

İTKİB HEDEF 2008

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİ

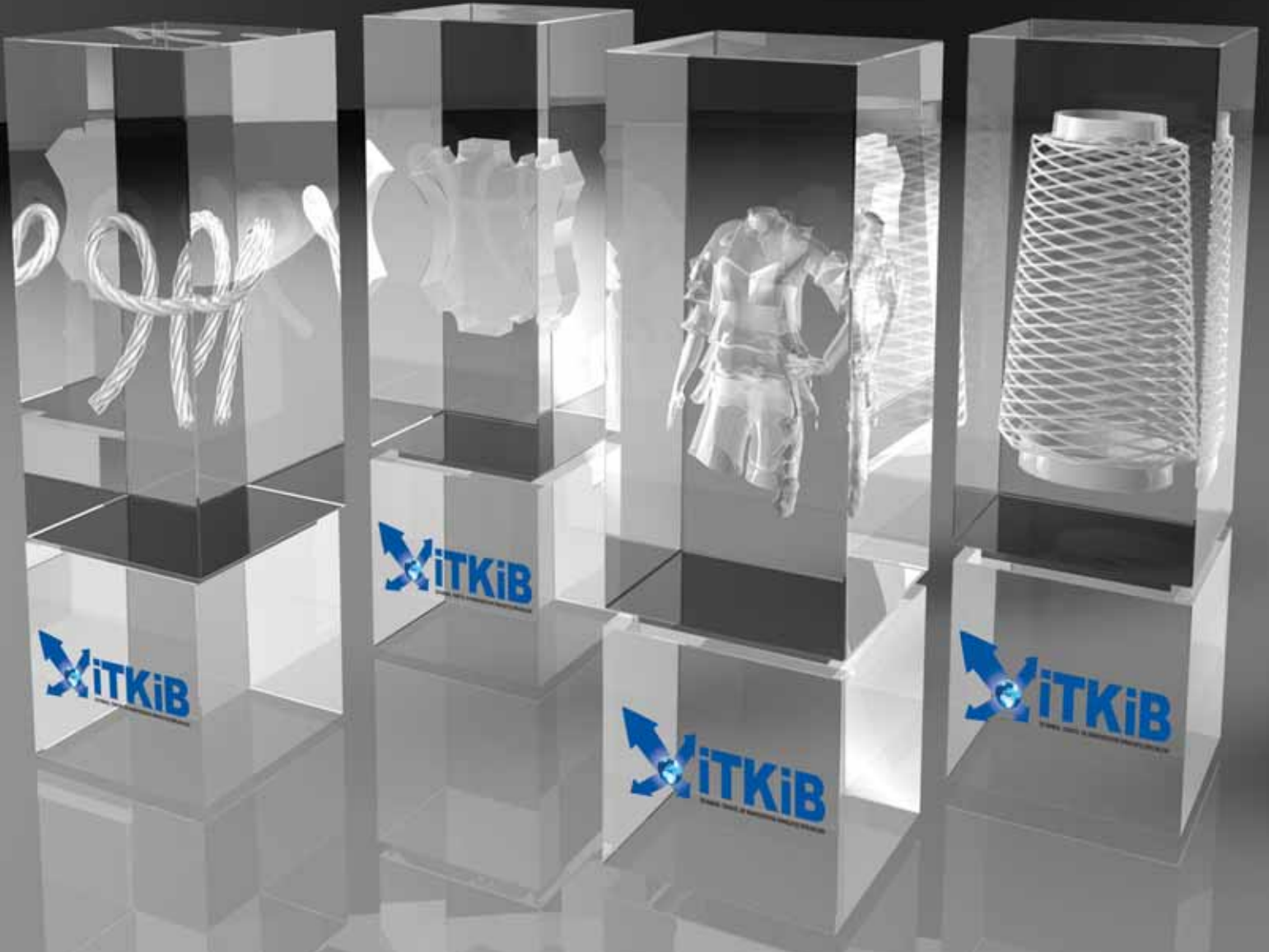
15 NİSAN - 15 MAYIS 2011

İTKİB BAŞARILI İHRACATÇILARI ÖDÜLENDİRDİ

KAZANANLAR SAHNEDE

TÜRK TEKSTİLİ
KUZEY AFRİKA'DAN
BARCELONA'YA UZANDI

MERTER MODA
HAREKETİ
GÜÇLÜ BAŞLADI



Dış Giyimde en çok tercih edilen 3'ü!



