uluslararası bir platform sunan İstanbul Moda, Tekstil ve Hazır Giyim Konferansı (Bridges of Fashion İstanbul) için sayılı günler kaldı. Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD) tarafından bu yıl dördüncüsü düzenlenecek olan organizasyon 5-6 Mayıs 2011 tarihleri arasında gerçekleşecek. Başbakan Recep Tayyip Erdoğan tarafından açılacak konferansa dünyanın en büyük moda markalarından İtalyan dünya markası Ermenegildo Zegna ile Loro

Piana'nın CEO'ları konuşmacı olarak katılacak. İlk kez İstanbul'da aynı çatı altında buluşacak olan Ermenegildo Zegna CEO'su Paolo Zegna ile Loro Piana CEO'su Pier Luigi Loro Piana birikimlerini Türkiye moda endüstrisinin temsilcileriyle paylaşacak. Daha önceleri Hilton Convention Center'da gerçekleştirilen konferans bu yıl Haliç Kongre Merkezi'nde düzenlenecek. Konferansın bu yıl daha önceki etkinlikleri aratmayacak konuklarıyla Türkiye moda sektörü için ufuk açıcı bir içeriğe sahip olduğunu söyleyen TGSD Başkanı Cem Negrin, İstanbul Haliç Kongre Merkezi'ndeki konferansa binin üzerinde sektör temsilcisinin katılımını beklediklerini söyledi. Negrin, bu yıl da iki bölümden oluşacak konferansa ünlü konukların katılımıyla deneyimlerini paylaşılmasının yanı sıra tedarikçi firmalarla alım gruplarını aynı etkinlikte buluşturacaklarını kaydetti.

Burberry'nin CEO'su ile görüşmeler sürüyor

Ermenegildo Zegna ile Loro Piana'nın CEO'larının konuşmacı olarak katılacağı konferansa birlikte, böylesine önemli isimlerin

ilk kez İstanbul'da aynı çatı altında buluşacaklarına dikkat çeken Negrin, hazır giyim ve moda sektörü kadar, zirveye giden yolun sırlarını öğrenmek isteyen tüm kesimlerin konferansta yer alması gerektiğine işaret etti. Gelmesi kesinleşen konukların yanı sıra son yıllarda büyük bir çıkış yakalayan Burberry'in CEO'su Angela Ahrendts ile de iletişim içinde olduklarını kaydeden Negrin, "Angela Ahrendts da büyük bir olasılıkla konferansımızda yer alacak. Böylesine önemli isimlerin katıldığı bir etkinlikten Türkiye'nin en çok verimi almasını arzu ediyoruz. Çünkü bu isimleri aynı zaman ve mekanda bir daha yan yana getirmek, birikim ve düşüncelerini dinlemek mümkün olmayabilir" şeklinde konuştu.

Alım grupları ve tedarikçiler buluşacak

Kongresinin ikinci kısmı olan B2B görüşmelerinde yerli ve yabancı alım gruplarıyla tedarikçileri buluşturacaklarını belirten TGSD Başkanı, geçen yıl bin olan görüşme sayısını bu yıl 2 bin 500'e çıkarmayı amaçladıklarını vurguladı. Bu görüşmelerin üretime, istihdama ve ihracata ciddi katkı sağladığına değinen Negrin, konferansa binin üzerinde sektör temsilcisinin katılımını beklediklerini söyledi. Negrin, bu yıl da iki bölümden oluşacak konferansa ünlü konukların katılımıyla deneyimlerini paylaşılmasının yanı sıra tedarikçi firmalarla alım gruplarını aynı etkinlikte buluşturacaklarını kaydetti.

Burberry'nin CEO'su ile görüşmeler sürüyor

Ermenegildo Zegna ile Loro Piana'nın CEO'larının konuşmacı olarak katılacağı konferansa birlikte, böylesine önemli isimlerin



Ermenegildo Zegna CEO'su Paolo Zegna



Loro Piana CEO'su Pier Luigi Loro Piana



TH Filament

SAKURA



Delicate & Graceful

www.thfilament.com



ÜÇGEN TAMAMLANIYOR

İSTANBUL MODANIN BAŞKENTİ OLMA YOLUNDA KOŞAR ADIM İLERLİYOR. İSTANBUL FASHION WEEK VE cpi GİBİ MODA ENDÜSTRİSİNİN GÜCÜNÜ DÜNYAYA KANITLAYAN ETKİNLİKLERİN ARDINDAN, İSTANBUL SHOPPING FEST, ULUSLARARASI PERAKENDE PAZARINA İDDİALİ BİR GİRİŞ YAPIYOR. 18 MART - 26 NİSAN TARİHLERİ ARASINDA İLK KEZ GERÇEKLEŞECEK FESTİVAL İLE ŞEHİR 40 GÜN 40 GECE SINIRSIZ ALIŞVERİŞ VE EĞLENCEYE HAZIR.

İstanbul'u modanın merkezine taşıyacak etkinliklere imzatan hazır giyim sektörü çalışmalarına aralıksız devam ediyor. İstanbul Fashion Week (IFW) ile Türkiye'nin moda ve marka gücünü, uluslararası moda fuarı cpi ile üretim kabiliyetini ortaya koyan sektör, İstanbul Shopping Fest (İSF) ile şimdi de perakende atığına kalkıyor. Birbirinden bağımsız yürütülen ancak birbirlerini tamamlayıcı nitelikteki bu üç organizasyonun hayata geçmesiyle İstanbul modanın başkenti olma hedefine her geçen gün biraz daha yaklaşıyor. İstanbul Shopping Fest adıyla ilk kez 18 Mart - 26 Nisan tarihleri arasında düzenlenecek festival, 40 gün 40 gece boyunca tüm İstanbul'u

bir alışveriş ve eğlence merkezine dönüştürecek. BMD (Birleşmiş Markalar Derneği), AYD (Alışveriş Merkezi Yatırımcıları Derneği) ve AMPD (Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Derneği) koordinasyonuyla düzenlenen etkinlik boyunca, şehrin farklı bölgelerinde 90 alışveriş merkezi kurulacak. Yaklaşık 14 milyon nüfusu ve 5 bin 300 kilometrekarelik yüzölçümü ile neredeyse bir ülke büyüklüğündeki İstanbul'un dört bir yanına yayılan etkinlikte, indirim fırsatları ile sınırsız alışverişin önü açılacak. Festival kapsamında, yüzlerce yerli ve yabancı markanın yanı sıra Kapalıçarşı, Mısır Çarşısı gibi geleneksel alışveriş noktaları da etkinliğe katılacak. Yeni sezon ürünlerinde ise

yüzde 50'lere varan indirimler, kampanyalar ve çekilişler yapılacaktır. Bunun yanı sıra Taksim, Nişantaşı, Şişli, Bakırköy, Fatih, Bahariye ve Bağdat Caddesi gibi birçok ünlü markaya ev sahipliği yapan İstanbul'un cazibe noktaları, birbirinden renkli sokak etkinliklerine sahne olacak. 50 milyon liralık bir yatırım ile gerçekleştirilecek etkinlik süresince şehrin farklı bölgelerinde düzenlenecek, sokak şenlikleri, konserler, gösteriler, partiler, yarışmalar, moda gösterileri ve defileler ile İstanbul'da tam bir festival ruhu hakim olacak. Festivalin ilk yılda, yaklaşık 3 milyar dolarlık bir ticaret hacmi yaratması bekleniyor. 2 milyar dolar olan perakende ticaret hacminin ise 2023 yılında 10 milyar dolar değerine ulaşması hedefleniyor.

Alışveriş gece gündüz devam edecek

İstanbul Shopping Fest 18 Mart'ta açılış etkinlikleri ile başlayacak. Etkinliğin süreceği 40 gün boyunca akşam 8'den sonra perakendeciler gün içerisinde yaptıkları indirim ek olarak yeni kampanyalar düzenleyecek. Festivalde, AVM'ler ve



cadde mağazaları gece saat 11'e kadar açık kalacak. Açılış ve kapanış gecelerinin yanı sıra her cumartesi Anadolu ve Avrupa yakasından 2 AVM gece yarısı 2'ye kadar 9 Nisan'da ise tüm AVM'ler ve caddeler gece 12'ye kadar açık olacak. Yüzlerce yerli ve yabancı markanın yanı sıra Kapalıçarşı, Mısır Çarşısı gibi geleneksel alışveriş noktalarında tüm yeni sezon ürünlerinde yüzde 30'lara varan indirimler ve kampanyaların yanı sıra festival havasını solutacak sokak şenlikleri, konserler, gösteriler, çocuklara özel oyunlar ve oyuncaklar, müzik etkinlikleri, partiler, yarışmalar, moda gösterileri, defileler ve çekilişler yapılacaktır.



MEHMET BÜYÜKEKŞİ
İSTANBUL SHOPPING FEST
PLATFORM BAŞKANI

İSTANBUL YENİDEN KEŞFEDİLECEK

İstanbul'u dünya markası yapmak için çıkılan yolda IFW ve cpi'ın ardından İstanbul Shopping Fest ile yeni bir adım atıldı. İstanbul Fashion Week ile moda ve marka, cpi ile üretim ve koleksiyon gücünü dünyaya tanıtan Türkiye, Shopping Fest ile perakende de büyük bir projeyi de hayata geçirmiş oldu. İstanbul Shopping Fest projesiyle halihazırda bir alışveriş cenneti olan İstanbul'un gerçek potansiyeli bir kez daha gözler önüne serilecek. Türkiye perakendecilerinin krizlerde, öz kaynak sıkıntılarına rağmen harikalar yaratıldığını hepimiz biliyoruz. Hayalimiz 3 milyar dolarlık bir ticari hacme ulaşabilecek Shopping Fest'i hayata geçirerek, İstanbul'u arzulanan bir alışveriş, eğlence şehri olarak tüm dünyaya tanıtmak. İstanbul'un yeniden keşfedilmesini sağlayacak bu organizasyonla ayrıca, turizm gelirlerini artırmayı da hedefliyoruz.

Vitrin tasarım yarışması

Festival kapsamında bir de vitrin tasarım yarışması düzenlenecek. Perakende sektöründeki 150 kurumsal markanın aynı çatı altında güç birliği yaptığı Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) tarafından 2003 yılından bu yana düzenlenen Yılbaşı Konsept Tasarım Yarışması, İstanbul Shopping Fest kapsamında "Vitrin Tasarım Yarışması" adı altında düzenlenecek. Yarışma kapsamında, İstanbul'un çeşitli cadde ve meydanlarında kurulacak ve bir bedel karşılığı markaların kullanımına sunulacak dev vitrinlerde "İstanbul" temalı tasarımlar yarışacak. Perakendeciler, İstanbul'u bir sanat eserine dönüştürmeyi hedefleyen vitrinleri kiralayıp, tasarlayacak. Taksim, Nişantaşı, Bakırköy, Eminönü ve Kadıköy'e yerleştirilecek olan vitrinler, üzerlerindeki kod ve markasıyla halkın beğenisine sunulacak. Kısa mesaj yoluyla oylanacak vitrinlere oy verenler arasından yapılacak çekiliş sonucunda, kazanan Sinpaş'tan bir daire sahibi olacak. Bu kapsamda, Türkiye'nin dünya çapında ün kazanan tasarımcısı Hakan Yıldırım'ın tasarladığı bir vitrin de Kanyon'da sergileneyecek. Modacının festivali anlatan tasarımını katılımcılardan yoğun ilgi görmesi bekleniyor.

Hedef 3 milyar dolarlık ticaret hacmi

İstanbul Shopping Fest projesi, Batı ile Doğu'yu, eski ve yeniye, geleneksel ile moderni binlerce yıl

lık tarihi ve kültür birikimi ile birleştiren İstanbul'u ve yüzde 50'si 28 yaşın altındaki genç nüfusuyla öne çıkan Türkiye'yi, yeniden dünyanın merkezi haline getirmeyi hedefliyor. Alışveriş coşkusunu 40 gün boyunca yaşatacak festival süresince, açılış ve kapanış etkinliklerinin yanı sıra İstanbul'un çeşitli noktalarında, geç saatlere kadar açık kalacak olan alışveriş merkezlerinde ve mağazalarda pek çok aktivite gerçekleştirilecek. Yeni sezon ürünlerinde yüzde 30'lara varan indirimlerin yapılacağı festival ile yaklaşık 3 milyar dolarlık bir ticaret hacmi hedefleniyor. Festivalin bütçesi yurtiçinde ve yurtdışında yaklaşık 50 milyon TL'ye ulaşacak. İstanbul Shopping Fest ile 2015 yılında şehre 1,5 milyon turist çekmeyi hedefleyen festival böylece aynı yıl için planlanan toplam 10 milyon turist hedefine de katkı sağlamış olacak.

Turistlerin harcamaları 5 yılda 5 kat artacak

Özellikle Rusya, İran, Ukrayna, Azerbaycan, Suudi Arabistan, Yunanistan, Romanya, Suriye ve Iraklı turistlerin, ziyaret için tercih ettiği şehirlerin ilk sırasına İstanbul'u yerleştirmeyi hedefleyen festival kapsamında, yabancı turistler, İstanbul'da indirim sezonunun dışında bir dönemde yüzde 50'lere varan avantajlarla alışveriş yapabilecek. Yabancı turistler, tax free avantajlarıyla ödedikleri verginin bir kısmını alışveriş merkezlerinde ve şehrin bazı noktalarında kurulan tax free standla-



YILMAZ YILMAZ
İSTANBUL SHOPPING FEST İCRA
KURULU EŞ BAŞKANI

HEDEFİMİZ İSTANBUL'U DÜNYA MARKASI YAPMAK

İstanbul 14 milyon nüfusla sahip bir dünya merkezi. Genç nüfusu ve dinamik ticaret hayatı ile büyük bir potansiyele sahip. İstanbul Shopping Fest ile hedefimiz bu potansiyeli iyi değerlendirmek ve İstanbul'u bir dünya markası olarak pazarlamak. Bu amaç doğrultusunda etkinliğin özellikle 18 Mart - 26 Nisan tarihleri arasında düzenlenmesini kararlaştırdık. Bu tarihler Nevruz, Paskalya ve Hamursuz bayramlarını kapsıyor. Bu sayede etkinliğe katılımın dünya çapında olması ve yüksek olması için uygun koşulları yaratmış olduk. Yurtiçinde ve yurtdışında birçok detayı içeren dev projenin bütçesi, yaklaşık 50 milyon TL'ye ulaşılıyor. 46 kişiden oluşan İcra Kurulu'nun geceli gündüzlü çalışmaları ile tüm detayları kapsamlı olarak düşünülen festivalin ilk yılında yaklaşık 3 milyar dolarlık bir ticaret hacmi yaratması hedefleniyor. Festivalden önce turist başına 580 dolar olan harcamayı bin dolara çıkarmayı planlıyoruz. Festival ile 2 milyar dolar olan perakende ticaret hacmimizin, 2023 yılında 10 milyar dolar değerine ulaşması ise gelecek hedeflerimiz arasında.



ndan iade alabilecek. Sunulacak indirim ve avantajlar sayesinde, turist başına 580 dolar olan harcamanın, ortalama bin dolara çıkması hedefleniyor. Bu sayede İstanbul'un potansiyeli göz önüne alındığında yaklaşık 2 milyar dolar olan perakende ticaret hacminin, Cumhuriyetin 100'üncü yılında 4 milyar doları yabancı turistlerden gelmek üzere toplam 10 milyar dolara çıkması öngörülüyor. Shopping Fest ile İstanbul, alışveriş ve eğlencenin yeni merkezi olurken yabancı turistlerin yaptığı harcamaları da 5 yılda 5 kat, 12 yılda ise 13 kat artırmayı hedefliyor. Sürpriz çekilişler ve SMS'lerle yürütülen hediye kazanma şanslarıyla alışveriş her zamankinden daha da heyecanlı kılan organizasyon, hem yurtiçi hem de yurtdışındaki alışveriş tutkunlarının memnuniyetini artırmayı amaçlıyor. Tax free ile yüzde 30'u aşan indirim imkanlarıyla alışveriş yapma fırsatı bulan turistler içinse İstanbul iki kat daha cazip bir hal alacak.



Festivalin her dakikası dijital ortamda

Mobil ve sanal medya uygulamalarıyla tüm dünyadan ziyaretçilerine ulaşmayı hedefleyen festival, 5 dilde yayımlanan web sitesi, facebook, twitter, foursquare, e-mail ve sms uygulamalarına başladı. Şimdiden web sitesini yurt dışından toplam 83 ülkenin ziyaret ettiği İstanbul Shopping Fest, facebook'ta 2 bin hayran kitlesine ulaştı. Web sitesinde İstanbul Shopping Fest hakkında geniş bilgi, etkinliklerin detayları, google map'ten ulaşım imkanı, tax free noktaları, markalar hakkında içerikler, fotoğraf galerisi ve basın odasının yanı sıra İstanbul bölümünde kentin tarihi, yeme-içme, alışveriş ve gece hayatına ilişkin bilgiler yer alacak. Ayrıca i-phone, blackberry ve android cihazlarda mobil uygulama geçerli olacak.

Perakende sektöründe dev işbirliği

40 gün 40 gece boyunca milyonlarca kişiyi ağırlayacak olan İstanbul Shopping Fest projesi, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı ve T.C. İstanbul Valiliği himayesinde, İstanbul Büyükşehir Belediyesi, Türkiye İhracatçılar Meclisi, İstanbul Ticaret Odası, İstanbul Kalkınma Ajansı ve Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü'nün desteğiyle, AYD

(Alışveriş Merkezi Yatırımcıları Derneği), AMPD (Alışveriş Merkezleri ve Perakenciler Derneği) ve BMD (Birleşmiş Markalar Derneği) koordinasyonunda, THY (Türk Hava Yolları) işbirliğiyle ve TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği), TUROB (Turistik Otelciler, İşletmeciler ve Yatırımcılar Derneği), TMD (Tescilli Markalar Derneği), TURYİD (Turizm Restaurant Yatırımcıları ve İşletmecileri Derneği), TAV (Tepe Akfen Havalimanları) ve ISG'nin (İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanı) katkılarıyla gerçekleştirilecek.

Shopping Fest ekibi gece gündüz çalışıyor

İstanbul Shopping Fest projesi için perakende sektörünün önde gelen isimleri seçim çalışmalarını aratmayacak hızla ve titizlikle çalıştı. Bugüne kadar 150 toplantıda bir araya gelen İstanbul Shopping Fest'in 46 kişiden oluşan İcra Kurulu sadece festival için çalışarak hazırlıkların tamamladı. Etkinliğin tüm gelir ve giderlerinin yönetimi için BMD, AMPD ve AYD tarafından İSF İstanbul Alışveriş Festivali Organizasyon Ticaret A.Ş adlı bir şirket kuruldu. Festivalin kusursuz bir şekilde işlemesi için yoğun çalışmalar yürüten Kurul, düzenlediği tanıtım toplantılarıyla perakende ve AVM sektörü liderlerinin bilgilerini güncellerken dev projenin tüm boyutlarını da aktardı. ❖

BOSSA

BOSSA DIŞ GİYİM İŐLETMELERİ

BOSSA DENİM VE SPOR GİYİM İŐLETMELERİ

BOSSA GÖMLEKLİK İŐLETMELERİ

www.bossa.com

Merkez: Güzelevler Mah. Girne Bulvarı 7. km. No: 296 Yüregir 01310 Adana Tel: 0 322 355 20 00
İstanbul Ofis: Merkez Mah. Çınar Cad. No: 8 Yenibosna 34197 İstanbul Tel: 0 212 496 09 00



İHRACATIN PARLAYAN YILDIZI AYAKKABI

AYAKKABI SEKTÖRÜ, İHRACAT DÜŞÜŞÜ İLE KAPATTIĞI 2009'UN ARDINDAN GEÇEN YIL YÜZDE 35'LİK ARTIŞLA TÜRKİYE ORTALAMASININ ÜSTÜNE ÇIKTI. SEKTÖRDEKİ BU SIÇRAYIŞIN KRİZDEN SONRA AVRUPA İMALAT SEKTÖRÜNDE YAŞANAN KAYIPLAR VE UZAKDOĞU MALLARININ KALİTESİZ BULUNMASINDAN KAYNAKLANDIĞINI SÖYLEYEN TASD BAŞKANI İSLAM ŞEKER, 2011 YILINDA AYAKKABI İHRACATININ YÜZDE 30 ARTACAĞINI ÖNGÖRÜYOR.

Avrupa'nın üçüncü dünyanın dokuzuncu büyük imalat gücü olan Türkiye ayakkabı sektörü, krizin etkilerini en fazla hisseden sektörlerden biri oldu. Sektör 2008 yılının son çeyreğinde patlak veren küresel kriz sonucu 2009 yılına sancılı girmiş ve ihracatı yüzde 15 civarında gerilemişti. 2009'un tamamında 296 milyon dolarlık ihracat yapan sektör, kriz sonrasında hızla toparlandı. TİM kayıt rakamlarına göre, ayakkabı ve ayakkabı aksamı ürünlerinde, 2010 yılında 401,7 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirildi ve bir önceki yıla göre yüzde

35,6 oranında artış kaydedildi. Bu rakamlar doğrultusunda ayakkabı ürün grubu, aynı yıl yüzde 18,2 artışla 1 milyar 272 milyon dolara yükselen deri ve deri ürünleri ihracatından yüzde 31,6 pay aldı. Sektörün en önemli pazarı Rusya bu dönemde en fazla ihracat gerçekleştirilen ülke statüsünü korurken, ikinci büyük pazar Irak'a yapılan ayakkabı ihracatı da yükselişini sürdürdü. Krizi az hasarla atlatan ve ardından hızlı bir yükseliş gösteren ayakkabı sektöründe yaşanan gelişmeleri değerlendiren Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD) Başkanı İslam

Şeker'e göre ihracatta kaydedilen bu başarının ardında iki önemli neden bulunuyor. Bunlardan ilki 2008 kriziyle Avrupa ayakkabı imalatının hızla erimesi ve eski gücüne dönememesi. Bu durum, dünya ayakkabı tedarikçilerinin gözünü Türkiye'ye çevirmesini sağlıyor. Dünya pazarlarında en önemli rakip olan Uzakdoğu'dan gelen ürünlerin ucuz ve kalitesiz olarak algılanması ise dünya çapında kalitesiyle öne çıkan Türkiye ayakkabı sektörüne yönelik tetikleyen diğer faktör oldu.

Pazar çeşitliliği artıyor

Özellikle küresel ekonomik krizden ardından değişen dünya koşullarını lehine işleyen Türkiye ayakkabı sektörünün en önemli avantajını hızı ve esnek üretim kapasitesine sahip olması ve sıcak mal taleplerine kısa sürede cevap vermesi olduğuna dikkat çeken Şeker, bunların yanı sıra coğrafi konumumuz sayesinde dış pazarlara yakın oluşumuzun da ciddi bir artı olduğunu belirtti. Sektörün 1990-2000 yılları arasında Rusya pazarı odaklı geliştiğini, son 10 yılda ise pazar çeşitliliğini artırdığını kaydeden Şeker, "Türkiye ayakkabı sektörü Rusya dışında başta yakın komşularımız olmak üzere; Orta Asya, Ortadoğu, Balkan ülkeleri, Avrupa ve son yıllarda Afrika pazarında gelişen imajıyla kendine yer edinmiştir" dedi ve bu gelişmede

sektörün kriz ortamında yeni pazar arayışlarının etkisi olduğunu da ekledi.

İlk on pazarda da ihracat yükseldi

Türkiye ayakkabı sektörünün geçtiğimiz yıl ihracat gerçekleştirdiği ilk 10 ülkeye bakıldığında pazarlardaki çeşitlilik gözlenebiliyor. Sırasıyla Rusya, Irak, Suudi Arabistan'ın başı çektiği listede bu üç ülkeyi Almanya, Fransa, Bulgaristan, İngiltere, Hollanda, Romanya ve İtalya izliyor. En fazla ihracat gerçekleştirilen ilk on ülke sıralamasında bile Türkiye ayakkabı sektörünün geniş pazarlara yayıldığı görülüyor. Geçtiğimiz yıl yaklaşık yüzde 95 artarak 104 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirilen Rusya Türkiye'nin en önemli pazarı olmayı sürdürürken, O'nu izleyen Irak'a ihracatın geçen yıla göre yüzde 44 arttığı ve 44 milyon dolara yükseldiği görülüyor. Üçüncü sırada yer alan Suudi Arabistan'a yapılan ayakkabı ihracatı ise yüzde 19 oranında artıyor ve 26 milyon dolara yükseliyor. Ayakkabı ihracatı açısından dördüncü büyük pazar konumundaki Almanya'ya yapılan ayakkabı ihracatı da 2010 yılında önemli ölçüde artıyor. Geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 27 artışla 18 milyon dolar olan Almanya'nın ardından en fazla ihracat gerçekleştirilen beşinci ülke Fransa'ya ise 2010'da yüzde 56 oranında yükseliyor ve 16 milyon dolar oluyor.



Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği Başkanı İslam Şeker

Hedef 2011'de yüzde 30 artış

Sektörde yaşanan sıkıntılara rağmen son yıllarda pazar çeşitliliğinde kaydedilen bu gelişmelerin 2011 yılı ihracat beklentisini yükselttiğini ifade eden TASD Başkanı İslam Şeker, bu beklenti doğrultusunda gelecek yıl ihracatında yüzde 30 artış hedeflediklerini kaydediyor. Şeker, pazarlarda kalıcı olmak ve ihracat paylarını artırmak için Türk ayakkabısı imajını da sağlamlaştırmak gerektiğini vurguluyor.

Ayakkabının geleceği Afrika ve Uzakdoğu'da

Son yıllarda Afrika ülkelerinde Türkiye ayakkabı sektörünün etkinliğinin arttığına dikkat çeken Şeker, son yıllarda zaten artış kaydedilen pazarda yükselişin katlanacak devam edeceği görüşünde. Afrika pazarının geleceğin en büyük pazarlarından biri olacağını öngören Şeker, sektörün bu pazarda şimdiden yerini güçlü bir şekilde alması gerektiğini düşünüyor. Gelecekte Afrika pazarı ile beraber Uzakdoğu'nun da deri

EN ÇOK AYAKKABI İHRACATI YAPILAN ÜLKELER (GTIP 64)				
Birim: 1.000 \$				
ÜLKELER	2009 OCAK - ARALIK	2010 OCAK - ARALIK	PAY %	DEĞİŞİM %
RUSYA	53.656	104.776	26,1	95,3
IRAK	30.902	44.530	11,7	44,1
SUUDİ ARABİSTAN	22.172	26.378	6,6	19,0
ALMANYA	14.451	18.376	4,6	27,2
FRANSA	10.440	16.349	4,1	56,6
BULGARİSTAN	9.466	12.872	3,2	36,0
İNGİLTERE	13.268	12.143	3,0	-8,5
HOLLANDA	15.072	12.113	3,0	-19,6
ROMANYA	9.886	10.988	2,7	11,1
İTALYA	7.350	9.205	2,3	25,2
TÜRKİYE TOPLAM AYAKKABI İHRACATI	296.256	401.674	100,0	35,6

ve kaliteli ayakkabı ürün bazında Türkiye ayakkabı sektörü için ciddi bir pazar olacağını ifade eden Şeker, bu pazarlarda başarının yakalanması için önümüzdeki örneklerle bakmamız gerektiğini, doğru stratejiler ve yol haritalarıyla yola şimdiden çıkılması gerektiğini söylüyor.

“İtalya ve Çin’den örnek alınmalı”

Türkiye ayakkabı sektörünü dünyadaki rakip ülkelerle kıyaslayan TASD Başkanı, “Dünya ayakkabı ihracatının önemli bir yere sahip olan İtalya başarısını eğitim ve tasarıma ciddi yatırımlar yaparak moda ve marka üreterek sağlamış ve ayakkabı da “made in Italy” etiketini güçlü ve aranan bir marka haline getirmiştir” diye konuşuyor. Şeker, son yıllarda Türkiye’nin de bu yönde atılımlar gerçekleştirdiğini ancak sektörün devletten gelecek köklü destek ve yardımlara ihtiyacı olduğuna dikkat çekiyor. Kayıt dışının hakim olduğu Çin ayakkabı sektörünün ucuz iş gücü ve devletin kendilerine sağladığı imkan ve desteklerle aşama kaydettiğini belirten Şeker, bu gelişmelerin yanı sıra Çin Devleti’nin kendi para birimi yuan’ı dolar karşısında sabitleyerek ülkesinde emek yoğun sektörlerin önünü açtığını ve Çin ayakkabı sektörünün bu uygulamalar sayesinde dünyanın en büyük üreticisi ve ihracatçısı konumuna yükseldiğini altını çiziyor. Türkiye’nin ise yıl-



ALİ MURAD KIZILTAŞ
İNCİ DERİ YK BAŞKANI VE İDMİB YK BAŞKAN YARDIMCISI

BU YILI 500 MİLYON DOLAR İHRACATLA KAPATACAĞIZ

Dünyadaki toplam deri ihracatının yüzde 50’den fazlasını ayakkabı sektörü oluşturuyor. Türkiye maalesef bunun için binde 1 ya da 2’lik bir pay alıyor. Zaten DTG’nin de en büyük hedefi bu payın artırılmasını sağlamak. Bu amaçla çeşitli projeleri hayata geçiriyoruz. Bu amaç için atılacak en önemli adım yeni ihraç pazarları bulmak ki Türkiye ayakkabı sektörü son zamanlarda buna kanalize olmuş durumda. Sektörün 2010 yılında kaydettiği yüzde 35’lik artış da yeni pazar arayışlarının başarıya ulaşmasının etkisi büyük. Eskiden sektörün en önemli pazarı Rusya iken şimdi bu pazarlara birçok yeni ülke eklendi. Rusya hala çok önemli bir pazar ve ülkeye ihracatta kaydedilen artışlar hala en yüksek paya sahip. Böyle de sürmesini isteriz. Ancak sektörün en önemli sıkıntısı da yıllardır tek pazara bağımlı olmasıydı. Rusya’da pazarda meydana gelebilecek en ufak bir sıkıntı sektörü çok ciddi etkiliyordu. Şimdi bu durumun değişmeye başladığını görüyoruz. Ayakkabı sektörü dünya pazarlarındaki etkinliğini ve pazar çeşitliliğini artırıyor. Sektörün bu değişimi ve arayışı karşılığını buluyor.

Rusya dışındaki birçok farklı ülkeye ihracatımız hızla artıyor. Bunlardan biri Irak. Son zamanlarda çok ciddi bir pazar olarak gelişen ülkeye ihracatta ciddi bir artış yaşanıyor. Zaten Irak ithalatının yüzde 80’ini Türkiye’den yapıyor. Ayakkabı sektörü de bu rakam içinden kendine düşen payı alabiliyorsa bu çok keyif verici bir gelişmedir. Aynı zamanda Uzakdoğu haricinde yeni tedarikçi arayışı içinde olan Avrupa’daki birçok ülkeye ihracatta da ciddi artışlar görülüyor. Bundan üç dört yıl önce Türkiye’de üretime karşı çok ciddi bir tedirginlik duyan Avrupa’da bu etkiyi kırmayı başardık. Türkiye’ye karşı bir güven oluştu. Pazarlardaki çeşitlenmeyle birlikte sektör, dünya pazarlarında rekabet şansını artırmak için daha organize, daha tasarım ağırlıklı bir üretim anlayışını benimsemeye başladı. Daha fazla nasıl satırım düşüncesiyle müşteri odaklı üretimler yapılmaya başlandı. Eskiden Micam’a katılacak on firmayı zor bulurken şimdi fuarda kendimize yer bulmakta zorlanıyoruz. Bu da sektördeki kabuk değişimi ortaya koyan gelişmelerden biri. Bu değişimde hem yeni pazarların bulunmasında hem de ihracatta artışların yaşanmasında büyük etkisi olduğu kanaatindeyim. Yaşanan tüm bu gelişmeler ışığında sektörün önünün son derece açık olduğu söyleyebilirim. Öyle ki 2011’i geçtiğimiz yıla göre 500 milyon dolarla yani en az yüzde 25’lik bir artışla kapatacağımızı düşünüyorum. Biliyorsunuz 2013’te sektörün 1,5 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirmek gibi bir hedefi var. Bence o tarihe gelmeden bu rakam zaten yakalanacak.

lardır süregelen sorunlarla boğuşmaya devam ettiğinin altını çizerek, “Sektör, ham deri sıkıntısıyla artan deri fiyatları, dolar kuru, istihdam yüklerinin ağırlığı ve katılığı, kayıt dışının körüklediği haksız rekabet koşulları, yüksek enerji maliyetleri, kalifiye eleman sorunu, verilen teşviklerin ulaşılmaz oluşu ve tanıtım yetersizliği gibi sorunlarla boğuşmaya devam ediyor ve çıkış yolu arıyor” diyen Şeker, bu sorunlar çözüldükçe ayakkabı sektörünün önünün açılacağını kaydediyor.

“Küçük işletmelerle başladık, üretim üssüne dönüştük”

Bundan 20 yıl öncesine kadar küçük atölye tipi üretim yapan ayakkabı işletmelerinin günümüzde, bütün dünya pazarlarına ayakkabı satan işletmelere dönüşüğünü söyleyen İslam Şeker, Türkiye’nin bugün, Avrupa’nın üçüncü dünyanın ise dokuzuncu büyük imalat gücü olduğunu ve sanayi tipi imalat yaparak ihracat odaklı büyüdüğüne vurgu yapıyor. “Bugün dünyada üretim merkezi kabul edilen pek çok ülke ile mukayese edildiğinde Türkiye ayakkabı sektörü çok daha modern ve gelişmiş üretim teknolojilerine sahip. Ayakkabı sektöründe

günümüzde 18 bin 500 işletmede 240 bin kişi istihdam ediliyor ve yıllık 212 milyon çift ayakkabı üretiliyor” diyen Şeker, bu üretimin sonucunda ülke ekonomisine 4,2 milyar dolarlık katkı sağlandığını da ekliyor. Krizlere rağmen ayakkabı sektörünün gelişimini sürdürerek ihracatını artırmayı ve yurtdışı pazarlarında ayakkabı imajımızı yerleştirdiğini kaydeden Şeker, sektörün bundan sonraki hedefinin sahip olduğu pazarlarda Türk ayakkabı imajını daha da güçlendirmek, sürdürülebilir rekabeti sağlamak, kendine özgü tasarımları ile kendi markalarını yaratmak ve dünya ayakkabı ihracatından aldığı payı her yıl daha da yükseltmek olduğunu söylüyor. ❖



Atkı Bere Eldiven



ONTEKS
www.onteks.com



ONTEKS TEKSTİL MAKİNA GIDA SAN. TİC. LTD. ŞTİ.
GÜMÜŞSUYU CAD. ODIN TOPKAPI CENTER NO: 28/381 34010 TOPKAPI - İSTANBUL
TEL: +90 212 444 30 10 FAX: +90 212 501 84 84 / www.onteks.com / ontteks@onteks.com

MİLANO'DA AYAKKABI MODASININ RESMİ GEÇİDİ

MODA DÜNYASININ MERKEZLERİNDEN MİLANO, DÖRT GÜN BOYUNCA AYAKKABI SEKTÖRÜNÜN ŞOVUNA SAHNE OLDU. "MICAM SHOEVENT" FUARINDA DÜNYANIN DEĞİŞİK YERLERİNDEN ALICILARLA İLE BİR ARAYA GELEN AYAKKABI FİRMALARI, 2012 SONBAHAR / KIŞ KOLEKSİYONLARINI GÖRÜCÜYE ÇIKARDI. MICAM'A KATILAN 18 TÜRK FİRMASI İŞE KURDUKLARI İŞ BAĞLANTILARI İLE Fuardan başarıyla döndü.

İTKİB BÜNYESİNDE FUARA KATILAN FİRMALAR

- AB ayakkabı
- Ay-Pa Ayakkabı
- Can Ayakkabı
- Cem Bebe
- Diyalog Dış Tic.
- Hasel Ayakkabı
- Kaynak Ayakkabı
- Klasik Ayakkabıcılık
- Macro Ayakkabı
- Molyer Ayakkabı
- Plastab Taban
- Poletto
- Sebata Alyasan



Modanın başkentlerinden biri olarak kabul edilen Milano, Mart ayında ayakkabı sektörünün en büyük fuarı olan Micam Shoevent'a ev sahipliği yaptı. Bu yılki ilk dönemi 6-9 Mart tarihleri arasında yapılan ayakkabı sektörünün vazgeçilmez vitrinlerinden olan fuar, bu yıl da görkemli bir şova sahne oldu. Türkiye'den 13'ü İTKİB desteği ile toplam 18 firmanın katıldığı fuarda, 535'i yabancı olmak üzere 1.500'ü aşkın firma ürünlerini ziyaretçilerin beğenisine sundu. Firmaların 2012 Sonbahar / Kış sezonunun koleksiyonlarını sergilediği Micam'ın, Mifur (kürk ağırlıklı deri hazır giyim) ve Mipel (sarıya) fuarları ile aynı yerde eş zamanlı olarak düzenlenmesi ilgiyi de artırdı. Fuarı; 20 bin 644'ü yabancı, 19 bin 213'ü de İtalyan olmak üzere toplam 39 bin 857 kişi ziyaret etti. İtalyan firmala-

rın yanında, aralarında İspanya, Portekiz, Türkiye, İngiltere, Fransa ve Brezilya'dan katılımcıların olduğu etkinlikte, firmalar 80 bin metrekarelik alanda koleksiyonlarını ziyaretçilerin beğenisine sundu. Micam, bu dönem de; bayan şık ayakkabıları, bayan trendy ayakkabıları, bay-bayan lüks ayakkabıları, genç moda ayakkabıları, çocuk ayakkabıları, karışık ayakkabılar, mağaza aksesuarla-

n, uluslararası tasarımcılar bölümleri olmak üzere 8 bölümde gerçekleşti. İTKİB ayrıca, geçtiğimiz yıl düzenlenen Genç Koza Moda Tasarımcıları Yarışması'nda deri hazır giyim kategorisinde başarılı olan ilk iki öğrenciyi de fuara götürdü.

Kadın ayakkabıları fuara ivme kazandırdı

Fuar ile ilgili görüşlerini paylaşan İDMİB Başkanı Lemi Tolunay, etkinliğin dünyanın en büyük ayakkabı fuarı olduğu için hak ettiği ilgiyi bulduğunu söyledi. Bu döneminde Türkiye'den 18 ayakkabı firmasının fuarda ürünlerini sergilediğini dile getiren Tolunay, özellikle kadın ayakkabıları kategorisinde katılanların bu fuardan mutlu döndüklerini ifade etti. Tolunay, "Bu durum olağanüstü bir tablo değildi. Zaten her zaman trend bu oldu. Micam'da bayan ayakkabılarının satışları iyi olduğunda her zaman başarılı bir fuar olarak sayılıyor" şeklinde konuştu. Kriz döneminde Micam'ın sancılı bir süreçten geçtiğini dile getiren Tolunay, "Fakat şu an ziyaretçi ve katılımcı sayısı bakımından kriz öncesindeki sayıya ulaşmış durumda. Mifur ve Mipel fuarları ile aynı yerde ve eş zamanlı düzenlenmesi fuara olan ilgiyi artırdı" dedi. ❖





Yunanistan
Arnavutluk ve
Makedonya'ya
Komple ve Gurupaj
Lojistik Servis



SERAY®

ULUSLARARASI TAŞIMACILIK
İNŞAAT TİCARET LTD. ŞTİ.



BALKANLARA AÇILAN LOJİSTİK KAPINIZ

MEHMET AKİF CAD. 1 SOK.
HAYDAR AKIN İŞ MERKEZİ
NO: 25/9 ŞİRİNEVLER/İSTANBUL

Tel: +90 212 451 51 01
Tel: +90 212 451 19 96 (PBX)
Faks: +90 212 451 19 95

info@seraytrans.com

www.seraytrans.com

MOSKOVA'DA TÜRKİYE ŞOVU

RUSYA'NIN EN BÜYÜK TEKSTİL VE HAZIR GİYİM FUARI COLLECTION PREMIERE MOSCOW (CPM) 16'INCI KEZ DÜNYA ÇAPINDA FİRMALARI BULUŞTURDU. 30 FARKLI ÜLKEDEN BİN 350 FİRMANIN YER ALDIĞI FUARA BU YIL 18 BİN 400 PROFESYONEL ZİYARETÇİ KATILDI. ALMANYA, FRANSA VE İTALYA'DAN YOĞUN İLGİ GÖREN FUAR TÜRKİYE'DEN DE BÜYÜK İLGİ GÖRDÜ. CPM'E İTKİB ÖNDERLİĞİNDE 58 FİRMA KATILDI.

Dünya ekonomileri içinde en hızlı büyüyen ülkelerden biri olan Rusya'nın merkezi Moskova'da düzenlenen CPM (Collection Premiere Moscow) 16'nci kez gerçekleşti. Doğu Avrupa pazarı için önemli bir ticari platform sunan fuara katılım bir önceki yıla göre yüzde 7 arttı ve 18 bin 400 ziyaretçi katıldı. Geçen sene bu sayı 17 bin 200 idi. 21 - 24 Şubat tarihleri arasında yapılan fuarda dört gün boyunca,

ca, 30 farklı ülkeden bin 350 firma 2012 sonbahar-kış koleksiyonlarını sergiledi. Geçtiğimiz yıl 40 bin metrekare olan fuar alanı ise bu yıl yoğun katılım nedeniyle 42 bin metrekareye çıkarıldı. Almanya, Fransa, İtalya ve Türkiye başta olmak üzere dünyanın farklı bölgelerinden birçok ülke fuara katılan firmalar arasındaydı. Messe Dusseldorf ve Igedo Company tarafından ortak düzenlenen fuara en fazla ilgi gösteren



ülkelerin başında ise yine Türkiye geliyordu. Geçtiğimiz dönem Türkiye'den 52 firmanın katıldığı fuara bu dönem fuara bu sezon İTKİB önderliğinde 58 firma katıldı. Kadın, erkek, çocuk, deri ve kürk segmentlerinin yer aldığı fuar oldukça canlı geçti. Yüksek müşteri profiliyle dikkat çeken CPM'den firmalar da memnun ayrıldı. Aldıkları siparişlerin yanı sıra yeni işbirliği sözleşmeleriyle müşteri portföyünü genişleten birçok firma, fuara katılımı gelecek dönemlerde de sürdüreceğini belirtti. 2011 yılının ilk yarısını güzel bir kapanışla geride bırakan CPM, 5-8 Eylül tarihleri arasında yeniden kapılarını açacak.

ülkede her yıl binlerce fuar düzenleniyor. Bu fuarlardan 400'ü yalnızca Moskova'da 400 gerçekleştiriyor. Fuar sayısındaki çokluk, firmaların doğru fuarı bulmalarında engel oluşturuyor. Ancak CPM her yıl gösterdiği istikrarlı büyüme ile tekstil ve hazır giyim sektöründe başı çekmeye devam ediyor. Bunun farkında olan Türkiye tekstil ve hazır giyim sektöründen birçok firmanın da fuara ilgisi artıyor. ❖

TÜRKİYE'DEN KİMLER KATILDI?

Bu sezon bin 262 metrekare alanda Türkiye'den 58 firmanın boy gösterdiği fuarın katılımcıları arasında, Zeki Triko, Zingal Tekstil, Platin Gömlek, Moda Crise Tekstil, Kapris Giyim, Akademi Ticaret, Bisa Giyim, Darkmen Tekstil gibi uzun yıllardır CPM'de yer alan firmaların yanı sıra birçok şirket de ilk kez katıldı. Alkış Tekstil, Deteks Giyim, Electra Tekstil, Grandi Konfeksiyon, Hazal Tekstil, Matex Tekstil, Önka Tekstil, Özün Konfeksiyon, Roman Giyim'in de aralarında olduğu 17 firma fuara ilk kez katılanlar arasındaydı.

Firmaların CPM'e ilgisi artıyor

İTKİB'in 2004 yılından bu yana fuara katılımlara önderlik ettiği CPM, ülkenin en önemli tekstil ve hazır giyim ticari organizasyonu. Perakende sektörünün hızla geliştiği Rusya Federasyonu'nu 2000 yılından itibaren yılda ortalama yüzde 10-15 civarında büyüyor. Bu büyümeye paralel olarak



our profession
is
denim
fabric



Denim Global Kumaş Tic. Ltd. Şti.
Keresteciler Sitesi Fatih Cad.
Uzun Sk. No: 20/A Merter - İstanbul
Tel: +90 212 637 16 10 - 20 - 67
Faks: +90 212 637 16 70
www.denimglobal.com



Ali AĞAOĞLU
Vatan Gazetesi Yazarı

AB'DEKİ İHRACAT KAYBINI ORTADOĞU VE KUZAY AFRIKA İLE KAPATIRIZ DİYE DÜŞÜNDÜK. BUNUN İÇİN DE HAYLİ ÇALIŞTIK VE 2010'DA KRİZ ÖNCESİ SEVİYEYE GERİ DÖNMEYİ BİLE BAŞARDIK. ANCAK YENİ YILLA BİRLİKTE BÖLGEDE ORTAYA ÇIKAN DURUM BU TOPARLANMAYA SEKTE VURACAK.



DERT AVRUPA İDİ, ŞİMDİ BİR DE ORTADOĞU ÇIKTI

ABD'de başlayan küresel kriz Avrupa ekonomilerini de vurdu. Ekonomilerinin büyümesi için her türlü "fedakârlıktan" kaçınılmadı. Likidite verildi, bankalar kurtarıldı yetmedi... Üye ülkelerin çıkardıkları bonolar piyasa değerinden çok daha yüksekteki "itibari" değerlerinden alındı. Bankalara stres testi

yapıldı. Testi geçemeyip; sınıfta kalacakların sayısı çok olunca test soruları kolaylaştırıldı! Yine de sınıfta kalanlar olunca, onları da çalışanlarla birleştirdiler. İşler düzeldi mi? Ne yazık ki hayır. Tam tersine halı altına süpürülen sorun bu kadar çok olunca, halı da yetmez oldu. Önce İrlanda, ardından Yunanistan ipe un serdi.

Borçlanmaları sorun haline geldi. Bunları bu aralar İspanya ve Portekiz takip ediyor. Geçtiğimiz ay içinde derecelendirme kuruluşları önce Yunanistan'ı uç, ardından da İspanya'yı bir kademe indirdiler. Derecelendirme demişken... Uluslararası derecelendirme kuruluşlarının Türkiye'ye karşı haksız-

lık yaptıklarına dair genel bir kanı var. Bunun bir kısmı yadsın(a)maz bir şekilde doğrudur. Çok kayda değer bir gelişme kaydetmedikçe (Türkiye'nin ihtiyacının en azından yarısı kadar petrol ya da doğal gaz bulmadıkça, soğuk füzyon ya da benzeri bir "icat" yapmadıkça...) işimiz zor görünüyor. Eh bunlar da çok kolay olmaya-

çağına göre “not artışı” yine bir başka bahara mı kalıyor? Mart ayının ilk yarısında hem S&P hem de Moody’s Türkiye’nin not artışının seçim sonrasında kaldığından dem vurdular.

Not artışının seçimden önce olma ihtimali düşük

Not artışı için bu kurumların öncelikleri finansal “resim” olduğu kadar, ekonominin nasıl yönetildiği, istatistiklerin nasıl hazırlandığı, istikrar ve şeffaflığın ne ölçüde olduğu gibi kriterler de oluyor. Hatta finansal tablolardan da daha fazla. Son zamanlarda ekonomi yönetiminin “bağımsız kurumlar” konusundaki söylemleri derecelendirme şirketlerinin bir anlamda ekmeğine yağ sürüyor.

Not artışının seçimden önce olması ihtimalinin düşük olduğunu sıkça dile getirmiştik. Israrlı olduğum bir başka konu da, bu not artışından çok şey bekliyor olmamaza karşın, etkisinin hem kısa süreli hem de hiç beklemediği gibi olmaya çağdır. Her Türk erkeğinin askere gitmeden önceki ruh hali “Hele şu askerlik bir bitsin, dünyayı yerinden oynatacağım” havasındadır. Erkek okurlara ya da oğlunu askere göndermiş olanlara sormak istiyorum: Askerlik bittikten sonra her şey çok mu değişti; dünyayı yerinden oynatabildiniz mi? Yoksa biter bitmez eski rutininize mi döndünüz? Dünya yerinde oynamadı değil mi... Birkaç istisnanın dışında tezkerenin hemen ertesinde hayat aynen eskisi gibi devam etti değil mi... İşte not artışları da böyle olacak. Dua edelim de “havamız iyiyken” gelsin, olabildiğince faydalanabiliriz. Hava kötüyken gelirse işe de yaramayacak.

AB büyümemezse bizden mal almaz

Kötü havadan bahsetmişken dönem krize ve Avrupa Birliği’ne. 12 Mart’taki liderler toplantısında yepyeni kararlar aldı AB. Yunanistan’ın borçlanması faizi yüzde 6’dan 5’e indirilirken, vadesi de 3 yıldan 7,5 yıla yük-



Tam da AB’deki kaybı Ortadoğu ile kapatırız diyorduk ki, ülkelerin art arda “kağıttan kaplan” misali yıkılmaları bizi en azından iki açıdan vuruyor.

seltildi. AB’nin Ekonomik İstikrar Fonu’nun 440 milyar avrodan 500 milyar avroya yükseltilmesine karar verilmiş. Üstüne bu fonun sadece ikincil piyasadan sorumlu ülke tahvillerini almakla yetinmeyip, bu devletlerin ihracatlarını ilk elden (birincil piyasadan) alabilmelerine de imkân tanınmış. Açık olan bir mesele var ki, o da AB’deki borç sorunu halen daha devam ediyor. Devam etmiyor olsaydı yukarıdaki gibi “garip” denebilecek önlemler alır mıydı?

Borçlanmayı/borç çevirmeyi kolaylaştırması beklenen bu önlemlerin varlığı aslında AB ekonomilerindeki büyüme sorununun devam ettiğinin de bir göstergesi. Tüm bunların bizi ilgilendirdiği nokta da tam burası! AB büyümemezse bizden mal almaz. Nitekim ihracatta tam da böyle olmuş. 27 AB ülkesine yapılan ihracat kriz sırasında hızla düşerken, toparlanması ne yazık ki aynı hızda olmamış ve halen daha 2008’deki “zirvenin” hayli gerisindeyiz.

Cari açık “orantısızca” artıyor

AB’deki kaybı Ortadoğu ve Kuzey Afrika (ODKA) ile kapatırız diye düşündük. Bunun için de hayli çalıştık. 2010’da kriz öncesi seviyeye geri dönmeyi bile başardık. Ancak yeni yılla birlikte ODKA’da ortaya çıkan durum bu toparlanmaya sekte vuracaktır. Tam da AB’deki kaybı ODKA ile kapatırız diyorduk ki, ülkelerin art arda “kağıttan kaplan” misali yıkılmaları bizi en azından iki açıdan vuruyor.

İlki yumuşak kamımız “cari açık”. İhracat azalırken, petrol fiyatlarında kısa süredeki “fahiş” artıştan dolayı “çift etkili” bir durum ortaya çıkıyor. AB’de zaten problem var (en azından Şubat ayında vardı) sattığımız mal azalıyor. Aynı zamanda da enerji/petrol fatu-ramız da hızla artıyor! Cari açık “orantısızca” artıyor!

İkincisi de petrol fiyatlarının artışıyla gündeme gelen enflasyon ve müstakbel faiz artışları, beklentilerin bozulması ve Merkez Bankası politikalarının sıkça değişme gere-

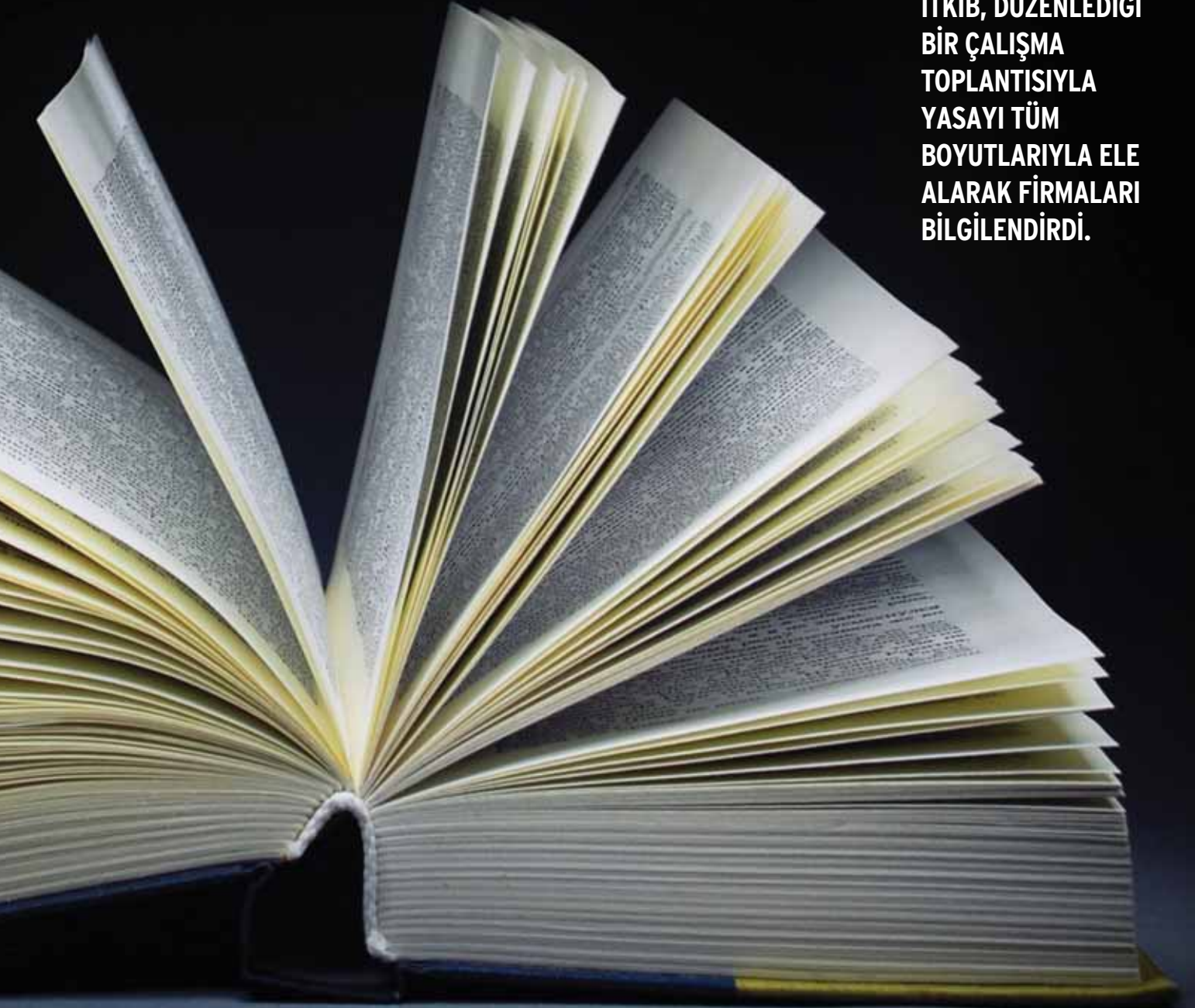
ğinin ortaya çıkması. Aslında sadece petrol fiyatları değil ODKA’daki belirsizlikler diğer emtiayı da bozdu! Ne kadar devam edeceği bile bilin(e)meyen Libya meselesi belirsizlikleri iyiden iyiye arttırıyor. Sorunun bizi ilgilendiren bir başka boyutu daha var. Özellikle Kuzey Afrika’nın imarında ciddi rol oynayan Türk müteahhitlerinin işleri sekteye uğruyor. Şantiyelerini kapatıyorlar, işçilerini geri çekiyorlar. Alın size hem cari açığı hem de “ihracatı” vuran bir başka olumsuzluk daha...

Çözüm mü?

AB için umut “vadeye yayılmış” durumda. Özellikle de 12 Mart’taki liderler toplantısından sonra... ODKA’da ise inisiyatif alma şansız sanıldığı kadar yüksek ol(a)mayabilir! Birleşmiş Milletler mi olur, AB’i olur bilinmez, ama bilinen, bu kurumların bir an evvel ODKA’daki mesele için devreye girmesi gerekiyor. Sınırların yeniden “çizilmesine” kadar varabileceği bu meselenin bir an evvel nihayete ermesi bizim hayrımıza olacaktır! ❖

TORBADAN NE ÇIKTI?

CUMHURİYET TARİHİNİN EN KAPSAMLI VE KARMAŞIK VERGİ AF PAKETİ OLARAK DEĞERLENDİRİLEN VE BU SEBEPLE "TORBA YASA" OLARAK BİLİNEN 6111 SAYILI YASA MECLİSTEN GEÇTİ. İTKİB, DÜZENLEDİĞİ BİR ÇALIŞMA TOPLANTISIYLA YASAYI TÜM BOYUTLARIYLA ELE ALARAK FİRMALARI BİLGİLENDİRDİ.





Son ayların en önemli gündem maddelerinden biri olan ve kamuoyunda “Torba Yasa” olarak adlandırılan 6111 sayılı yasa hararetli tartışmaların ardından TBMM’den geçti. Tam adı, “Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılması ile Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu ve Diğer Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun” olan yasa 25 Şubat’ta Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girdi. Kimileri tarafından torbadan çuvala dönmüş bir düzenlemeler yumağı olarak nitelendirilen yasada, birbiriyile ilgili olmayan pek çok düzenleme var. Bu nedenle “Torba Yasa” olarak anılan yasanın içinde öğrenci affı da, vergi affı da, içki kısıtlaması da, baba-ya doğum izni de kendine yer buldu...

Devletin vatandaşın alacağı borçları yeniden yapılandıran tasarıyla hem vatandaşın rahatlaması, hem de devletin sırtındaki yükten kurtulması umuluyor. Torba Yasa ile kamu alacaklarının yeniden yapılandırılmasına yönelik düzenleme, bugüne kadar gündeme gelen

en kapsamlı borç yapılandırması olarak değerlendiriliyor. Uzmanlar kapsamlı bir yapıya sahip olan bu borç yapılandırmasının zamanlama ve içerik açısından son derece olumlu olduğunu söylüyor. 36 aya yayılabilen borç ödeme takviminin, 60 ya da 72 ay gibi daha uzun vadelere yayılmasının, çoğunluğunu KOBİ’lerin oluşturduğu tekstil, deri ve hazır giyim sektörü açısından da olumlu sonuçlar doğuracağı düşünülüyor.

İTKİB’den Torba Yasa açılımı

Kapsamlı olduğu kadar karmaşık yapısıyla dikkat çeken Torba Yasa, aften faydalanmak isteyenler için açıklama getirilmesi gereken birçok maddeyi içeriyor. Bu ihtiyaçtan yola çıkan İTKİB, 14 Mart’ta düzenlediği bir çalışma toplantısı ile Torba Yasa’nın mükellefleri ilgilendiren maddeleri hakkında katılımcıları bilgilendirdi. Moderatörlüğünü aynı zamanda eski bir maliyeci ve yeminli mali müşavir olan İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Birol Sezer’in

yaptığı toplantıda, Torba Yasa olarak bilinen 6111 sayılı kanunun avantajları, kolaylıkları, getirdiği vergi affı gibi konularda bilgi verildi. Mali Müşavir Dinçer Baydemir ve Gümrük Müşaviri Hükmü Yakut’un konuşmacı olarak yer aldığı toplantıya çok sayıda firma temsilcisi yoğun bir ilgiyle katıldı.

Torba Yasa’nın 216 madde ile gümrük, maliye ve SSK ile ilgili birçok konuyu yakından ilgilendirdiğini aktaran Birol Sezer, buradaki bazı maddelerin Anayasa’ya konulmadığı müddetçe,

her seçim sürecinde bu tür yasaların çıkmaya devam edeceğini dile getirdi. En son 2003 yılında böyle bir kanunun çıktığını hatırlatan Birol Sezer, o günlerde şirketlerin birçoğunun bu yasadan faydalandığını hatırlattı. Aradan geçen 8 yıl zarfında yine böyle bir yasaya ihtiyaç duyulduğunu söyleyen Sezer, “Bu kanunun en önemli özelliklerinden biri 2011 yılında çıkmasına rağmen, bazı hükümlerinin 2010 yılını da içeriyor olması. Bu kanun firmaların 2010 yılı bilançolarını düzeltmeleri için çok iyi bir imkan. Böyle bir düzenlemeden her firmanın kendi ölçeğine göre faydalanması gerekiyor” dedi.





TORBA'DA HERKES İÇİN BİR ŞEY VAR

Torba Yasa işverene, işçiye memura, emekliye, işsive ve kadınlara birçok kolaylığı beraberinde getirdi. İşverenlerin tutarı 60 bin TL'yi aşan birikmiş SSK ve Bağ-Kur borçları yapılandırıldı, yıllardır ciddi bir sorun olan SSK, Bağ-Kur hizmet çakışması çözümlendi. Kısa çalışma ödeneği iyileştirildi. Yeni eleman alana 54 ayı bulabilen prim desteği getirildi. Kısmi süreli çalışanlara, yurt dışında çalıştırılan işçilere, taksici şoförlerine, ev kadınları ve çalışan kadınlara yönelik özel kolaylıklar sağlandı. Genel Sağlık Sigortası kapsamı genişletildi. Trafik kazalarında SGK'nın sağlık yardımı vermesi gibi çok önemli düzenlemeler yapıldı. İşte 216 maddeden oluşan Torba Yasa'da öne çıkan başlıklar;



Stajyere bile sigorta

Torba yasada, çırak ve stajyer statüsünde olanlara genel sağlık sigortası imkanı da var.

İŞKUR kursiyerleri de sağlık sigortası kapsamında

Türkiye İş Kurumu'nca düzenlenen meslek edindirme, geliştirme ve değiştirme eğitimine katılan kursiyerler, genel sağlık sigortası kapsamına alındı. 4-A sigortalısı sayılacak kursiyerler, hakkında iş kazası ve meslek hastalığı ve genel sağlık sigortası uygulanacak.



Taksici ve minibüşçüye de sigorta

Herkesin sigorta kapsamına alınmasının bir parçası... Ön koşul, bu şoförlerin vergi mükellefi olmaları.

250 bin işçi 80 TL az kazanacak

Torba Kanun'da 2008'de yürürlüğe giren kanundaki hatalar telafi edilmeye çalışılırken diğer taraftan kötü değişiklikler de söz konusu. Bunlardan biri de asgari ücretin 16 yaşından değil, 18 yaşından küçükler ve büyükler diye değiştirilmesi. Bu, 16 ve 17 yaşındaki yaklaşık 250 bin çalışanın daha çok prim ödeyeceği için maaşlarının düşeceği anlamına geliyor.



Memura aile yardımı, ama bir şartla...

Eşi çalışmayan kamu görevlisi 109 lira maaş zammına kavuşuyor.



Başvuru için son tarih 2 Mayıs 2011

Yasa kapsamında borçların yapılandırılabilmesi için müracaat tarihinin 2 Mayıs'ta sona ereceğini hatırlatan Sezer, kanun kapsamında birçok kamu, meslek veya üst kuruluş alacaklarının yapılandırıldığını söyledi. Yasanın, borçlulara iki ayda bir olmak üzere 18 taksit, toplamda ise 3 yıl ödeme imkanı sağladığını hatırlatan Sezer, bu

zamana kadar birikmiş faiz ve zamların yerine TEFE ve ÜFE oranında daha cüzi bir faizle borçların yapılandırılmış olduğunu belirtti. Sezer, "Borcun miktarı ne kadar yüksek olursa olsun mükelleften herhangi bir teminat istenmiyor. Borçların taksitlendirilmesinde mükellefle ilgili takibe geçilmiyor. İcra ve haciz işlemi bankalardaki varlıklarına haciz konma işlemi yapılmıyor. Kanun mükelleflere bu yapılandırma borçlarını kredi kartıyla ödeme imkanı sunu-

yor. İki den fazla olmamak üzere bir takvim yılında taksitlerin süresinde ödememesi halinde ise ihlal durumuna düşülmüyor" diyerek, kanunun her şekilde borçlunun işini kolaylaştırdığını söylüyor.

Mükellefe kesin mizan zorunluluğu geldi

Toplantıda konuşmacı olarak yer alan Mali Müşavir Dinçer Baydemir ise, kanunda yer alan hükümlerin şu dört başlık altında sıraladı: "Matrah ve vergi artırımı", "Kayıtlara alınan mal, demirbaş, teçhizat, malzeme ve kayıtlardan çıkarılan mallar ile ortaklar cari hesaplarının düzeltilmesi", "Vergi ve sigorta borçlarının yeniden yapılandırılması" ve "Diğer bazı kanunlarda yapılan değişiklikler". Dinçer Baydemir, konuya ilişkin şu değerlendirmeleri yaptı: "Esasına baktığınızda bu yasa 4 yıllık bir matrah affını içeriyor. Ama 2010 yılına dair pişman-

lık beyanları ile beraber beşinci yılı da kapsıyor. Diğer taraftan yasa; mükelleflerin incelemelerini iki ayda tamamlamalarını ve bu süre içerisinde gerçeğe en yakın bilançoları ilgili mercilere getirmeleri mesajını veriyor. Bu yasanın getirdiği en önemli maddelerden biri mükellefler için kesin mizan bildirimini verme zorunluluğunu içermesi. Bugüne kadar Maliye Bakanlığı mükelleflerden sadece bilanço dokümanlarını getirmelerini yeterli buluyordu. Fakat bu yasa ile birlikte artık mükelleflerden kesin hesap mizanını isteniyor. Bu nedenle yasa 403 Seri Nolu V.U.K.Genel Tebliği ile Bilanço esasına göre defter tutan gelir vergisi mükellefleri ile kurumlar vergisi mükelleflerinden elektronik ortamda kesin mizan bildirimini (ana hesap) istiyor. Bildirim verme yükümlülüğü getirilen gelir vergisi mükellefleri bildirimlerini 1 Mart -31 Mart tarihleri arasında, kurumlar vergisi mükellefleri ise bildirimlerini 1 Nisan - 30 Nisan tarihleri arasında elektronik ortamda Gelir İdaresi'ne verebilirler.



Tarım işçisi ve ailesi sağlık yardımı alacak

2925 sayılı "Tarım İşçileri Sosyal Sigortalar Kanunu"na tabi sigortalılar ile bunların kanunen bakmakla yükümlü olduğu kimseler, genel sağlık sigortası kapsamında sağlık yardımı alacaklar ve diğer haklardan yararlanacaklar.

Doğum sonrası bir yıl gece nöbeti yok

Kadın memurlara, hamileliğin 24'üncü haftasından önce ve her durumda hamileliğin 24'üncü haftasından itibaren ve doğumdan sonraki bir yıl gece nöbeti verilmeyecek. Doğum yapan memura analık izni süresinin bitiminden, eşi doğum yapan memura ise doğum tarihinden itibaren, istekleri halinde 24 aya kadar aylıksız izin verilecek.

Silikozis hastalarına maaş bağlanıyor

Torba Yasa ile, kot taşıma atölyelerinde çalışırken "silikozis" hastalığına yakalanan işçilere malulen emekli olma hakkı tanındı. Buna göre, sigortalı olmayan ve silikozis hastalığı sebebiyle meslekte kazanma gücünü en az yüzde 15 kaybedenlere SGK tarafından aylık bağlanacak.



BORÇLUYA HAYAT ÖPÜCÜĞÜ

Vergi ya da sigorta prim borcu olanlara hayat öpücüğü tadında bir kolaylık getiren yasa göre, borçlular anapara ile faizinin sadece dörtte birini 18 ayda ödeyebilecek. 120 TL'nin altında trafik cezası olanlar da torbada yerini alırken, burada kişinin cezasının faizi değil, tamamı affediliyor. Devlet bunun yanı sıra, küçük idari alacaklarının tamamından vazgeçiyor. Düzenlemeye harç kredisi borcu olan üniversite mezunları da dahil edilirken, kamu alacakları ise gecikme faizi yerine enflasyonun aylık değişim oranları esas alınarak yeniden hesaplanacak. Uygulamadan yararlanmak isteyenlerin ise dava açmamış olmaları ya da açılmış davalardan vazgeçmeleri gerekiyor.



Gümrük'ten 1,8 milyar lira tahsilat

Toplantıda panelistler arasında yer alan Gümrük Müşaviri Hükmü Yakut ise, kanunu daha önceki benzer yasalardan ayıran en önemli özelliğinin kapsamıyla ilgili olduğunu söyledi. Torba Yasa'nın daha önceki muadillerinin hiçbirinde olmadığı kadar geniş bir kapsamda olduğuna işaret eden Yakut, "6111 sayılı Kanun, hem alacak türleri, hem de alacaklı kamu idareleri açısından son derece geniş bir içeriğe sahip" dedi. Yasada gümrük alacaklarının yapılandırılması ile ilgili bir takım hükümlerin yer aldığına dikkat çeken Yakut,

bu noktada yasanın kesinleşmiş ve kesinleşmemiş alacaklar ile itiraz ve temyiz aşamasında bulunan alacakları kapsadığını söyledi.

Kanun hükümlerinden yararlanmak isteyen borçluların 2 Mayıs'a kadar ilgili Gümrük İdaresi'ne başvuruda bulunmaları gerektiğini hatırlatan Yakut, alacağın birden fazla Gümrük İdaresi'ni ilgilendirmesi durumunda ise her idareye ayrı ayrı başvuru yapılması gerektiğini belirtti. Yakut, Gümrük Müsteşarlığı'nın yapılandırma kapsamına giren alacaklardan toplam 1,8 milyar TL civarında tahsilat beklediğini sözlerine ekledi.

GENÇ İŞSİZ ÇALIŞTIRANLARA TEŞVİK VAR

Torba Yasa, yeni işe alınan işçiler için de işveren esaslı bir teşvik içeriyor. Son altı ayda işsiz olan, erkeklerde 18-29 yaş arası, kadınlarda ise 18 yaş üstü kişiyi işe alan firmalar, eğer son altı aydaki işçi sayısının üzerinde eleman alırlarsa, devlet SGK işveren payını 54 aya kadar varan sürelerde üstleniyor. Buna göre, prime esas kazançları üzerinden hesaplanan sigorta primlerinin işveren hisseslerine ait tutarı, işe alındıkları tarihten itibaren İşsizlik Sigortası Fonu'ndan karşılanacak. Teşvik, 31 Aralık 2015 tarihine kadar işe alınan her bir sigortalı için uygulanacak. İşe alınan işçilerin işe alındıkları tarihten önceki altı aya ilişkin Sosyal Güvenlik Kurumu'na verilen prim ve hizmet belgelerinde kayıtlı sigortalılar dışında olmaları gerekiyor. En önemli kriterlerden biri de; işe alındıkları işyerinde, işe alındıkları dönemden önceki son altı aylık prim ve hizmet belgelerinde bildirilen sigortalı sayısının ortalamasına ilave olmaları gerekmesi. Diğer bir deyişle bu teşvik, istihdam kapasitesinin eski seviyesine getirilmesi için değil, artırılması için uygulanıyor. 18 yaşından büyük ve 29 yaşından küçük erkekler ile 18 yaşından büyük kadın işçilerde; mesleki yeterlik belgesi sahipleri için 48 ay süreyle; mesleki eğitim veren veya İşkur tarafından düzenlenen kursları bitirenler için 36 ay süreyle; bu niteliklere sahip olmayanlar içinse 24 ay süreyle uygulanacak. 29 yaşından büyük erkekler için bu teşvik, gerekli belgelere sahip olanlar için 24 ay süreyle uygulamayı kapsıyor.

İhracatçının da umudu yeşerdi

Çalışma hayatı ile ilgili önemli bazı düzenlemeleri de beraberinde getiren Torba Yasa, kısa çalışma ödeneğinin uygulama alanını genişletilerek, ödenek miktarını da yeniden düzenliyor. Buna göre, genel ekonomik, sektörel veya bölgesel kriz nedeniyle hafta-

lık çalışma sürelerinin geçici olarak azaltılması, işyerinin faaliyetinin kısmen veya geçici olarak durdurulması durumunda, işyerinde üç ayı aşmamak üzere kısa çalışma süreleri söz konusu olabilecek. İstihdamı da teşvik eden kanunla; 31 Aralık 2015 tarihine kadar ilk defa işe alınacak her bir sigortalı için, özel sektör işverenine sigorta primi desteği getiriliyor. Buna göre, 31 Aralık 2015'e kadar işe alınan sigortalının, sigorta primlerinin işverene ait tutarı, işe alındıktan sonra belirli sürelerle "İşsizlik Sigortası Fonu"ndan karşılanıyor. Yasada stajyer ve çirak statüsündeki öğrencilerin genel sağlık sigortasından yararlandırılmaları öngörülürken, asgari ücrette yaş tanımı ise 16'dan 18'e yükseliyor. Torba yasadaki özellikle çalışma hayatı ve istihdam alanındaki düzenlemeler emek yoğun alanlar olan tekstil ve hazır giyim sektörünü yakından ilgilendiriyor. Bugüne kadar mevcut istihdamın desteklenmesi ve prim indirimi yapılması yönünde taleplerini dile getiren tekstil ve hazır giyim sektörünün Torba Yasa ile yapılan düzenlemelerle biraz da olsa nefes alacağı düşünülüyor. ❖



BİROL SEZER
İHKİB YK ÜYESİ

"BUNDAN SONRA AF YOK AMA İSTİHDAMA KATKI VAR"

Torba Yasa hükümleri ve aynı tarihlerde getirilen, bilanço esasına tabi gelir vergisi mükellefleri ile kurumlar vergisi mükelleflerinin yıl sonu 'kesin hesap mizanı'nın internetten vergi dairesine verilmesi mecburiyeti birlikte değerlendirilmesi gerekiyor. Bu açıdan baktığımızda bu yasa; mükellefler için geriye dönük 5 yıllık süreçte hem mevcut vergi ve SSK borçlarının taksitlendirerek yeniden yapılandırma imkanı, hem de matrah artırımından yararlanarak potansiyel vergi borcu ve cezalarından kurtulma imkanı veriyor. Bununla da kalmayıp, henüz kurumlar vergisi

beyannameyi verilmemiş, bir anlamda kesinleşmemiş 2010 yılı gelir tablosu ve bilançosu üzerinde de düzeltmeler yapılmasına imkan veriyor. Bunlar, 31.12.2010 tarihi itibarıyla firmadaki fiktif kasa hesabı, ortaklar cari hesabı, işletmede fiilen bulunmadığı halde kayıtlarda yer alan emtia stoku veya makine teçhizat ile stoklarda mevcut olduğu halde muhasebe kayıtlarında olmayan emtia ve demirbaşlar olarak sıralanabilir. Gelir idaresi bu düzenleme ile 2010 yılı cari hesap dönemine de müdahale ederek, mükelleflerden her türlü fiktif hesap ve varlıklardan kurtulmaları ve gerçek bilanço oluşturmalarına olanak verdi. Akabinde de yılsonundaki kesin hesap mizanını talep ederek, firmanın bir yıl içinde yapmış olduğu işlemlerin tamamını görme ve değerlendirme imkanına sahip oldu. Burada verilen mesaj net; "Bu kanundan yararlanın, firmalarınızı ve hesaplarınızı fiili duruma getirin ve şeffaflaşın. Bundan sonra da mevzuata aynen uyun ve borcunuzu tam beyan edip vadesinde ödeyin. Bundan sonra 'AF' yok."

*Aksesuar,
değer katar!*



www.leras.com.tr




LERAS[®]
TEXTILE ACCESSORIES

Eski Londra Asfaltı No:101 Güngören / İstanbul Tel: 0212 505 0 505 Fax: 0212 539 04 16



BUGÜNE KADAR HAZIRLANMIŞ EN KAPSAMLI AF PAKETİ "TORBA YASA" İLE DEVLETİN ALACAKLARI YENİDEN YAPILANDIRILIRKEN, ÇALIŞMA HAYATININ KİTABI DA YENİDEN YAZILDI. YENİ DÜZENLEME İLE ÇALIŞANLARA ÖNEMLİ KAZANIMLAR GETİRİLDİĞİNİ BELİRTEN SGK ESKİ BAŞMÜFETTİŞİ VE SOSYAL GÜVENLİK DANIŞMANI DR. RESUL KURT, ÖĞRENCİDEN MEMURA, EV KADINLARINDAN ESNAFA, İŞÇİDEN PATRONA KADAR GENİŞ BİR YELPAZEDE ÖNEMLİ ADIMLAR ATILDIĞINI SÖYLEDİ.

TORBA İSTİHDAMIN ÖNÜNÜ AÇTI

Torba Yasa adı altında yürürlüğe giren Cumhuriyet tarihinin en büyük vergi ve alacak barışı, yediden yetmişe herkesi kapsıyor. İş hayatına kolaylıklar getiren yasa, çalışanlara hastalık, kaza, psikolojik rahatsızlık, doğum, ölüm, yakınların tedavisi gibi durumlarda daha fazla ücretli izin hakkı tanıyor. Yapılandırmaya giren vatandaşlara yüzde 50'yi geçen indirimler, 36 taksit gibi fırsatlar sunan yasa kapsamında işçi, emekli, işveren, sanatçı, sporcu gibi birçok kesimin hayatını kolaylaştıran fırsatlar bulunuyor. Yasayla artık, psikolojisi bozulan, ağır hastalıklara yakalanan memurlar 18 aya kadar ücretli izin kullanabilecek. Diğer taraftan kaza geçiren, saldırıya uğrayan, meslek hastalığına yakalanan memurlar da iyileşinceye kadar izinli sayılacak. Kamuda kadrolu çalışan işçilere ise birinci dereceden yakınları hastalandığında altı ay ücretsiz izin kullanma hakkı tanınıyor. İlk

kez eşi çalışmayan sözleşmeli memura aylık 113 lira aile yardımı ödenmesini karara bağlayan yasa, Bağ-Kur prim borcunu kapatan 310 bin kişiye de emeklilik yolunu açıyor. Çalışma hayatı başta olmak üzere günlük hayatın bir çok alanında kendini hissettirecek olan Torba Yasa ile ilgili görüşlerini paylaşan Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK) Eski Başmüfettişi ve Sosyal Güvenlik Danışmanı Dr. Resul Kurt yasada yer alan çalışma hayatı ve istihdam alanındaki düzenlemelerin tekstil ve hazır giyim sektörünü yakından ilgilendirdiğini söylüyor. Özellikle prim ve vergi borçlarının taksitle ödenebilmesine imkan sağlanmış olmasından dolayı ihracatçının rahat bir nefes alabileceğine dikkat çeken Kurt, "Torba Yasa getirdiği ilave istihdam teşviki ile ihracatçı için nitelikli işgücünü teşvik ederken, meslek lisesi mezunlarının istihdamına da olanak sağlıyor. Diğer taraftan mevcut çalışanların da mesleki eğitim belgesi

alması halinde teşvikten yararlanmasına imkan veriyor" diyor.