MEB-3200

Direct Drive Elektronik Gözlü İlik Makinası



AMB-289

Elektronik Tam Otomatik Sarmalı
Ceket Düğme Makinası



DP-2100

Elektronik Tam Otomatik
Ceket Kol Takma Makinası



astasjuki@astasjuki.net | www.astasjuki.net

ASTAS JUKI

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



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 Erdinc Binaları A Blok 3. Kule Kat:4 34540 Güneşli - İstanbul

Tel: (0212) 656 90 09 (pbx) • Faks: (0212) 656 71 95

lectra.com



SAHİBİ

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon
İhracatçı Birlikleri adına
Cemal BAYAZIT

DANIŞMA KURULU

Hikmet TANRIVERDİ,
İsmail GÜLLE,
Lemi TOLUNAY,
İbrahim YILMAZ

YAYIN KURULU BAŞKANI

Birrol SEZER

YAYIN KURULU

Sabri Sami YILMAZ, Selahattin
SARI, Nilgün ÖZDEMİR, Jale
TUNÇEL, İsmail KOLUNSAĞ,
Okçay MIZRAK, Şahin DOĞAN,
İdris AKDOĞAN, Efsane TURAN,
Özcan SÜMER, Sultan TEPE,
Ömer ÖZPEHLİVAN, Derya
YARANGÜMELİ, Riva PINTO,
Ferzat ERDEBİL, Arzu Odabaşı
SARI, Hüseyin ÇETİN, Ali Cafer
ÇELİK, Yücel ELİBÖL, Zali
MİSİRLİOĞLU, Uğur UYSAL,
Bülent ÖZOZAN, Hazım EVRENGİL

YAZI KURULU

Esin USTA, Selçuk GÖKART,
Erbil ÇİHANGİR, Hüsnüye GÖKART

YÖNETİM YERİ

Cobançeşme Mevkii Sanayi Cad.
Dış Ticaret Kompleksi
34530 Yenibosna-İstanbul
TEL: (212) 4540200
FAKS: (212) 4540415
WEB: www.itkib.org.tr
e-mail: info@itkib.org.tr

YAPIM

Küçük Mucizeler

Küçük Mucizeler Yayıncılık ve
İletişim Hizmetleri Ltd. Şti.

YAYIN DİREKTÖRÜ

Tolga TOPÇU
tolgatopcu@kucukmucizeler.com

YAYIN YÖNETMENİ

Erkan ERSÖZ
erkanersoz@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 CİLT

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 alınıp yazılı izne
tabidir. Gönderilen yazı ve fotoğraflar
iade edilmez. Yayımlanan makalelerdeki
görüşler yazanına aittir."

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

İLETİŞİM

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



04 KISA KISA

12 İTKİB HABERLER

16 GENEL KURUL

İTKİB genel kurulları
gerçekleştirildi

20 GÜNDEM

Pusula kuzeyi gösteriyor

22 GÜNDEM

Merter moda hareketi

28 GÜNDEM

Korunma önlemlerinde
yeni vergi oranları

30 SEKTÖR

Derinin liderleri
zirvede buluştu

32 FUAR

Hong Kong'un yıldızı
yine Türkiye oldu

34 FUAR

Ayakkabı sektörü
Mosshoes'a hazırlanıyor

36 FUAR

Halicılar Domotex
China'ya Fuar

38 FUAR

Ev tekstili sektörü
Ortadoğu'ya uzandı

40 ÖDÜL TÖRENİ

İhracat korosunun sesi
her zamankinden gur

48 AR-GE

Ekoteks tekstilde insan
sağığına odaklandı

52 PAZAR

Tekstilciler Kuzey
Afrika'yı keşfe çıktı

54 SEKTÖR

Etiket sektöründe
kurallar değişiyor

60 AR-GE

Kalitemizi yükseltecek
uluslararası standartlardır

62 MAKALE

Ali Ağaoğlu

64 PERAKENDE

Colin's'in yeni
hedefi Avrupa

66 PERAKENDE

Sunset iç giyimle
yurtdışına açılıyor

68 PERAKENDE

23 Nisan'ı ihraç etmeliyiz

70 DEFİLE

Ekonomi Zirvesi
modayla başladı

72 BRÜKSEL MEKTUBU

Haluk Özelçi

74 MEVZUAT

Türk Ticaret Kanunu
ihracatçıya ne getiriyor

78 VERGİ DÜNYASI

Doğan Erdem

80 SOSYAL

SORUMLULUK
BMD'den 250 bin çocuğa
giysi yardımı

82 SOSYAL

SORUMLULUK
BM'den sektör
kobilerine destek

84 AR-GE

İTKİB İTA'dan uygulamalı
nonwoven eğitimi

86 ENGLISH

90 GÖSTERGELER

96 ADRESLER





Filament Yarns in Fashion



Tepar Tekstil Sanayi ve Ticaret Ltd.Şti.