SGK prim borçlarında yeni bir dönem başlıyor

Ekonomik kriz nedeniyle iş dünyasının hem vergi hem de sigorta primlerini ödeyememe sıkıntısına düştüğü için bu affa ihtiyaç duyulduğunu belirten Kurt, yasadaki prim affı ile iş dünyasının rahat bir nefes alacağını söylüyor. Torba kanununun başta vergi, sosyal güvenlik, iş kanunu, işsizlik sigortası kanunu, mesleki eğitim kanunu olmak üzere birçok alanda değişiklik getirdiğini ifade eden Kurt, yasanın iş ve sosyal güvenlik mevzuatı açısından, SGK prim affı, ilave istihdam teşviki ve bazı kanunlarda yapılan değişiklikleri içerdiğini söylüyor. Yasa ile 2010 yılına dair bazı borçların ele alındığını dile getiren Kurt, sigorta primi, emeklilik keseneği, işsizlik sigortası primi, Sosyal Güvenlik Kurumu tarafından ilgili kanunları gere-

ğince takip edilen damga vergisi, özel işlem vergisi ve eğitime katkı payı gibi borçların yeniden yapılandırma kapsamına girdiğini belirtiyor.

BAĞ-KUR sigortalıları sağlık yardımı alabilecek

Yasa ile sigortalılar yapılandırılan borçlarının bir taksitini tam olarak ödemeye başladıkları tarihten itibaren genel sağlık sigortasından yararlanmaya başlıyor. Yapılan düzenleme ile, Bağ-Kur'luların SSK'dan emekli olabilmek için son 3,5 yılda işyerlerini ve ortaklık hisselerini başkalarına devretmek zorunda kalmayacağını açıklayan Kurt, yani işyerini veya ortaklık hisselerini bir başkasına devretmeden ortağı olmadıkları bir başka işyerinde ücretli çalışarak SSK statüsünde sigortalı olabileceklerinin haberini veriyor.

İşverene sigorta prim desteği

Çalışma hayatı ile ilgili önemli düzenlemeleri de beraberinde getiren kanun kısa çalışma ödeneğinin uygulama alanını genişletilerek, ödenek miktarını da yeniden düzenliyor. Buna göre,

ÇALIŞANLARIN HAYATINDA NELER DEĞİŞTİ?

Sigorta kapsamı genişledi
Yeşil kart askıya alındı
Garantili iş dönemi bitti
Sağlık izinleri arttırıldı
İşçi-memur eşitlendi
Kadının yüzü güldü
Çocuk yardımı arttı
Anneye bakma izni geldi
Taşlama işçisine "özel" maaş bağlandı
Memurlara özgürlük geldi
Belediye işçilerine nakil imkanı tanındı
310 bin kişiye emeklilik şansı verildi
Patronların prim borcu yapılandırıldı

genel ekonomik, sektörel veya bölgesel kriz nedeniyle haftalık çalışma sürelerinin geçici olarak azaltılması, işyerinin faaliyetinin kısmen veya geçici olarak durdurulması durumunda, işyerinde üç ayı aşmamak üzere kısa çalışma süreleri söz konusu olabilecek.

İstihdamı da teşvik eden kanunla; 31 Aralık 2015 tarihine kadar ilk defa işe alınacak her bir sigortalı için, özel sektör işverenine sigorta primi desteği getiriliyor. Buna göre, 31 Aralık 2015'e kadar işe alınan sigortalının, sigorta primlerinin işverene ait tutarı, işe alındıktan sonra belirli sürelerle "İşsizlik Sigortası Fonu"ndan karşılanıyor. Yasada stajyer ve çırak statüsündeki öğrencilerin genel sağlık sigortasından yararlandırılmaları öngörülürken, asgari ücrette yaş tanımı ise 16'dan 18'e yükseliyor.

İşgücüne "Mesleki Yeterlilik Belgesi"

"Torba Yasa" bir çok alanda olduğu gibi mesleki yeterlilik konusunda da bir takım değişiklikleri beraberinde getiriyor. Yasa ile sigortalı olarak işe alınacak personelin sertifikalı olması firmaların bir kısım desteklerden yararlanma yolunu açıyor. Yasanın işverenler için de bir çok maddeyi bünyesinde barındırdığı dile getiren Kurt, "İlave İstihdam Teşviki" ile 31.12.2015 tarihine kadar işe alınan her bir sigortalının sigorta primlerinin işveren hisselerine ait tutarının işe alındıkları tarihten itibaren "İşsizlik Sigortası Fonu"ndan karşılanacağını söylüyor. Söz konusu desteğin 18 yaşından büyük ve 29 yaşından küçük erkeklerle 18 yaşından büyük kadınlara sağlanacağını söyleyen Kurt sözlerine şöyle devam ediyor; "Bu destek, mesleki yeterlilik belgesi sahipleri için 48 ay süreyle, Mesleki ve teknik eğitim veren orta veya yük-



Sosyal Güvenlik Danışmanı Dr. Resul Kurt; prim ve vergi borçlarının taksitle ödenebilmesine imkan sağlayan yasa ile ihracatçının rahat bir nefes alabileceğine dikkat çekiyor.

sek öğretimi veya Türkiye İş Kurumu'nca düzenlenen işgücü yetiştirme kurslarını bitirenler için 36 ay süreyle uygulanacak" diyor.

İşveren hisselerine ait primlerin fondan karşılanabilmesi için işverenlerin çalıştırdıkları sigortalılarla ilgili bir takım kriterlere sahip olmaları gerektiğine dikkat çeken Kurt, "Aylık prim ve hizmet belgelerini yasal süresi içerisinde Sosyal Güvenlik Kurumuna vermesi, sigortalıların tamamına ait sigorta primlerinin sigortalı hisselerine isabet eden tutarını yasal süresi içinde ödemesi gerekiyor. Kapsama giren sigortalının işe alındığı işyerinden dolayı Sosyal Güvenlik Kurumu'na prim, idari para cezası ve bunlara ilişkin gecikme cezası ve gecikme zammı borcu bulunmaması şartı aranıyor" şeklinde konuşuyor.

Torba Yasa evde çalışan kadınları da unutmadı

Torba Yasa hemen her kesimi olduğu gibi evde çalışan kadınların da yüzünü güldürüyor. Böylece yasa ile evinde bir takım işler yaparak geçimini sağlayan kadınlar, artık daha az prim ödeyecek. Havlu, örtü, çarşaf, çorap, halı, kilim gibi dokuma ürünleri üretenler; her türlü nakış işleri ve turistik eşya, hasır, sepet, süpürge, paspas, boncuk işleme, tığ örgü işleri gibi ürünleri evde yapıp işyeri açmaksızın satanlar ve yasa gereği gelir vergisinden de muaf olan kadınlar isteğe bağlı olarak 18 günlük kazanç üzerinden prim ödeyerek, 30 gün sigortalılık süresi kazanabiliyor. Gelir vergisinden muaf olarak evinde el işi yaparak geçimini sağlayan kadınlar, Torba Yasa ile birlikte, ayda 243 lira yerine 144 lira prim ödeyerek sigortalı olabilecek. ❖



Doğan ERDEM
Yeminli Mali Müşavir
doganerdem@istanbulymm.com

TORBA YASA NELER GETİRİYOR?

TORBA YASA VERGİ KONUSUNUN DIŞINDA İHRACATÇILAR İÇİN İKİ ÖNEMLİ HUSUS GETİRİYOR. İLKİ DÂHİLDE İŞLEME REJİMİ KAPSAMINDA GÜMRÜK YÜKÜMLÜLÜĞÜ DOĞAN TAKİBE KONU KAMU ALACAKLARI İÇİN DE UYGULANMASI. İKİNCİSİ İSE BİRLİKLERE OLAN BORÇLARIN DA ÖDENMESİ İÇİN KOLAYLIKLAR GETİRİLMESİ.

Uzun süredir beklenen torba yasa (6111 sayılı Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılması ile Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu ve Diğer Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun) 25 Şubat 2011 günlü mükerrer Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girdi. 6111 sayılı yasa kapsam itibarıyla neredeyse bugüne kadar çıkarılan en büyük yapılandırmayı ihtiva ediyor. Yasanın ana başlıklarıyla vergiye dair getirdiği hükümleri aşağıdaki gibi sıralayabiliriz. Birikmiş borçlara ödeme kolaylığı, Mükellef ile vergi idaresi arasındaki davaların sulh yoluyla çözümü, İnceleme ve tarhiyat safhasındaki borçların yapılandırılması Matrah ve vergi artırımında bulunan mükelleflere incelenmeme avantajı, İşletmelerdeki emtia, demirbaş, makine, teçhizat ile kasa ve ortaklar hesabının kayıtlarını uygun hale getirmek isteyen mükelleflere kolaylıklar, Yukarıda verdiğimiz ana başlıkları kısa kısa izah edelim.

Borçlara ödeme kolaylığı

Birikmiş vergi borçlarının aslı ile üzerinden TEFE/ÜFE’ye göre hesaplanacak tutarın yasada belirtilen şartlara göre ödendiğinde faiz, zam vb. tüm diğer “fer’ilerden” vazgeçilecektir. Eğer vergilere bağlı olarak kesilmiş cezalar var ise bunlar da ödenmeyecektir. Vergi aslına bağlı olmayan cezalar ise yansı nispetinde ve yine üzerinden gecikme zammı yerine TEFE/ÜFE hesaplanarak tahsil edilecektir. Burada vergi özetinin dışına çıkıp belki ihracatçılar için özelliği olan iki hususu gündeme getirmeliyiz. Bunlardan ilki yukarıda ifade edilen TEFE/ÜFE hesaplamalı ödeme kolaylığının ve gecikme zammının silinmesi hususunun 31/12/2010 tarihine kadar (bu tarih dâhil) Dâhilde İşleme Rejimi kapsamında gümrük yükümlülüğü doğan, ancak bu torba yasada öngörülen başvuru süresi sonuna kadar ihracat taahhüt hesabı müeyyideli kapatılan dâhilde işleme izin belgesi/dâhilde işleme izni kapsamına giren takibe konu kamu alacakları için de uygulanacağıdır. İhracatçılar için ikinci kolaylık ise birliklere olan borçların da ödenmesi için kolaylıklar getirilmesidir.



Sulh yolu

6111 sayılı yasa kesinleşmemiş kamu alacakları için bir "barış" çözümü öngörmektedir. Yasaya göre hakları olduğu halde henüz dava açmamış mükelleflere, dava açmış ve ilk derece mahkemelerinde süren davalara ve Danıştay'da temyiz aşamasında olan ihtilaflar konusunda bulunduğu aşamalara göre yine vergi, ceza ve ferilere dair özel düzenlemeler getirmektedir. Böylece belli nispetlerde kamu vergi, ceza ve ferilerinden vazgeçmekte ve mükellefler de ihtilaflardan feragat etmektedir.

İnceleme ve tarhiyat safhasındaki borçlar

Mükellefler eğer 25 Şubat 2011 tarihinden önce başlanıldığı halde tamamlanamamış olan vergi incelemeleri ile takdir, tarh ve tahakkuk işlemleri ile karşı karşıyalar ise bu işlemleri idare sürdürecektir. Ancak bu işlemlerin tamamlanmasından sonra tarh edilen vergilerin yüzde 50'si ile bu tutara gecikme faizi yerine 25.Şubat.2011 tarihine kadar TEFE/ÜFE aylık değişim oranları esas alınarak hesaplanacak tutar ile bu tarihten sonra ihbarnamenin tebliği üzerine belirlenen dava açma süresinin bitim tarihine kadar hesaplanacak gecikme faizinin tamamının,

vergi aslına bağlı olmayan cezalarda cezanın yüzde 25'i silinecektir. İhbarnamenin tebliğ tarihinden itibaren otuz gün içerisinde yazılı başvuruda bulunularak, ilk taksit ihbarnamenin tebliğini izleyen aydan başlamak üzere ikişer aylık dönemler halinde altı eşit taksitte ödenmesi şartıyla vergi aslının yüzde 50'sinin, vergi aslına bağlı olmayan cezalarda cezanın yüzde 75'inin, vergilere uygulanan gecikme faizinin ve vergi aslına bağlı cezaların tamamının tahsilinden de yine vazgeçilecektir.

Matrah ve vergi artırımında bulunan mükelleflere incelenmeme avantajı

Bu konuda baştan kafa karışıklığını gidermek için belirtmeliyiz ki mükellefler Gelir, Kurumlar, Katma Değer Vergileri ile Stopaj Beyanlarına dair ayrı ayrı artırım yapacakları bir düzenlemeyle karşı karşıyadırlar. Sırasıyla bakacak olursak...

Gelir ve kurumlar vergisi açısından önceki beyanlarını mükellefler Nisan 2011 sonuna kadar, 2006 takvim yılı için yüzde 30, 2007 takvim yılı için yüzde 25, 2008 takvim yılı için yüzde 20, 2009 takvim yılı için yüzde 15 oranlarından az olmamak üzere

artırdıklarında bu yıllar için yıllık gelir ve kurumlar vergisi incelemesi ve bu yıllara ilişkin olarak bu vergi türleri için daha sonra başka bir tarhiyat yapılmayacaktır. Bu oranların dışında 6111 sayılı yasa ayrıca en az beyan edilecek tutarlar belirlemiştir. Bunlara da dikkat etmek gerekir. Katma değer vergisi için inceleme yapılmaması için mükellefler her bir vergilendirme dönemine ilişkin olarak verdikleri (ihtirazi kayıtla verilenler dâhil) beyannamelerindeki hesaplanan katma değer vergisinin yıllık toplamı üzerinden 2006 yılı için yüzde 3, 2007 yılı için yüzde 2,5, 2008 yılı için yüzde 2 ve 2009 yılı için yüzde 1,5 oranına göre belirlenecek katma değer vergisini, vergi artırımını olarak Nisan 2011 ayının sonuna kadar beyan etmeleri gerekmektedir.

Stopaj (Gelir ve Kurum Stopajları) vergilerindeki artırım biraz daha çetrefil düzenlenmiştir. Stopaj beyannamelelerinde gösterilen unsurlar için sınıflandırmaya gidilmiş ve beyanname üzerinden toptan bir artırım yerine unsurlarına göre artırım öngörülmüştür. Örneğin ücretler için gayrisafi tutarların yıllık toplamı üzerinden 2006 yılı için yüzde 5, 2007 yılı için yüzde 4, 2008 yılı için yüzde 3 ve 2009 yılı için yüzde 2 oranında hesaplanacak gelir vergisini ödemeyi kabul zorunlu görülmektedir. Diğer unsurlar için 6111 sayılı yasaya bakılmalıdır.

İşletmelerdeki emtia ile kayıtların uygun hale getirilmesi

Bu konudaki düzenlemeyi de iki yönlü ele alabiliriz. İşletmelerde mevcut olduğu halde kayıtlarda yer almayan emtia, makine, teçhizat ve demirbaşlar bizzat mükelleflerce veya bağlı olunan meslek kuruluşunca tespit edilecek rayiç bedel ile Mayıs 2011 ayının sonuna kadar bir envanter listesi ile vergi dairelerine bildirmek suretiyle defterlere kaydedebilecekler-

dir. Bu durumda yüzde 18 orana tabi makine, teçhizat, demirbaş ve emtiaların bedeli üzerinden yüzde 10 oranı, indirimli orana tabi diğer makine, teçhizat, demirbaş ve emtiaların bedeli üzerinden tabi olduğu oranların yarısı esas alınarak katma değer vergisi hesaplanır ve ayrı bir beyanname ile sorumlu sıfatıyla beyan edilerek, beyanname verme süresi içinde ödenir. İşletmelerde mevcut olmayan emtia, Mayıs 2011 ayının sonuna kadar, aynı nev'iden emtialara ilişkin cari yıl kayıtlarına göre tespit edilen gayrisafi kâr oranını dikkate alarak fatura düzenlemek ve her türlü vergisel yükümlülüklerini yerine getirmek suretiyle kayıt ve beyanlara intikal ettirilebilecektir. Yine bilançolarda görülmekle birlikte işletmelerde bulunmayan kasa mevcutları ve işletmenin esas faaliyet konusu dışındaki işlemleri dolayısıyla (ödünç verme ve benzer nedenlerle ortaya çıkan) ortaklarından alacaklı bulunduğu tutarlar ile ortaklara borçlu bulunduğu tutarlar arasındaki net alacak tutarların da Mayıs 2011 ayının sonuna kadar vergi dairelerine beyanı mümkündür. Beyan edilecek tutarlar üzerinden yüzde 3 oranında vergi ödenecektir. Yukarıda Cumhuriyet tarihimizin en geniş kapsamlı kamu borcu yapılandırmasının vergiye dair kısmı ana hatlarıyla bilgilendirmek üzere sunulmaya çalışılmıştır. Yürütme maddesi de dahil edildiğinde 216 maddelik bir düzenlemeden bahsettiğimizi açıklamalıyız. Böylesi geniş bir düzenlemeyi HEDEF dergisi içinde bu yazı ile tümüyle açıklama şansımızın olmadığı muhakkaktır. Ancak ana başlıkların alacağınız kararlar için sizi aydınlatabileceğini düşünüyoruz. Bu yasanın vergiye müteallik kısmı için 12.03.2011 tarihli Resmi Gazete'de bir de Genel Tebliğ yayınlandı. Konunun ilgilileri, yasa ve tebliğe ilişkin www.gib.gov.tr adresinden bilgi alabilir; sorulara dair de www.istanbulymm.com adresini ziyaret edebilirler. ❖

GÜMRÜKLERDE SONUÇ ODAKLI YAKLAŞIM DEVRİ

UZUN YILLAR
DIŞ TİCARET
MÜSTEŞARLIĞI'NIN
ÇEŞİTLİ
KADEMELERİNDE
GÖREV ALDIKTAN
SONRA, GÜMRÜK
MÜSTEŞARLIĞI'NA
ATANAN ZİYA
ALTUNYALDIZ, SEKTÖR
İHRACATÇISININ
YAKINDAN TANIDIĞI
BİR İSİM. TURQUALITY
İLE MODA VE TEKSTİL
İŞ KÜMESİ PROJESİ
GİBİ FARK YARATAN
ÇALIŞMALARIN
MİMARLARINDAN
ALTUNYALDIZ İLE
GÜMRÜKLERDE YENİ
DÖNEMDE YAPILACAK
ÇALIŞMALARI VE
YAŞANAN SORUNLARIN
NASIL AŞILACAĞINI
KONUŞTUK.



Diş Ticaret Müsteşarlığı kökenli bir bürokrat olarak Gümrük Müsteşarlığı'na atanmış olmanız ihracatçılar açısından sevinçle karşılandı. Siz geçmiş deneyiminizi yeni görevinizde ne gibi avantajlar getireceğini düşünüyorsunuz?

Dış Ticaret Müsteşarlığı ile Gümrük Müsteşarlığı'nı bir takımın aynı hedefe kilitlenmiş iki oyuncusu olarak görüyorum. Gümrük Müsteşarlığı, merkez ve taşra teşkilatı ile dış ticaret politikalarının uygulandığı, işlemlerinin yürütüldüğü ve sonuçlandırıldığı bir kurumdur. Bu nedenle, Gümrük Müsteşarlığı'nda yaptığımız işlemler, dış ticaret erbabını doğrudan ilgilendiren, somut, günlük gelişen ve değişebilen düzenlemelere çözüm getirmeye yöneliktir. Görev ve yetki itibarıyla farklılık arz etse de, her iki kurumumuz Türkiye'nin dış ticaretine dair yapmakta oldukları işlemlerle ülkemizin ekonomik gelişimine ve büyümesine destek vererek toplam refahımıza katkı yapmaktadır. Gümrük Müsteşarlığı ola-

rak ihracatımızın ülkemizin genel ekonomik ve dış ticaret politikalarına uygun olarak geliştirilmesi görevini ifa ederken diğer taraftan ülkemiz ekonomisi ve üreticilerini çeşitli risklerden ve tehlikelerden koruma görevini yerine getirmekteyiz. İnsanımızın sağlığı, ülkemizin ekonomisi ve güvenliği adına gümrüklerimiz iyi bir süzgeç vazifesi görmektedir. Tabii ki bunu da mümkün olduğunca ticaretin akışını sektöre uğratmadan yapmaya çalışıyoruz. Tabiri caizse "seçici geçirgen" bir yapı kurarak ülkemiz menfaatlerini maksimum düzeyde realize edecek bir anlayışla her iki görevimizi denge içerisinde yürütmeye çalışıyoruz. Sizlerin de bildiği gibi, uzun yıllardır dış ticaret erbabı ile sürekli iletişim halinde olduğum için sizlerin sıkıntılarınızdan ve beklentilerinizden ziyadesiyle haberdarım. Gümrük Müsteşarlığı'nda da, yıllardır inandığım ve uyguladığım "sonuç odaklı çalışma" anlayışı ile çalışacağım. Şeffaf, erişilebilir bir gümrük teşkilatı olarak yasal ticarette etkin, hızlı ve çözüm odaklı, yasadışı ticarete ise güvenli, çevik ve mücadeleci bir hizmet

anlayışı her zaman çalışma düsturumuz olacaktır. Ekibimle ve çalışma arkadaşlarım ile dış ticaret erbabımızın önünü açmak ve rekabet gücünü artıracak uygulamalara imza atmak azmi ve kararlılığı içerisindeyiz.

DTM'deki görevinizde Turquality gibi çok başarılı projelere mimarlık etmiştiniz. Gümrüklerde de dış ticaretin geliştirilmesi adına planlanan yeni projeler var mı?

Dış Ticaret Müsteşarlığı'nda geçen yıllarıma baktığımda ülkemizin geleceği adına adeta çığır açan ve dış ticaret dünyamızın maddi ve manevi önemli atılımlar yapmasını kolaylaştıran birçok projeyi çalışma arkadaşlarım ve proje paydaşlarımızla birlikte gerçekleştirdiğimi görüyorum. Özellikle bu projelerin "manevi yönüne" temas ettim, zira psikolojik engellerin de en az maddi engeller kadar firmalarımızın açılım yapmasının önünde engel teşkil ettiğini gördüm. Hayata geçirdiğimiz projelerle bu yönde de firmalarımıza güven aşılayarak ulus-

lararası piyasalarda rekabet edebilirliklerini artırdık. Ülkemizin derin ve olgunlaşmış üretim bilgisi ve birikimini marka gücüne dönüştürmek ve bunun sonucunda ülkemizden bölgesel ve küresel alanda bireysel markaların çıkmasını kolaylaştırmak ve bunun katalizörü olabilmek amacı ile başlattığımız Turquality Projesi ülkemizde gerçekleştirilen en önemli projelerden birisi olarak kabul edilmiştir. Bunun yanında sizlerin de yakından bildiği İTKİB ile birlikte yürütülen "Moda ve Tekstil İş Kümesi Projesi" de geriye dönüp baktığımda sektörde bilinmeyenleri gündeme getirmiş, konuşulmayanları konuşturmuş bir projedir. Ayrıca Türkiye'de Kümelenme Politikasının oluşturulması ve Küme Haritasının çıkarılması projesi, ülkemize "Küme" fikrini ve olgusunu kazandıran ve kümelenmenin sektörel rekabet için yarattığı değeri ortaya koyan bir çalışma olmuştur. Söz konusu proje tüm kesimlerin kümelenme ve kümelenmenin "tetikleyici değer yaratma etkisi" hakkında farkındalığını artırmış ve çalışma ajandalarında kalıcı yerini edinmiştir. Benzer şekilde, Deri Tanıtım Grubu, Uluslararası Pamuk İstişare Konseyi, Devlet Yardımları Değerlendirme Özel İhtisas Komisyonu, İhracatta Devlet Yardımları Alt Komisyonu, TÜBİTAK ve Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı ile beraber Türkiye'de sanayi Ar-Ge projelerinin geliştirilmesi, Ar-Ge kültürünün ve disiplininin yerleşmesi ve ihracatımızda katma değeri yüksek ürünlerin payının artırılması gibi ihracatımıza çok önemli destek veren oluşumlardaki görevlerimin tümünde yukarıda belirtmeye çalıştığım vizyon ile sorumluluk üstlendim ve bu görevleri ülkemizin ihracatında konulan hedefleri yakalamanın bir aracı olarak değerlendirmeye çalıştım. Şüphesiz ki ülkemizin toplam üretimine ve refahına katkı yapacak projeler üzerinde çalışma gayretim Gümrük Müsteşarlığı'nda da



Altunyalıdız: "Uzun yıllardır dış ticaret erbabı ile sürekli iletişim halinde olduğum için sizlerin sıkıntılarınızdan ve beklentilerinizden ziyadesiyle haberdarım. Gümrük Müsteşarlığı'nda da, yıllardır inandığım ve uyguladığım "sonuç odaklı çalışma" anlayışı ile çalışacağım."



artarak devam edecektir. Gümrük Müsteşarlığı dış ticaretin sürekli gelişen ve değişen şartları ve gereksinimlerine cevap verebilmek için çok dinamik hizmet üretmek zorunda olan bir kurumdur. Yıllardır artan dış ticaret hacmimiz bizleri sürekli yeni uygulamalara ve yeni açılımlara yönlendiriyor. Dış ticaret işlemlerinin istikrarlı, güvenli ve seri bir şekilde gerçekleştirilebilmesi sonucunu doğuracak yenilikçi projeler Müsteşarlığımız hizmetlerinin dönüşüm katalizörü olma-ya devam edecektir. En son tüm

Türkiye'de hizmete giren Merkezi BİLGE bu manadaki en yeni projemiz olarak hayata geçmiş bulunmaktadır. 2011 yılı içerisinde "Kağıtsız Beyannameye Geçiş", "Varış ve Çıkış Öncesi Bildirim", "Tek Kullanım Şifre", "Ortak Gümrük Kapısı" gibi her biri başlı başına dış ticaret uygulamalarında çığır açan yenilikleri, uygulamaları hayata geçiriyoruz. Birkaç ay içerisinde de, öncelikle ihracatçılarımız olmak üzere gümrüklerimizde işini profesyonelce yapan ve yüksek iş hacmi-

ne sahip firmalarımıza, belki şu anda çoğu insana hayal olarak gelebilecek çok büyük bir kolaylık getirecek bir projeye start vereceğiz. Henüz ön hazırlıkları tamamlanmadığı için açıklamayacağım bu projemizi ilerleyen dönemlerde sizlerle paylaşmak istiyorum. Bu projeleri hayata geçirerek dış ticaretin önündeki engelleri kaldırmayı ve ihracatçımızın maliyetlerini de düşürerek dış ticaret erbabının rekabet gücünü artırmayı hedefliyoruz. Rekabet gücü ülkemiz adına çok büyük önem arz ediyor. Önümde Dünya Bankası tarafından yapılmış yeni bir çalışma var (Doing Business 2011); çalışmaya göre ihracat maliyetlerindeki yüzde 10'luk bir azalma ülkelerin ihracatını yüzde 4,7 oranında artırıyor. Aynı çalışmada yeni uygulamaya koymaya başladığımız Kağıtsız Beyanname uygulamasının ihracatçımızın maliyetini yüzde 10-15 oranında düşürdüğüne de yer veriliyor. Henüz uygulamaya koyduğumuz bir uygulamadan Dünya Bankası çalışmasında övgüyle bahsedilmesi doğru yolda ilerlediğimizin de en net göstergelerinden birisidir.



Hedef Dergisi yayın kurulu olarak Gümrük Müsteşarımız Ziya Altunyaldız'ı makamında ziyaret ettik. Görüşmeye İHKİB YK üyeleri Birol Sezer ve İdris Akdoğan ile İTHİB YK üyesi Sultan Tepe katıldılar.

Rusya gibi farklı ülkelerin gümrüklerinde, Türk ihracatçısı dönem dönem çeşitli sıkıntılara maruz kalıyor. Yabancı ülke gümrükleriyle karşılıklı işbirliği projeleri var mı?

Müsteşarlığımızca komşu ülkeler ile ve ticaretimizin yoğun olduğu ülkeler ile düzenli ikili görüşmeler gerçekleştiriliyor. Prensipten her bir görüşme öncesinde o ülke ile ilgili yaşanan sıkıntıları başta dış ticaret erbabımız olmak üzere kamu kurumları ve diğer paydaşlarımızdan toplayarak değerlendiriyor ve sorunlara karşılıklı işbirliği anlayışı çerçevesinde çözüm arıyoruz. Bu görüşmelerde, gümrük alanında karşılaşılan temel sorunlar ele alınarak çözüme kavuşturulmaya çalışılmakta ve ticaret erbabımızın gümrük alanında ve sınır geçişlerinde karşılaştığı sıkıntıların giderilmesi için azami gayret gösterilmektedir. Rusya ile ilgili sıkıntılardan da haberdarız. İhracatçılarımız ile bu konuda temas halindeyiz ve sorunlarını yakından takip ediyoruz. Geçmiş yıllarda da en üst seviyede karşılaşılan sorunların halli ve ortak bir zemin arayışı için gerekli girişimlerde bulunuldu. Müsaadenizle konunun geçmişini kısaca özetlemek istiyorum: Rusya'nın Ağustos 2008'de Türk menşeli ürünlere yüzde 100 gümrük kontrolü uygulayarak Türk araçları ve ürünlerini Rus gümrüklerinde uzun süreli beklemelere ve yoğun kontrollere maruz bırakması üzerine gerekli girişimlerde bulunularak kısa bir süre içerisinde "Türkiye Cumhuriyeti Gümrük Müsteşarlığı ile Rusya Federasyonu Federal Gümrük Servisi Arasında Gümrük İşlemlerinin Basitleştirilmesine

İlişkin Protokol" hazırlanarak 18 Eylül 2008 tarihinde imzalandı. Bu protokolle iki ülke arasında Basitleştirilmiş Gümrük Hattı (BGH) adında bir sistem oluşturuldu. BGH, iki ülke arasındaki ticarete sevk edilen mallara ilişkin bilgilerin iki ülkenin gümrük idareleri arasında elektronik yolla önceden değişimine dayanan bir sistemdir. Gönüllülük esasına dayanan bu sistem çerçevesinde, sevk edilen mallara ilişkin bilgileri gümrük idaresine önceden sunan firmalara dış ticaret işlemlerinde çeşitli kolaylıklar sağlanmaktadır. Gelinek noktada bu hattın tam olarak istediğimiz düzeyde performans veremediğini gördük. Gerekli adımları atarak sistemin geliştirilmesi için görüşmelerimize hız verdik. Karşılıklı işbirliği çerçevesine Rusya başta tüm komşu ülkelerimiz ile sorunlarımızın hallinin mümkün olduğunu düşünüyoruz.

Bu vesileyle şunu da ifade etmek isterim: Gümrük Müsteşarlığı olarak komşu ülkeler ile işbirliğinde yeni ufuklar açıyoruz. "Ortak Gümrük Kapısı" gibi dış ticarete çığır açan bir uygulamanın temelini attık. Suriye, Gürcistan, İran, Nahçıvan ve Irak ile kara sınır kapılarının ortak kullanımına ilişkin çalışmalar başlattık. Bu çerçevede, çıkış ülkesinde beyan, giriş ülkesinde kontrol yapılması suretiyle duplikasyonun önlenmesi temel prensibine dayanan ortak kapı modeliyle gümrüklerde bekleme sürelerinin ve işlemlerinin azaltılması ve dış ticaret erbabımızın mali yükünün hafifletilmesini hedefliyoruz. İhracatçılarımızın sorununda geçen türde sorunlarla karşılaşmamaları için alanında yetkin doğru insanlarla temas kurmalarını, karşı ülkelerde muhatap idareler ile mümkün olduğunca iyi ilişkiler tesis etmelerini ve işlerini profesyonelce yürütmelerini tavsiye ediyorum. Dış ticarete ve gümrük işlemlerinde ilgili ülkenin mevzuatında öngörülen düzenlemelere uygun davranılmalı ve bir sorunla veya fark-

lı uygulamalarla karşılaştıklarında, gerekirse ilgili ülke gümrük yetkilileriyle görüşmek üzere sorunları Müsteşarlığımıza iletmelidirler. Bu arada Brüksel, Washington, Moskova, Kahire, Berlin ve Bakü'de Müsteşarlığımız yurtdışı müşavirleri Kasım 2009 itibarıyla hizmet vermeye başlamıştır. İhracatçılarımız sorunlarını doğrudan ilgili gümrük müşavirlerimize de iletilebilirler.

E-gümrük ve e-imza uygulamalarına geçiş sürecinde gelinen noktayı özetleyebilir misiniz? Uygulama tam olarak ne zaman tamamlanır?

Müsteşarlığımızda e-gümrük uygulamaları hızla yaygınlaşmakta. Ülkemizde elektronik olarak işlemlerin yürütülmesinde iddia edebilirim ki Gümrük Müsteşarlığı en önde gelen kamu kurumlarından. Şu anda merkezi BİLGE kapsamında web tabanlı gümrük işlemlerine otomasyon dahilindeki tüm gümrük idarelerinde geçiş sağlanmıştır. Merkezileşme sonucu birçok uygulama değiştirilerek bu sisteme uyumu sağlanmış, diğer kamu kurumları ile veri paylaşımı daha hızlı ve daha güvenli hale gelmiştir. Elektronik imza ile birlikte Merkezde ve Başmüdürlüklerde Doküman Yönetim Sistemine (DYS) geçiş ve Taşra Teşkilatı'nda da DYS'nin kullanımının için yaygınlaştırılması çalışmalarına hız verilmiştir. Bugün merkezde Ankara'dan herhangi bir Başmüdürlüğe muhatap bir yazı saniyesinde ilgili Başmüdürlüğe iletilmektedir. Herhangi bir posta süresi ya da masrafını sıfırladığımızı memnuniyetle ifade etmek isterim. Ayrıca Gümrük Beyannamesi ve eklerinin tamamen kağıtsız ortamda gümrük idaresine sunulmasına yönelik çalışmamız ki bizler buna "Kağıtsız Beyanname" de diyoruz, bir kara bir de hava gümrüğümüzde başarıyla yürürlüğe girmiş durumdadır. Kısa bir süre içerisinde bir deniz gümrüğünde de



Ülkemizin derin ve olgunlaşmış üretim bilgisi ve birikimini marka gücüne dönüştürmek ve bunun katalizörü olabilmek amacı ile başlattığımız Turquality Projesi, ülkemizde gerçekleştirilen en önemli projelerden birisi olarak kabul edilmiştir.

pilot uygulama sonrası, alınan geri dönüşümleri değerlendirerek çok hızlı bir şekilde, tüm gümrüklerimizde bu uygulamaya geçeceğiz. Bu manada ve bu büyüklükte bir projenin gerçekleştirilebilmesi kamuda Gümrük Müsteşarlığı'nın bilişim alanında en önde gelen kurumlar arasında olduğunu göstermektedir. Bu konu ile başta ihracatçılarımız olmak üzere tüm dış ticaret erbabının yakından ilgilendiğinin farkındayım ve çalışmalarımızı bu beklentileri karşılayacak şekilde yürütüyoruz. Henüz iki gümrüğümüzde uygulanmaya başlamasına rağmen Kağıtsız Beyanname uygulamasının uluslararası alanda dahi şimdiden bir ilgi uyardığını memnuniyetle gördüm. Az önce de değindiğim Dünya Bankası çalışması da açıkça gösteriyor ki ihracatçılarımızın maliyetindeki azalmalar ülkenin top-

lam ihracatında önemli oranlarda artış manasına geliyor. Tüm gümrüklerimizde bu uygulamaya geçiş sağlandıktan sonra ihracatçılarımızın gümrükler ile ilgili maliyetlerinde önemli oranda bir düşüş yaşanacak ve bu sayede ihracatçılarımızın uluslararası alanda rekabet edebilirliklerine Gümrük Müsteşarlığı olarak doğrudan katkı vermiş olacağız. Bu geçiş sürecinde daha çok teknik noktalarda aksayan noktalar olabilir ve zaman zaman bunlarla karşılaşacağız. Ancak ilgili uzman arkadaşlarımız ve teknik personelimiz ortaya çıkan sorunları yerinde tespit ederek gerekli önlemleri alabilmek için iyi planlanmış pilot uygulamalar gerçekleştiriyorlar. Bu nedenle şunu gönül rahatlığıyla söyleyebilirim ki şu anda bu uygulamanın sürdürülebilmesini ve yaygınlaştırılmasını önleyecek herhangi bir yasal ve teknik bir engel bulunmamaktadır. Bu itibarla Müsteşarlık olarak planlarımızı bu yıl içerisinde bu projemizi tüm gümrüklerimize yayarak dış ticaret erbabımızın hizmetine sunmaya dönük olarak yapıyoruz. Son olarak şunu tekrar belirtmek istiyorum; Müsteşarlık olarak dış ticaret işlemlerinin kolaylaştırılması ve basitleştirilmesine yönelik mevcut uygulamaları geliştirmeye, yeni projeleri de planlamaya devam ediyoruz. 2011 senesi dış ticaret dünyasında Gümrük Müsteşarlığı'nın bu yönde yürüttüğü ve geliştirdiği projelerle anılacak bir yıl olacaktır. ❖

İSTANBUL OTELLERİNDE YER YOK



SON YILLARDA DÜNYANIN EN GÖZDE KONGRE VE TOPLANTILARI İSTANBUL'DA YAPILIYOR. 2010'U AVRUPA KÜLTÜR BAŞKENTİ OLARAK GEÇİREN İSTANBUL, ADETA 'ZİRVE BAŞKENTİ'NE DÖNÜŞÜYOR. ANCAK ETKİNLİK VE İŞ TOPLANTILARI İÇİN GELENLERİN KALACAK YER BULAMAMASI, İSTANBUL'DA YENİ OTEL YATIRIMI İHTİYACINI DAYATIYOR.

Dünyanın en stratejik şehirlerinden İstanbul, son yıllarda ev sahipliği yaptığı uluslararası kongre, toplantı, etkinlik, fuar ve zirvelerle cazibe merkezi haline geldi. 2010 yılını Avrupa Kültür Başkenti olarak geçiren İstanbul, bu yıl Mayıs ayında 'Az Gelişmiş Ülkeler Zirvesi'ne de ev sahipliği yapacak. En az kültür başkenti kadar önemli olan bu zirvede, Birleşmiş Milletler'e (BM) üye ülkelerin hükümet ve devlet başkanları ile Asya ve Afrika ülkelerinden 49 ülkenin devlet ve hükümet başkanları İstanbul'da bir araya gelecek. Bu etkinliklerle tam anlamıyla bir 'zirveler başkenti' olan İstanbul, G-20 toplantısına da ev sahipliği yaparak dünya başkentlerini kışkıracak. İstanbul'un zirve geçişinde Arap Zirvesi'nden, AGİT Toplantısı'na, Dünya Su Forumu'ndan, Ekonomik İşbirliği Teşkilatı Zirvesi'ne kadar çok

sayıda organizasyon bulunuyor. 1997'de ev sahipliğini yaptığı Habitat II'den 14 yıl sonra, aynı zirvenin üçüncüsü için en güçlü aday da yine İstanbul.

Oda doluluk oranı yüzde 73'e çıktı

Tüm bu etkinlikler, şehrin havasını değiştiriyor, ekonomik olarak ciddi kazançlar sağlıyor ve etkinliklere katılmak için şehre gelenler sayesinde oteller dolup taşıyor. Özellikle etkinlik dönemlerinde İstanbul'daki otellerde yer bulamayan misafirlerin İzmit'ten Tekirdağ'a kadar dağıldığı belirtiliyor. Geçen yıl sadece kültür başkenti nedeniyle İstanbul'da otellerin doluluk oranının yüzde 73'e çıktığı Deloitte'un 'Konaklama e-Vizyon' raporuna göre, bu avantaj turizm rakamlarına da yansdı. Oda doluluk oranları yüzde 14 artarak, ücretler yüzde 4 azalmasına rağmen, oda gelirleri açısından yüzde 10'a

yakın büyüme yaşandı. Rapora göre, İstanbul'un Avrupa'da seyahat etmeyi tercih edenler için en uygun fiyatlı alternatif...

Fiyatlar yüzde 10 arttı

Turistik Otelciler İşletmeciler ve Yatırımcılar Birliği (TUROB) Başkanı Timur Bayındır, son yıllarda turizmde ciddi bir yükseliş trendi gösteren İstanbul'un, sahip olduğu potansiyeli ve güzellikleriyle cazibesinin artarak süreceğini söylüyor. İstanbul'un tarih, kültür, eğlence, alışveriş, kongre, iş, fuar, inanç, gastronomi ve sağlık gibi alanlarda ciddi bir turizm potansiyeline sahip olduğunu vurgulayan Bayındır, "İstanbul, her yaş grubuna ve dünyadaki herkese, beklentisinin üzerinde hitap ediyor" diyor. İstanbul'un son yıllarda uluslararası kongre ve toplantılara başlarıyla ev sahipliği yaptığını ifade eden Bayındır, uluslararası kongreler için yoğun talep alındığını



belirtiyor. İstanbul'un uluslararası bir kongre için tüm imkanlara sahip olduğunu belirten Bayındır, şunları söylüyor: "30 bin kişiye kadar kongre yapılacak altyapı, üst düzeyde hizmet sunan oteller, restoranlar, eğlence merkezleri, tarihi ve kültürel zenginlikler gibi İstanbul'da her şey var. Bu nedenle de, dünya kongre şehirleri arasında, ciddi talep görüyor. Kongre için gelen turist, normal turiste oranla dört kat kadar daha fazla döviz bırakıyor."

Son yıllarda artan etkinlik, kongre turizmi ile birlikte, sayılan hızla artan turistleri barındırma sorunu yaşayan İstanbul'da yeni otel yatırımları da artış gösterdi. Bu nedenle İstanbul'da kongre turizmine hizmet vermek amacıyla beş yıldızlı otel yatırımlarının arttığını söyleyen TUROB Başkanı Bayındır, yaptıkları çalışmada kent genelinde devam eden otel yatırımlarında tercihin '5 yıldızlı' tesislerden yana kullanıldığını dile getiriyor. Halen 5 yıldızlı 25 otelin inşaatının sürdüğünü söyleyen Bayındır, 4 yıldızlı 16 otel, 3 yıldızlı 7 otel, 2 yıldızlı 2 otel ve 1 yıldızlı 1 otel yapıldığını açıklıyor ve "Yatırımı süren 51 otelde, 9 bin 512 oda ve 19 bin 800 yatak kapasitesi bulunuyor" diyor.

Kongre turizmi pazarı geliştirecek

WOW Istanbul Hotels& Convention Center Genel Koordinatörü Ziya Cihan ise, Uluslararası Kongre ve Toplantı

Birliği'ne (ICCA) göre toplantı sayıları bazında Türkiye'nin 28., şehir sıralamasında İstanbul'un 15. sırada yer aldığına dikkat çekiyor. Cihan, "Son yıllarda İstanbul'da toplantı ve kongre turizmindeki önemli yatırımlar, pazarın önümüzdeki yıllarda daha da gelişeceğinin işaretini veriyor. 2010'da yapılan uluslararası tanıtımlar ve Avrupa Kültür Başkenti olması da İstanbul'un önemli bir marka olmasını hızlandırdı. Yani sıra uluslararası standartlardaki konaklama ve toplantı tesisleri, büyük kentlerden direkt uçuş olanakları, tarihi-doğal güzellikleri, alışveriş olanakları, operasyonların detaylı ve hatasız hazırlanması, halkın konuksevirliliği gibi birçok sebep

ile İstanbul, kongre turizminde ilk akla gelen önemli şehirler arasında yer alıyor" diyor.

Bu olumlu gelişmelerin kendilerini de etkilediğini belirten Cihan, otellerindeki doluluk oranlarının geçen yıla göre yüzde 22'lik bir artış gösterdiğini, ancak etkinliklerin ve organizasyonların artmasının konaklama açısından herhangi bir kapasite sorunu yaratmadığını dile getiriyor. 4 yıldızlı WOW Airport Hotel ve 5 yıldızlı WOW Istanbul Hotel'in toplam 635 oda ve 1260 yatak kapasitesi ile gelen talepleri rahatlıkla karşıladığını belirten Cihan, "İstanbul'un en büyük konaklamalı kongre merkezi olma unvanını taşıyan WOW Convention Center'ın 3 bin 108 metrekare büyüklüğünde ve 4 bin kişi kapasitesinde bir Ana Salon'a sahip. Kongre merkezinde gerçekleştirilen başarılı bir organizasyon bir sonraki toplantılar için önemli bir referans oluşturuyor. Yurtiçi ve yurtdışı tanıtımlarımız da tesisimize gelen talepleri artırıyor. Özellikle Hindistan, Ortadoğu gibi potansiyeli yüksek pazarlara da tanıtım ve pazarlama konularında çalışmalar yapıyoruz. Bu çalışmalarımızın karşılığını aldığımızı düşünüyorum. Gelecek üç yıl için önemli toplantı rezervasyonları aldık" şeklinde konuşuyor.

Cihan, toplantı ve kongre turizminde pazarın önümüzdeki yıllarda daha da gelişeceğine inanıyor. Kısa sürede önemli bir yere geldiğini düşünen Cihan, kongre turizmi ile ilgili artan talepler doğrultusunda; bin 200 metrekare alanı olan ve 7 metre tavan yüksekliği ile yeni bir salon ile farklı ebatlarda 20 adet toplantı salonundan oluşan yeni bir yatırıma karar verdiklerini açıklıyor. Bu yıl inşaatına başlayacakları bu yatırımı bir yıldan daha kısa bir sürede bitirmeyi ve 2011 yılı sonunda hizmete girmesi planlandıklarını ifade eden Cihan, yeni yatırımın kongre merkezi olarak toplantı kapasitelerini önemli ölçüde artırmış olacağını belirtiyor.

Havaalanlarına yakınlık önemli faktör

Yaşanan küresel krize rağmen, Türkiye'de turizmin büyümeyi başaran bir sektör olduğuna dikkat çeken Cihan, buna bağlı olarak yatırımların sayısının arttığını söylüyor. Yeni yatırımlar için tercih edilen yerlerin başında havaalanlarına yakınlığın önem kazanmaya başladığını belirten Cihan, şu bilgileri veriyor: "Diğer taraftan İstanbul'un Anadolu yakasında da ekonomik hareketlenme





Ziya Cihan
WOW Genel Koordinatörü
Hindistan ve Ortadoğu gibi potansiyeli yüksek pazarlara da tanıtım çalışmaları yapıyoruz. Gelecek üç yıl için önemli toplantı rezervasyonları aldık.



Timur Bayındır
TUROB Başkanı
Dünya kongre şehirleri arasında, ciddi talep görüyoruz. Kongre için gelen turist, normal turiste oranla dört kat kadar fazla döviz bırakıyor.

ile birlikte otel yatırımları sayısında artış sağlanıyor. Elbette kongre ve toplantı turizmi için yatak kapasitesi çok önemli. Ancak tek başına yeterli değil. Yüksek teknolojinin kullanılması, ulaşım kolaylığı, işbirliği içerisinde olan sektör ve tedarikçilerinde uluslararası standartlarda hizmet vermesi gerekir. Bu nedenle uluslararası kongrelerin kazandırılmasında ortak hareket edilmesi gerektiğini düşünüyorum. Bir önemli etken ise tanıtım. Avrupa Kültür Başkenti ile başlayan 'Dünyanın en ilham verici kenti İstanbul' sloganıyla kapsamlı yurtdışı reklamları kesintisiz sürdürmemiz gerekiyor."

"Dönemsel kapasite sorunları yaşanıyor"
Holiday Inn İstanbul Satış ve Pazarlama Direktörü Zeynep Nili Bozatlı da, 2010 Kültür Başkenti etkinlikleri kapsamında yapılan çalışmaların İstanbul'un uluslararası turizmde önemini daha da artırdığına dikkat çekiyor. Şehir merkezinde oluşan dolulukların alternatif bölgelerin önem kazanmasına ve havaalanı bölgelerinin tercih edilmesine neden olduğunu söyleyen Bozatlı, "Bölgemizin kurumsal konaklamalar dışında fuar merkezlerine yakın olması nedeniyle ilave taleplerle dönemsel bazda otelimizde kapasite soru-



SURURİ GÜDE
GÜNEŞ HOTEL SAHİBİ

MERTER OTELLER İÇİN BİÇİLMİŞ KAFTAN

Merter'de kurulan ilk otel olma özelliğine sahip olan "Güneş Hotel" havaalanına, fuar alanlarına ve önemli şirketlerin merkezlerine yakınlığı sayesinde İstanbul'a iş için gelenler için en doğru adreslerden biri olarak gösteriliyor. Türkiye'nin gelişiminin tekstil ile başladığını ve bunun arkasından da turizmin geldiğini dile getiren Güneş Hotel sahibi Sururi Güde, Türkiye'nin bundan sonra da yavaş yavaş ağır sanayiye kayacağını söylüyor. Güde, "Bu geçiş esnasında Merter turizm faaliyetlerinde büyük rol oynayacak. Çünkü gerek havaalanına gerekse şehrin tekstil merkezine yakınlığı ile büyük bir potansiyele sahip. Bu nedenle Merter oteller için biçilmiş kaftan" diyor. Güde, "Merter'deki otel sayısı yeterli değil ve bu bölge şu anki sayının 10 katını daha kaldıracak bir potansiyele sahip" diyor. İstanbul'un önümüzdeki dönemde konaklayan sayısında artış yaşanacağını belirten Güde, burada zamanlama ile ilgili bir takım hataların yapıldığına dikkat çekiyor. Güde, "Kongre ile turizm hareketlerinin çoğaldığı zamanların birbiri ile farklı dönemlere bölünmesi gerekiyor. Nasıl ki; Almanya ya da Fransa'da düzenlenen kongreler turizm hareketliliğinin yoğun olduğu dönemlerin dışında ayarlanıyorsa, burada da aynı şeyin yapılması gerekiyor" diyor.



nu yaşanmasına neden oluyor" diyor. Kapasite sorunu yaşanması durumunda organizasyonlar için alternatif tarihler önerdiklerini söyleyen Bozatlı, otellerinin 10 ile 1000 kişiye servis verebilecek toplantı altyapısına sahip olduğunu söylüyor. "Bu alanların kullanımı geçtiğimiz bir yıl içinde ciddi artışlar gösterdi. Özellikle 2009 yılında yaşanan global kriz sonrası firmaların ertelenen toplantı ve organizasyonları ile birlikte İstanbul'un uluslararası organizasyonlar için tercih edilen bir bölge olması bu artışın temel nedenleri arasında" diye konuşan Bozatlı, hizmet kalitesi bakımından İstanbul'daki otellerin uluslararası organizasyonlara ev sahipliği yapabilecek kapasiteye sahip olduğunu söylüyor. Yatak sayısı baz alındığında dönemsel olarak kapasitenin yetersiz kaldığına dikkat çeken Bozatlı, "Ancak kapasite değerlendirilirken sadece servis kalitesi, yatak kapasitesi baz alınmamalı şehirdeki altyapı kalitesi, kongre merkezleri ve diğer merkezlere ulaşım imkanlarının da mutlaka değerlendirilmesi gerekmektedir" diye konuşuyor.

Sultanahmet'te artış var

Bu tür organizasyonların getirdiği artan talep doğrultusunda kapasitelerin yetersiz kaldığını söyleyen Senatus Otel Genel Müdürü Umur Germeyan ise her şeyden önce, bu etkinliklerin nerede yapıldığının ve katılımcıların ne istediğinin de önemli olduğunu belirtiyor. "Taksim bölgesinde yapılacak etkinliğe gelmek isteyen bir katılımcı eğer kaldığı süre boyunca şehirdeki başka noktaları da ziyaret etmek istiyorsa, Tarihi Yarımada Sultanahmet'i tercih edebiliyor. Bu maksatla otelimizde konaklayan pek çok misafirimizin olduğunu söyleyebilirim" diyen Germeyan, bu bölgede konaklamayı düşünmeyen; ancak, etkinliğin büyüklüğüne bağlı olarak o bölgedeki otellerin dolu olması nedeniyle potansiyel misafirlerin de yönelebileceğinin altını çiziyor. Bugün itibarıyla İstanbul'da 750'nin üzerinde tesis olduğunu, bu sayının her geçen yıl arttığını söyleyen Germeyan, "Buna karşın, geçtiğimiz yıl 7 milyon olan ve bu yıl daha da artması beklenen turist sayısını göz önünde bulundurursak,



ANATEKS

www.anateks.com.tr

KALİTE VE HİZMETTE DAİMA İLERİ...



Pençe İplik
Karde İplik
Open End İplik
Melanj İplik
Sentetik Karışım İplik

Boyalı İplik
Elıaf Boyama
Bükümlü İplik

Ham Örgü Kumaşı
Boyalı Kumaş
(Tüp ve açık en boyama)
Kasarlı Kumaş

Yeni ürünlerimiz

Coolever

- Ne 16/1 – 60/1 arası %100 ve karışım
- Antibakteriyel, koku ve ter yapmayan, ultraviyole ışıklarından koruyan

Polyester

- Ne 10/1 – 60/1 arası %100 ve karışım

Akrilik

- Ne 10/1 – 60/1 arası %100 ve karışım

Polyamid

- Ne 10/1 – 60/1 arası %100 ve karışım



Since 1970

Merkez / İSTANBUL - Keresteciler Sitesi Fatih Cad. Yıldırım Sok. No 18 34010 Merter / İSTANBUL
Tel : +90 212 644 02 88 (Pbx) Fax : +90 212 644 02 85-86-87 E-Mail : istanbul@anateks.com.tr

Fabrika / MALATYA - Karakavak Mevki Polis Okulu Karşısı P.K. 102 44000 MALATYA
Tel : +90 422 238 01 62 Fax : +90 422 238 11 77 E-Mail : info@anateks.com.tr

Satış Ofisi / DENİZLİ - Saray Mah. Selçuk Cad. Musaoğlu İş Mrk. A.B. Kat:2 D.11 Bayramyeri / DENİZLİ
Tel : +90 258 241 36 63 - 39 Fax : +90 258 241 80 81 E-Mail : denizli@anateks.com.tr

Satış Ofisi / BURSA - Yeni Yalova Yolu Butim İş Merkezi A Blok Kat:3 No: 668 OSMANGAZI / BURSA
Tel : +90 224 211 23 88 - 89 Fax : +90 224 211 23 09 E-Mail : bursa@anateks.com.tr

YOĞUNLAŞMA AVRUPA YAKASI'NDA

TUROB'un analizine göre kentte şu an, 766 tesiste 46 bin 652 oda ve 93 bin 299 yatak kapasitesi var. Buna yatırımı devam eden 51 tesisteki, 9 bin 512 oda ve 19 bin 800 yatak eklendiğinde, İstanbul konaklama altyapısı birkaç yıl içerisinde, 817 otelde 56 bin 164 oda ve 113 bin 99 yatağa ulaşacak. Avrupa Yakası'nda, 666 tesiste 39 bin 895 oda ve 79 bin 815 yatak kapasitesi mevcutken, Anadolu Yakası'nda, 100 tesiste 6 bin 757 oda ve 13 bin 484 yatak kapasitesi bulunuyor. Çalışmaya göre; İstanbul'da 5 yıldızlı 51 otel, 4 yıldızlı 107 otel, 3 yıldızlı 126 otel, 2 yıldızlı 80 otel, 1 yıldızlı 18 otel, apart 3 tesis, butik 29 otel, hostel 7 tesis, motel 1 tesis, özel belgeli 69 otel, pansiyon 3 tesis, belediye belgeli 272 tesis hizmet veriyor. Beyoğlu, Şişli, Fatih gibi ilçeleriyle konaklama tesislerinin yoğun olduğu Avrupa Yakası, açık ara önde gidiyor.

büyük etkinliklerin Eylül ve Ekim gibi zaten İstanbul için yoğun olan dönemlere denk gelmesinin kapasite sorunları yaratacağı kanısındayım" diyor. Senatus olarak yeni yatırım projelerinin olduğunu açıklayan Germeyan, artan talebe bağlı olarak sadece kongre ve fuar-

lar için gelecek olanları değil, tüm potansiyel misafirlerini ağırlayabilmek adına yeni yatırım planladıklarını, zaman içinde bu planları şekillendirip 2011 sonu itibarıyla harekete geçeceklerini belirtiyor. Turizm hacmi her yıl hızla artan Türkiye'nin, dünya çapında önemli etkinliklerin gerçekleştirilmesiyle birlikte diğer ülkelerdeki insanlar üzerinde daha fazla merak uyandırdığını düşünen Germeyan, "Artan talebi karşılamanın en iyi yolu yeni bölgeler oluşturmak ve buralara sağlam altyapılarla beraber farklı bütçe ve zevklere hitap edecek oteller inşa etmektir. İstanbul'un turizm hacminin giderek artacağına ve yüksek hizmet kalitemizin tüm dünyanın dikkatini çekeceğine inananlardanım" diyor.

"Moda, sanat ve alışveriş tercihleri İstanbul'a yöneldi"

İstanbul'un turistlerin ilgisini daha da çok çeken bir destinasyon haline geldiğini düşünen bir isim de Four Seasons Hotels İstanbul Halkla İlişkiler Direktörü Sibel Benli. Trendin bu denli yüksek seyretmesindeki ana sebebi; moda, sanat ve spor etkin-



Umut Germeyan
Senatus Otel Genel Müdürü
Artan talebi karşılamanın en iyi yolu, yeni bölgeler oluşturmak ve buralara sağlam altyapılarla farklı bütçe ve zevklere hitap edecek oteller inşa etmektir.

liklerinde tercihlerin İstanbul'a yönelmesini gösteren Benli, bu sebeple dünyanın farklı bölgelerinden katılımcı ve izleyicilerin İstanbul'a yöneldiğini düşünüyor. Uluslararası birçok platformda adı geçen İstanbul'un, yoğun iç gündemi ve dinamikleri ile yabancı basın da ilgisini oldukça fazla çektiğini dile getiren Benli, İstanbul'un sanat, moda ve alışveriş için zengin



Sibel Benli
Four Seasons Halkla İlişkiler Direktörü
Trendin bu denli yüksek seyretmesinin ana sebebi; moda, sanat ve spor etkinliklerinde tercihlerin İstanbul'a yönelmesi.

seçenekler sunduğundan sürekli bahsedildiğini belirtiyor. Kongre turizminde son yıllarda yaşanan artışın İstanbul'daki tüm otelleri etkilediği gibi Four Seasons olarak kendilerini de olumlu yönde etkilediğini dile getiren Benli, "Otellerimiz yılın her döneminde hem iş, hem de tatil amaçlı seyahat eden misafirlere hizmet veriyor. Kongre turizmi sebebiyle İstanbul'a gelen birçok şirket misafirine ev sahipliği yapıyoruz. Her iki otelimizde de çok farklı özelliklere sahip toplantı mekanları var" diyor. İstanbul'un, hem tarihi zenginlikleri hem de konumu sebebiyle oldukça özel bir şehir olduğunu belirten Benli, bünyesinde tüm renklerin her tonunu barındıran şehrin büyük bir turizm potansiyeline sahip olduğunu ifade ediyor. Kongre turizminin en önemli türlerden biri olduğuna dikkat çeken Benli, otellerin fiziksel ve teknik imkanlarının uygunluğu kadar, şehrin altyapısının uygunluğunun da değerlendirilmesi gerektiğini söylüyor. Benli, güvenli kongre destinasyonu seçiminde, ulaşılabilirlik ve turistik zenginliklerin önemli etkenler olduğunu vurguluyor. ❖



Referanslarımızdan Bazıları

ADILIŞIK	AFRODIT	ALEXI ANDRIOTTI	ALFEMO	ALTINYILDIZ CLASSICS	AKER	ARKADAS	arow "tek benzeri, öteki teki"
ARMİNE	ATALAR	atasun OPTİK	AVVA	AZİZ bebe "Bey & İnanç Company"	B&G store	BALIZZA	batik
BETA	BİSSE	BUN DESIGN	BUN DESIGN	BUBUK	Cashmere	CENTRO	Chakra
chicco	CONVERSE	CWL	CONS	CRISPINO	Çarşıbaşı®	CETMEN	D'S damat
damat ADV Tuncel	deriden	DERİMOD	DİVAN	DUFY	EFOR	elegance OPTİK SHOP	elegance OPTİK SHOP
EMPORIO ARMANI	ender	ENERGIE	ERAK	ERAK	EVKUR AUBERIS® WEZELER	faik sönmez	FIX silver takı & saat
FLO	FOREVER NEW	FUSION	GANT	GANT	GIZIA	Gündoğdu	Güncüt Saat
hatemoğlu	HERRY	HOME STORE	Home Sweet Home	humel	imza	inci	İNKILAP KİTABEVİ
INTERSPORT	IPEKYOL	JKEY JIMMY KEY	JOURNEY	KANZ	KARACA	KARTON	KERVAN
KIFİDİS	KIRCILAR	KOTON	KRAAS OUTLET CENTER	LK & JNS DEW	Lescon	Levi's	LOYA
Malatya Pazarı	MENDO'S	merinos	Mert Optik "gözlükler ve aksesuarlar"	Nike	nursocce	OpmaR Optik	oyuncak
sanal	Penti	PERLINA	PEROS	PERSPECTIVE	Polaris	POLOGARAGE	QUICKSILVER
Rahmi Hilmi	ROMAN	ROMANO BOTTA	SABRA	SABRI ÖZEL	SARAR	SEVENHILL	SILK & CASHMERE
sooDoc	Starkey	STEFANEL	STINK JEWELLERY	SPX	SUNSET	SÜVARİ	SİSLİ OPTİK
Taşkın	TERBİR	TERGAN	tiffany	tike	TÖZÜN	TWIGY	TWIST
VELİMA	VIGOSSDENİM	YARGICI	YDS	yalspor	YKM	ZARA	Zeki

... ve burada yer veremediğimiz iş birliği içinde olduğumuz diğer değerli müşterilerimiz.

Nebim; hazır giyim, ayakkabı, çok katlı mağazalar ve optik yazılımında Türkiye'de

1
numara

Nebim Yazılımları:

- Kurumsal Kaynak Planlama (ERP)
- Finans ve Muhasebe
- Mağazacılık
- Stok ve Sipariş Yönetimi
- Depo Yönetimi
- Tedarik ve Üretim Yönetimi
- Müşteri İlişkileri Yönetimi
- İş Zekası ve Kurumsal Performans Yönetimi

 **NEBİM**

www.nebim.com.tr

KADINLAR HAYATIN HER ALANINDA



TÜRKİYE’NİN DÖRT BİR YANINDAN GELEN GİRİŞİMCİ KADINLAR, “8 MART DÜNYA KADINLAR GÜNÜ” VESİLESİYLE İSTANBUL MENKUL KIYMETLER BORSASI’NDA DÜZENLENEN TOPLANTIDA BULUŞTU. İMKB’NİN TARİHİNDE İLK DEFA KADINLAR TARAFINDAN GONG ÇALINIRKEN, DÜZENLENEN TOPLANTIDA DA; GİRİŞİMCİ RUHUN GELİŞTİRİLMESİ İÇİN KADINLARIN FARKINDALIĞININ ARTIRILMASI GEREKTİĞİNE DİKKAT ÇEKİLDİ.

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Kadın Girişimciler Kurulu (KGK), “8 Mart Dünya Kadınlar Günü” nedeniyle düzenlediği toplantıda, girişimci kadınları İstanbul Menkul Kıymetler Borsası’nda (İMKB) buluşturdu. Bu vesileyle

İMKB gibi kurumların kadınlar için de var olduğunu gösteren KGK, bu konuda kadınları da cesaretlendirmiş oldu. Cumhurbaşkanı Abdullah Gül, TOBB Başkanı Rifat Hisarcıklıoğlu, İTO Başkanı Murat Yalçıntaş, İMKB Başkanı Hüseyin Erkan, TOBB Kadın Girişimciler



EFSANE TURAN
İHKİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ

KADINLAR İÇİN ESNEK ÇALIŞMA SAATLERİ

Türkiye’de kadın erkek eşitliği yasal olarak sağlanmış olmasına rağmen kadınların sosyal ve ekonomik yaşama katkıları istenilen seviyede değil. Buradan da anlıyoruz ki, yasal değişimlerin çok iyi anlaşılıp hayata geçirilmesi zaman alıyor. Bu nedenle kadınların iş kanunlarındaki olumlu gelişmeleri öğrenip talepte bulunmaları gerekiyor. Esnek çalışma saatlerinin uygulanması kadınlar için olumlu olacaktır. Bunun yanında KOSGEB, Bölgesel Kalkınma Ajansları gibi kuruluşların, hibe ve uzun vadeli düşük faizli kredileri kadın girişimciler için çeşitli fırsatları da beraberinde getirecektir. Doğum izinlerinin kısıllığı, işyerinde kreş bulunmaması, eğitim masraflarının vergiden düşürülebilmesi, çocuk bakımının kadınlardan beklenmesi gibi birçok sorun kadınların iş hayatlarındaki başarılarına gölge düşürüyor.

Kurulu Başkanı Aynur Bektaş, TOBB İstanbul Kadın Girişimciler Kurulu Başkanı Hatice Güner Kal’ın yer aldığı toplantıya çok sayıda kadın girişimci de katıldı.

Toplantıya damga vuran mesajlardan biri; gelecek yıl sonuna dek en az 10 girişimci kadın tarafından yönetilen şirketin halka açılma aşamasında olmasıydı.

Siyaset ve ekonomide kadın temsili az

Yaptığı konuşmada kadınların, toplumun bütün kesimlerinde faal olması gerektiğini belirten Cumhurbaşkanı Abdullah Gül, kalkınmış toplumlarda kadınların karar mekanizmalarındaki rolüne dikkat çekti. Kadınların özellikle eğitim, sağlık, yargı ve bilim dünyası gibi bazı alanlarda kendini göstermeye başladığını vurgulayan Gül, diğer taraftan siyasette ve ekonomide kadın temsiliinin son derece az olduğunu söyledi. Kadınların yeteneklerini en rahat göstermesi gereken alanlardan birinin de iş dünyası olduğunu belirten Gül, kadınların ne kadar gayretli olurlarsa o kadar çok teşvik edileceklerini bilmeleri gerektiğini söyledi. Türkiye'de 1 milyon 300 bin girişimci bulunduğunu, ancak bu sayının sadece 70 bininin kadın girişimciden oluştuğunu dile getiren TOBB Başkanı Rifat Hisarcıklıoğlu, nüfusun yarısının kadın olduğu düşünüldüğünde bu sayının çok yetersiz olduğunu söyledi. Hisarcıklıoğlu, kadın girişimcilerin rol model oluşturduklarını dile getirdi. TOBB Kadın Girişimciler Kurulu Başkanı Aynur Bektaş, İMKB tarihinde ilk defa kadınlar tarafından gong çalındığını söyleyerek buradaki amaçlarının İMKB'nin kadınlar için de var olduğunu göstermek ve bu konuda kadınları cesaretlendirmek olduğunu dile getirdi.



SULTAN TEPE
İHKİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ

KADINLARIN KENDİ GÜÇLERİNİN FARKINA VARMALARI GEREK

Türkiye'de son 15 yıl içerisinde iş hayatına atılmış, hatta işveren olmuş çok sayıda başarılı iş kadının olduğunu görüyoruz. Ama rakamlar dünya genelinde gelişmiş ülkelere göre çok geride olduğumuzu gösteriyor. Bu durum geleneklerimizin bir uzantısı. Çünkü bizde kadının tarifi; "evinde çocuklarını yetiştiren, iyi bir anne, iyi bir eş" kavramı ile özdeşleşmiş. İşin kötü tarafı, bu tanımların da benimsenmiş olması. Kadınların; kadın ve erkek ayrımı yapmadan iş hayatının içerisinde olabilme misyonunu kendi kendilerine yüklenmeleri gerekiyor. Burada yapılması gereken şey; kadınların bu konudaki farkındalığını artırmak. Bir kadın kendinin beyinsel anlamda ne kadar farkında olursa, çalışma hayatının içinde yer almada da o kadar cesaretli olur. Bu farkındalık da doğru bir eğitimle olacaktır.



PINAR ECZACIBAŞI
GENÇ YÖNETİCİ VE İŞADAMLARI DERNEĞİ (GYİAD) YÖNETİM KURULU BAŞKANI

KADINLAR BİLGİNİN SONSUZLUĞUNA İNANMALI

Kadınların ekonomik yaşama daha fazla katılmaları; kalkınma ve büyümeden daha fazla pay almalarını ve aile içindeki konumlarını iyileştirmelerini sağlıyor. GYİAD olarak 25 yıldır ekonomik ve sosyal alanda başarılı ve öncü projeler gerçekleştirerek, Türk kadınlarının iş dünyasına katılmalarını artırmaya çalışıyoruz. Kadınların siyasi yaşamda da yer almalarının bir görev ve sorumluluk olduğunu düşünüyorum. Biz sadece iş dünyasında değil, Türkiye'de siyasi karar alma mekanizmalarında daha çok kadın görmek istiyoruz. Ben eğitimin her kapıyı açtığına inanıyorum. Gerekli eğitimlere, sertifikalara katılmak; kendini geliştirmenin yaşlı olmadığına ve bilginin sonsuz olduğuna inanmak çok önemli. Yabancı dil öğrenmek, seyahat etmek, yeni kültürleri tanımak, sanatla, müzikle iç içe olmak iş hayatına da çok önemli katkılar sağlıyor.

İş yükünün yüzde 66'sı kadınların omzunda

Girişimci kadın yaratma konusunda batılı ülkelerin çok gerisinde kalan Türkiye'deki bu durum kadınların eğitim, cesaret ve finansman eksikliğinden kaynaklanıyor. Bu alanların geliştirilmesi için Türkiye'de bazı sivil toplum kuruluşları tarafından yapılan bir takım çalışmalar bulunuyor. Örneğin KACİDER (Kadın Girişimciler Derneği) 2007 yılından bu yana, "Türkiye'nin Kadın Girişimci Yarışması" ile firmasının yıllık cirosu 25 milyon TL'nin altında olan kadınlar için bir yarışma düzenliyor. 50 milyon civarında işgücünün bulunduğu Türkiye'de, bu sayı-

nın 25 milyonunu gücünü ekonomiye aktarabilecek kadınlar oluşturuyor. Fakat Türkiye'de sadece 6 milyon kadın işgücünün içerisinde yer alıyor. Türkiye için büyük bir kayıp olarak değerlendirilen bu durumun ortadan kaldırılabilemesi için uzmanlar, kadınların her alanda faal hale getirilmesi gerektiğini öneriyor. Türkiye'de işgücüne katılan 6 milyon kadının ise sadece binde 7'si girişimci konumunda yer alıyor. BM'nin bir araştırmasına göre, dünyada işlerin yüzde 66'sının kadınlar tarafından görülmesine karşın kadınlar dünyadaki toplam gelirin ancak yüzde 10'una, dünyadaki mal varlığının ise yüzde 1'ine sahip. ❖



NİLGÜN ÖZDEMİR
İHKİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ

BAŞARILARIN ARKA PLANINDA KADIN VARDIR

Türkiye'deki kadınların girişimcilik ruhu erkekler kadar cesur değil. Bunun tartışılması gereken, sosyolojik ve ekonomik birçok nedeni var tabii, kısacık geçilebilecek bir konu değil. Ataerkil bir toplum yapısına sahip olduğumuz için kadınlara ilgili algının, iyi bir anne ve 'eş'den öte, 'birey' olarak değişmesi gerekiyor. Bu algı bilinç altımıza yerleştiği için kadın, ön plana çıkmadan toparlayıcı rolüyle, işini düzgün yapmayı tercih ediyor. Kendini yetkin gören cesur kadınlarımızda da ne kadar fırsat verildiği ayrıca tartışma konusu. Algının 'birey'e dönüşmesi kadını cesaretlendirecektir. Bu anlamda da, görev önce biz kadınlara düşmektedir. Biz önce kendimizi eşit şartlarda görür ve güvenirse, talepler olursak iş hayatında daha kolay kabul görürüz diye düşünüyorum. Her ne kadar kadın girişimci az görünse de, erkek girişimcilerin başarılarının arkasında, tüm olasılıkları düşünen, onu yönlendiren, ciddi bir kadın gücünün olduğu da bir gerçek. Politika ya da iş hayatında göz önünde olmayan, ancak arka planda görev almayı tercih eden, toparlayan ciddi bir kadın gücü var. Kadınlar ön plana çıkmakta biraz daha cesur. Erkekler de kadınlara biraz daha fırsat verirse herkes kazançlı çıkacaktır, bunun birçok örneği mevcuttur.

OTOMOTİVİ TEKSTİL GIYDIRIR



TÜRKİYE’NİN HIZLI GELİŞEN OTOMOTİV SEKTÖRÜNDE TEKSTİL DE ÖNEMLİ BİR YERE SAHİP. OTOMOBİLLERDE KULLANILAN YERLİ PARÇALARIN ÖNEMLİ BİR KISIMINI TEKSTİL VE DERİ ÜRÜNLERİ OLUŞTURUYOR. BUGÜN BİR OTOMOBİLDE ORTALAMA 25 KİLOGRAM TEKSTİL ÜRÜNÜ KULLANILIRKEN, GELECEKTE BU SAYININ 35 KİLOGRAMA KADAR ÇIKMASI BEKLENİYOR.

Son dört yıldır ihracatta birinci sırada yer alan otomotiv sektörü, 2010’da da bu başarısını sürdürdü. Geçen yıl toplam 113,7 milyar dolar olarak gerçekleşen Türkiye genel ihracatından, 17,4 milyar dolarla yüzde 15 pay alan sektör, 2010 yılını da lider olarak tamamladı. Sektörün gelecek yıl hedefi ise şimdiden minimum 18 milyar dolar olarak öngörülüyor. Son yıllarda hızlı bir yükseliş trendi izleyen sektörün bu başarısında yan sanayisi de önemli bir paya sahip. Tekstil de bu sektörlerden biri. Zira otomotivde kullanılan yerli parça oranının önemli bir kısmını tekstil ve deri sektörleri temin ediyor. Bir otomobilde ortalama 25-30 kilogram tekstil ürünü kullanılıyor.

Kullanılan ürünler estetik veya dekoratif özelliklerinden ziyade sahip oldukları teknik ve performans özellikleri için imal ediliyor. Tekstilin birçok alternatif ürüne göre kullanım kolaylığı ve teknik özelliklerinin geliştirilmesi otomotiv sektörü için tekstili vazgeçilmez kılıyor. Otomotivde metal, çelik ve geleneksel malzemelerin yerine yüksek performanslı liflerin ve teknik tekstillerin kullanılması, daha hızlı ve konforlu hizmet sağlanmasında önemli avantajlar getiriyor. Örneğin, araçların hızı ve manevra kabiliyeti artıyor. Otomotivde kullanılan teknik tekstiller dekorasyon, yalıtım, filtreleme gibi işlemlerin yanı sıra araçların konforu için de tercih ediliyor. Bu nedenle otomotivde kullanılan tekstil ürünleri

nin gelecek yıllarda daha da artacağı öngörülmüyor.

Emniyet kemerinden süspansiyona kadar tekstil

Otomobillerde kullanılan malzemeler teknik tekstil sınıfına giriyor. Taşıt araçlarında kullanılan tekstiller yaklaşık yüzde 20'lik pay ile toplam teknik tekstillerin en önemli bölümünü oluşturuyor. Taşıt araçlarının iç döşemelerinde kullanılan tekstiller taşıt kullanıcıları için dayanıklılık, toz tutmama, konfor gibi birçok açıdan önem taşıyor. Ayrıca, tekstil malzemeleri taşıt araçlarının zırh kaplamalarında da yoğun olarak kullanılıyor. Taşımacılıkta kullanılan teknik tekstil ürünlerini emniyet kemeri, hava yastıkları, koltuk kumaşları, oto aksesuarları, oto kılıfları, koltuk kılıfları, filtreler, halı tabanları, kord bezi, kompozit takviyeleri, hortum ve kayış takviyeleri gibi ürünler oluşturuyor. Karoser ve hatta süspansiyon sisteminin bazı parçaları da artan bir şekilde cam elyaf takviyeli bileşiklerden yapılıyor. Aracın çeşitli parçalarının yalıtımı için ısı dayanımlı ve ses geçirmeyen tekstil ürünleri kullanılabilir-

yor. Yağ ve benzin filtreleri aracın düzgün çalışmasını sağlıyor. Hatta dokusuz yüzeylerin, araç içindeki havayı filtre etmek için, kullanımı da giderek artıyor. Hava yastıkları ise bugün ABD'de ve Avrupa'da neredeyse standart bir parça olarak üretiliyor. Airbus 310 uçaklarının yeni modellerinde uçağın toplam ağırlığının yüzde 10'u tekstilden oluşuyor.