Atatürk Sanayi Bölgesi, 75. Yıl Caddesi, No: 2

Hadımköy 34555 İstanbul, Türkiye

Phone: 90212-771 0338 Fax: +90212-771 0348

www.tepar.com • tepar@tepar.com



 **TEPAR**
The Yarn Company

Orka Group'tan geleceğin koleksiyonları

Damat, ADV, Tween gibi tüm dünyada tanınan markaları bünyesinde bulunduran Orka Group, giysileri sadece görünüşüne bakarak alma devrinin kapanmasından yola çıkarak, üründe inovasyon dönemini başlattı. Ürünlerin fonksiyonelliği ile ilgili talepleri gözlemleyen ve hayatı kolaylaştıracak çözümleri koleksiyonlarına taşıyan Orka Group, takım elbise ve ceketlerinde doğal klima, sıvı sinek kovucu özellik ve kendinden parfüm kokusu etkilerini sundu. Orka Group Yönetim Kurulu Başkanı Süleyman Orakçioğlu, "Bu bir gelecek projesi ve biz farkımızı ortaya koyduk, akademik anlamda var olan çalışmalarını koleksiyonlarımıza taşıyarak bir ilki başardık" dedi.



Berr-In'den ihtişama sade bir yorum

Berr-In 2011 ilkbahar - Yaz Koleksiyonu'yla sezonu yalın ve asil hatlarla karşılıyor. Markanın yaratıcısı Berrin Eser, toprak renklerinin yanısıra, beyazın saflığını, kumun ışıltısını, grinin gizemini ve siyahın gücünü kullandığı yeni koleksiyonunda Berr-In kadınının kendinden emin, güçlü, şehirli ve bohem duruşunu yalın ve net bir şekilde ifade ediyor. Farklı kesimlerin, geometrik duruşların ve çeşitli materyallerin harmonisinde Berr-In kadını ihtişama sade bir yorum getiriyor.



Bluekey'den cıvı cıvı renkler

Bluekey, rahatlık ve şıklığı aynı anda sunarak 2011 ilkbahar / yaz sezonunu mağazalarında açtı. 2011 ilkbahar / yaz koleksiyonunda, klasik renklerin dışında daha canlı renkler de ön plana çıkıyor. Lacivert, yeşil, kırmızı, mor, turkuaz ve pembe renklerin hakim olduğu koleksiyonda çok renkli baskılı tshirtler, jean pantolonlar, ekose gömlekler, örme şortlar, bermuda ve atlet kombinasyonlarını görmek mümkün.

Malibu'da bir yaz rüyası...

Kalitesini sunumlarına da taşıyan Ayyıldız 2011 yaz katalog çekimlerini Los Angeles Malibu'da objektif karşısına geçen 21 yaşındaki Sports Illustrated güzeli Amerikalı model Alyssa Miller ile gerçekleştirdi. Tabiatın Desenleri, Ege Kokusu, Divaların Şıklığı, Maziye Yolculuk ve Plajlardaki Podyumlar teması koleksiyonda ilk göze çarpanlar arasında.



Kiğili, 'Big and Tall' koleksiyonunu tanıttı

Kiğili 2011 ilkbahar/Yaz koleksiyonu ile birlikte Türkiye'de ilk kez uygulanan "7XL Big and Tall" koleksiyonunu İstanbul Richmond Lebi-Derya'da düzenlenen basın lansmanı ile tanıttı. Kiğili, Türkiye'de bir ilke imza atarak, 62-70 bedenlerinin de dâhil olduğu "Big and Tall" 7XL kıyafetleri Kiğili tutkunlarına sunuyor. Big and Tall, genellikle standartların üzerindeki büyük bedenler için kişiye özel olarak hazırlanan kıyafetlere verilen isim. Kiğili bu ifadeden "Kişiye Özel" kısmını çıkartarak artık dilediğiniz her an, her Kiğili mağazasında bulabileceğiniz 7XL olarak da ifade edilen büyük beden kıyafetleri Kiğili tutkunları için tasarladı.

Seven
teen
Color

Free Nickel Free Gold Free Mat Siyah Nikel Free Light Gold Gold Nikel Black Nikel Mat Siyah Nikel Light Gold Saten Siyah Saten Saten Gold Bakir Bakir Oxide Anti Nikel Anti Nikel Oxide Free Siyah Nikel

ZIPEX[®]

Avery Denison'un yeni tasarım merkezi açıldı

Avery Dennison Perakende Marka ve Bilgi Çözümleri (RBIS) grubuna ait ilk Avrupa merkezli Müşteri Tasarım ve İnovasyon Merkezi açıldı ve yüksek çözünürlüklü grafik süslemeler, giyim sanayi için geliştirilmiş sürdürülebilir paketleme, RFID etkin envanter ve kayıp önleme çözümleri tanıtıldı. Yeni merkezdeki global tedarik zinciri simülasyonu ile Avery Dennison üretimden tüketiciye sunulmasına kadar RFID özellikli envanter verimlilik ve kayıp önleme çözümleri sergiliyor. RFID sistemi sayesinde, stok doğruluğu yüzde 65-85 aralığından yüzde 95'e ve bazı durumlarda yüzde 99'a kadar yükselebiliyor. Bunun kadar ilgi uyandıran diğer nokta ise RFID sisteminin mağaza bazında envanter çevrim süresini 20 kez hızlandırıyor olması.