Yılda 135 bin ton kumaş otomotivde kullanılıyor

Otomotiv tekstili sektöründe özellikle son üç yıldır hızlı bir gelişme yaşanıyor. Dünyada yılda yaklaşık 135 bin ton kumaşın otomotiv endüstrisinde kullanıldığı tahmin ediliyor. Bundan 10 yıl öncesine kadar, orta ölçekli bir otomobilde 20 kilogram tekstil ürünü kullanılırken bu oran günümüzde 26 kilografa kadar çıkıyor. Gelecek yıllarda ise özellikle karbon salınımının azaltılması yönündeki çalışmaların otomobillerdeki tekstil kullanımını daha da artırarak 35 kilografa kadar çıkarması bekleniyor. Depar Deri Satış Müdürü Erdiç Bozkurt, teknik tekstillerin, estetik veya dekoratif özelliklerinden ziyade sahip oldukları teknik



Depar Deri Satış Müdürü Erdiç Bozkurt, teknik tekstillerin, estetik veya dekoratif özelliklerinden ziyade sahip oldukları teknik ve performans özellikleri için imal edildiklerini söylüyor.

ve performans özellikleri için imal edildiklerini söylüyor. Araba halısı, döşemeler, tavan ve emniyet kemeri gibi görünen yerlerin yanı sıra lastiklerde, su hortumlarında, fren hortumlarında ve kayışlarda esnek takviye malzemesi olarak da tekstil ürünleri tercih ediliyor.

Suni deri hakiki deriye tercih ediliyor

Son yıllarda otomotiv sektöründe hakiki derinin de kullanıldığını ancak suni derinin daha çok

tercih edildiğini belirten Bozkurt, "Firmamız özellikle suni deri üretiminde ön plana çıkıyor. Suni deri gerek maliyet, gerek seçenek fazlalığı ve kullanım rahatlığı gibi birçok sebepten hakiki deriye oranla daha çok tercih ediliyor" diyor. Suni derilerin otobüs koltukları, yan paneller, siperlik gibi bölümlerde kullanıldığını kaydeden Bozkurt, son yıllarda özellikle yeni tasarlanan otomobillerde ön torpidoda da deri kullanılmaya başladığının altını çiziyor. Bozkurt, otomobil kullanıcılarının artık sert doku yerine yumuşak dokular tercih etmeleri ile otomotiv tasarımında suni deri/deri kullanım alanlarının artacağını da altını çiziyor.

Ürünler yüzlerce testten geçiyor

Otomotiv üreticilerinin araç içlerinde kullanılan malzemelerin kalite ve özelliklerine büyük önem verdiklerini ifade eden Erdiç Bozkurt, kullanılan tüm malzemelerin ISO 9001:2000 ile birlikte ISO/TS 16949:2002 altında dizayn, tasarım ve geliştirilmesi, üretilmesi, montajı ve satış sonrası servisi için kalite sistem gerekliliklerine sahip ürünler olması gerektiğini vurguluyor. Ayrıca her araç üreticisinin ilgili ürün hakkında bir teknik şartnamesi olduğunu, tasarım ve üretim aşamalarının



da bu teknik özelliklerin göz önünde tutulduğunu söyleyen Bozkurt, "Malzemeler yoğun ve sert ortamlarda kullanıldığı varsayılarak hazırlanan teknik özellikler; örneğin sürtünmeye karşı yüzey mukavemeti, iki hatta üç farklı şekilde değişik test normları ile ölçülerek takip ediliyor" diye konuşuyor. Yapılan testlerin son derece kapsamlı olduğuna değinen Bozkurt, otomobiller güneş ışığına maruz kaldığında ve araç park halindeyken içinde oluşabilecek yüksek ısı karşısında suni derinin ve içindeki kimyasalların nasıl davranacağı, hatta etrafa yayacağı kokuya kadar her unsurun testler ile ölçüldüğünü belirtiyor.

Bozkurt, otomotiv tekstili alanında en önemli unsurun sıfır hata ile üretim olduğunu, bu nedenle kullanılan malzemelerin en kaliteli segmentten olduğunu söylüyor. Malzemenin yanında üretim yerleşim, akış proses ve detaylarının da önem taşıdığı, bu özelliklerin her çalışanın anlayabileceği, sıfır hata ile kullanılabilecek en iyi şekilde dokümanite edilmesi gerektiğini anlatan Bozkurt, tasarım ve prosten kaynaklı hata analizlerinin sürekli yapıldığını ve geri dönerek düzeltici önleyici faaliyetlerin uygulandığını belirtiyor. Firmalarının bu önceliklere göre üretim yaptığını kaydeden Bozkurt, "Depar Deri/Plastik ayakkabı, terlik, çanta, giyim, döşeme - oto döşeme, aksesuar ve çeşitli aksesuarlarda kullanılan P.U. P.V.C kaplama, koagüle ve flok ürünler üretiyor. Şirketimiz, ISO 9000:2000 kalite belgesine sahip. Ayrıca SATRA Technologies ve VF Flockindustrie gibi seçkin uluslararası kuruluşlarında üyesi. Üretimde kullandığımız hammaddeleri dünyanın en seçkin müesseselerinden temin ediyoruz" diyor.

Otomotiv büyümesi tekstili de geliştiriyor

Dünya ticaretindeki artış ile birlikte taşımacılık sektörü de sürekli büyüyor. Ayrıca, dünya nüfustaki artış ile birlikte refahın da artması sonucu taşıt araçlarının sayısı sürekli artıyor. Öte yandan, turizm, çalışma şartları, seyahat olanakları ve yaşam koşullarındaki gelişmelere paralel olarak insanlar vakitlerini araçlarda daha çok geçiriyor. Bu çerçevede, araçlardaki konfor ve güvenlik için kullanılan teknik tekstillerin kullanımı ve önemi de gittikçe artıyor. Otomotiv sanayi ile ilgili dünya çapındaki yatırımlara bakıldığında ise sanayileşmiş ülkelere gelişmekte olan ülkelere doğru bir geçiş gözleniyor.

Türkiye geç başladı ama hızlı gelişti

Otomotiv tekstili sektörünün gelişimi Türkiye de birçok sektörde olduğu gibi dünyadaki gelişmelerden sonra başlıyor. Ancak Türkiye geç başlamış olsa da bugün dünyayı yakalamış durumda ve birçok ülkeye otomotiv tekstili ihraç ediyor. Bu gelişimin en önemli sebebi Türkiye'de tekstil sektörünün çok gelişmiş ve yatırma açık bir sektör olması. Türkiye'ye geçmiş yıllarda atılan adımların yanı sıra yeni girişimler de devam ediyor. Bazı Uzakdoğu otomotiv firmalarını Türkiye'ye yatırımlarını sürdürürken, yeni girişimlerde de bul-

uyor. Türkiye'nin AB ile ilişkilerinin yakınlaşması ve ülkenin Birlik üyesi olma sürecinde bu girişimlerin daha da artması bekleniyor. Ülkemizde bulunan otomotiv ana sanayi yatırımları bu sektöre hizmet sağlayan otomotiv teknik tekstilleri üreticileri için önemli bir potansiyel oluşturuyor.

Almanya'dan İran'a kadar ihracat

Teknik tekstiller için en önemli pazar olan taşıt araçları büyük potansiyel barındırıyor. Otomotiv sektörü genelde "just in time-tam zamanında üretim" şeklinde çalıştığından otomotiv yan sanayi üretiminin ana sanayi üretim merkezlerine yakın olması önem arz ediyor. Son yıllarda ise Japon ve Güney Koreli otomobil üreticileri Türkiye'de ortak girişimler başlatmış durumda. Türkiye'deki büyük otomotiv üreticileri, lisansları altında üretim yaptıkları Batılı otomotiv üreticilerinin dünya üretim merkezleri olma yolunda ilerliyor. Bugün Türkiye'de yaklaşık 20 firma binek otomobil, otobüs, kamyon, kamyonet, minibus ve çekici gibi çeşitli araçların üretimini yapıyor. Türkiye'de hızla artan

Türkiye'deki büyük otomotiv üreticileri, lisansları altında üretim yaptığı Batılı otomotiv firmalarının dünya üretim merkezi olma yolunda ilerliyor. Ülkemizde hızla artan otomotiv tekstili firmalarının başlıca ihracat pazarlarını, Almanya, İngiltere, Kore, Fransa, Mısır ve İran oluşturuyor.

otomotiv tekstili firmalarının başlıca ihracat pazarlarını, Almanya, İngiltere, Kore, Fransa, Mısır ve İran oluşturuyor.

Ar-Ge'nin en önemli olduğu sektör

Otomotiv sektöründe artan talebe karşılık ortaya çıkan yüksek üretim rakamlarına ancak ileri teknolojiye sahip üreticiler cevap verebiliyor. Otomobil müşterilerinin de zaman içerisinde bilinçlenmesi ile

İHRACAT PAZARI ÇOK GENİŞ

Otomotiv tekstili sektörünün gelişimi Türkiye de dünyadaki gelişmelerden sonra başlıyor. Ancak ülke bugün dünyayı yakalamış durumda ve dünyanın birçok ülkesine ihracat gerçekleştiriyor. Otomotiv sektöründe "tam zamanında üretim" anlayışı önemli olduğu için yan sanayi üretiminin ana sanayi üretim merkezlerine yakın olması önem taşıyor. Coğrafi konumu itibarı ile Avrupa, Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkelerinin birçoğuna yakın olan Türkiye'nin en önemli ihraç pazarları arasında ise Almanya, İngiltere, Kore, Fransa, Mısır ve İran oluşturuyor.





Otomotiv tekstili sektörünün gelişimi Türkiye de birçok sektörde olduğu gibi dünyadaki gelişmelerden sonra başlıyor. Ancak Türkiye geç başlamış olsa da bugün dünyayı yakalamış durumda ve birçok ülkeye otomotiv tekstili ihraç ediyor.

TEKSTİL OTOMOTİVİN VAZGEÇİLMEZİ

Bir otomobilde ortalama 25-30 kilogram tekstil ürünü kullanılıyor. Otomotiv tekstili sektöründe özellikle son üç yıldır hızlı bir gelişme yaşanıyor. Dünyada yılda yaklaşık 135 bin ton kumaşın otomotiv endüstrisinde kullanıldığı tahmin ediliyor. Bundan 10 yıl öncesine kadar, orta ölçekli bir otomobilde 20 kilogram tekstil ürünü kullanılırken bu oran günümüzde 26 kilografa kadar yükselmiş durumda. Gelecek yıllarda ise özellikle karbon salınımının azaltılması yönündeki çalışmaların otomobillerdeki tekstil kullanımını daha da artırarak 35 kilografa kadar çıkarması bekleniyor.

ortaya çıkan kalite anlayışı sonucu otomotivde gelişim ve sürekli iyileştirme hiçbir zaman bitmiyor. Otomotiv sektörüne hizmet veren tekstil firmaları da bu ilkeden yola çıkarak kendilerini devamlı geliştiriyor. Bu alanda hassasiyeti yüksek olan birçok firma, tüm yeni ürünlerin üretilmesi ve geliştirilmesi konusunda danışman firmalardan yardım alarak bilimsel metodlar ışığında üretim yapıyor.

Avrupa'dan Afrika'ya Catsis Keçe

Türkiye'de çok uzun zamandır tekstil alanında faaliyet gösteren

Hassan Group, son zamanlarda ülkede artan otomotiv tekstil talebini gelecekte de karşılamak için yaptığı inovasyon ve ileriye dönük yatırımlarla sektörde lider firmalardan biri. Firma ürünleriyle, otomotiv endüstrisinin yüksek üretim adetlerine ve otomotiv tekstili sektörünün başlıca ihracat pazarları olan Avrupa, Kuzey Afrika ve Ortadoğu ülkelerinin taleplerini sorunsuz karşılıyor. Catsis Keçe'nin Genel Koordinatörü Bülent Göznel, firmanın üretim sürecini şöyle anlatıyor: "Hassan Group'un otomotiv ayağındaki temsilcisi Catsis Keçe. Burada, Hassan Tekstil'in ürettiği iğnelenmiş halı, Şiteks Keçe'de iğnelenerek üretilmiş keçe ve Telasis A.Ş.'de üretilen muhtelif gramajlardaki tela işleniyor. Hassan Group bünyesindeki bu firmalardan gelen yanı mamuller halinde gelen tüm ürünler, yurtiçindeki ve yurtdışındaki otomotiv sektörünün ana sanayilerine ve onların yanı sanayilerinin istediği biçimde bitmiş mamul haline getiriliyor ve satılıyor."

Ürün geliştirmenin dünya pazarlarında rekabet edebilmenin ön koşulu olduğunu ve bu nedenle Ar-Ge faaliyetlerinin aralıksız devam ettiğini ifade eden Göznel, "Kaliteli ürünler sunmak için gerekli teknolojileri araştırma ya, bu araştırmaların devamında ise yüksek kaliteli ürünleri müşterilerine sunmaya çalışıyoruz" diye konuşuyor. Firmanın ürün gamının oldukça geniş olduğunu ve gelecekte geliştirilecek yeni ürünlerle bu çeşitliliğin katlanacağını söyleyen Göznel, otomotiv sektörü için hem görünüm hem de yalıtım malzemeleri ürettiklerini belirtiyor. Görünüm ve yalıtım malzemelerinin neler olduğuna dair bilgi veren Göznel, "Otomobilin motor bölümünde ısı ve ses yalıtımı olarak, yolcu kabin bölümünde hem ısı ve ses yalıtımı hem görünüm olarak, bagaj bölümünde de ses yalıtımı ve görünüm parçası olmak şeklinde adlandırılabilir. Görünüm malzemeleri derken, müşteri araca



Catsis Keçe Genel Koordinatörü Bülent Göznel, üretim süreçlerinde çevreye zararlı hiçbir maddenin kullanılmadığına dikkat çekiyor.

bindiğinde görebileceği malzemeler, yalıtım malzemeleri derken de bunların altında kalan ses ve titreşim önleyici, muhtelif ebatlarda ve kalınlıklardaki yalıtım malzemelerinden bahsetmekteyiz" diyor.

Çevreye zararlı ürünler yasak

Otomotivde kullanılan tekstil malzemelerin yanmaz ve koku-suz olmasının yanı sıra geri dönüşümlü olması da önem taşıyor. Üretim süreçlerinde çevreye zararlı hiçbir maddenin kullanılmadığını kaydeden Göznel, "Otomobillerde bu malzemelerin kullanılması yasaklanmış durumda. Otomotiv sektörü yanı sanayisi olarak çevreyi korumaya çok önem veriyoruz" diye konuşuyor. Firma olarak bu konuda hassasiyet geliştirdiklerini, uymakla yükümlü oldukları yasal yönetmelik ve diğer zorunlulukların tespiti, bu yükümlülüklerin yönetmeliklere uygun yerine getirilmesi ve takibi için azami gayret sarf ettiklerini vurgulayan Göznel, bu konudaki en büyük amaçlarının çalışanlarında ve tedarikçilerinde çevre koruma bilincinin gelişmesini sağlamak olduğunun altını çiziyor. ❖

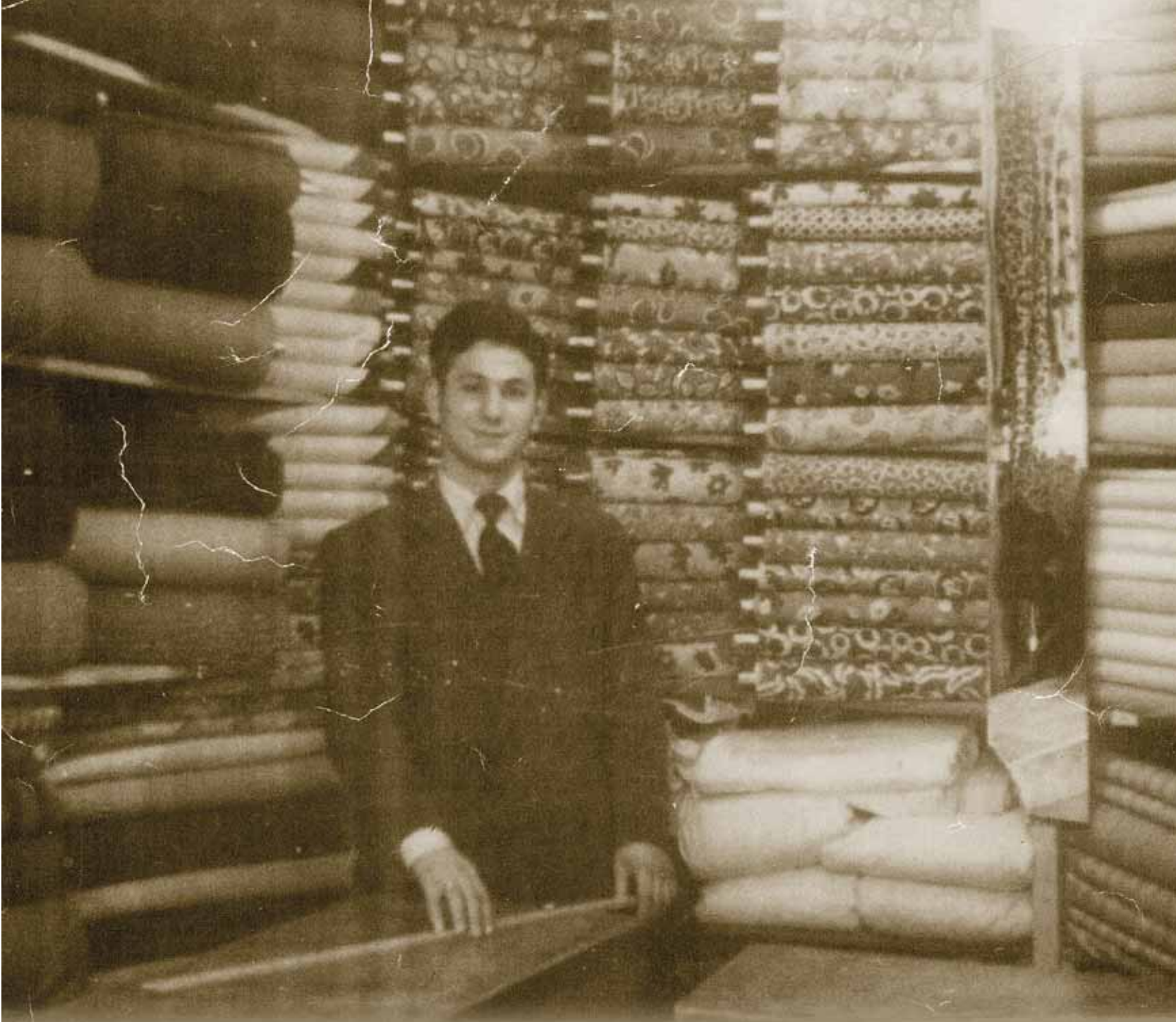
“MODA TASARIMINDA KOZA SON NOKTA”

İTKİB KOZA GENÇ MODA TASARIMCILARI YARIŞMASI FİNALİSTLERİNDEN BURÇAK CEYLAN, KULLANDIĞI ÜÇ BOYUTLU FORMLAR VE YENİLİKÇİ BAKIŞ AÇISIYLA AKILLARDA KALDI. YARIŞMANIN KENDİSİ İÇİN BİR DÖNÜM NOKTASI OLDUĞUNU SÖYLEYEN GENÇ TASARIMCI, KOZA’NIN TÜRKİYE MODA SEKTÖRÜNE YENİ GİRECEK BİRİ İÇİN SON NOKTA OLDUĞUNU DÜŞÜNÜYOR.



Moda dünyasına yeni tasarımcılar kazandırmak için düzenlenen ve artık gelenekselleşen İTKİB Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması 19 yıldır sektörü genç yeteneklerle buluşturuyor. Geçtiğimiz Ağustos ayında gerçekleşen yarışmanın finalistlerinden biri olan Burçak Ceylan, elde ettiği bu derece ile Türkiye’de modaya ilk adımını atacak biri için en önemli başlangıcı yaptığını söylüyor. Ceylan’a “Süprematizm ‘Nesnesiz Dünya” teması ile ortaya koyduğu tasarımlar birincilik getirdi. 1987 İstanbul doğumlu olan Ceylan, Mimar Sinan Üniversitesi, Tekstil ve Moda Tasarım Bölümü’nden mezun. Genç tasarımcıya Koza’da birincilik getiren teması da okuldaki bitirme projesi. Ceylan’ın yarışmaya katılma hikayesi de hocalarından tam puan aldığı bu proje ile başlıyor. Bitirme tezini gören hocalarından biri Ceylan’a İTKİB yarışmasını haber veriyor. Yarışmadan ancak bir hafta önce haberdar olan Ceylan yoğun bir çalışma döneminin ardından hazırlığını tamamlıyor. Jüri karşına çıkana kadar oldukça heyecanlı olsa da ilk mülakatın iyi geçmesiyle rahatlıyor. Türkiye’nin en önemli tasarımcı ve eğitmenlerinin yer aldığı jüriyi, kullandığı üç boyutlu formlar, yenilikçi ve sıradışı bakış açısıyla etkiliyor. Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışmasını kazanmanın kendisi için bir dönüm noktası olduğunu söyleyen Ceylan, birincilikle birlikte kendisine sunulan eğitim olanaklarını değerlendirerek moda alanında bilgi birikimini geliştireceğini belirtiyor. Ceylan’ın nihai hedefi ise kendi markasını yaratmak.

Sıfır-Biçim’den ilham aldı. Yarışmaya hazırlık sürecinde hem avangart hem de giyilebilir bir koleksiyon oluşturma için çabaladığını söyleyen Ceylan, Süprematizm temasında geometrik soyut sanatın öncülerinden ve avangart süprematist hareketinin yaratıcısı ressam ve sanat teorisyeni Maleviç’in, nesnelerya-sından kurtuluşun sembolü olarak gördüğü “Sıfır-Biçim”den ilham aldı. Koleksiyonunda öncelikle temayı anlatmaya çalıştığını kaydeden Ceylan, “Şu anda maddeci bir dünyada ilerliyoruz. Duygular mekanikleşti. Süprematizm, hiçlik demek. Sanatın geçmişle alakasını bırakarak hiçten doğması gerektiğini vurgulayan akım, temel geometrik formları ele alıyor. Saf renkler ve saf geometrik biçimler. Süprematizm’de temel form kare. Ben de kareden yola çıktım” diye konuşuyor. Zaten Ceylan’ın tasarımına baktığınızda üst ve alt kısmın temelde iki ayrı kare olduğunu görüyorsunuz. Giysi tasarımı yarışmasında Koza yarışmasının son nokta olduğunu düşünen Burçak Ceylan, Türkiye’nin çoğu tasarımcısı bu yarışmadan derece aldıktan sonra bir yerlere geldiğini, tasarımcılardan oluşan profesyonel jüri ve dünya çapından moda editörlerinin takip ettiği böyle bir yarışmada finalist olmanın kendisine çok heyecanlandığını kaydediyor. Ceylan finalde ismi açıklandıktan sonraki heyecanını ise “Önce ilk iki kişinin ismi söylendi. O süreçte hiç ihtimal vermesem de kazanamama ihtimalim beni çok korkuttu. İsmim söylendiğinde ise çok heyecanlandım. Mankenimle birlikte çığlık atıp sarıldığımızı hatırlıyorum” sözleriyle dile getiriyor. ❖



fashionable fabrics since 1933



PALATEKS®

PALATEKS TEKSTİL SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

Tel: +90 212 230 31 74 Fax: +90 230 25 42

www.palateks.com.tr info@palateks.com.tr

ESMA ÇELİK'TEN İPLİĞE ÖVGÜ

GENÇ YAŞINDA BİRÇOK BAŞARIYA İMZA ATMIŞ ÇİÇEĞİ BURNUNDA BİR TASARIMCI ESMA ÇELİK. MİMAR SİNAN ÜNİVERSİTESİ'NDE EĞİTİM ALAN ÇELİK, KUMAŞ TASARIMINDA NE KADAR BAŞARILI OLDUĞUNU "İTHİB KUMAŞ TASARIM YARIŞMASI" NDA "İPLER" TEMASIYLA BİRİNCİ OLARAK GÖSTERMİŞTİ. "FRANKIE MORELLO", "INTERWARE" VE "STEFANEL" MARKALARI İLE YÜRÜTÜLEN ORTAK PROJELERDE YER ALAN ÇELİK'İN "STEFANEL" İLE HAZIRLADIĞI KOLEKSİYON, VOGUE DERGİSİNİN İTALYA EDITÖRÜ SARA MAINO TARAFINDAN EN İYİ ÜÇ PROJEDEN BİRİ SEÇİLDİ.

Tasarım dünyasında adını yavaş yavaş duyurmaya hazırlanan Esmâ Çelik, kısacık bir geçmişe büyük başarılar sığdırmış çiçeği burnunda bir tasarımcı. Tasarıma olan ilgisi henüz ilkokul sıralarındayken başlayan Çelik, geçen yıllar içerisinde yönünü değiştirmeden yoluna devam etti. Anadolu Güzel Sanatlar Lisesi'nde dört yıl boyunca resim, heykel, fotoğraf ve desen tasarımı ile ilgili eğitim alan genç tasarımcı, 1999 yılında da Mimar Sinan Üniversitesi Moda ve Tekstil Tasarımı Bölümü'nü kazandı. Bugüne kadar değişik alanlarda tasarım yapan Çelik, dokuma, desen ve kumaş tasarımı konusunda düzenlenen yarışmalarda

iddialı isimler arasında yer aldı. Özellikle desen tasarımı konusunda iş deneyimi olan Çelik, kumaş tasarımı da ne kadar başarılı olduğunu 2009 yılında düzenlenen "İTHİB Kumaş Tasarım Yarışması"nda birinci olarak gösterdi. Genç yaşına rağmen büyük başarıya imza atan Esmâ Çelik, bu yarışmada elde ettiği derece ile İTHİB desteğiyle Domus Academy'de bir yıllık moda tasarımı eğitimi aldı. Milano'da öğrenci olduğu süre boyunca Frankie Morello, Interwear ve Stefanel firmaları ile yürütülen ortak projelerin içerisinde yer alan Çelik'in Stefanel ile yaptığı koleksiyon Vogue İtalya editörü Sara Manio tarafından en iyi üç projeden biri seçildi. Bugüne kadar Brilliant, Zorlu Holding, Kanz ve Anteks gibi firmalarda tasarımcı olarak görev alan Çelik, aynı zamanda ünlü tasarımcı Erkan Çoruh'un iki koleksiyonunda çalışmalarına destek verdi.

Her tasarımda farklı bir hikaye

Esmâ Çelik, Mimar Sinan Üniversitesi'nde aldığı eğitim ve iş deneyimlerinden dolayı giysi tasarlamaktan anladığı kadar, desen ve kumaş yapmaktan da iyi anlıyor. Tasarımı bir bütün olarak algılamak gerektiğini belirten Çelik, kendisinin de her alanla ilgilenen karışık bir özgeçmişe sahip olduğunu söylüyor. Bu özelliğinin aslında Mimar Sinan Üniversitesi'nin öğrencilerine verdiği iş terbiyesinin bir sonucu olduğunu söyleyen Çelik, bir tasarımcının kumaştan anlamadan, giysi ya da desen yapamayacağını, kumaş tasarımcısı olmanın bu işin temeli olduğunu dile getiriyor. Tasarım öğrencileri için kumaş





tasarlamanın giysi tasarlama-ya göre biraz daha zor olduğunu söyleyen Çelik, kumaş tasarımının içine teknik detaylar da girdiği için olağanüstü sabır gerektiren bir uğraş olduğunu, zaten bu alanda yeni fikirler bulabilmenin son derece zor olduğunu ifade ediyor. Çelik "Giysi tasarımında tasarımcı daha rahat hareket edebildiği için dilediğince uçabiliyor, dolayısıyla kendine özgün tasarımlar ortaya çıkarabiliyor" diyor. Çelik, "Her tasarım farklı bir konsept gerektirir. Her konseptin farklı bir hikayesi vardır. Ben tarz olarak daha naif düşünmeyi, daha ham ve özde kalmayı, biraz daha hatırlatmalarla geçmişe göndermeler yapmayı seviyorum. Bu kadar teknolojik, bu kadar fast-food yaşarken, birazcık geçmiş hatırlatarak, geçmiş referanslarla

ilerlemek bana daha büyük keyif veriyor" diyor.

"Renk ve desen yerine dokularla oynadım"

İTHİB'in 2009 yılında düzenlediği "Kumaş Tasarım Yarışması"nda "üstüğü" denilen, atılmaya yüz tutmuş paçavra ipliklerden koleksiyon hazırlayan Esmâ Çelik, bu ipliklerden son kumaşlar üretmeyi başardı. "İpler" teması ile tekstil atığını tekrar ekonomiye kazandıran tasarımcı, bu çalışması ile yarışmada birinci oldu. Projesinde atık ipliklerden son derece kıymetli kumaşlar üretmeye çalıştığını söyleyen Çelik, "Böylece atık sayılan kumaşlara değer katmış oldum. Tasarladığım kumaşlar yüzde 80 el yapımıydı. Bu kumaşları üstüğü adı verilen değersiz atık ipliklerden oluştur-

dum, bir nevi risk alıp uçları yakalamaya çalıştım. Renge ve desene oynamak yerine farklı bir şeyler yapmak istedim ve dokulara oynadım, bu da insanlara ilginç geldi" diye konuşuyor. Tekstilde her şeyin iplikle başladığına dikkat çeken Çelik, sözlerine şöyle devam ediyor; "Önce ipliği yapıyorsunuz, sonra onu kumaşa çeviriyorsunuz, daha sonra da giysiye. Ama bütün hikayeler hep iplikle başlıyor. Bu özelliği de benim projemde ipliği ön plana çıkarmama neden oldu. Başlangıç çok önemlidir ve sonucu direkt etkiler. Bu nedenle benim elimden de "İpler" adında, kumaş yüzeyinde yüzen iplerden oluşan bir koleksiyon ortaya çıktı. Buradaki kumaşlar ipliğe övgü gibiydi. İşin geri dönüşüm özelliği olunca işadamları tarafından da büyük ilgi topladı."

Moda lokal düşünmeyi reddediyor

Yarışmada elde ettiği başarı ile Milano'da bulunan Domus Academy'de bir yıllık moda tasarım eğitimi hakkı elde ettiğini belirten Çelik, bu ödülün kendisi için çok büyük bir şans olduğunu söylemekten kendini alıkoymuyor. Çelik, "Her öğrencinin buradaki mesleki bilgisini yurtdışında alacağı bir eğitimle pekiştirmek gibi bir hayali mutlaka vardır. Ben de bu şansa dahil oldum. Domus Academy'de aldığım eğitimin geri kalan hayatımda büyük bir değişiklik yaratacağından eminim" diyor.

"GEÇMİŞE VURGUN BİR TASARIMCI"

Moda tasarımı konusunda tam bir vintage tutkunu olan genç tasarımcı, gardırobunu eski giysilerle doldurduğunu söylüyor. Çelik, "İkinci el bir kıyafet aldığınızda; kimi zaman içinde daha önce kullanılan izlerini bulabiliyorsunuz ki bu benim için en büyüleyici anlardan biri oluyor. Giydiğiniz kıyafetin üzerinde birinin el izi var ve muhtemelen o kişi şu anda yaşamıyor. O kıyafetteki küçük bir detay, küçük bir tamir, kısacası yaşanmışlık izleri bana büyük bir heyecan veriyor" diyerek geçmişe ne kadar tutku ile bağlı olduğuna gönderme yapıyor.

İtalya'da moda mastırı yapmanın Türkiye'deki işverenler tarafından pozitif karşılandığını söyleyen Çelik, bunun çoğu zaman tercih edilme nedeni olduğunu ifade ediyor. Çelik, "Hem modanın içinde bulunup, hem de lokal düşünemezsiniz. Mutlaka günün birinde ülkenizden çıkıp, 'Dünya neyi takip ediyor, neyi beğeniyor, genelin anlayışı ne?' bunları görmemiz gerekiyor. Aksi takdirde sadece Türkiye bazlı çalışarak iyi bir yere gelemiyorsunuz" diyerek modanın global bir kavram olduğunu altını çiziyor.

"En büyük hayalim markamı oluşturmak"

Her genç tasarımcı gibi Esmâ Çelik'in de en büyük hayali, kendi markasını oluşturmak. Sabırlı biri olduğunu bu nedenle de markasını oluşturmak konusunda bekleyebileceğini söyleyen Çelik, "Önümüzdeki beş yıl içinde kendi adıma bir şeyler yapmak istiyorum. Diğer taraftan da kurumsal firmalarla çalışmaktan uzaklaşmak istemiyorum. Çünkü bunların her ikisi de tasarımcıya farklı lezzetler sunuyor" diyerek bir şekilde bu iki taraf arasında bir denge kurmak istediğini dile getiriyor. ❖





Haluk ÖZELÇİ
İTKİB Brüksel Temsilcisi
itkib.bxl@skynet.be

**AVRUPA BİRLİĞİ
KURULUŞUNDAN BU
YANA BİR DEĞİŞİM
VE YENİLENME
İÇİNDE. TOPLULUĞUN
ANAYASASI
OLARAK BİLİLEN
ROMA ANLAŞMASI
GÜNÜMÜZE KADAR
ÇEŞİTLİ KERELER
DEĞİŞTİ. BİR TEK
DEĞİŞMEDEN
STATİK BİR ŞEKİLDE
DURAN, AB-TÜRKİYE
İLİŞKİLERİ...**

DEĞİŞMEYEN TEK ŞEY AB İLE İLİŞKİLERİMİZ

Avrupa Birliği Komisyonu, Lizbon Anlaşması'yla değiştirilen, Ortak Ticaret Politikasıyla ilgili karar alma yöntemi konusunda ilk adımı attı. Komisyon'un teklifi, Konsey ve Avrupa Parlamentosu'nda görüşülüp onaylandıktan sonra yürürlüğe girecek. Mevzuatın, günün koşullarına adapte edilmesini öngören bu yeni uygulamada;

- Ticari korunma mekanizmaları.
- AB'nin Genelleştirilmiş Tercihler Sistemini oluşturan Yönetmelikler.
- Ekonomik Ortaklık Anlaşmaları, Pazara Giriş Yönetmeliği.
- Ticarete Engeller Yönetmeliği.
- Bazı Korunma Mekanizması Yönetmelikleri ve İkili Anlaşmaların Uygulanması; gibi başlıklar yer alıyor.

Daha sonra, 1 Mart 2011 tarihinde yürürlüğe giren, Ticaret Politikasıyla ilgili AB Mevzuatının uygulama yöntemini tümüyle değiştiren "Comitology Procedure" çerçevesinde yapılacak değişiklikler gündeme gelecek. Bunlar Anti-Damping ve Diğer Ticari Korunma Mekanizmaları yönetmeliğinden, Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi'ne kadar çeşitli mevzuatı kapsamakta. Uygulama, Konsey ve Avrupa Parlamentosu'nun onayından geçtikten sonra başlayacak. Konuyla ilgili daha detaylı bilgiye aşağıdaki linklerden ulaşmak mümkün.

http://www.consilium.europa.eu//uedocs/cms_data/docs/pressdata/EN/genaff/119516.pdf
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:055:0013:0018:EN:PDF>

Ticari kararlara dahil olmalıyız

Avrupa Birliği kuruluşundan bu yana bir değişim ve yenilenme içinde. Topluluğun Anayasası olarak bilinen Roma Anlaşması günümüze kadar çeşitli kereler değişti. 2000 yılında Nice Zirvesi'nde, genişlemeyle ilgili olarak yapılan



büyük değişikliklerin ardından, 2007 yılındaki Lizbon Zirvesi'nde de, Topluluğun yapısı ve karar alma mekanizması konularında önemli düzenlemeler yer aldı.

Kısaca, son 40 yılda AB sürekli bir değişim bir dinamizm içinde. Bir tek değişmeyen, statik bir şekilde duran, AB, Türkiye ilişkileri... Tamam, üyelik müzakereleri başladı. Sınırlı sayıda bazı başlıklar açıldı; bazıları, yazmaktan, tartışmaktan bıktığımız nedenlerle bloke edildi. Bunları bir tarafa bırakıyorum.

Benim demek istediğim, AB'nin Ticaret Politikasındaki kendi karar mekanizmasını değiştirirken bunun, aramızdaki Gümrük Birliği Anlaşmasına yansımaması. AB, Türkiye'yi de kapsayan, dolayısıyla dış ticaret politikamızı ciddi şekilde etkileyen çok önemli kararlar alırken aramızdaki GB Anlaşması statik bir şekilde duruyor. Türkiye, tam üye olmadığı için karar mekanizmasında yer alamıyor. Bu konuda Topluluğu kuran anlaşmada hüküm var. Ama bu, Tanrı'nın buyruğu değil ki...

Topluluğun Ticaret Politikasını üstlenip, uygulamıyor muyuz? Bunun sonucunda, Tek Pazar (Single Market) içinde yer almıyor muyuz? Peki, o zaman niye, "Türkiye AB'nin, ticari konulardaki karar alma mekanizması içinde yer alır" şeklinde bir Konsey Kararı (derogation) çıkarılmasın?

EURATEX, PAMUK FİYATLARI İÇİN DEVREDE

Hedef'in bir önceki sayısında, dünya hammadde fiyatlarındaki artışlara değinmiştim. Bu artışlardan en çok nasibini alanlardan birinin de, pamuk olduğuna işaret etmiştim. Fiyatlardaki yükselişin nedenleri arasında, Çin ve diğer Asya ülkeleri ekonomilerindeki hızlı büyümenin, hammadde talebini arttırması yatıyor. Kuzey Afrika ülkelerinde yaşanan halk hareketlerinin sonucunda, başta petrol olmak üzere diğer bazı hammaddelerin üretimlerinde meydana gelen azalmanın da, fiyat artışlarını etkilediği söylenebilir. Fiyatları tetikleyen bir üçüncü neden ise, pamuk ve diğer bazı tarım ürünleri üreticisi ülkelerde yaşanan doğal afetlerin, üretimi geriletmesi.

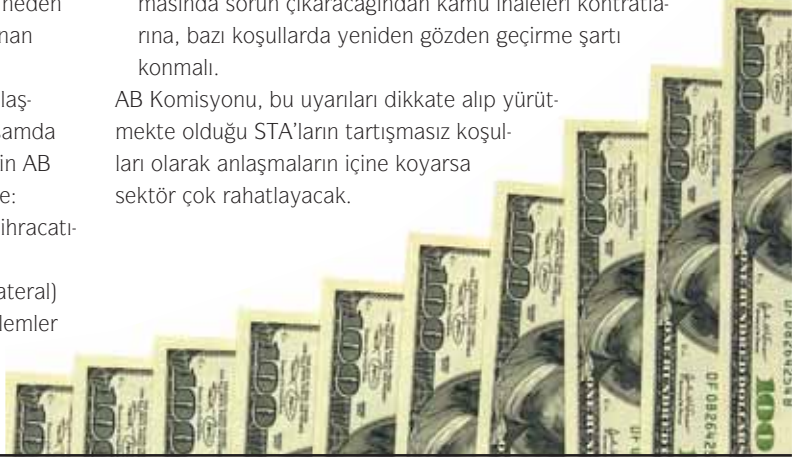
Avrupa'daki tekstil ve hazır giyim sektörlerinin hammaddeye ulaşmada çektiği sıkıntılar EURATEX'i de harekete geçirdi. Bu kapsamda üyeler arasında varılan görüş birliği sonunda, konunun öneminin AB Komisyonu'nun gündemine getirilmesi kararlaştırıldı. Buna göre:

- Üçüncü ülkeler (Hindistan, Pakistan) pamuk ve pamuk ipliği ihracatına getirdikleri kısıtlamalara son vermeleri için uyarılmalı.
- Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ), çok taraflı (multilateral) ve (bilateral) ilişkiler bağlamında, ihracat kısıtlamalarına karşı alınacak önlemler arttırılmalı.
- GSP'den (genelleştirilmiş tercihler sistemi) yararlanan ülkeler, hammadde ihracatına yönelik önlem almaları halinde

tercihli uygulamanın dışında tutulmalı,

- Kullanılmış maddelerin yeniden değerlendirilmesi ve alternatif maddelerin geliştirilmesi için Ar-Ge faaliyetleri desteklenmeli.
- İkili bazda yürütülmekte olan STA müzakerelerinde, hammadde üreticisi olan üçüncü ülkelerin hiçbir şekilde bunların dış satışlarına kısıtlama koyamayacakları şartı getirilmeli.
- Hammadde fiyatlarındaki aşırı dalgalanmalar, maliyetlerin hesaplanmasında sorun çıkaracağından kamu ihaleleri kontratlarına, bazı koşullarda yeniden gözden geçirme şartı konmalı.

AB Komisyonu, bu uyarıları dikkate alıp yürütmekte olduğu STA'ların tartışmasız koşulları olarak anlaşmaların içine koyarsa sektör çok rahatlayacak.



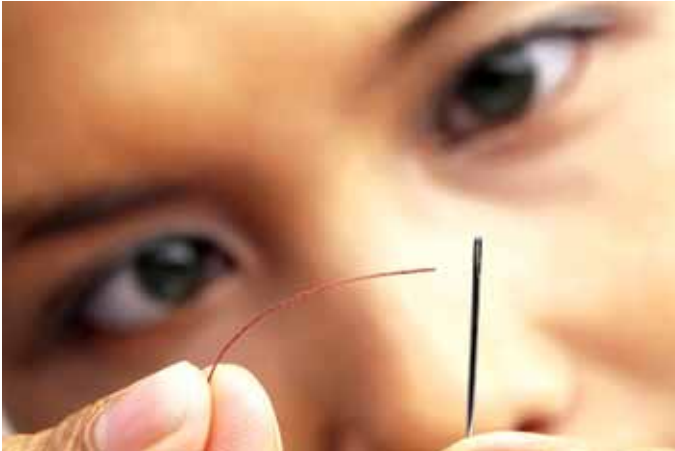
ÜRETİCİ VE İTHALATÇILARIN FARKLI ÇIKARLARI AYRIŞTIRIYOR

AB Komisyonu'nun, Genelleştirilmiş Tercihler Sisteminde, GTS (Generalised System of Preferences) yaptığı düzenlemeler, geçtiğimiz yılın son aylarında AB Resmi Gazetesi'nde yayımlanarak yürürlüğe girmişti. Gelişmiş ülkelerin, gelişmekte olan ülkelere yaptıkları ithalata yönelik tercihli bir gümrük tarife uygulaması olan GTS, en az gelişmiş ülkelerde üretilen mamullerin, hammaddesi kendi sınırları içinde üretilmemiş bile olsa, AB'ne özel bir uygulama ile girebilme imkanı getiriyor. Şimdilerde AB Komisyonu'nun gündeminde, Pan Avrupa Akdeniz Alanında (PanEuroMed) uygulanacak menşee kurallarında yapılması öngörülen değişiklikler yer almakta. Bu konuda, EURATEX üyeleri arasında

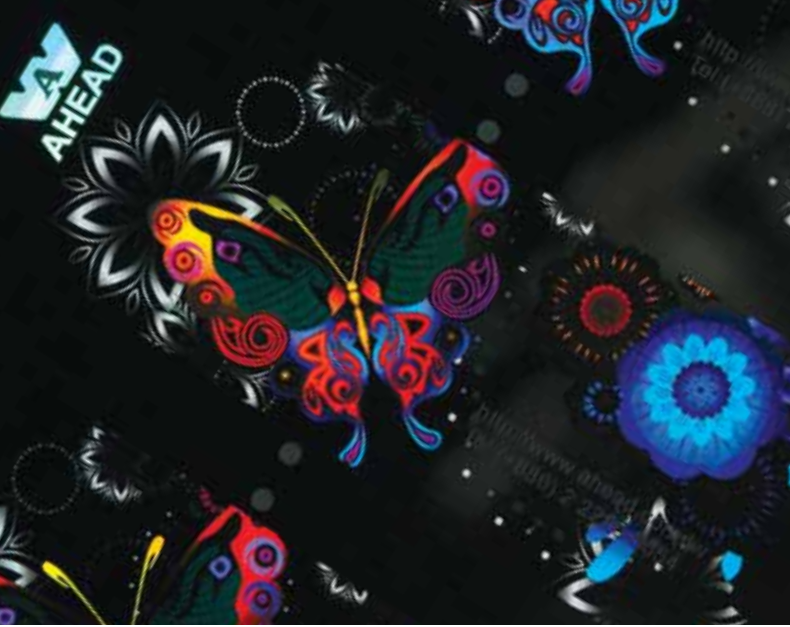
çok büyük görüş ayrılıkları oluştu. Türkiye ile CIRFS halihazırdaki kuralların (ikili değişim-double transformation) aynen sürdürülmesi görüşünde. İtalyan SMI, Fransız UIT, Belçika (tekstil) Fedustria ve AIUFFASS, GSP için getirilen yeni uygulamanın aynen üstlenilmesini destekliyor. Eurocoton ile Portekiz, baskı kuralının (printing rule) tam anlamıyla uygulanması koşuluyla GSP uygulamasına destek veriyor. Alman GTMI, Hollanda Modint, Belçika (hazır giyim) Creamoda, İsviçre Swiss Textile, İspanya CIE, Edana, çok daha esnek bir sistem getirilmesini istiyorlar. Kuzey ve Doğu Avrupa ülkeleri ise henüz bir görüş bildirmediler.

Kuzey Avrupalılar engelsiz ithalattan yana

Bu ayrışma, Avrupa'daki çeşitli ülkelerde yer alan tekstil ve hazır giyim sanayinin halihazırdaki yapısını çok net yansıtıyor. Örneğin, Türkiye ve CIRFS (European Man-made Fibres Association) üyeleri için tekstil ve hazır giyim sanayi denince akla, entegre tesisler, büyük üretim, istihdam ve ihracat geliyor. Buna karşılık üretimlerini 3. ülkelere kaydırmış olan Hollanda, Almanya ve Kuzey Avrupa ülkeleri için ise öncelikli koşul, 3. ülkelere yapılacak engelsiz bir ithalat. Bu ayrışma içinde en çok dikkati çeken ülke ise İspanya. Kısa süre öncesine kadar EURATEX ve AB Platformlarında Türkiye ile aynı safta yer alan İspanya'da tekstil sanayinin neredeyse tamamen ortadan kalkmasıyla birlikte, aynen Hollanda ve Almanya gibi ithalata dayalı bir yapı oluştu. AB Komisyonu 2011 yılı sonuna kadar Pan Avrupa Akdeniz Alanındaki menşee kurallarındaki düzenlemeleri sonuçlandırmak istiyor.



MARKANIZI HOLOGRAMLA KORUYUN



Günümüzde daha çok kredi kartı üzerinde amblem olarak kullanılan, görsel olarak da ürünü ön plana çıkaran hologram, tekstil sektöründe de kendine yaşam alanı buluyor. Türkiye'de 10 yıllık bir geçmişe sahip olan hologram, markayı korumada en ucuz ve en güvenilir yöntem olarak gösteriliyor. Türkiye'de bu işi yapan sayılı firmalardan biri olan SVR Hologram ise gelen talepler doğrultusunda istenilen şekil ve boyutlardaki hologramları müşterilerin beğenisine sunuyor. Atilla Fırat, Murat Batur ve Oğuz Erden tarafından 2010 yılında kurulan SVR Hologram, her geçen gün büyü-

yen ve rekabetin günden güne arttığı dünya pazarında firmaların karşılaştığı en büyük sorunlardan biri olan ürün sahteciliğini bertaraf ediyor. Uluslararası Hologram Üreticileri Birliği'nin (IHMA) en güçlü üyelerinden biri olan Ahead Optoelectronics'in Türkiye temsilciliğini alan firma, bu sayede bünyesinde üretilen hologram etiketleri IHMA tarafından kayıt altına alınmasını sağlayarak, dünya çapında da tescil ettiriyor. Firmalara ilkleri sunmayı kendine ilke edinen SVR Hologram, şu günlerde piyasaya çıkarmaya hazırlandığı "Yıkanabilir Hologram" ile Türkiye'de bir ilke imza atıyor. SVR Hologram Genel Müdürü Atilla Fırat, kendisi küçük ama

HOLOGRAM, ÜRÜN SAHTECİLİĞİNE KARŞI KULLANILAN EN UCUZ VE EN GÜVENİLİR KORUNMA YÖNTEMİ. TEKSTİL, DERİ VE HAZIR GİYİMDE KENDİSİ KÜÇÜK AMA FONKSİYONU BÜYÜK BİR ÜRÜN OLAN ETİKET ÜZERİNDE KULLANILAN HOLOGRAM, BU YOLLA FİRMALARIN ÜRÜNLERİNİ PİYASADAKİ TAKLİDE KARŞI KORUYOR. TÜRKİYE'DE BU İŞİ YAPAN SAYILI FİRMALARDAN BİRİ OLAN SVR HOLOGRAM, PİYASAYA SUNDUĞU ÜRÜNLERLE FİRMALARIN TAKLİTE MÜCADELEDE DAHA GÜÇLÜ OLMALARINA OLANAK TANIYOR.

fonksiyonu büyük olan hologram etiketin Türkiye'deki nabzını bizim için tuttu.

Kısaca SVR Hologram'ı tanıyabilir miyiz?

SVR Hologram yaklaşık altı aylık bir firma. Hologramda yeni bir şeyler yapmak istiyorduk bu nedenle çözüm ortağı olarak Tayvan'da bulunan Ahead Optoelectronics'i tercih ettik ve bu firmanın Türkiye temsilciliğini aldık. Uluslararası Hologram Üreticileri Birliği (IHMA) üyesi olan Ahead Optoelectronics, hologram sektöründe köklü bir firma. Hologram sektöründeki en büyük farkları etiket dışında çok farklı ürünler yapmaları. Örneğin çıplak gözle bakıldığında görülmeyen, sadece kendine özel bir film ile bakıldığında görülebilen gizli etiketler üretiyorlar. Bu etiketler daha çok doküman güvenliği, barkod uygulamaları, biletler ve hologram etiket uygulamalarında ekstra bir güvenlik amacıyla kullanılıyor. SVR Hologram olarak şu anda aralarında; Filli Boya Thermoform, Blue House ve Digicom gibi firmaların olduğu 14 firma ile çalışıyoruz.

Markayı korumada büyük öneme sahip olan hologram etiketlerin temel özellikleri neler?

Hologramın en büyük özelliği taklit edilememesi. Yapılan bir kalıp asla bir daha tekrarlanamıyor ve etiketten tasarıma geri dönüştürülemiyor. Hologramı yapıştırıldığı zeminden bir daha sökmemiş olursunuz. Söktüğünüz zaman bozuluyor ve bunu alıp başka bir ürün üzerinde tekrar kullanamıyorsunuz. Kendini imha eden malzemelerde hologram etiket ilk yapıştırıldığı yüzeyden sökülmeğe çalışıldığında gerek kendi üzerinde, gerek yapıştırıldığı yüzeyde iz bırakarak kendini imha ediyor.

Bir firmaya yapılan hologramın aynısının yapılması mümkün değil. Evet benzeri yapılabilir, ama aynısı olmaz. İşte tam bu noktada tüketiciyi bilinçlendirmek gerekiyor. Mesela reklamlar yaparken tüketiciye "Ürünümüz hologramla güvenlik altına alınmıştır" gibi mesajlar gönderilmesi gerekiyor. Tüketici hologramı bilmiyorsa hologramsız bir ürün alabilir. Firmaların bu durumu tanıtım yaparak ortadan kaldırması mümkün.





SVR Hologram Genel Md. Atilla Fırat, Genel Koordinatör Murat Batur, Sat. ve Paz. Uzmanı Cengiz Kasarcı

Hologram firmaların taklitle mücadele etmelerine ne gibi fayda sağlıyor?

Herşeyden önce hologramlar marka tescili olmayan firmalara kesinlikle yapılmıyor. Bu yapıldığında hologram amacından çıkmış olur. Çünkü hologramın asıl amacı taklide karşı markayı korumak. Yetkisi olmayan insana bu işi yaparsanız onlara yardım etmiş olursunuz. Bunu zaten hiçbir hologram firması yapmaz.



Bu ürün Türkiye’de kullanım alanı bulabiliyor mu?

Türkiye’de yaklaşık olarak 10 yıldır var. Ama insanlar son 3-4 yıldır bu ürüne ilgi göstermeye başladı. Bu ürün bilinmiyordu ve çok pahalı olduğu düşünülüyordu. Oysa tanesinin ortalama maliyeti 1 kuruş gibi bir rakam.

Şimdilerde “yıkanebilir hologram” ile piyasada boy gösteriyorsunuz. Biraz da bu üründen bahsederseniz...

Ahead Optoelectronics “Yıkanebilir Hologram” ile ilgili çalışmaları yaklaşık beş aydan

bu yana devam ettiriyor. Henüz çalışma aşamasında olan bu ürün dikilebiliyor ve yıkanabiliyor. Şu anda dünyada bu ürünü Ahead Optoelectronics dışında üreten kimse yok. Diğer hologram uygulamalarının aksine üzerinde herhangi bir koruyucu katman uygulanmadan yıkanabilme ve dikilebilme özelliğine sahip. Esnek yapıdan dolayı kolay şekil alıyor, kırılma, çatlama gibi sorunlarla karşılaşılıyor.

Yıkanebilir hologramlar daha çok hangi sektörlere hitap ediyor ?

Tayvan’da bu ürün genellikle kılıf şeklinde, Iphone ve dizüstü bilgisayarlar için koruyucu olarak kullanılmış. Yıkanebilir hologramlar daha çok ayakkabı, çanta, tekstil ve aksesuar sektörüne hitap eden bir ürün. Biz bu ürünü tekstil firmaları için özel etiket haline dönüştürmek istiyoruz. Bunu ayakkabı sektöründe aksesuar olarak, tekstil alanında da kumaş üzerinde kullanmak isteyenler var. Örneğin Gezer ile yaptığımız çalışmalar birlikte denendi. Yapılan

HOLOGRAM ETİKETİN TÜRKİYE’DEKİ DURUMU NEDİR?

Bu sektör 2008 yılından itibaren düzelmeye başladı. Özellikle yıkanabilir hologram etiketlerin ilerleyen dönemlerde tekstil sektörü tarafından yoğun bir şekilde kullanılacağını düşünüyorum. Sahte ürünler piyasada çoğaldığından bu yana özellikle elektrikli ev eşyaları sektörü bir şekilde kendisini koruma altına almak adına hologram etiketleri kullanmaya başladı. Durum öyle bir noktaya geldi ki; garanti belgelerinin dahi sahteleri yapılıyor. Hologram sahtecilikle mücadelede en ekonomik çözüm. Bu nedenle de önümüzdeki yıllarda kullanımının daha da artacağını düşünüyorum.

araştırmalar sonrasında bu ürünün bebek ayakkabılarında ve bayan botlarında çok uygun olduğu sonucuna varıldı. Bunun yanında tekstil alanında da Flokser Grup’la görüşmelerimiz devam ediyor.

Gelecek hedefleriniz arasında neler var?

Şu anda Türkiye’de hologram üreticisi olarak faaliyet gösteren iki tane yerli firma var. Bizim gibi distribütör olan birkaç firma var. Ama bizim diğerlerinden farkımız, üretici firmadan çıkıp bu şirketi kurmuş olmamız. Bu nedenle bu işin mutfağında çıktığımızı söyleyebilirim. Kısa zamanda büyük başarılarımıza imza attık. SVR Hologram olarak ilerleyen yıllarda Türkiye’deki üçüncü yerli üretici firma olarak yolumuza devam etmek istiyoruz. Tabi bu biraz zaman alacak. Çünkü Türkiye’de hologram alanında yetmiş yetemli sayıda teknik eleman yok. Eğer burada böyle bir tesis kurulsa da bunu bilen insanlar Türkiye’de olmadığı için, kesinlikle bu işin teknik kısmı ile ilgili yurtdışından eleman desteği alınması gerekiyor. ❖



İŞGÜCÜ NİTELİĞİ İÇİN MESLEKİ YETERLİLİK BELGESİ

“TORBA YASA” BİR ÇOK ALANDA OLDUĞU GİBİ MESLEKİ YETERLİLİK KONUSUNDA DA BİRTAKIM DEĞİŞİKLİKLERİ BERABERİNDE GETİRİYOR. YASA İLE SİGORTALI OLARAK İŞE ALINACAK PERSONELİN SERTİFİKALI OLMASI, FİRMALARIN BAZI DESTEKLERDEN YARARLANMASI YOLUNU AÇIYOR. İTKİB İŞE İŞGÜCÜNÜN MESLEKİ YETERLİLİK BELGESİNE SAHİP OLMASI İÇİN ULUSAL MESLEK STANDARTLARI VE MESLEKİ YETERLİLİK İLE İLGİLİ ÇALIŞMALARINI SÜRDÜRÜYOR.

Nitelikli eleman ihtiyacının karşılanabilmesi için, son yıllarda sistemli çalışmalar hayata geçirilirken, bu çalışmalar istihdam ile eğitim arasında da bir bağ kurarak, istihdamı artır-

mayı hedefliyor. Doğru işe doğru işgücü bulmak yeterli olmuyor. Bu işgücünün “Mesleki Yeterlilik Belgesi”ne sahip olmasını beraberinde getiren desteklere “Torba Yasa” da elveriyor. Eğitim Şubesi Müdürü Erbil Cihangir, bu noktada İTKİB’in Mesleki Yeterlilik Kurumu ile birlikte yürüttüğü çalışmalarla tekstil, hazır giyim ve deri sektörü için yetkinliği belgelenmiş işgücünün çdğalmasında önemli bir görevi yerine getirdiğini söylüyor.

İşletmelerin, inovatif fikirler, teknolojinin doğru seçimi ve kullanımı, iyi bir pazarlama stratejisi gibi bir çok farklı öğeyi temelinde bulundurduğunu söyleyen Cihangir, tüm bu unsurları gerçekte örtüş-



türerek hayata geçiren “insan gücü”nün önemli bir yerde durduğunu belirtiyor. İşe alım süreçlerinde uygulamaya konulan yöntemlerin yetersizliği sonucunda hem para ve zaman, hem de eğitim kaynaklarının boşa gidebileceğini belirten Cihangir, “Ortaya çıkan bu enerji kaybı, ruhsal açıdan da kurumu zorlayabilir. Diğer taraftan çalışma ortamına doğru kişilerin katılması; rekabet gücü yüksek bir kurum oluşmasına da imkan verir” diyor.

İTKİB’den hayat boyu eğitime tam destek

Yalnızca Türkiye’ye özgü bir durum olmayan iş ve istihdam arasındaki sorunlu denge, gelişmiş ülkeler için de ciddi bir sorun olarak gösteriliyor. Hayat boyu öğrenmenin desteklenmesi için sürekli araştırmalar yapan Avrupa

Birliği, bu çerçevede; “yeterlilik” temeline dayalı “Avrupa Yeterlilik Çerçevesi”, “Mesleki Eğitim ve Öğretimde Kredi Sistemi” ve “Avrupa Kredi Transfer Sistemi” gibi yeni yapılar oluşturuyor. Türkiye’de de Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı’na bağlı Mesleki Yeterlilik Kurumu’nun bu yapılanmayı çözümlemek için kurulduğunu söyleyen Cihangir, bu kurumun temel amacının Ulusal Yeterlilik Sistemini (UYS) kurmak ve işletmek olduğunu dile getiriyor. Cihangir, “UYS’nin temel unsuru olan Ulusal Meslek Standartları (UMS) ise, bir mesleğin başarı ile icra edilebilmesi için gerekli bilgi, beceri, tavır ve tutumların neler olduğunu gösteren asgari normları içeren, iş ve eğitim dünyasının üzerinde uzlaştığı standartları ifade ediyor” diyor. ❖



İTKİB Eğitim Şubesi Müdürü
Erbil Cihangir

ULUSAL YETERLİLİK SİSTEMİ’NİN AVANTAJLARI

İşveren, çalışan ve eğitimciler açısından bir takım avantajları beraberinde getiren “Ulusal Yeterlilik Sistemi, meslek standartları ve bu standartlara göre eğitim programları ve yetkinliklerin belirlenmesiyle işgücünün niteliğinin artmasını sağlıyor. Bir mesleği çalışarak öğrenenlerin mesleki yeterliliklerini belgelendirebilmelerine olanak tanıyan UYS, nitelikli iş gücüne belgelendirme imkanı getirerek işgücü hareketliliğinin artırılmasını sağlıyor. UYS, yaşam boyu öğrenmenin en doğru adreslerinden biri olarak gösterilirken, becerilerin güncellenmesi için de iyi bir fırsat sunuyor. Sistem, sadece işveren ve çalışanlar için değil eğitimciler açısından da sayısız avantaj sağlıyor. Sistem, eğitim programlarının içeriğinin düzenli olarak güncellenmesi noktasında da önemli bir görevi yerine getiriyor.

> HALIÇ KONGRE MERKEZİ - SÜTLÜCE

[0212 639 76 56]

www.tgsdconf2011.com

www.facebook.com/tgsdconf2011

www.twitter.com/tgsdconf2011

İSTANBUL
MODA
HAZIR GİYİM
KONFERANSI

İSTANBUL
FASHION
APPAREL
CONFERENCE

4

05-06 Mayıs May 2011



En moda isimlerin buluştuğu konferans!



PAOLO ZEGNA

Ermenegildo Zegna Group Başkanı. Cenevre Üniversitesi'nden mezun olduktan sonra 1989 yılından beri Ermenegildo Zegna Group şirketinin yönetim kurulu üyesi olan Zegna, Aralık 2006'da başkanlık görevine geldi. 80 ülkede 555 mağazaya sahip firma, dünyanın önde gelen lüks erkek markası.

PIER LUIGI LORO PIANA

Loro Piana, CEO. Milano L. Bocconi Üniversitesi İktisat Fakültesi'nden mezun olduktan sonra ağabeyi Sergio ile birlikte kökleri 1912'ye dayanan aile şirketi Loro Piana'nın yönetimini üstlendi. Şirket; kaliteli kaşmir, yün kumaş ve iplik üretiminin önde gelenlerinden.

DON BAUM

Polo Ralph Lauren, Tedarik ve Üretimden Sorumlu Başkan. Don Baum, Kasım 2003 tarihinden bu yana kadın, erkek, çocuk ve ev tekstilinde bir dünya markası olan Polo Ralph Lauren'de Küresel Üretim Bölümü Başkan Yardımcılığı görevini üstleniyor.

Başbakan Recep Tayyip Erdoğan, Devlet Bakanı Zafer Çağlayan, Devlet Bakanı ve Başmüzakereci Egemen Bağış'ın da katılacağı İstanbul Moda Hazır Giyim Konferansı'nda bu yıl, hazır giyim dünyasının gurularıyla sektörde yeni iş modelleri ve potansiyel pazarda yaşanan gelişmeleri konuşuyoruz.

ANA SPONSORLAR



OTURUM SPONSORU



B2B SPONSORU



B2B (İKİLİ GÖRÜŞMELERİ) SERGİ KATILIM SPONSORLARI



FUAYE SERGİ KATILIM SPONSORLARI



MEDYA SPONSORLARI



DİĞER SPONSORLUKLAR



DESTEK VEREN KURULUŞLAR



HİZMET SPONSORLARI



SEKTÖRÜN HİZMETİNDE TAM DONANIMLI BİR AR-GE MERKEZİ:



İTA

kezi Türkiye'nin önemli projesi. Sektör, akademisyen ve girişimciler bu merkezden faydalanabilir. Son yıllarda üniversite ve özel sektör iş birliklikleri hız kazandı ve artık sektör katma değeri yüksek ürünlere yönelerek, markalaşma yönünde ilerliyor. Bu noktada da İTA; Ar-Ge çalışmaları, teknik eğitim hizmetleri ve bilgilendirme seminerleri ile sektörün yanın da olmaya devam ediyor."

Türkiye'de tekstil ve hazır giyim sektöründe faaliyet gösteren KOBİ'lerin uluslararası alanda rekabet güçlerini artırmada Ar-Ge, bilim, teknoloji ve inovasyon üssü olma hedefi ile yola çıkan İstanbul Tekstil ve Hazırgiyim Ar-Ge Merkezi İTA, sektöre destek vermeye devam ediyor. İnovasyon üssü Tekstilpark'ta çalışmalarına hız kesmeden devam eden İTA iyi bir proje bankası olduğunu hayata geçirdiği projelerle gösteriyor. İşbirlikleri ve proje potansiyellerinin neler olduğu ile ilgili görüşlerini paylaşan İTA Genel Müdür

Yardımcısı Mehmet Gülmez, İTA'nın tekstil ve hazır giyim sektörünü yakından ilgilendiren teknik tekstillere yönelik hizmet vermek amacı ile kurulduğunu dile getiriyor. Gülmez, merkezin Türkiye'deki tekstil ve hazır giyim sektörünün Ar-Ge yönü ile ilgili önemli bir boşluğunu doldurduğunu ve bu vesileyle KOBİ'lerin uluslararası alanda rekabet güçlerini artırdığını söylüyor. Yeni dönemde Genel Müdür Eşref Akın önderliğinde; vizyonlarının sektöre hizmet vermek olduğunu dile getiren Gülmez sözlerine şöyle devam ediyor; "Ar-Ge mer-

İTKİB'DEN ALDIĞI DESTEKLE HAYAT BULAN "İSTANBUL TEKSTİL VE HAZIRGIYIM AR-GE MERKEZİ" İTA, SEKTÖRDEKİ ÇALIŞMALARINA DEVAM EDİYOR. GİRİŞİMCİLİĞİ DESTEKLEYEN VE YENİ YATIRIM OLANAKLARI YARATAN İTA, YENİ DÖNEMİNDE AR-GE ÇALIŞMALARINI, TEKNİK EĞİTİM HİZMETLERİ VE BİLGİLENDİRME SEMİNERLERİ İLE TEKSTİL VE HAZIR GIYIM SEKTÖRÜNE KUCAK AÇIYOR.

Tezleri Programı ve üniversitelerin bilimsel araştırma projeleri gibi ulusal ve uluslararası çağrıları da takip ediyor. Ar-Ge merkezinde yürütülen proje bütçeleri ise AB, TÜBİTAK veya kontrat bazlı olarak firmalar tarafından finanse ediliyor" şeklinde konuşuyor. AB 7. Çerçeve Programı'na yazılan bir projelerinin, ön kurul tarafından değerlendirilip tüm aşamaları başarı ile tamamladığını söyleyen Gülmez, "Bunun dışında bir üniversite ile iki ayrı projenin içerisindeyiz. Burada da yine karar sürecini bekliyoruz. Ayrıca, Kalkınma Ajanslarına iki ayrı proje için başvuruda bulunduk" diyor. Teknik eğitim çalışmaları kapsamında, Mart ayı sonunda "Uygulamalı Dokuz Yüzye (Nonwoven) Eğitim" semineri ile katılımcılara kapılarını açmaya hazırlanan İTA, Nisan ayında ise, "Tekstil Endüstrisinde Renk Ölçümü Semineri", "Modelhane Süreçleri Yönetimi" ve "Pilot Kaplama Hattı Başında Teknik Yüzeyler Üretimi" eğitimleri sektörüne ışık tutacak. ❖

İTA'dan rehberlik hizmeti

İTA, gerekli tüm teknik donanımına sahip bir Ar-Ge merkezi. İTA'nın bünyesinde bulunan araç, gereç gibi olanakları KOBİ ve üniversitelerin araştırma projeleri ve bunların yanında, numune çalışmaları için sektörün hizmetine sunduğunu dile getiren Gülmez, "İTA'da Pilot Üretim Hatları'nı kullanan KOBİ'ler çalışmalarını kendi uzman ekipleri ile yürütebilecekleri gibi, İTA'nın rehberliğinde bir çalışma ekibi oluşturulup, danışmanlık hizmetinden de faydalanabilirler" diyor.

İTA'da gerçekleştirilen "Yenilikçi Projeler" in yoğun görüşmeler ışığında hazırlandığını dile getiren Gülmez, bu projelerin Türk tekstil sektörünün gelecek iş potansiyelini karşılayacak şekilde İTKİB - İTA Danışman Kurulu tarafından hassasiyetle değerlendirilerek seçildiğini söylüyor. Gülmez, "İTA; Avrupa Birliği Hibe Programları, Kalkınma Ajansları, TÜBİTAK, Sanayi



İTA Genel Müdür Yardımcısı
Mehmet Gülmez



İTA

İTKİB İTA Eğitim
Araştırma ve Danışmanlık
Limited Şirketi



UYGULAMALI DOKUSUZ YÜZEY (NONWOVEN) EĞİTİMİ

İTKİB İTA'da bulunan tarak, serme ve iğneleme makinesinden oluşan üretim hattında, kesikli doğal ve yapay liflerden uygulamalı olarak otomotiv, temizlik, yalıtım, filtrasyon, geotekstil ve konfeksiyon sektörlerine yönelik tülbent esaslı (dokunmamış) kumaş üretimi gerçekleştirilecektir.

"UYGULAMALI DOKUSUZ YÜZEY (NONWOVEN)" adlı eğitim için sizi Tekstilpark'a davet ediyoruz.

Eğitim Tarihi : 28.03.2011
Eğitim Saati : 09:00 - 18:00
Katılım Ücreti : 150 TL



***Akademisyen ve öğrenciler için % 50 indirim uygulanacaktır.**

Bilgi ve Kayıt İçin : Tuba Topcu

Tel : (212) 495 40 00 Fax : (212) 495 43 00 Email : tuba.topcu@itaarge.com

Halkalı İstasyon Mh.Sarıgül Cad. 34303 Küçükçekmece-İstanbul-Türkiye

İTHİB'İN KATKILARIYLA, HOLLANDALI TREND AJANSI STIJLINSTITUUT AMSTERDAM'IN GERÇEKLEŞTİRDİĞİ SEMİNERDE, 2013 SONBAHAR/KIŞ SEZONUNA İLİŞKİN KUMAŞ MODASI HAKKINDA BİLGİ VERİLDİ. SEMİNERİN ERTESİNDE KUMAŞ VE KIYAFETLERİN İNCELENDİĞİ WORKSHOPLARA 200'DEN FAZLA TASARIMCI KATILDI.

KUMAŞ MODASINDA GÜNCELLEME ZAMANI



İTKİB, düzenlediği trend seminerleri ile tasarıma destek vermeye devam ediyor. Son olarak İTHİB'in katkılarıyla Hollandalı ajans Stijlinstituut Amsterdam trend semineri geleceğin modasına ışık tuttu. Moda, tekstil ve tasarım alanında hizmet veren ajans, 15 Mart'ta Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirdiği seminerde 2012 - 2013 sonbahar/kış sezonu kumaş trendlerini anlattı. Katılımın 200'ün üzerinde olduğu seminerden bir gün sonra ise sezona ilişkin yaratılmış öncü kumaşlar ve giysilerin incelendiği workshoplar gerçekleştirildi.

Seminerden önce konuşan İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Sultan Tepe, global arenada rekabetçi büyümenin fırsatlarını yakalamanın temel şartının ürünü doğru pazar ve müşteriye ulaştırmak olduğunu, etkin bir pazarlama yapmak isteyen firmaların ürünlerinin ayrıcalığını sağlayan tasarım ile sağladığını söyledi. Yeni teknolojilerin insan düşünce ve davranışlarını nasıl değiştirdiğini kaydeden Tepe, araştıran ve geleceğe yönelik kumaş, iplik, doku, yüzey çalışması gibi araştırmalara yönelik pazar payını yükseltme çabasında yol alan Türkiye tekstil sektörünün, dünya trendleri ile paralel hareket etmesi gerektiğinin bilincinde olduğunu belirtti. Bugün küresel pazarda rekabet eden çok sayıda üründe, ülkemizdeki kaliteli teks-

til üretiminin damgası bulunduğu ifade eden Tepe, bu başarıda en büyük katkının tasarımcılarda ve yıllardan bu yana trend seminerleri düzenleyen İTKİB'in olduğunu söyledi.

Seminerin giderleri 23 Eylül 2010 tarihinde "Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi Hakkında" tebliği çerçevesinde, Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu'ndan (DFİF) karşılandı. DTM'nin önderliğinde Para-Kredi ve Koordinasyon Kurulu'nun kararı ile uygulamaya konulan tebliğ, firmaların uluslararası pazarda rekabet gücünü artırmaya yönelik yürütülecek proje bazlı faaliyetlerin giderlerini karşılamayı içeriyor. Uygulama kapsamında İTKİB'in 10 proje bazlı programı destek alıyor.

Transit geçişlerin sezonu açıldı

Stijlinstituut Amsterdam'ın trend uzmanı Anne Marie Commandeur özellikli kumaşlar, sezona hakim renkler, baskı, desen ve silüetler hakkında dünya modasına ilişkin son trendleri aktardı. Gelecek sezonun modasını 5

ayrı tema altında inceleyen ajansa göre 2013 sezonuna "In Transit - Transit Geçiş" ana fikri ilham verdi. Eski geleneklerin ve alışkanlıkların güncellenerek günümüze uyarlandığı 2013 yılının ilk teması Dressed Up - Şık Giyim, 30'lu 40'lı yılların etkisinde çağdaş ve lüks bir çizgiyi izliyordu. Temada ipek, saten, kadife gibi zengin ve gösterişli kumaşlar ön plandaydı. Mor, mavi, kırmızı ve yeşil renklerinin derin ve koyu tonları tercih edilirken, bej, gri ve siyah en etkin kullanılan tonlardı. Nostalji eğilimi temaya yön verirken, altın varaklar, şamdanlar ilham veren diğer kaynaklar arasında. Roberto Cavalli, Gucci gibi markaların koleksiyonlarından esinlenen Dressed Up'ta, dantel kullanımı ve katmanlı satenler de dikkat çekti.

Şıklığın en sade hali

Minimal Chic - Minimal Şıklık temasında ise ağırbaşlı, abartılı olmayan sade bir lüks anlayışı hakimdi. Tozlu pastel renklerin etkisindeki akımda, seladon ve pembe tonları en hafif tonlarında kullanılıyordu. Yumuşak teks-





BANU DANDİNİOĞLU
TASARIMCI - MONDİAL

ÇOK KAPSAMLI İLHAM VEREN BİR SUNUM

Şirketimizi trendleri yakından takip etmemizi istiyor. Şirket içinde de bu tür eğitim ve seminerler veriliyor ancak bu tür bir seminere ilk kez katılıyorum. Tasarım, yaptığım işle iç içe olduğu için güzel detaylar ve bağlantılar yakaladım.

İlk kez gelmemeye rağmen konuya ve sunuma hemen adapte oldum. Sunum çok kapsamlı, iç mimariden, mobilya ve kıyafetlere kadar birçok farklı bakış açısını içeriyor ve ilham veriyor. Bu sayede gelecek sezonun moda yaklaşımını tüm unsurlarıyla kavrayabiliyorsunuz. Ben bayan bluzu yapıyorum o nedenle seminerde bahsedilen birçok unsur beni yakından ilgilendiriyor. Gelecek sezonun renk, stil ve kumaşlarına ilişkin birçok ipucu topladım.

türler, üç boyutlu, hacimli, yünlü ve keçeli kumaşların tercih edildiği temada, keşif kıyafetleri ilham veren ana unsurdur. Rahatsız eden tüm detaylardan arındırılarak lazer kesimler öne çıktığı kıyafetlerde sürdürülebilir kalite anlayışı hakimdir. Organik hatlar, meditatif ruhun anahtar kelimeleri oluşturduğu temada, modern, dikşsiz tek birimli kıyafetler ön plandaydı.

Chanel'in etkisinde 50'lerin izinde

Dijital zanaatlardan ilham alan Digi Craft - Dijital Zanaat teması, sanat, zanaat, yaratıcılık kavramları çerçevesinde şekilleniyordu. Kıyafetler, sıcak ara tonlar ve göz alıcı kontrastlarla tamamlanmıştı. 50'leri anımsatan, sert kontrastların kullanıldığı saf ve nötr renk paletinde, toprak rengi, asker

yeşili, sütlü çikolata rengi, siyah, beyaz, mavi ve patlıcan moru kullanılıyordu. Eğlenceli ve cesur bir çizgide tasarlanan koleksiyonda, örgü ve makremeler baş rolü oynarken, baskı ve desenlerde modern folklorik etkiler vardı. Özellikle yeni tasarımcı kuşağından ilham alan akımda, çok renkli örüntüler, kilim ve hayvan desenleri dikkat çekti. Sıvılaştırılmış dijital baskılar, kroşe görüntüleri, patchworkler, yamalar, vintage desenleri de öne çıkan unsurlar arasındaydı. Digi Craft temasının oluşmasında yeni nesil tasarımcıların yanı sıra Chanel'in gelecek sezon koleksiyonu da etkili oldu.

Endüstri modaya uyarlandı

Sanayi devriminin ardından şekillenen dünyayı ve o dönemin işçi



Stijlinstituut Amsterdam'ın trend uzmanı Anne Marie Commaur özellikli kumaşlar, hakim renkler, baskı ve desenler hakkında son trendleri aktardı.



İTHİB YK Üyesi Sultan Tepe, ülkemizdeki kaliteli tekstil üretiminin başarısında yıllardan bu yana trend seminerleri düzenleyen İTKİB'in de payı olduğunu söyledi.

80'lerden gelen enerji

Sezonun en genç ve dinamik teması ise adından anlaşılacağı üzere Energy idi. Energy, Prada ve Burberry koleksiyonlarından izler taşıyordu. Renk patlamasının yaşandığı koleksiyonda, elektrik mavisi, derin mor, koyu kırmızı ruj tonları ve buz grisi öne çıkıyordu. Şekillenmeye odaklanan akımda, farklı kumaşlar farklı yapılarla yeniden yaratılıyordu. Yün kullanımı yine ön plandayken, geometrik bir tarz teknik yapılarla buluşuyordu. Çok basit ve ağırbaşlı desenler, renk ve tekstürelere vurgulanırken, basit şekillerle derin etkiler yaratılmıştı. Son teknoloji ve çevre dostu bir yaklaşım sunan kıyafetlerde, tek renklilik, plastize dokular ve fütürist tarz dikkat çekti. ❖



SERTAÇ YENİAY
TASARIMCI - COLLEZIONE

BU SEMİNERLERLE DÜNYAYI TAKİP EDİYORUZ

Burada öğrendiğimiz birçok bilgiyi harmanlayarak kullanıyoruz. WGSN ile sunum stilleri çok benziyor ama yorumlar tamamen farklı. Bu da bize farklı bakış açıları kazandırıyor, esin kaynaklarımızı çeşitlendiriyor. Dünya çapında tasarımın her alanında ne olup bittiğini bu seminerler sayesinde takip edebiliriz. Gerek sezonun renkleri gerek giyim stilleri konusunda yeni fikirler ediniyoruz. Hollandalı bu trend ajansının yorumları da çok isabetli. Uç trendlerden değil daha çok ortak kanıların bulunduğu bir bakış açısı sunuyor.