Annelere en güzel hediye Faik Sönmez'de

Modayı yakından takip eden anneler için, farklı tarzları göz önüne alarak hazırlanan Faik Sönmez 2011 İlkbahar Yaz koleksiyonunda rahatlık ve şıklık ön planda.

Sezonun modasını yansıtan bluzlar, pantolonlar ve trikolardan birisi mutlaka annenize yakışacaktır. Yaz için rahat ve şık elbiseler, baskılı bluzlar, rengarenk işlemeli ve desenli ipek tunikler, eşofman takımlar, farklı yıkamalarda jeanler, leopar desenli şık elbise ve ceketler de seçenekler arasında.



En iyi fashion ödülü Yaygan Çanta'nın oldu

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de özellikle kız çocuklarının favorisi olan 6 sihirli peri kızının maceralarını anlatan Winx Club çizgi filminin, Türkiye'deki çanta ve kırtasiye ürünlerinin lisans hakkına sahip Yaygan Çanta, "Yılın En İyi Fashion Çanta Koleksiyonu" ödülüne layık görüldü. Firma, 14 Nisan günü Kırtasiye Fuarı'nda yapılan törende ödülünü Rainbow S.P.A Direktörü Sergio Cardinali'den aldı.



Anneler kadar "İnce ve Narin"

Dantelin şık ve zarif görünümünün giyimden aksesuara kadar her yanımızı sardığı şu dönemde; Brilliant annelerimiz için çok özel bir ev tekstili dantel koleksiyonu tasarlayarak onların ince ruhlarna dokunacak bir seri hazırladı. Yatak örtüsünden nevresim takımına kol-tuk şalından masa örtüsüne ve havluya geniş bir yelpazede hazırlanan bu koleksiyonda el emeği göz nuru kadar ince bir işçilik kullanıldı.

Astaş Juki işbirliği ile Hugo Boss'ta aparat eğitimi



Astaş Juki, Hugo Boss'ta "özel aparat yapım semineri" gerçekleştirdi. Hugo Boss şirketinin İzmir Serbest Bölge tesislerinde 21 - 25 Mart tarihleri arasında Astaş Juki işbirliğiyle özel aparat yapım semineri yapıldı. Seminerde Juki Central Europe'dan Japon eğitmen Yasukuni Sakuma ve Yasuyuki Ogiwara özel aparat yapımına ilişkin tüm detayları en ince ayrıntısına kadar Hugo Boss çalışanları ile paylaştı. Beş gün süren bu eğitimde katılımcıların tüm soruları uygulamalı olarak Mr. Sakuma ve Ogiwara tarafından yanıtlandı. Astaş Juki ve Hugo Boss işbirliği ile düzenlenen seminer tüm katılımcılara sertifika verilmesi ile sona erdi.



“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”



YENİ

BROTHER
S-7200C-433

ELEKTRONİK DIRECT DRİVE
YARIM YAĞLAMALI DÜZ DİKİŞ MAKİNESİ



YENİ

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

Zeki'nin yeni yıldızı Cato Van Ee oldu

Başarılı moda fotoğrafçısı Daniela Federicci tarafından objektife yansıyan ve Cabo-San Lucas sahillerinde gerçekleşen 2011 Zeki koleksiyonu yaza merhaba dedi. Cato Van Ee'nin güzelliğini estetikle buluşturan bu kareler Zeki arşivinde saklanacak. Cato Van Ee, 2009 yılından beri New York, Londra ve Milano moda haftalarının vazgeçilmez baş modeli olarak Donna Karan, Marc Jacobs, Vivienne Westwood, Moschino defilelerinde boy gösteriyor.



TEC sertifikasyonlu ilk yazılım Lectra'da

Yumuşak materyaller (kumaş, deri, endüstriyel kumaş ve kompozit materyaller) kullanan sektörler için özel entegre teknoloji çözümlerinde bulunan Lectra'nın, özellikle moda ve hazır giyim için geliştirdiği Lectra Fashion PLM V2R2, Technology Evaluation Centers - TEC tarafından sertifikasyona layık görülen alanında ilk ve tek çözüm oldu. Kârlılıktan ödün vermeksizin sürekli yenilik üretme ve kaliteyi artırma baskısı altında olan hazır giyim ve moda firmaları için PLM süreç optimizasyonunda elzem hale gelmiş durumda. TEC sertifikasyon raporu, ayrıntılı değerlendirmelerin yanı sıra (1400 kriter incelenmiştir), bir yandan PLM avantajları konusunda firmalara yatırım güvencesi verirken diğer yandan da PLM kurulum ve kullanımında süreçleri açıklığa kavuşturuyor.