DARE TO RISK - RİSK AL

Radikal riskler alma zamanı. Farklı ürünleri yeniden bir araya getirirken gelenekleri de korunuyor. Ana amaç ise şaşırtmak. Tüketiciyi şaşırtan, alışılmıştın dışına taşıyan tasarımlar, koleksiyonlar öne çıkıyor. Özellikle Marc Jacobs ve H&M'de bu anlayışın izleri görülüyor. Avatar dünyası ve Lady Gaga önemli referanslar. Her dönem olduğu gibi bu dönem de heykel, mimari ve plastik sanatlar modayı etkilemeye devam ediyor.

Elfland Elf Ülkesi

Kadınsı ve sisli. Dijital bebekler ve ekstra romantizm. Genel olarak Asya'dan izler taşıyor ama daha çok Japonya'dan esinleniyor. Sanallik, duygusallık, tüyleri diken diken etmek, şiirsellik, hafiflik, saydamlık ve şeffaflık anahtar sözcükler.

Renkler: Sisli ve puslu tuhaf bir ormanda olduğunuzu düşünün. Gümüş, bronz ve altın renkleri başrolde. Sisli griler, fümeler, toz altın, şampanya, hafif pembemsi bej, gri mavi, pembemsi mor ve gri. Gucci bronzları, Louis Vuitton altın rengini çok kullanıyor. Konyak rengi nubuklar, mat ya da parlak olabilir.

Malzemeler: Beyazlatılmış deriler, rölyefli vintage görünümler. Yaşamış deri görüntüsü. Üzerinde su damlaları varmış gibi ya da ıslak görünen deriler. Lazerlerle açılan delikler

le dantel etkisi. Ufak ufak parlak lekeli leoparlar. Tom Ford'un yeni koleksiyonunda beyaz piton derisi görünümleri var. Kullanılan kürkler uzun tüylü. Mat ve parlak deri bir arada kullanılıyor. Patchwork çok fazla.

Kadın: Gelecek sezon baldırlara kadar çıkan uzun çizmelere elveda diyoruz. Parlak altın, balık pulu, piton ve timsah derisi görümlü çizmeler ön planda. Deriler çift taraflı ve genellikle payet ve kürkle kaplanıyor. Kemer, fermuar gibi aksesuarlar üzerine takı yerleştiriliyor. Topuklar kısa ve küçük, deriler esnek. Çantalarda pililer var. "Black Swan - Siyah Kuğu" filmi referans.

Erkek: Fransız İtalyan stili ayakkabılar geri dönüyor. Hiçbir şey düz değil. Bitki kamuflajları, çok esnek derilerden makosenler, kemerlerde çatlaklı görünümler, yağ atılmış gibi görünen botlar var. Parlak deriler, gri, füme gri ve yeşilimsi griler ön planda. Deriler çok esnek. Fil derisi gibi görünen füme griler var. Büyük cepli şehir çantaları ve botlar önemli. Makosenler, gri degrade renklerde ve vintage görünümler hakim.



Northern Kingdoms Kuzey Krallıkları

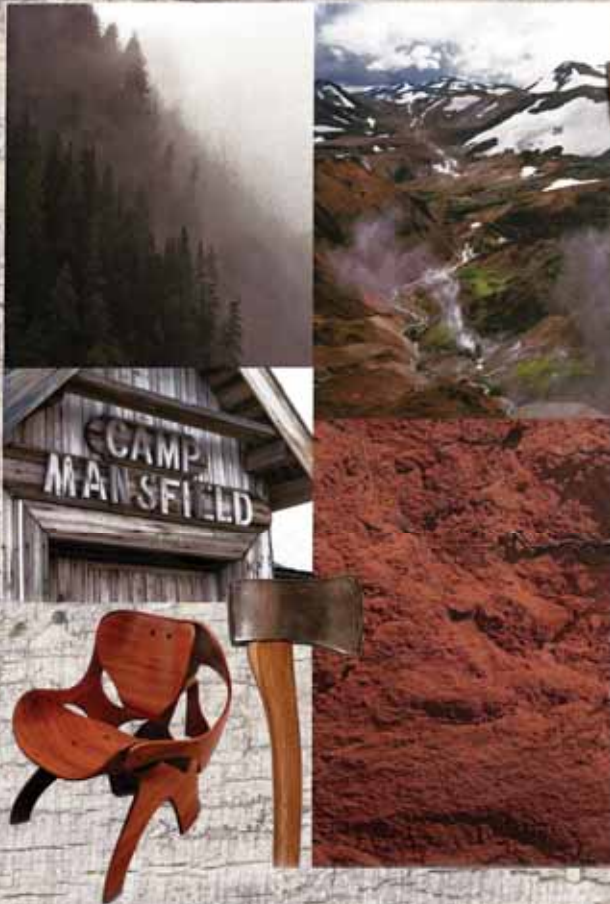
Bu sezonun en gözde teması. Mütevazı ve sade. Volkan ve buz içi içe. Hem yanyor hem donmuş. İskandinav ülkeleri ve İzlanda'daki volkan gibi. Yalnızlık hissi baskın. Gündelik hayat ve erkeksilik ön planda. İssiz yerler, el yapımı ve patchwork öne çıkıyor.

Renkler: Mavi ve grinin birçok tonu özellikle buz mavisi çok önemli. Gri bej renkleri arasında yeni bir renk "grej" en sık kullanılan renk. Koyu mavi, yeşilleştirilmiş grileştirilmiş mavi tonları kullanılıyor. Kızılaştırılmış turuncu bej, çok siyahlaştırılmış kahverengi diğer renkler. Yeşilleştirilmiş bejler çok koyu kahvelerle karıştırılıyor.

Malzemeler: Kuzey savaşçıları Vikingler'den izler. Islak kaygan taşlardan esinlenerek ıslak görünümler yaratılıyor. Her malzeme yumuşak ve esnek. Kuzu derisi ve güderi kullanılıyor. Deri kullanımında, suda beklemiş gibi eski görünen, üzeri dokulu ya da çatlak görünümlü farklı kullanımlar var. Deriler üzerine lazerle yapılan sıcak baskılarla tropikal kış havası yaratılıyor. Kürk ve deri karışımları ile Kanada etkisi oluşturuluyor.

Kadın: Dolgu topuklar, bronz rengi metallere, tahta topuklar, avcı ve balıkçı ayakkabıları ve bot sabotlar... Deri kenarlarında kumaşlar kullanılıyor ya da lazer kullanılarak kumaş pantolon ya da tüvit kumaş görünümü kazandırılıyor. Özellikle Dior, ahşap etkisinde derilerden çantalar kullanılıyor. Casual ve vintage etkisinin yanı sıra pifon görünümü de devam ediyor. Kürk kullanımı en önemli unsurlardan biri. Derilerde çantalarda deri ve yün örmeler var.

Erkek: Kızıl derili izlenimi veren bir stil. Dağlarda gezen avcılar ve Kanadalılar ilham veriyor. Bej ve kahverengi çok önemli, Siyah ya da koyu kahverengi renkler baskın. Çok sıkla casual parçalar bir arada. İpler, düğümler, çengeller gibi balıkçılık ve dağcılık aksesuarları kullanılıyor. Çantalar yıpranmış, botlar casual. Diesel'de söndürülmüş renkler, çatlak deri görünümleri ve eski deriler kullanılıyor. Vintage deriler ve eskitilmiş çelik renkleri var.





On Stage, Sahne

Sahne tek başına... Lady Gaga ve onun gibi yüzyılın ikonlarına saygı duruşu. Abartılı ve tuhaf. Bu tema için iki ayrı referans var. Birincisi daha radikal, siyah, düşmansı, disiplinli, sert, minimalist ve atlı sporla ilgileniyor. İkinci referans ise daha barok, teatral, gösterişli ve renkli.

Renkler: Koyu kırmızı, metal rengine yakın yeşil, çok koyu mor, at tüyü kahverengisi. En önemli renk olan siyah, dokulu, desenli ve barok kullanılıyor. Metalizasyon var ama parlak ya da simli değil. Grimsi siyahlar, kahverengi griler, kobalt mavisi, tutku kırmızısı kullanılıyor. Böceklerin sırtını anımsatan, mor, mavi, siyah iç içe plastik etkisinde.

Malzemeler: Atçılık dünyasının tüm öğelerinden esinleniyor. Kesimlerde referans Ortaçağ ve sonrası. Kadife, binicilik aksesuarları, kalın timsah derisi kullanılıyor. Deriler parlak ama rugan değil. Kabarcıklı, çatlaklı, kıvrımlı kuzu derisi hem ayak kabı da hem çanta da kullanılıyor. Parlak ve mat derilerle kürkler bir arada. Tiyatro perdesi gibi dokular. Vintage görünüm, çatlamış deriler, kadife ve deri karışımı kullanılıyor.

Kadın: At tüylerini hatırlatan kullanımlar. Abartılı gündelik görünüm. Karnaval ve jandarma üniforması etkisi. Folklorik modeller ve asker aksesuarları. Püliler, kareli püliler, mat ve parlak kullanılıyor. Büyük damal şekiller siyah/beyaz renkte. Ayakkabılar basit değil teatral. Özellikle Louis Vuitton mavi ve moru kullanıyor. Dana derisi üzerine çantalar, origami etkisinde, gül şeklinde ya da parlak balık pullu. Siyah renkte vizon ya da tavşan kürkleri.

Erkek: Dana derisi ve patchwork kullanımı yaygın. Deri ve kürk bir arada kullanılıyor. Kadife görünüm lü güderiler, baskılı emprime deriler, etrafı siyah kahverengi timsah derisi çantalar dikkat çekiyor. Ayakkabılar çok sert, deriler de öyle. Dokulu patcworklu ya da kabarcıklı siyah deriler var. Spor ayakkabılar iki renkte ama her iki renkte de tabanlar beyaz Prada'nın çanta koleksiyonunda dikdörtgen şekil dikkat çekiyor.



Atelier Atölye

Zanaat, sanatsal, heykel ya da resim atölyesi. Bohem, hippî, sanatsal, gezgin, kadınsı, her şey mümkün, underground, mix match (seç yakıştır) teması, feminen ve artistik. Mülteci kıyafetler, empresyonistler, Monet etkisi. Afrika ve Brezilya'dan esinlenen etnik çalışmalar.

Renkler: Ünlü ressamların tablolarından renk paletinin esin kaynağı. Turuncu, pembe, çikolata kahvesi, siyah ahşap rengi, yeşilleştirilmiş gri, kamel beji, mavi zümrüt rengi ve yeşil öne çıkanlar arasında. Ayrıca hiçbir aşırılığı olmayan nötr renkler de sık sık kullanılıyor. Temelde ise bej tonları yer alıyor.

Malzemeler: Atölye ruhu ve sanatsallık malzemeleri de etkiliyor. Elle boyanmış gibi duran, alaca renkli çatlamış görünümler dikkat çekiyor. 70'lerin ruhunu yeniden keşfeden temada deri patchworkler sıkça kullanılıyor. Tüm temalarda olduğu gibi burada da vintage deriler tercih edilmeli. Beyaz piton ve timsah derileri yine vazgeçilmezler arasında. Su etkileri degrade biçiminde. Elle yapılmış nakışlar ve Türk folklorik etkileri kullanıyoruz.

Kadın: Ekstra modernite, aynı çantada üç farklı renk. Siyah, turuncu ve kahve karışımları kullanılıyor. Atölye etkisi, kağıt, karton, tekstüre etkisi, mini piliseler, karton gibi görünen ayakkabılar... Japon el sanatlarının etkisi ahşap renkleri ile bir araya getiriliyor. Renkli patchworklu çizimler, deri ve kumaş karışımları yaygın. Patchwork çantalarda da var. Deri kahverengi, bej ve karo desenlerle karıştırılıyor.

Erkek: En önemli renk kamel rengi. Farklı deriler karıştırılarak sanatsal bir tarz yaratılıyor. Deriler parlak değil ve oldukça esnek. Erkek kıyafetlerinde de yine patchwork etkiler var. İngiliz karolarına benzeyen büyük kareli çantalar ön planda. Denim üzeri deriler kullanılıyor. 60'lara geri dönüş söz konusu. Ünlü dizi Madmen referans. Klasik dana derisi ayakkabılar, renkli ayakkabı tabanları ve dikdörtgen renkli çantalar öne çıkıyor.





THE RISING STAR OF EXPORT: SHOES

SHOR SECTOR, AFTER 2009 WHEN IT CONCLUDED ITS EXPORT WITH DECLINE, EXCEEDED THE AVERAGE OF TURKEY BY %35 IN THE LAST YEAR. TASD CHAIR İSLAM ŞEKER, SAYING THAT THIS BOUNCE IN THE SECTOR WAS DUE TO LOSSES IN EUROPEAN PRODUCTION SECTOR AFTER THE CRISES AND DUE TO THE FACT THAT FAR EASTERN PRODUCTS ARE NOT FOUND AS OF HIGH QUALITY, ANTICIPATES THAT IN 2011, THE EXPORT IN SHOES SHALL INCREASE BY %30.

Turkish shoes sector, which is the third in Europe and ninth biggest production power in the world, was one of the sector that experienced the crises the most. The sector entered to 2009 painfully after the global crises burst out in the last quarter of 2008 and its export reduced by approximately %15. The sector which made an export of 296 million dollars in the entire 2009 recovered very fast after the crises. According to TIM registration numbers, an export of 401,7 million dollars was conducted in 2010 in shoes and shoes accessories products and

an increase of %35,6 was experienced compared to the previous year. In light of these numbers, shoes product group took a share of %31,6 from leather and leather products export that was increased to 1 milliard 272 million dollars with an increase of %18,2 in the same year. In that period, while 'Russia, the most important market of the sector, remained its status as the country that the most export was conducted to, shoes export conducted to the second biggest market Iraq continued its growth. According to Chair of Turkish Shoes Producers Association (TASD) İslam Şeker,

who evaluated the latest developments in the shoes sector that has passed the sector with the least damage and that then on exhibited a rapid growth, there are two important reasons for the success exhibited in the export. The first of those is the rapid secession of European shoes production with the crises in 2008 and its inability to be restored. This situation has made the eyes of world shoes suppliers turn their eyes to Turkey. The fact that products coming from Far East, which is the biggest rival in world market, are perceived as cheap and of having low quality became the other factor that triggered the orientation to Turkey shoes sector which comes to the forefront with its quality.

Market variety is increasing

Seker who draws attention to the fact that the most important advantage of Turkish shoes sector to which changing world condition especially after the global economic crises was on its side, is that it has a rapid and flexible production capacity and that it can respond inflow goods demands in a very short time, stated that apart from those, the fact that our

country was close to foreign market due to its geographical location was an advantage. Seker, mentioning that the sector grew between 1990 and 2000 as Russian market oriented and that in the last 10 years its market diversification increased, said "Turkish shoes sector has found a place for itself in the recent years with its image developing in Russian and primarily in neighbour countries and Middle Asia, Middle East, Balkans, European and African markets in the last years." and added that sector's searching for markets in this crises situation had an effect on this development.

Export increased in the first ten markets

When the first 10 countries that export was carried out in the last year, diversification in the market can be observed. In the list which was led by Russia, Iraq and Saudi Arabia, Germany, France, Bulgaria, England, Netherlands, Romania and Italia follows up these three countries respectively. Even in the first ten countries list where the most export was carried out, it is seen that Turkish shoes sector is expanded to a wide market. While Russia to which last year an export of 104 million dollars, with an increase of %95 approximately, continues to be the most important market

of Turkey, export to Iraq which follows it increased by %44 and reached to 44 million dollars. The shoes export conducted to Saudi Arabia, which is on the third position, on the other hand, increased by %19 and reached to 26 million dollars. Shoes export to Germany which has the fourth biggest market as per the shoes export increased significantly in 2010. After Germany to which the conducted export increased by %27 and reached 18 million dollars compared to the same period of last year, France which is the fifth country to which the most export is carried out, increased by %56 in 2010 and reached 16 million dollars.

An increase of %30 is aimed in 2011

TASD Chair Islam Seker who mentioned that even though the problems encountered in the sector in the last years, developments shown in market diversification increased the expectation for export in 2011, said that they aimed an increase of %30 for the export of the coming year in parallel with this expectation. Seker stresses that they need to strengthen the image of Turkish shoes to be outlast in markets and to increase their shares in export. Seker who draws attention that the activity of Turkish shoes sector

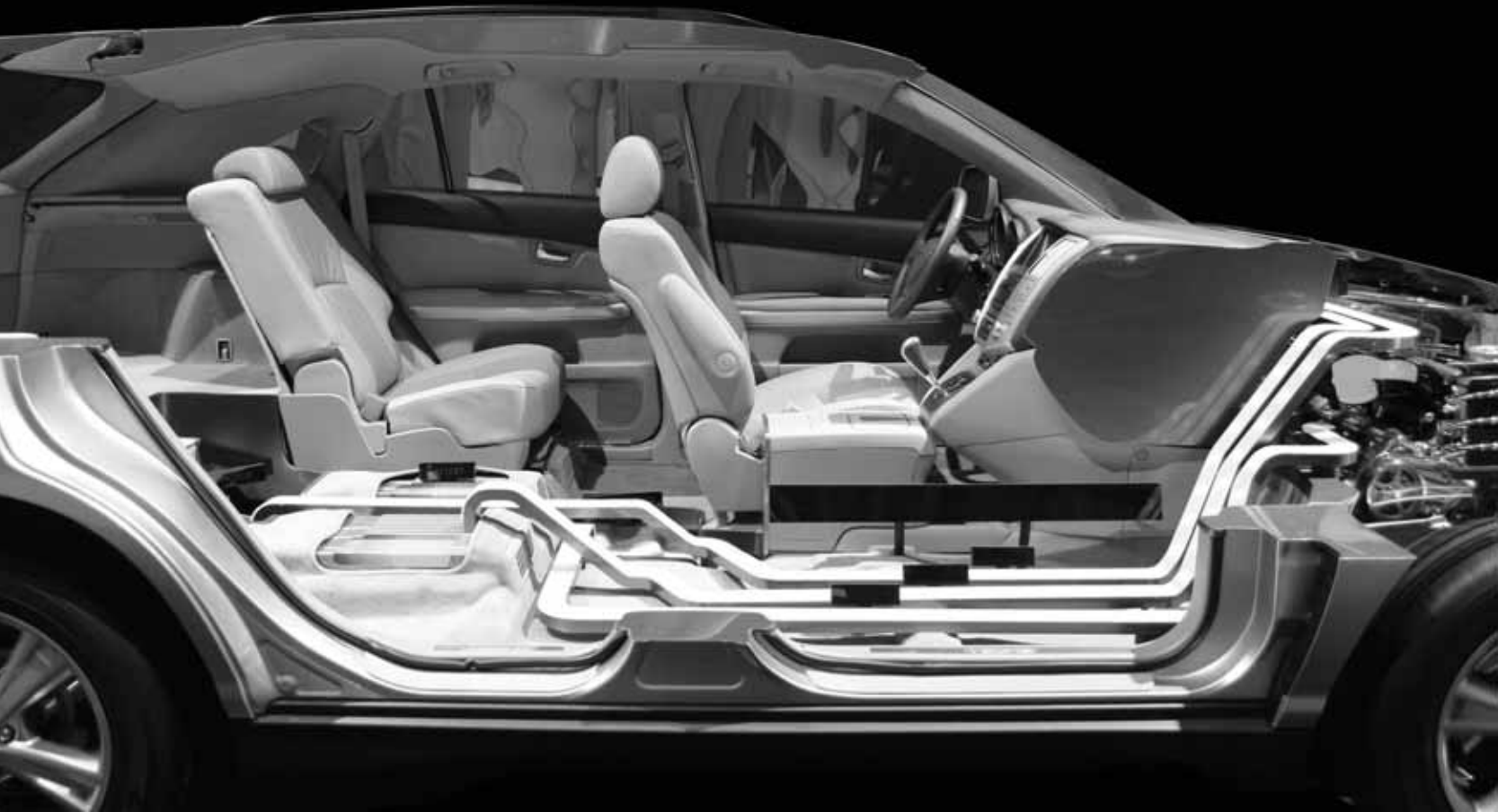
re, thinks that the sector should take its place strongly in that market from now on. Seker who says that African and Far Eastern markets shall be a serious market for Turkish shoes sector on leather and qualitative product basis, says that we should the examples before us and should set on course with correct strategies and course maps in order to achieve success in these markets.

"We commenced with small managements, and we have become production base"

Islam Seker who says that shoes management that was carrying out small workshop type production until 20 years ago have now become management that sell shoes to all world markets in our days, stresses that Turkey is now the third biggest production power in Europe and eight in the world and that by conducting industrial-type production, it grows export-oriented. Seker says "Turkish shoes sector compared to many countries that are accepted as production centers in the world have a more modern and developed production technology. In shoes sector, right now 240 thousand people are being employed in 18 thousand 500 managements and 212 million pairs of shoes are being produced" and adds that a contribution of 4,2 milliard dollars is made to our country's economy as result of this production. Şeker who mentions that development in shoes sector continues and its export increases and it places the image of shoes in foreign markets even though the successive crises, states that next aim of shoes sector is to strengthen the image of Turkish shoes in the markets it owns, to provide sustainable growth, to create unique and its own brands and to increase the share that it takes from world shoes export. ❖



TEXTILE CLOTHES THE AUTOMOTIVE



ALSO TEXTILE HAS AN IMPORTANT PLACE IN RAPIDLY DEVELOPING AUTOMOTIVE SECTOR OF TURKEY. TEXTILE AND LEATHER PRODUCTS COMPRIMISES A SIGNIFICANT PART OF THE DOMESTIC PARTS USED IN AUTOMOBILES. WHILE AVERAGE 25 KILOGRAMS OF TEXTILE PRODUCTS ARE USED IN AN AUTOMOBILE TODAY, IT IS EXPECTED THAT THIS NUMBERS CAN REACH UP TO 25 KILOGRAMS IN THE FUTURE.

Automotive sector which was in the first position in export in the last four years, continues its success in 2010 as well. The sector which takes a %15 share with 17,4 million dollars from general export of Turkey which was concluded as 113,7 million dollars last year, completed 2010 as well as the leading sector. The aim of the sector for the next year is estimated as 18 milliard dollars from now. Subsidiary industry has an

important share in the success of the sector that has exhibited a rapid growth trend. And textile is one of these sectors. Since a significant part of the domestic parts used in automotive are supplied from textile and leather sectors. Approximately 25-30 kilograms of textile products are used in a automobile. Products use are produced for their technical and performance properties rather than their aesthetic and decorative products. Textile's easiness

of use and its developing technical properties compared to many alternative products make textile indispensable for automotive sector. The use of high performance fibers and technical textiles in automotive rather than metal. Steel and traditional materials brings important advantages to provide faster and more comfortable service. For example, velocity and maneuverability of vehicles increase. Technical textiles used in automotive are preferred for

decoration, insulation, filtration function and for vehicle comfort as well. For this reason, it is anticipated that textile products used in automotive will increase more in coming years.

Textile from seat belt to suspension

Materials used in automobiles are classified as technique textile. Textile used in transportation vehicles constitute an important part of total technical textiles with

a share of %20. Textiles used in interior furnishing of transportation vehicles bear importance for vehicle users in terms of durability, comfort and in many other respects. Furthermore, textile materials are densely used in exterior covering of vehicles. Technical textile products used in transportation comprises of seat belts, air bags, seat fabrics, automobile accessories, accessories covers, seat covers, filters, carpets, cord fabric, composite additions, pipe and straps. And some parts of bodywork and even suspension are increasingly made from fibre glass reinforced composites. For the insulation of various parts of the vehicle, heat resistant and noise dampening textile products can be used. Gres and oild filters allow vehicle to operate appropriately. Even the use of spunlace is increasing day by day in order to filter the iar inside the vehicle. Air bags, on the other hand, are produced in USA and Europe as a standard part. %10 of total weight in ew models of Airbus 310 planes comprises of textile.

135 thousand tones of fabric are used in automotive annually

In automotive textile sector, a rapid development has been experienced especially for the alst three years. It is estimated that approximately 135 thousand tones of fabric are used annually in automotive industry in the world. While 20 kilograms of textile products were being used in a middle scale automobile until 10 years ago, this rate has been increased up to 26 kilograms today. In the coming years, it is expected that studies especially intended for reducing carbon emission will increase textile use in automobiles and will increase it up to 35 kilograms. Depar Leather Sales Manager Erdinç Bozkurt says that technical textiles are not produced due to

aesthetic and decorative properties but rather technical and performance properties they acquire. Apart from ostensible places such as car carpet, upholster, ceiling and seat belt, also in tyres, water piper, braking pipes and in straps, textile products are preferred as flexible reinforcing materials. Erdinç Bozkurt, who mentions that automotive producers give significant importance to the quality and properties of the materials used inside cars, stresses that all used materials are need to be designed, developed, produced, installed under ISO 9001:2000 and ISO/TS 16949:2002 and that they need to be products having quality system requirements after sales service. Bozkurt who says that each vehicle producer also has a technical specification about the concerned product and that they consider these specifications in design and production stages says "Technical properties are prepared with the assumption that materials are used in dense and rough environments; for example surface strenght are monitored against friction by being calculated with two and even three different test norms".

The growth of automotive also advances textile

With the increase in world trade, transportation sector also grows continuously. Moreover, as result of the increase in welfare with the increase in world population, number of transportation vehicles increase continuously. On the other hand, in parallel with tourism, working conditions, vacation opportunities and developments in life conditions, people spend more time in their vehicles. In this respect, use and importance of technique textiles used in vehicles for comfort and safety increase day by day. When investments throughout world related to automotive industry is observed, a transition from industrialized



countries to developing countries is observed. The development of automotive textile sector commences after the development in the world, as so with the most sectors. However, even though Turkey started late, it has reached the world and now it export automotive tectile to many countries. The most important reason for this development is that textile sector is very developed in Turkey and it is a sector open for investment. Part from the steps taken in Turkey in recent years, new enterprises continue. While some Far Eastern automotive firms continue their investments in Turkey, they also make new investments. These initiatives are expected to increase with the tight relations of Turkey with EU and in joining to the union period. Automotive main industry investments in our country comprimes an important potential for automotive technique textile producers that provide servies to this sector.

Export from Germany to Iran

Transportation vehicle which is the most important market for technique textiles has a significant potential. As automotive sector generally operates as "just in time", it bears importance that automotive sub-industry production is close to main industry production center. And in recent years, Japanese and South korean automobile producers

have commenced joint ventures in Turkey. Big automobile producers in Turkey proceeds to be the world production centers of Western automobile producers under whose license they carry out production. Today, approximately 20 firms carry out the production of various vehicles such as personal cars, buses, trucks, small lorries, minibus and wreckers in Turkey. Main export markets of the rapidly growing automotive textile firms in Turkey are Germany, England, Korea, France, Egypt and Iran. ❖

TEXTILE IS THE INDISPENSABLE OF THE AUTOMOTIVE

Approximately 25-30 kilograms of textile products are used in a automobile. In automotive textile sector, a rapid development has been experienced especially for the last three years. It is estimated that approximately 135 thousand tones of fabric are used annually in automotive industry in the world. While 20 kilograms of textile products were being used in a middle scale automobile until 10 years ago, this rate has been increased up to 26 kilograms today. In the coming years, it is expected that studies especially intended for reducing carbon emission will increase textile use in automobiles and will increase it up to 35 kilograms.

TÜRKİYE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI

	2010 ŞUBAT 1000 \$	2011 ŞUBAT 1000 \$	DEĞİŞİM %	2010 OCAK - ŞUBAT 1000 \$	TOPLAM KONFEKSİYONDA PAY %	2011 OCAK - ŞUBAT 1000 \$	TOPLAM KONFEKSİYONDA PAY %	2011 / 2010 DEĞİŞİM %
ALMANYA	291,912	345,588	18.4	582,386	25.3	678,300	26.0	16.5
BİRLEŞİK KRALLIK	148,879	161,289	8.3	297,086	12.9	327,424	12.5	10.2
FRANSA	86,815	105,348	21.3	183,311	8.0	220,987	8.5	20.6
İSPANYA	79,640	94,628	18.8	169,840	7.4	205,019	7.8	20.7
İTALYA	71,471	77,670	8.7	162,949	7.1	174,802	6.7	7.3
HOLLANDA	58,743	70,897	20.7	123,064	5.4	151,568	5.8	23.2
DANİMARKA	32,715	42,835	30.9	74,115	3.2	94,501	3.6	27.5
BELÇİKA	36,982	41,274	11.6	71,824	3.1	77,502	3.0	7.9
BİRLEŞİK DEVLETLER	29,754	32,856	10.4	59,710	2.6	64,746	2.5	8.4
İSVEÇ	22,750	30,458	33.9	47,611	2.1	59,344	2.3	24.6
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	859,660	1,002,843	16.7	1,771,897	77.1	2,054,192	78.6	15.9
RUSYA FEDERASYONU	19,082	29,758	55.9	33,637	1.5	55,359	2.1	64.6
IRAK	14,828	16,795	13.3	26,936	1.2	28,262	1.1	4.9
ÇEK CUMHURİYETİ	10,066	11,562	14.9	20,915	0.9	24,954	1.0	19.3
AVUSTURYA	12,585	13,010	3.4	24,198	1.1	24,706	0.9	2.1
ROMANYA	15,604	12,551	-19.6	29,153	1.3	24,067	0.9	-17.4
İSVİÇRE	10,549	11,564	9.6	22,979	1.0	23,420	0.9	1.9
İSRAİL	12,340	12,400	0.5	20,488	0.9	20,815	0.8	1.6
AHL SERBEST BÖLGE	10,003	10,932	9.3	19,283	0.8	19,254	0.7	-0.2
YUNANİSTAN	13,163	10,414	-20.9	24,785	1.1	19,123	0.7	-22.8
POLONYA	9,051	10,652	17.7	18,751	0.8	18,997	0.7	1.3
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	986,930	1,142,480	15.8	2,013,022	87.5	2,313,149	88.5	14.9
KAZAKİSTAN	6,121	9,403	53.6	9,605	0.4	18,306	0.7	90.6
SUUDİ ARABİSTAN	5,568	9,753	75.2	9,823	0.4	16,203	0.6	64.9
NORVEÇ	7,772	8,338	7.3	14,949	0.7	16,124	0.6	7.9
BULGARİSTAN	4,306	8,149	89.3	9,410	0.4	14,530	0.6	54.4
İRAN (İSLAM CUM.)	10,283	8,867	-13.8	15,749	0.7	14,017	0.5	-11.0
UKRAYNA	6,577	7,215	9.7	12,138	0.5	13,780	0.5	13.5
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİ	4,660	6,292	35.0	9,418	0.4	11,502	0.4	22.1
KANADA	5,069	5,367	5.9	10,252	0.4	10,909	0.4	6.4
KOSOVA	6,112	6,084	-0.5	11,931	0.5	10,898	0.4	-8.7
İRLANDA	6,377	5,113	-19.8	11,542	0.5	10,611	0.4	-8.1
CEZAYİR	5,788	4,340	-25.0	13,600	0.6	8,783	0.3	-35.4
SLOVAKYA	1,962	4,772	143.2	3,933	0.2	8,577	0.3	118.1
LİBYA	4,255	3,285	-22.8	8,295	0.4	8,363	0.3	0.8
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	2,299	3,614	57.2	4,299	0.2	8,024	0.3	86.6
TRAKYA SERBEST BÖLGE	5,879	4,757	-19.1	13,199	0.6	7,852	0.3	-40.5
FİNLANDİYA	2,243	2,948	31.4	5,691	0.2	7,813	0.3	37.3
ESTONYA	4,827	3,745	-22.4	10,892	0.5	5,878	0.2	-46.0
AVRUPA SERBEST BÖLG.	1,667	2,688	61.2	3,702	0.2	5,642	0.2	52.4
TUNUS	2,643	3,087	16.8	8,007	0.3	5,624	0.2	-29.8
HONG KONG	1,558	2,145	37.7	3,118	0.1	4,814	0.2	54.4
MISIR	3,265	1,786	-45.3	5,836	0.3	4,710	0.2	-19.3
MACARİSTAN	5,538	2,960	-46.6	9,238	0.4	4,484	0.2	-51.5
KIRGIZİSTAN	2,614	2,099	-19.7	4,093	0.2	3,796	0.1	-7.3
AZERBEYCAN-NAHCIVAN	6,170	1,854	-69.9	8,549	0.4	3,662	0.1	-57.2
LÜBNAN	3,100	2,430	-21.6	4,575	0.2	3,613	0.1	-21.0
AVUSTRALYA	1,321	1,901	44.0	2,331	0.1	3,591	0.1	54.0
JAPONYA	2,444	1,813	-25.8	4,394	0.2	3,543	0.1	-19.4
BOSNA-HERSEK	2,760	2,541	-7.9	3,641	0.2	3,537	0.1	-2.8
HIRVATİSTAN	1,172	2,105	79.5	2,398	0.1	3,472	0.1	44.8
SLOVENYA	1,453	1,582	8.9	2,745	0.1	2,644	0.1	-3.7
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	1,112,734	1,273,515	14.4	2,250,376	97.9	2,558,451	97.9	13.7
DIĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	26,973	30,229	12.1	48,980	2.1	55,023	2.1	12.3
AB (27) TOPLAMI	920,655	1,060,747	15.2	1,888,627	82.1	2,161,904	82.7	14.5
TOPLAM HALI İHRACATI	1,139,707	1,303,744	14.4	2,299,356	100.0	2,613,474	100.0	13.7

TÜRKİYE TEKSTİL İHRACATI

	2010 ŞUBAT 1000 \$	2011 ŞUBAT 1000 \$	DEĞİŞİM %	2010 OCAK - ŞUBAT 1000 \$	TOPLAM TEKSTİLDE PAY %	2011 OCAK - ŞUBAT 1000 \$	TOPLAM TEKSTİLDE PAY %	2011 / 2010 DEĞİŞİM %
İTALYA	45,721	80,023	75.0	97,276	10.2	157,748	12.7	62.2
RUSYA FEDERASYONU	56,015	76,559	36.7	113,093	11.8	150,313	12.1	32.9
ALMANYA	26,794	35,372	32.0	56,196	5.9	73,323	5.9	30.5
İRAN (İSLAM CUM.)	20,608	26,507	28.6	43,086	4.5	57,146	4.6	32.6
POLONYA	17,923	25,412	41.8	36,927	3.9	47,972	3.9	29.9
ROMANYA	21,603	21,831	1.1	40,993	4.3	45,495	3.7	11.0
BİRLEŞİK KRALLIK	16,480	21,521	30.6	35,045	3.7	43,494	3.5	24.1
İSPANYA	12,972	20,659	59.3	23,709	2.5	41,641	3.4	75.6
BİRLEŞİK DEVLETLER	16,727	20,495	22.5	30,339	3.2	37,283	3.0	22.9
BULGARİSTAN	16,984	18,259	7.5	31,785	3.3	34,143	2.8	7.4
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	251,826	346,638	37.6	508,450	53.2	688,557	55.6	35.4
FRANSA	11,596	14,879	28.3	24,639	2.6	29,286	2.4	18.9
FAS	9,948	14,112	41.9	18,701	2.0	27,219	2.2	45.6
YUNANİSTAN	10,373	14,370	38.5	20,892	2.2	26,792	2.2	28.2
MISIR	13,664	8,742	-36.0	27,777	2.9	26,347	2.1	-5.1
HOLLANDA	10,126	12,638	24.8	20,653	2.2	24,871	2.0	20.4
TUNUS	9,301	14,157	52.2	18,398	1.9	24,422	2.0	32.7
SURİYE ARAP CUM.(SUR)	9,152	11,448	25.1	18,032	1.9	24,396	2.0	35.3
UKRAYNA	7,488	12,211	63.1	14,201	1.5	23,704	1.9	66.9
BELÇİKA	9,218	10,922	18.5	19,871	2.1	22,202	1.8	11.7
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	9,265	11,035	19.1	20,473	2.1	22,182	1.8	8.3
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	351,957	471,153	33.9	712,086	74.6	939,978	75.8	32.0
MERSİN SERBEST BÖLGE	2,859	6,119	114.0	5,934	0.6	18,540	1.5	212.4
PORTEKİZ	5,724	10,776	88.3	11,208	1.2	17,034	1.4	52.0
MACARİSTAN	2,812	6,330	125.1	6,921	0.7	13,435	1.1	94.1
İSRAIL	6,706	6,846	2.1	11,752	1.2	13,123	1.1	11.7
SİRBİSTAN	6,714	7,186	7.0	13,772	1.4	12,947	1.0	-6.0
BEYAZ RUSYA	4,438	5,853	31.9	7,663	0.8	11,022	0.9	43.8
BREZİLYA	4,716	5,290	12.2	7,068	0.7	9,972	0.8	41.1
SUUDI ARABİSTAN	2,885	5,748	99.2	5,732	0.6	9,252	0.7	61.4
HONG KONG	3,551	5,864	65.1	5,921	0.6	9,056	0.7	52.9
LİTVANYA	2,137	4,119	92.7	4,987	0.5	7,907	0.6	58.6
EGE SERBEST BÖLGE	2,781	4,103	47.6	5,128	0.5	7,642	0.6	49.0
ÇEK CUMHURİYETİ	2,405	3,762	56.4	5,094	0.5	7,183	0.6	41.0
LİBYA	911	3,374	270.6	2,658	0.3	6,549	0.5	146.4
CEZAYİR	7,997	3,364	-57.9	15,165	1.6	6,076	0.5	-59.9
HİNDİSTAN	3,625	2,819	-22.2	6,104	0.6	5,753	0.5	-5.7
KAZAKİSTAN	1,544	3,462	124.2	2,239	0.2	5,629	0.5	151.4
AVUSTURYA	1,754	2,891	64.8	3,492	0.4	5,070	0.4	45.2
MAKEDONYA	2,214	2,740	23.7	4,850	0.5	4,848	0.4	0.0
İSVEÇ	1,498	2,346	56.6	2,816	0.3	4,656	0.4	65.3
BURSA SERBEST BÖLG.	1,581	2,692	70.2	3,066	0.3	4,515	0.4	47.3
GÜNEY AFRİKA CUMHURİ	2,017	2,394	18.7	3,860	0.4	4,476	0.4	16.0
AHL SERBEST BÖLGE	1,776	2,378	33.9	4,293	0.4	4,397	0.4	2.4
ÖZBEKİSTAN	1,766	2,482	40.6	3,358	0.4	4,379	0.4	30.4
KIRGIZİSTAN	2,035	3,050	49.9	2,483	0.3	4,336	0.3	74.6
SLOVAKYA	1,367	2,334	70.7	3,072	0.3	4,124	0.3	34.3
DANİMARKA	1,774	1,857	4.7	3,971	0.4	4,010	0.3	1.0
TRAKYA SERBEST BÖLGE	946	1,689	78.6	2,074	0.2	3,939	0.3	89.9
LÜBNAN	1,907	2,322	21.8	3,297	0.3	3,861	0.3	17.1
ESTONYA	2,602	1,826	-29.8	5,975	0.6	3,812	0.3	-36.2
GÜRCİSTAN	840	1,806	115.2	1,275	0.1	3,620	0.3	183.9
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	437,838	588,977	34.5	877,313	91.9	1,161,143	93.7	32.4
DIĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	38,215	42,020	10.0	77,561	8.1	78,223	6.3	0.9
AB (27) TOPLAMI	224,540	315,875	40.7	461,631	48.3	621,953	50.2	34.7
TOPLAM TEKSTİL İHRACATI	476,053	630,997	32.5	954,874	100.0	1,239,366	100.0	29.8