Çağlayan'dan İdeal Home Fuarı'na özel ilgi



Bu yıl 5'incisi düzenlenen İdeal Home Züccaciye Ev Eşyaları ve Çeyiz Fuarı, birbirinden ilginç aktivitelerle kapılarını açtı. Fuarın ilk günlerinde önce Burcu Güneş sonra Şenay Akay ve Aysu Baceoğlu ziyaretçiler arasındaydı. İdeal Home'un 3'üncü gününe ise Devlet Bakanı Zafer Çağlayan konuk oldu. Tüm stantları tek tek dolaşan Bakan farklı ve yeni ürünlerin her birini test etti. Bu yıl fuarın sürprizleri arasında 10 bininci ziyaretçiye vermek üzere, Mariah Carey ve Rihanna'nın mücevherlerinin ünlü tasarımcısı Vida Shamie tarafından hazırlanan yakut ve pırlantalarla süslü fuara özel bir mücevher bulunuyordu. Zafer Çağlayan 20 bin USD değerindeki bu özel tasarımı dikkatle inceleyerek hikayesini dinledi.

Invista'dan Lycra Style elyaf lansmanı



Invista, rahatlığından ödün vermeden kendine özgü stil yaratmak isteyenler için tasarladığı Lycra Style elyafın lansmanını geçtiğimiz günlerde gerçekleştirdi. Hazır giyim pazarna yüksek performans sağlamak amacıyla geliştirilen ve fiyat beklentilerine yönelik olarak tasarlanan Lycra Style elyafı, rahatlıktan vazgeçemeyenlere günün her saati giymekten hoşlanacakları seçenekler sunuyor. Lycra Style elyafının, müşterilerin ürünlerinde yüksek kalite ve rekabet açısından fark yaratmasına yardımcı olacağını belirten Invista Hazır Giyim Pazarlama Direktörü Kit Blake, yeni markalarını pazara sundukları için duyduğu heyecanı ifade etti.

Journey'den Anneler Günü'ne özel...

Hem klasik hem de farklı çizgilerde giyinmeyi seven anneler için Journey'nin 2011 İlkbahar-Yaz Koleksiyonu iyi bir alternatif oluşturuyor. Journey Koleksiyonu, klasik kesimlerin yanı sıra feminen detayların da hakim olduğu takımlardan oluşuyor. Kuplar, büzgüler ve fiyonklar ile hareketlendirilen takımlarda kullanım rahatlığı da sağlayan kumaşlar tercih edilmiş. Farklı boylara ve kesimlere sahip yüksek beller, pililer, asimetrik kesimler, volanlar ile hacim kazanan modeller; 50'leri çağrıştıran diz boyu etekler 2011 yazında Journey'de göze çarpan detaylar arasında.





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

İstanbul'u ve kendini keşfet...

Mavi, "İstanbul'a Tişört Tasarla" sloganlı İstanbul Tişörtleri Tasarım Yarışmasıyla, herkesi hayalindeki İstanbul tişörtünü tasarlamaya davet ediyor. İstanbul tutkunlarının uzun süredir heyecanla beklediği yarışma www.istanbulatasarla.mavi.com adresinde başlayacak. Nisan ayı boyunca siteye yüklenebilen tasarımlar, Mayıs ayı sonuna kadar oylanacak. Finale kalan 50 tasarım ise alanında uzman kişilerden oluşan jüri tarafından değerlendirilecek. Heyecanlı bekleyiş Haziran ayında sona erecek ve birinci seçilen tasarım, tasarımcısına kazandıracığı 2.000 TL'lik ödülün yanı sıra, üretilip satışa sunulacak.



Nike, 32 ülkede tek bir mesaj veriyor: "Free Yourself"



Nike, Training Koleksiyonu'nun yeni teması "Free Yourself" (Kendini Özgür Kıl) kampanyasıyla farkındalık yaratıyor. Sporun insan üzerindeki pozitif etkisine, limitleri zorlamaya ve rekabete dikkat çeken kampanyada, spor yapanların fiziksel ve zihinsel açıdan çok daha güçlü olacağı ve kendini özgür hissedeceği mesajı veriliyor.

Sisley kadını bu yaz hem formel, hem baştan çıkarıcı

Sisley 2011 İlkbahar Yaz Kadın Koleksiyonu'ndaki "Sunset Party & Night Diva" teması, ısınmaya başlayan bahar geceleri için ciddi ancak bir o kadar da seksi alternatifler sunuyor. İnce silüetlerin kadınsı detaylarla buluştuğu koleksiyonda, firfir, dantel, volan, pul, payet ve boncuk ayrıntıları öne çıkıyor. Dikkat çekmekten korkmayan Sisley kadınları; koleksiyondaki lacivert, kırmızı ve siyahları soft beyaz ve vizon tonlarıyla kombinliyor. Şehirli bir sıklık arayanların yolu bu yaz Sisley'den geçiyor.



Texpo Eurasia kapılarını açıyor

2011 yılında 24 milyar dolar ihracat gerçekleştirmeyi hedefleyen tekstil sektörü, iplik, hammadde ve yeni tekstil makinesi yatırımları için 28-31 Mayıs tarihleri arasında TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi'nde düzenlenecek Texpo Eurasia 2011 ve 8. Uluslararası İstanbul İplik Fuarı'nda bir araya geliyor. Avrasya bölgesinin en önemli gücü olan Türkiye'nin en kapsamlı etkinliklerinden bir olan fuarlar, yerli ve yabancı tekstil yatırımcılarının tüm beklentilerini karşılamayı hedefliyor.



TÜRKİYE'NİN TEK MODA FUARI İÇİN SEKTÖRDEN BÜYÜK GÜÇ BİRLİĞİ



İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İTKİB) öncülüğünde düzenlenen ve Türkiye'nin küresel anlamdaki tek moda fuarı olma özelliğine sahip Collection Première İstanbul (CPI), hazır giyim sektörünün desteğini almaya devam ediyor. CPI'ya destek veren kuruluşların arasında Türkiye Moda ve Hazır Giyim Federasyonu (TMHGF), Ankara Giyim Sanayicileri Derneği, Ege Giyim Sanayicileri Derneği, Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Derneği (AMPD), Birleşik Markalar Derneği (BMD) ve Türkiye Triko Sanayicileri Derneği (TRİSAD) de katıldı. 22-24 Eylül tarihleri arasında CNR Expo'da Türk ve dünya modasının önemli firmalarını bir araya getirecek olan CPI, halihazırda sektörün önemli kuruluşlarından Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TSGD), Osmanbey Tekstilci İşadamları Derneği (OTİAD), Merter Sanayici ve İşadamları Derneği (MESİAD) ve Laleli Sanayici ve İşadamları Derneği'nin (LASİAD) desteğini arkasına almıştı. Fuarın sektöre duyurusunun ardından yurtiçi katılım yanında yurtdışından da olumlu yanıtlar geldi. Aralarında Almanya, İtalya, Hollanda, İspanya ve Fransa'nın da yer aldığı pek çok ülke, fuara ülke düzeyinde katılacağını bildirdi. CPI, bu yılsonuna dek 17 milyar dolarlık hazır giyim ihracatı hedefleyen Türkiye'nin en büyük vitrini olacak...

AYAKKABI SANAYİSİ, YABANCI HAYRANLIĞINA KURBAN EDİLMESİN

Avrupa'nın üçüncü, dünyanın ise dokuzuncu büyük ayakkabı üreticisi olduklarını vurgulayan Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD) Başkanı İslam Şeker, buna karşın açılan kamu ihalelerinde ısrarla yabancı markaları işaret eden teknik şartnameler hazırlandığını ve Türk ayakkabı sektörünün görmezden gelindiğini söyledi. Şeker, dünya lideri İtalya ile rekabet etmelerine karşın kamu ihalelerindeki yabancı hayranlığını aşamadıklarını belirterek, bunun her yıl Türkiye ekonomisine 4,2 milyar dolar katkı sunan ayakkabı sektörüne darbe vurduğunu söyledi. Sektörün 2010 ihracatında miktar bazında yüzde 28, değer bazında ise yüzde 35,6 ile Türkiye ortalamasını geçtiğini vurgulayarak, buna rağmen kamu ihalelerinde sergilenen tavrı anlamakta zorlandıklarını ifade eden Şeker, "Yurtiçinde açılan pek çok ihalede çok net bir şekilde yabancı markayı veya markaları tarif eden şartnameler hazırlanıyor. İtiraz ettiğimiz ihaleler iptal ediliyor ama kamu'nun yabancı hayranlığı da devam ediyor" dedi.



MAKEDONYA FAHRİ KONSOLOSLARI BİR ARADA

Makedonya Cumhurbaşkanı Gjorge Ivanov, 14 Nisan'da Makedonya Başkonsolosluğu'nda Türk işadamlarını konuk etti. Cumhurbaşkanı Gjorge Ivanov eşliğinde bir yıl içerisinde Makedonya'ya yönelik yatırımlarda bulunan iş adamlarına plaket veren Makedonya Başkonsolosu Zerin Abaz, bu vesileyle ülkenin eğitim, kültür ve diğer alanlarında tanıtımına destek verenlere teşekkür etmiş oldu. Makedonya Malatya Fahri Konsolosluğu görevini yürüten İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi ile birlikte Makedonya Antalya Fahri Konsolosu olan İHKİB Başkan Vekili Ahmet Akbalık plaketlerini Makedonya Cumhurbaşkanı Gjorge Ivanov adına Makedonya Başkonsolosu Zerin Abaz'ın elinden aldı.