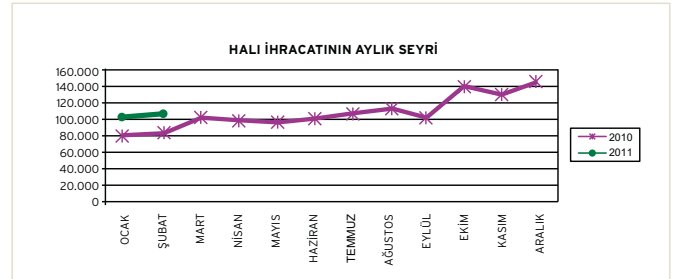
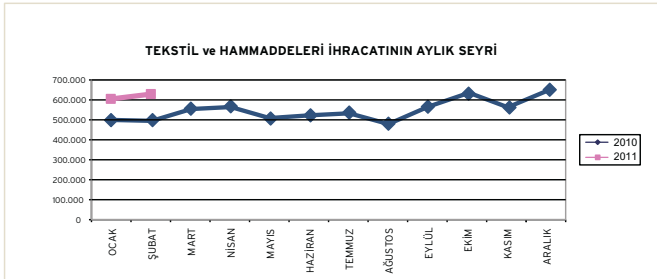
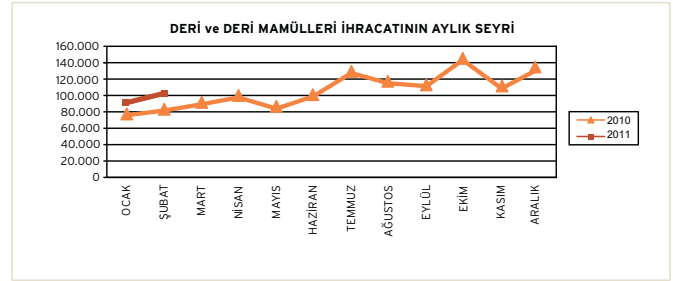
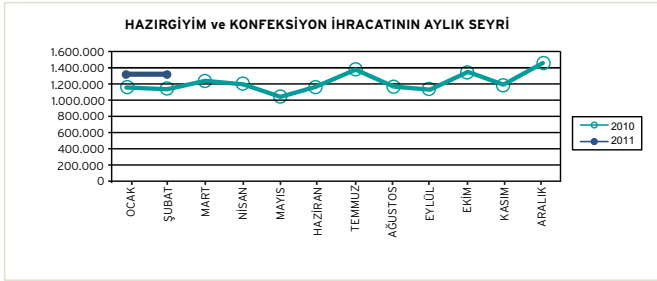
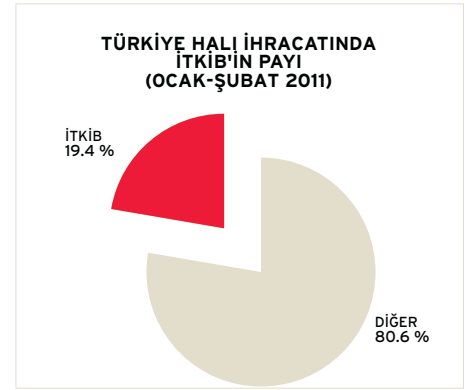
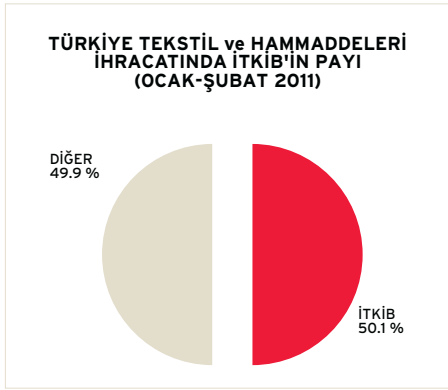
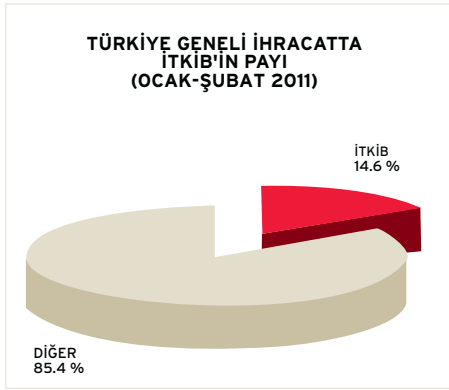
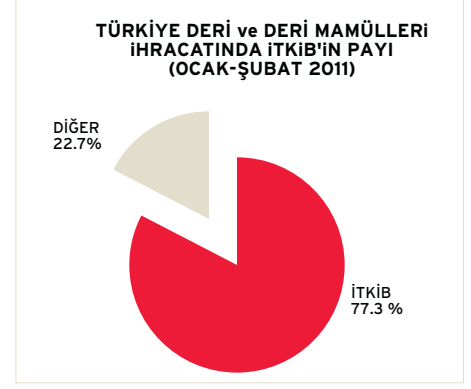
TÜRKİYE DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI

	2010 ŞUBAT 1000 \$	2011 ŞUBAT 1000 \$	DEĞİŞİM %	2010 OCAK - ŞUBAT 1000 \$	TOPLAM DERİDE PAY %	2011 OCAK - ŞUBAT 1000 \$	TOPLAM DERİDE PAY %	2011 / 2010 DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	21,775	21,526	-1.1	42,726	27.4	39,045	20.3	-8.6
ALMANYA	5,996	8,546	42.5	12,639	8.1	17,007	8.9	34.6
İTALYA	5,864	7,674	30.9	12,503	8.0	16,144	8.4	29.1
FRANSA	4,302	6,204	44.2	9,266	5.9	13,609	7.1	46.9
KAZAKİSTAN	1,722	5,070	194.4	5,393	3.5	10,940	5.7	102.9
UKRAYNA	970	5,973	515.6	1,807	1.2	10,720	5.6	493.1
İNGİLTERE	2,049	3,863	88.5	4,400	2.8	9,326	4.9	112.0
IRAK	2,863	2,700	-5.7	5,223	3.3	5,661	2.9	8.4
İSPANYA	1,394	3,218	130.8	3,862	2.5	5,177	2.7	34.1
HOLLANDA	3,482	2,711	-22.1	7,005	4.5	5,007	2.6	-28.5
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	50,416	67,485	33.9	104,824	67.2	132,637	69.1	26.5
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	1,306	2,623	100.8	2,516	1.6	4,665	2.4	85.4
BULGARİSTAN	1,534	2,702	76.2	2,890	1.9	3,893	2.0	34.7
HONG KONG	1,631	1,867	14.5	3,010	1.9	3,773	2.0	25.3
DANİMARKA	920	1,518	64.9	2,101	1.3	3,526	1.8	67.8
SUUDI ARABİSTAN	1,505	1,832	21.7	3,206	2.1	3,354	1.7	4.6
ABD	857	1,678	95.7	2,056	1.3	2,853	1.5	38.7
BELÇİKA	1,336	1,493	11.8	1,902	1.2	2,390	1.2	25.7
ROMANYA	2,355	1,404	-40.4	3,663	2.3	2,274	1.2	-37.9
YUNANİSTAN	1,096	1,004	-8.4	2,127	1.4	1,592	0.8	-25.1
İSVİÇRE	670	898	34.1	1,355	0.9	1,539	0.8	13.5
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	63,627	84,503	32.8	129,651	83.1	162,495	84.6	25.3
KIRGIZİSTAN	621	1,221	96.8	781	0.5	1,507	0.8	93.1
AZERBAYCAN-NAHCIVAN	557	831	49.2	760	0.5	1,431	0.7	88.2
AVUSTURYA	245	685	180.0	753	0.5	1,406	0.7	86.8
İSRAİL	791	612	-22.7	1,559	1.0	1,356	0.7	-13.1
BEYAZ RUSYA	1,421	1,066	-25.0	1,499	1.0	1,288	0.7	-14.0
BİRLESİK ARAP EMİRLİKLERİ	748	745	-0.4	1,098	0.7	1,219	0.6	10.9
GÜNEY KORE	306	287	-6.2	605	0.4	1,015	0.5	67.7
POLONYA	364	594	63.5	529	0.3	997	0.5	88.4
TATARİSTAN	4	737	20,556.1	4	0.0	954	0.5	26,617.8
SİRBİSTAN	296	301	1.6	605	0.4	743	0.4	22.8
KUZEY KIBRIS TÜRK CUM.	338	509	50.4	492	0.3	711	0.4	44.4
MISIR	728	159	-78.1	929	0.6	680	0.4	-26.8
İRAN	472	444	-6.0	624	0.4	665	0.3	6.7
ÇEK CUMHURİYETİ	208	491	136.3	298	0.2	629	0.3	110.9
LÜBNAN	233	495	111.9	341	0.2	618	0.3	81.2
FAS	59	63	6.8	101	0.1	615	0.3	509.1
LİTVANYA	445	475	6.8	552	0.4	604	0.3	9.4
GÜRCİSTAN	322	285	-11.5	408	0.3	598	0.3	46.6
TÜRKMENİSTAN	477	442	-7.4	802	0.5	543	0.3	-32.3
İSVEÇ	151	223	47.4	305	0.2	542	0.3	77.6
KOSOVA	389	294	-24.5	612	0.4	542	0.3	-11.3
EGE SERBEST BÖLGE	162	374	130.2	296	0.2	538	0.3	81.8
JAPONYA	345	379	9.9	496	0.3	486	0.3	-2.0
LİBYA	155	157	1.2	471	0.3	459	0.2	-2.6
FİNLANDİYA	61	273	346.8	321	0.2	453	0.2	41.0
ÖZBEKİSTAN	23	383	1,571.5	115	0.1	445	0.2	288.1
KANADA	145	206	42.6	219	0.1	409	0.2	86.5
ARNAVUTLUK	141	234	66.0	300	0.2	406	0.2	35.1
SLOVAKYA	237	339	42.9	293	0.2	390	0.2	33.3
MAKEDONYA	149	266	78.9	216	0.1	387	0.2	79.1
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	74,218	98,072	32.1	146,035	93.6	185,131	96.4	26.8
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	5,470	3,867	-29.3	9,947	6.4	6,909	3.6	-30.5
AB (27) TOPLAMI	34,577	44,105	27.6	69,114	44.3	86,074	44.8	24.5
TOPLAM DERİ ve DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI	79,688	101,939	27.9	155,982	100.0	192,040	100.0	23.1

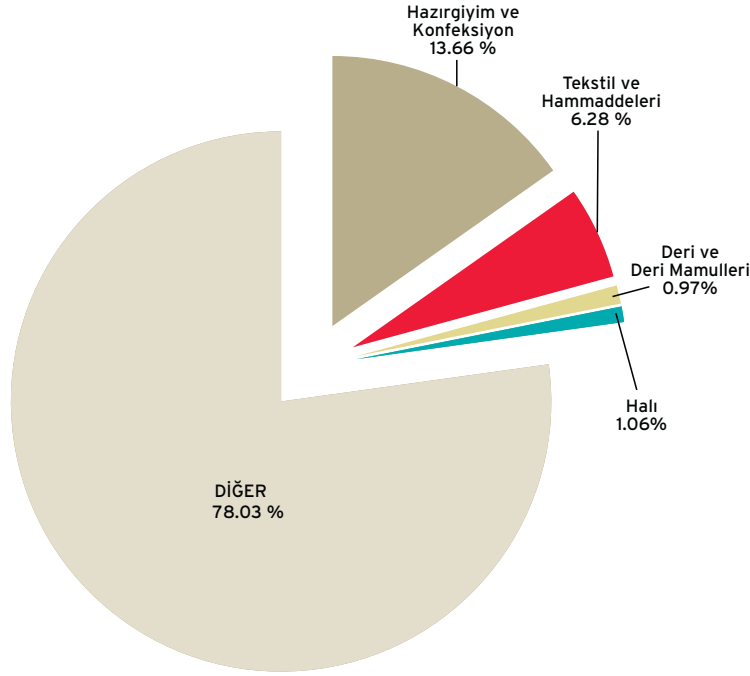
TÜRKİYE HALI İHRACATI

	2010 ŞUBAT 1000 \$	2011 ŞUBAT 1000 \$	DEĞİŞİM %	2010 OCAK - ŞUBAT 1000 \$	TOPLAM HALIDA PAY %	2011 OCAK - ŞUBAT 1000 \$	TOPLAM HALIDA PAY %	2010 / 2009 DEĞİŞİM %
SUUDİ ARABİSTAN	10,083	15,969	58.4	19,555	12.4	28,692	13.7	46.7
ABD	8,697	9,383	7.9	15,618	9.9	20,821	10.0	33.3
ALMANYA	7,337	8,527	16.2	14,044	8.9	14,699	7.0	4.7
İRAN (İSLAM CUM.)	3,979	4,556	14.5	6,443	4.1	8,049	3.8	24.9
İNGİLTERE	1,979	4,741	139.5	4,286	2.7	7,554	3.6	76.3
İRAK	1,764	2,708	53.5	4,867	3.1	7,481	3.6	53.7
LİBYA	1,575	4,516	186.7	4,196	2.7	6,788	3.2	61.8
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	2,009	3,195	59.1	4,041	2.6	6,769	3.2	67.5
KAZAKİSTAN	2,569	3,061	19.1	4,140	2.6	6,394	3.1	54.4
UKRAYNA	1,714	3,503	104.4	3,263	2.1	6,310	3.0	93.4
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	41,707	60,159	44.2	80,453	50.8	113,556	54.3	41.1
RUSYA FEDERASYONU	2,002	2,784	39.1	3,906	2.5	5,843	2.8	49.6
POLONYA	2,703	2,774	2.7	4,456	2.8	4,650	2.2	4.3
FRANSA	2,007	2,644	31.8	3,181	2.0	4,545	2.2	42.9
İSRAİL	1,331	2,062	54.9	2,787	1.8	4,220	2.0	51.4
BELÇİKA	1,908	1,882	-1.3	3,576	2.3	4,040	1.9	13.0
AZERBEYCAN-NAHÇIVAN	998	1,843	84.6	2,683	1.7	3,990	1.9	48.7
KUVEYT	974	2,527	159.5	2,035	1.3	3,918	1.9	92.5
JAPONYA	1,293	1,478	14.3	2,365	1.5	3,894	1.9	64.7
TÜRKMENİSTAN	1,211	1,755	44.8	2,448	1.5	3,869	1.9	58.1
MISIR	2,869	955	-66.7	5,102	3.2	3,678	1.8	-27.9
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	59,002	80,863	37.1	112,992	71.4	156,202	74.7	38.2
ROMANYA	1,840	1,821	-1.0	3,591	2.3	3,467	1.7	-3.5
İTALYA	1,616	1,244	-23.0	3,311	2.1	3,425	1.6	3.4
TACİKİSTAN	1,016	1,247	22.6	2,905	1.8	3,417	1.6	17.6
GÜNEY AFRİKA CUMHURİYETİ	1,237	1,585	28.1	2,398	1.5	3,060	1.5	27.6
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	124	1,421	1,044.7	962	0.6	2,668	1.3	177.4
AFGANİSTAN	659	1,564	137.4	1,474	0.9	2,434	1.2	65.2
PAKİSTAN	501	1,019	103.4	1,256	0.8	2,109	1.0	67.9
KIRGIZİSTAN	646	731	13.1	1,327	0.8	1,607	0.8	21.1
FAS	445	874	96.3	1,355	0.9	1,584	0.8	16.9
İSPANYA	271	508	87.2	414	0.3	1,503	0.7	262.8
İSVEÇ	561	673	20.0	1,122	0.7	1,263	0.6	12.5
AVUSTURYA	964	438	-54.6	2,825	1.8	1,151	0.6	-59.2
CEZAYİR	377	651	72.5	1,006	0.6	1,141	0.5	13.4
MALEZYA	436	836	91.6	791	0.5	1,133	0.5	43.3
ŞİLİ	313	545	74.3	543	0.3	1,117	0.5	105.8
KANADA	713	551	-22.7	842	0.5	938	0.4	11.4
UMMAN	576	407	-29.3	786	0.5	920	0.4	17.1
AHL SERBEST BÖLGE	454	353	-22.1	596	0.4	868	0.4	45.7
MACARİSTAN	412	749	81.7	615	0.4	776	0.4	26.1
BREZİLYA	172	258	50.4	280	0.2	775	0.4	177.4
YEMEN	122	333	172.0	387	0.2	767	0.4	98.1
FİNLANDİYA	99	270	172.5	256	0.2	744	0.4	190.9
BOSNA-HERSEK	267	359	34.4	679	0.4	739	0.4	8.9
KATAR	515	317	-38.5	833	0.5	684	0.3	-17.8
AVUSTRALYA	506	355	-29.9	1,072	0.7	677	0.3	-36.8
PORTEKİZ	374	408	9.1	575	0.4	618	0.3	7.5
KKTC	212	263	23.6	407	0.3	613	0.3	50.4
ÖZBEKİSTAN	169	372	120.0	169	0.1	587	0.3	247.7
ENDONEZYA	46	180	292.5	67	0.0	559	0.3	738.1
ÇEK CUMHURİYETİ	876	360	-58.9	998	0.6	555	0.3	-44.4
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	75,524	101,554	34.5	146,832	92.8	198,100	94.7	34.9
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	5,072	5,327	5.0	11,422	7.2	11,004	5.3	-3.7
AB (27) TOPLAMI	24,382	28,085	15.2	47,065	29.7	51,389	24.6	9.2
TOPLAM HALI İHRACATI	80,596	106,881	32.6	158,254	100.0	209,104	100.0	32.1

SEKTÖR İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI % (OCAK-ŞUBAT 2011)		
	İTKİB	DİĞER
KONFEKSİYON	76.7	23.3
TEKSTİL	50.1	49.9
DERİ	77.3	22.7
HALI	19.4	80.6



TOPLAM İHRACAT İÇİNDE DÖRT SEKTÖRÜN PAYI



2010 AYLIK DÖVİZ KURLARI (TL)		
	\$	EURO
1 Ocak 2010	1.4881	2.1377
1 Şubat 2010	1.4904	2.0724
1 Mart 2010	1.5427	2.0976
1 Nisan 2010	1.5115	2.0395
1 Mayıs 2010	1.4862	1.9669
1 Haziran 2010	1.5799	1.9208
1 Temmuz 2010	1.5770	1.9400
1 Ağustos 2010	1.4918	1.9499
1 Eylül 2010	1.5155	1.9361
1 Ekim 2010	1.4390	1.9751
1 Kasım 2010	1.4196	1.9805
1 Aralık 2010	1.4960	1.9586

2011 AYLIK DÖVİZ KURLARI (TL)		
	\$	EURO
1 Ocak 2011	1.5476	2.0606
1 Şubat 2011	1.5814	2.1729
1 Mart 2011	1.5980	2.2097
1 Nisan 2011		
1 Mayıs 2011		
1 Haziran 2011		
1 Temmuz 2011		
1 Ağustos 2011		
1 Eylül 2011		
1 Ekim 2011		
1 Kasım 2011		
1 Aralık 2011		

SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI - 1000 \$

	ŞUBAT				OCAK-ŞUBAT				SON 12 AY			
	2010	2011	Değişim ('11/'10)	Pay ('11) (%)	2010	2011	Değişim ('11/'10)	Pay ('11) (%)	2009-2010	2010-2011	Değişim ('10-'09/'11-'10)	Pay ('10-'11) (%)
I. TARIM	1,116,600	1,361,615	21.94	13.40	2,253,098	2,753,373	22.20	13.96	13,406,459	15,539,987	15.91	13.22
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	832,696	1,022,043	22.74	10.05	1,681,605	2,051,658	22.01	10.40	10,002,467	11,518,717	15.16	9.80
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	328,218	384,096	17.02	3.78	626,605	774,268	23.57	3.93	3,667,830	4,260,188	16.15	3.62
Yaş Meyve ve Sebze	173,670	237,592	36.81	2.34	354,246	487,844	37.71	2.47	1,969,482	2,317,901	17.69	1.97
Meyve Sebze Mamulleri	75,851	83,171	9.65	0.82	153,280	170,081	10.96	0.86	1,045,639	1,136,356	8.68	0.97
Kuru Meyve ve Mamulleri	80,859	102,391	26.63	1.01	158,873	201,451	26.80	1.02	1,106,734	1,285,887	16.19	1.09
Fındık ve Mamulleri	97,934	136,054	38.92	1.34	195,254	251,838	28.98	1.28	1,239,866	1,601,068	29.13	1.36
Zeytin ve Zeytinyağı	24,606	15,494	-37.03	0.15	44,548	27,892	-37.39	0.14	214,883	172,864	-19.55	0.15
Tütün	45,902	55,895	21.77	0.55	138,646	125,672	-9.36	0.64	709,054	685,755	-3.29	0.58
Kesme Çiçek	5,655	7,350	29.97	0.07	10,154	12,611	24.20	0.06	48,975	58,701	19.86	0.05
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	79,107	85,552	8.15	0.84	158,709	195,039	22.89	0.99	844,369	998,638	18.27	0.85
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	79,107	85,552	8.15	0.84	158,709	195,039	22.89	0.99	844,369	998,638	18.27	0.85
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	204,797	254,020	24.04	2.50	412,784	506,675	22.75	2.57	2,559,626	3,022,629	18.09	2.57
Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri	204,797	254,020	24.04	2.50	412,784	506,675	22.75	2.57	2,559,626	3,022,629	18.09	2.57
II. SANAYİ	6,865,144	8,554,939	24.61	84.16	13,329,523	16,505,747	23.83	83.68	83,158,784	96,696,891	16.28	82.27
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	636,337	839,818	31.98	8.26	1,269,110	1,640,511	29.26	8.32	7,895,319	9,458,393	19.80	8.05
Tekstil ve Hammaddeleri	476,053	630,997	32.55	6.21	954,874	1,239,366	29.79	6.28	5,700,333	6,812,791	19.52	5.80
Deri ve Deri Mamulleri	79,688	101,939	27.92	1.00	155,982	192,400	23.12	0.97	1,079,718	1,308,363	21.18	1.11
Halı	80,596	106,882	32.61	1.05	158,254	209,105	32.13	1.06	1,115,268	1,337,240	19.90	1.14
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	835,821	1,194,891	42.96	11.76	1,674,183	2,411,136	44.02	12.22	10,182,116	13,457,375	32.17	11.45
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	835,821	1,194,891	42.96	11.76	1,674,183	2,411,136	44.02	12.22	10,182,116	13,457,375	32.17	11.45
C. SANAYİ MAMULLERİ	5,392,986	6,520,230	20.90	64.15	10,386,230	12,454,100	19.91	63.14	65,081,349	73,781,125	13.37	62.78
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1,139,707	1,303,744	14.39	12.83	2,299,356	2,613,474	13.66	13.25	13,496,591	14,958,272	10.83	12.73
Otomotiv Endüstrisi	1,435,069	1,615,440	12.57	15.89	2,824,866	3,107,359	10.00	15.75	16,056,458	17,665,301	10.02	15.03
Gemi ve Yat	73,229	71,420	-2.47	0.70	115,481	138,714	20.12	0.70	1,658,831	1,141,696	-31.17	0.97
Elektrik - Elektronik	709,005	744,713	5.04	7.33	1,332,387	1,460,669	9.63	7.40	8,780,225	9,758,821	11.15	8.30
Makine ve Aksamları	473,176	577,454	22.04	5.68	873,891	1,123,932	28.61	5.70	5,645,340	6,605,830	17.01	5.62
Demir ve Demir Dışı Metaller	440,498	544,429	23.59	5.36	831,417	1,052,944	26.64	5.34	4,732,411	6,018,417	27.17	5.12
Demir Çelik Ürünleri	801,247	1,304,984	62.87	12.84	1,483,196	2,280,072	53.73	11.56	10,544,551	13,099,205	24.23	11.15
Çimento ve Toprak Ürünleri	239,545	234,698	-2.02	2.31	473,114	462,637	-2.21	2.35	3,139,097	3,205,922	2.13	2.73
Değerli Maden ve Mücevherat	77,441	116,375	50.28	1.14	143,527	202,818	41.31	1.03	980,610	1,265,187	29.02	1.08
Diğer Sanayi Ürünleri	4,070	6,972	71.30	0.07	8,994	11,482	27.66	0.06	47,234	62,477	32.27	0.05
III. MADENCİLİK	202,701	248,059	22.38	2.44	473,118	543,708	14.92	2.76	2,705,064	3,729,464	37.87	3.17
Madencilik Ürünleri	202,701	248,059	22.38	2.44	473,118	543,708	14.92	2.76	2,705,064	3,729,464	37.87	3.17
T O P L A M (*)	8,184,445	10,164,614	24.19	100	16,094,185	19,725,771	22.56	100	101,917,188	117,530,760	15.32	100

BÜRLÜKLER

Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB)
Tel: 0 324 325 37 37
Faks: 0 324 325 41 42
e-mail: arge@akib.org.tr
internet: www.akib.org.tr

Antalya İhracatçı Birlikleri (AİB)
Tel: 0 242 311 80 00
Faks: 0 242 311 79 00
e-mail: aib@aib.gov.tr
internet: www.aib.gov.tr

Denizli İhracatçı Birliği
Tel: 0 258 274 66 88
Faks: 0 258 274 72 22-62
e-mail: detkib@detkib.org.tr
internet: www.detkib.org.tr

Doğu Anadolu İhracatçıları Birliği (DAİB)
Tel: 0 442 214 11 84-85
Faks: 0 442 214 11 89-90
e-mail: daib@tr-net.net.tr
www.daib.org.tr

Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği
Tel: 0 462 326 16 01
Faks: 0 462 326 94 01 - 02
www.dkib.org.tr

Ege İhracatçı Birlikleri (EİB)
Tel: 0 232 488 60 00
Faks: 0 232 488 61 00
e-mail: eib@egebirlik.org.tr
internet: www.egebirlik.org.tr

Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri (GAİB)
Tel: 0 342 220 00 10
Faks: 0 342 220 00 16
e-mail: gaib@gaib.org.tr
internet: www.gaib.org.tr

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB)
Tel: 0 212 454 02 00
Faks: 0 212 454 02 01 - 454 04 10
internet: www.itkib.org.tr

İstanbul İhracatçı Birlikleri (İİB)
Tel: 0 212 454 05 00
Faks: 0 212 454 05 01
e-mail: iib@iib.org.tr
internet: www.iib.org.tr

İstanbul Maden ve Metal İhracatçı Birlikleri (İMMİB)
Tel: 0 212 454 00 00
Faks: 0 212 454 00 01
internet: www.immib.org.tr

Karadeniz İhracatçı Birlikleri (KİB)
Tel: 0 454 216 24 26 - 216 13 38
Faks: 0 454 216 48 42
e-mail: kib@hnutexp.org
internet: www.kib.org

Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri (OAİB)
Tel: 0 312 447 27 40
Faks: 0 312 446 96 05 - 447 01 80
e-mail: oaib@foreigntrade.gov.tr
internet: www.foreigntrade.gov.tr

Uludağ İhracatçı Birlikleri
Tel: 0 224 2191000
Faks: 0 224 2191090
e-mail: uludag@uib.org.tr
internet: www.uib.org.tr

DERNEKLER

Adana Giyim Markaları Derneği (AGİMAD)
Tel: 0 322 453 53 21
internet: www.agimad.org

Ankara Giyim Sanayicileri Derneği
Tel: 0 312 473 70 75 (pbx)
Faks: 0 312 473 70 77
e-mail: info@agsd.org.tr
Internet: www.agsd.org.tr

Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği (AYSAD)
Tel: 0 212 518 03 79
Faks: 0 212 516 03 01
e-mail: aysad@anet.net.tr
internet: www.aysad.org

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD)
Tel: 0 212 320 82 00
Faks: 0 212 320 82 03
e-mail: eutku@birlesmismarkalar.org.tr

Çorap Sanayicileri Derneği (ÇSD)
Tel: 0 212 438 32 08
Faks: 0 212 438 32 09
e-mail: csd@csd.org.tr
internet: www.csd.org.tr

Denim Sanayicileri Derneği (DENİMDER)
Tel: 0 212 465 69 70 - 71
Faks: 0 212 465 69 72
e-mail: info@denimder.com
internet: www.denimder.com

Ege Giyim Sanayicileri Derneği (EGSD)
Tel: 0 232 446 46 93
Fax: 0232 441 10 43
e-mail: ayferae@egsd.org.tr
internet: www.egsd.org.tr

Ege Tekstil ve Konfeksiyon Makine Satıcıları Derneği
Tel: 0 232 448 99 04

İstanbul Gümrük Müşavirleri Derneği
Tel: 0 212 249 45 00
Faks: 0 212 252 09 62
e-mail: info@igmd.org

İstanbul Nakış Sanayicileri Derneği (İNSAD)
Tel: 0 212 556 58 87
Faks: 0 212 644 88 95
e-mail: posta@insad.org.tr
internet: www.insad.org.tr

İstanbul Tekstil Üreticileri Derneği (İTÜD)
Tel: 0 212 512 38 69
Faks: 0 212 512 38 70

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon Fasoncular Derneği
Tel: 0 216 336 87 72
Faks: 0 216 467 47 62
e-mail: itfad@itfad.com
internet: www.itfad.com

Konfeksiyon Yan Sanayicileri Derneği (KYSD)
Tel: 0 212 438 12 96 - 97
Faks: 0 212 438 12 98
e-mail: kysder@superonline.com
internet: www.kysd.org.tr

Laleli Sanayici ve İşadamları Derneği (LASİAD)
Tel: 0 212 458 12 49
Faks: 0 212 458 12 50

Merter Sanayici ve İşadamları Derneği (MESİAD)
Tel: 0 212 643 47 22
Fax: 0 212 553 80 80
e-mail: mesiad@mesiad.org.tr
internet: www.mesiad.org.tr

Moda Tasarımcıları Derneği (MDT)
Tel: 0212 296 90 45
Fax: 0212 296 90 47
www.mtd.org.tr

Osmanbey Tekstilci İşadamları Derneği (OTİAD)
Tel: 0 212 231 92 85
Faks: 0 212 231 89 46
e-mail: otiad@otiad.org.tr
internet: www.otiad.org.tr

Örme Sanayicileri Derneği (ÖRSAD)
Tel: 0 212 637 68 05
Faks: 0 212 637 68 07

e-mail: orsad@orsad.org.tr
internet: www.orsad.org.tr

Rus Türk İşadamları Birliği (RTİB)
Tel: 007 095 931 99 65 (pbx)
Faks: 007 095 931 99 65
e-mail: rtib@umail.ru
internet: www.rtib.ru

Tekstil Aksesuar Sanayi İşadamları Derneği (TASİAD)
Tel: 0212 557 07 07
Tel: 0212 557 29 64
E-mail: tasiad@tasiadaksesuar.org
www.tasiadaksesuar.org

Tekstil Etiketçileri Derneği
Tel: 0212 565 32 06
Faks: 0212 565 32 06
e-posta: info@etider.org
internet: www.etider.org

Tescilli Markalar Derneği
Tel: 0 212 219 79 99
Faks: 0 212 219 54 83

Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TETSİAD)
Tel: 0 212 292 04 04 (pbx)
Faks: 0 212 292 23 04
e-mail: info@tetsiad.org
internet: www.tetsiad.org

Tüm İçgiyim Sanayicileri Derneği (TİGSAD)
Tel: 0 212 438 65 15
Fax: 0212 438 65 16
e-mail: info@tigsad.org
internet: www.tigsad.org

Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD)
Tel: 0 212 549 71 71
Faks: 0 212 549 71 17
e-mail: info@tasd.com.tr
www.tasd.com.tr

Türk Deri Konfeksiyoncuları Derneği (TDKD)
Tel: 0 212 665 27 47
Faks: 0 212 546 77 53
e-mail: tdkd@tdkd.org.tr
internet: www.tdkd.org.tr

Türkiye Dış Ticaret Derneği (TÜRKTİCARET)
Tel: 0 212 272 69 81
Faks: 0 212 275 51 36

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD)
Tel: 0 212 639 76 56
Faks: 0 212 451 61 13 - 13
e-mail: tgسد@tgسد.org
internet: www.tgسد.org

Tekstil Boya ve Madde İhracatçıları Derneği (TEKS-BOYA DER)
Tel: 0 212 261 80 85 - 86
Faks: 0 212 261 02 33

Türkiye Triko Sanayicileri Derneği (TRİSAD)
Tel: 0 212 438 06 60
Faks: 0 212 438 00 98
e-mail: demek@trisad.org
internet: www.trisad.org

Türkiye Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği
Tel: 0 212 227 06 86
Faks: 0 212 260 11 57

KURUMLAR

Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı (DPT)
Tel: 0 312 294 50 00
Faks: 0 312 231 34 98
e-mail: bilgi@dpt.gov.tr
internet: www.dpt.gov.tr

Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı
Tel: 0 312 204 75 00
Faks: 0 312 212 59 05
internet: www.foreigntrade.gov.tr

Devlet İstatistik Enstitüsü (DİE)
Tel: 0 312 417 64 40
Faks: 0 312 425 33 87
internet: www.die.gov.tr

Gümrük Müsteşarlığı (GM)
Tel: 0 312 311 20 00
Faks: 0 312 212 22 97
İstanbul Tel: 0 212 243 50 56

Hazine Müsteşarlığı (HM)
Tel: 0 312 204 60 00
Faks: 0 312 212 22 97
internet: www.treasury.gov.tr

İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi (İGEME)
Tel: 0 312 417 22 33
İstanbul Tel: 0 212 454 08 00
e-mail: igeme@igeme.org.tr
internet: www.igeme.org.tr

Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)
Tel: 0 312 212 81 90
Faks: 0 312 212 25 80
e-mail: kos@kosgeb.gov.tr
internet: www.kosgeb.gov.tr

Rekabet Kurumu
Tel: 0 312 266 69 69
Faks: 0 312 266 79 20
e-mail: rek@rekabet.gov.tr
internet: www.rekabet.gov.tr

Sosyal Sigortalar Kurumu Genel Müdürlüğü (SSK)
Tel: 0 312 458 70 00
Faks: 0 312 435 72 36
İstanbul Tel: 0 212 252 31 04

İstanbul Vergi Dairesi Başkanlığı
Tel: 0212 402 44 00
internet: www.ivdb.gov.tr

SENDİKA VE ODALAR

DİSK Tekstil Sendikası
Tel: 0 212 637 29 00
Faks: 0 212 637 29 09

Tüm Dokuma, İplik, Trikotaj ve Giyim Sanayi İşçileri Sendikası (ÖZ İPLİK-İŞ)
Tel: 0 312 232 06 07
Faks: 0 312 231 99 55
e-mail: oziplik@oziplikis.org.tr
internet: www.oziplikis.org.tr

Tekstil Mühendisleri Odası
Tel: 0 232 446 22 43
Faks: 0 232 446 27 92

Türkiye Tekstil Sanayi İşverenler Sendikası
Tel: 0 212 344 07 77
Faks: 0 212 344 07 66 - 67

T. Tekstil, Örme ve Giyim Sanayi İşçileri Sendikası
Tel: 0 312 431 21 70
Faks: 0 312 435 78 26

VAKIFLAR

İHKİB Eğitim Vakfı
Tel: 0 212 454 03 29

Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TASEV)
Tel: 0 212 470 51 53
Faks: 0 212 470 52 13

Türkiye Deri Vakfı (TÜRDEV)
Tel: 0 212 558 23 02
Faks: 0 212 558 22 96
e-mail: turdev@turknet

Türkiye Tekstil, Hazır Giyim, Deri Sanayi Teknoloji ve Tasarım Araştırma Geliştirme Vakfı (TARGEV)
Tel: 0 232 431 16 15
Faks: 0 232 431 16 90
e-mail: targdev@targev.org.tr
internet: www.targev.org.tr

Türk Tekstil Vakfı (TÜTEV)
Tel: 0 212 227 06 05
Faks: 0 212 227 07 05

Türk Dış Ticaret Vakfı (TDV)
Tel: 0 312 235 65 10
Faks: 0 312 235 65 15
e-mail: info@tdv.org.tr
internet: www.tdv.org.tr

SERBEST BÖLGE

Atatürk Havalimanı Serbest Bölgesi (SB)
Tel: 0 212 465 00 65 (3hat)
Faks: 0 212 465 00 68

Çorlu Avrupa Serbest Bölge Müdürlüğü
Tel: 0 282 692 10 54 (4hat)
Faks: 0 282 691 10 59

İstanbul Deri ve Endüstri Serbest Bölge Müdürlüğü
Tel: 0 216 394 21 28
Faks: 0 216 394 12 53

İstanbul Trakya Serbest Bölge Müdürlüğü
Tel: 0 212 789 60 00 (20 hat)
Faks: 0 212 789 29 23
e-mail: isttrakyasb@superonline.com

GÜMRÜKLER

İstanbul Gümrükleri Başmüdürlüğü
Tel: 0 212 377 32 01
Faks: 0 212 243 50 56
Başmüdür Yrd. Tel: 0 212 377 32 13

Haydarpaşa Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 216 345 32 12
Faks: 0 216 345 32 12

Erenköy Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 216 364 29 75
Faks: 0 216 364 29 75

İstanbul Deri Serbest Bölge Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 216 394 19 07
Faks: 0 216 394 19 21

A.H.L. Serbest Bölge Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 212 465 00 69
Faks: 0 212 465 00 70

Halkalı Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 212 678 47 91
Faks: 0 212 678 47 91

Ambarlı Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 212 875 70 71
Faks: 0 212 875 70 71

Atatürk Havalimanı Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 212 465 52 44
Faks: 0 212 465 52 44

A.H.L. Yolcu Salonu Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 212 465 52 48

Çerkezköy Gümrük Müdürlüğü
Tel - Faks: 0 282 726 58 61

Karaköy Yolcu Salonu Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 212 243 21 39
Faks: 0 212 243 21 39

Sabiha Gökçen Havalimanı Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 216 585 55 35



Eco-friendly yarns!

“Our specialty”



Seymen Yolu No. 57/A
59740 M. Ereğlisi/Tekirdağ
TURKEY
Phone +90 282 611 10 15
Fax +90 282 611 10 16
www.kaleiplik.com

Kaleiplik®

KALE İPLİK SAN. ve DİŞ TİC. A.Ş.



FASHION FABRICS

UNIVERSAL



CONFIDENCE IN TEXTILES
CONFIDENCE IN UNIVERSAL FABRICS

ULTRA-FRESH

ÜNİVERSAL TEKSTİL SANAYİ VE TİCARET LTD. ŞTİ.

ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ, TURGUT ÖZAL CAD. NO:114, İKİTELLİ/BAŞAKŞEHİR - İSTANBUL Tel: 0-212-671 03 74 Faks: 0-212-671 03 75 www.polarflc.com universal@polarflc.com