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

TİM İLE EXİMBANK'TAN DALGALI KURA KARŞI İŞBİRLİĞİ



etmemeyi garanti altına alacaklarını vurguladı. Büyükeksi, “Opsiyon işlemi, opsiyon primi ödeyen ihracatçıya yükümlülük getirmeyen, hak sağlayan bir işlem. İhracatçı, put opsiyonu olarak, döviz kuruna karşı birebir korunma sağlayacak. Kurdaki aleyhte değişikliklerden etkilenmeyecek. Spotta lehte gelişen hareketlerden faydalanacak ” diye konuştu. Büyükeksi, kur istikrar fonu hedefinin belirli rakamlar üzerinde kuru hedge etmek olduğunu ve bu opsiyon işleminin bu amacın bir neticesi olarak ortaya çıktığını ifade etti. Büyükeksi, şöyle devam etti: “Kur istikrar fonundan söz ederken hedefimiz belirli bir kur açıklanarak ihracatçıların buna göre konumlanmasıydı. Şu anda Eximbank’ın imkanları doğrultusunda haftada bir kere 1 aylık, 3 aylık ve maksimum 6 aylık kur hedefleri verilecek ve ihracatçılar bu hedefler üzerinden prim ödeyerek kendilerini hedge edecekler, bu bir nevi kur istikrar fonuna karşı üretilen çare oldu.”

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ile Türk Eximbank, dalgalı kur rejiminde ihracatçıların, ihracat alacaklarını kur riskine karşı “döviz kuru opsiyon işlemleri” ile koruma altına alabilmeleri için işbirliği protokolü imzaladı. TİM Başkanı Mehmet Büyükeksi, “İhracatçılarımızı döviz riski karşısında korunmaları için sürekli uyarıyor ve önlem almalarını istiyoruz. Önlem almış olanlar son günlerde dolarda yaşanan 5 kuruşluk düşüşten etkilenmediler” dedi. Türk Eximbank’ın yeni Genel Müdürü Hayrettin Kaplan ise “Kore Eximbank’ından sonra dünyada bu hizmeti veren ikinci Eximbank olacağız” diye konuştu. KOBİ’lerin de faydalanması için avro ve dolar limitleri düşük tutuldu. Türk Eximbank, yapılacak opsiyon işlemlerini kar amacı güzetmeden yapacak ve opsiyon işlemlerinden prim haricinde hiç bir komisyon ve masraf talep etmeyecek.

İhracatın kaskosu

TİM Başkanı Mehmet Büyükeksi, “İhracatçılarıımıza farklı enstrümanlar ve uygun koşullarla kur riskini hedge etmenin yolunu açıyoruz” diyerek, ihracatçıların bu protokolle kasko primi öder gibi uygun bir ücret karşılığında ihracat alacaklarından zarar

KOBİ’ler için limit düşük tutuldu

Eximbank Genel Müdürü Hayrettin Kaplan ise, Türk Eximbank’ın yılın ilk üç ayında ihracatçılara 1,3 milyar dolarlık nakdi kredi ve yine 1,3 milyar dolarlık sigorta desteğinde bulunduğunu açıkladı. Kaplan, “Bu kapsamda yapılacak opsiyon işlemi ile ihracatçı ileri bir vadede avro ve dolar cinsinden ihracat alacaklarını, işlem tarihinde belirlenen bir kurdan Türk Eximbank’a satma hakkına sahip olacaktır” diye konuştu. KOBİ’lerin de bu imkandan faydalanabilmesi için avro limitini 35 bin, dolar limitini ise 50 bin olarak belirlediklerini sözlerine ekledi. Anlaşma gereği opsiyon işlemi yapmak isteyen ihracatçı Eximbank’a kayıtlı olmak zorunda olacak. Opsiyon işlemlerinde ihracatçı sadece prim ödeyerek Türk Eximbank’tan elde edeceği korunma hakkı ile opsiyonun vadesinde piyasada oluşan döviz kuruna göre, opsiyon işleminden doğan hakkını kullanıp kullanmayacağına karar verecek. Bu durumda, ihracatçı döviz kurunun düşmesi durumunda opsiyon hakkını kullanabilecek, yükselmesi durumunda ise opsiyon hakkını kullanmadan, dövizini piyasada daha yüksek kurdan satabilecek.

İTKİB, AB PROGRAMINDAN İKİ PROJE İÇİN HAK KAZANDI

Avrupa Birliği Genel Sekreterliği’nin Merkezi Finans ve İhale Birimi (CFCU) tarafından yürütülen VOC-Test Merkezleri Hibe Programı kapsamında, İTKİB iki proje için hak kazandı. Türkiye’de Mesleki Yeterlilik Kurumu (MYK) ve Ulusal Yeterlilik Sistemi’nin Güçlendirilmesi Projesi (UYEP) kapsamında destek sağlanan projeler; İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği’nin “Yetkin Belgeli İşgücü İstihdamında Çözüm Ortaklığı” projesi ile İstanbul

Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği’nin “Katma Değer ve İstihdam Odaklı Belgeli İşgücü Seferberliği (KİBİS)” projesi oldu. 21 Mart 2011 günü Ankara Merkezi Finans ve İhale Birimi’nde İDMİB ve İHKİB projeleri sözleşmeleri imzalanırken, Ulusal Yeterlilik Sistemi’nin Güçlendirilmesi Projesi (UYEP) kapsamında 6 Nisan 2011 günü Sheraton Otel’de bir açılış konferansı gerçekleştirildi.



SERAY®

ULUSLARARASI TAŞIMACILIK
İNŞAAT TİCARET LTD. ŞTİ.

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



BALKANLARA AÇILAN LOJİSTİK KAPINIZ

Emr

Zipper





**18-19 NİSAN 2011
TARİHLERİNDE
İTKİB'E BAĞLI DÖRT
BİRLİK OLAĞAN MALİ
GENEL KURULLARINI
TAMAMLADI. YAPILAN
GENEL KURULLAR
SONUCUNDA YÖNETİM
KURULLARI İBRA EDİLDİ.
2011 YILININ BÜTÇELERİ
DE OYLANIRKEN,
DÖRT BİRLİK BAŞKANI
GELECEK DÖNEM İÇİN
BAŞARI ÇİTASININ
YÜKSELECEĞİ SÖZÜNÜ
VERDİ.**

İTKİB GENEL KURULLARI GERÇEKLEŞTİRİLDİ

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri'ne (İTKİB) bağlı; hazır giyim, tekstil, deri ve halı ihracatçı birlikleri 18 ve 19 Nisan tarihlerinde Dış Ticaret Kompleksi'nde 2011 yılı Olağan Mali Genel Kurulları'nı gerçekleştirdi. 18 Nisan pazartesi günü İHKİB ve İHİB genel kurulları yapılırken, 19 Nisan salı günü ise İTHİB ve İDMİB genel kurulları tamamlandı. Dış Ticaretten Sorumlu Devlet Bakanı Zafer Çağlayan da dört birliğin genel kurullarına ayrı ayrı gönderdiği mesajlarla çalışmalarından dolayı tebrik edip, 2023 hedefine hep birlikte ilerlendiğini belirtti. İlk gerçekleştirilen genel kurul İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'ne (İHKİB) aitti. Genel Kurul'un açılışını yapan İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, yönetim kurulundaki çalışma arkadaşlarına ve Genel Sekreterlik personeline teşekkür ederek başladığı konuşmasında, 2010 yılında küresel ekonomik

krizin olumsuz etkilerinin azalması, dünyanın en büyük ekonomilerinde ve genel anlamda piyasalarda hakim olan iyimser hava ile ihracatın da olumlu bir seyir izlediğini belirtti. Tanrıverdi, "Özellikle 2010 yılının bahar aylarından itibaren üretimde hareketlenmeler ve kapasite kullanımındaki artışa, başta Çin ve Bangladeş olmak üzere hazır giyimde büyük üretici durumundaki ülkelerde meydana gelen işgücü problemleri ve ücretlerin artışı, AB ve ABD kaynaklı siparişlerin ülkemize yönelmesini sağladı. Sonuç olarak 2010 yılını 14,6 milyar dolar ihracat rakamı ve bir önceki yıla göre yüzde 10,1 ihracat artış oranıyla kapatmış olduk" şeklinde konuştu.

Modanın 5. başkenti

2011 yılı için yıllık hazır giyim sektörünün de 17 milyar dolara yakın bir ihracat performansı öngördüklerini kaydeden Tanrıverdi, "Ancak bu rakama ulaşmak için üretim mali-

yetlerinin yüksekliğinin ve döviz kuru üzerindeki sıcak para baskısının ihracat kesimi üzerindeki olumsuz etkilerinin hafiflemesini gerekli görüyoruz" dedi. Sektörün ihracatındaki devamlılığın sürdürülebilmesi için, AB pazarlarındaki daralma eğilimini telafi etmenin ve alternatif pazarların yaratılmasının çok önemli olduğunu vurgulayan Tanrıverdi, "Firmalarımızın yoğun pazar arayışlarının yanı sıra, İHKİB olarak bizim de Ortadoğu ve komşu ülkeler ile Çin başta olmak üzere Asya ve Afrika'da çeşitli pazarlara yönelik çalışmalarımız ve girişimlerimiz devam ediyor" diye konuştu. Sektörün hedef olarak belirlediği moda ve markalaşma çabalarına en büyük desteğin İstanbul Fashion Week ve CPI fuarı ile verildiğini aktaran Tanrıverdi, "İstanbul'u New York, Londra, Milano, Paris ile birlikte anılacak bir moda başkenti haline getirecek bu proje, gerek yabancı firmaların gerekse ulus-





İHKİB Yönetim Kurulu

lararası medyanın ilgisi açısından son derece başarılı geçti. İFW ile birlikte Türkiye'nin yalnızca büyük bir üretici ülke değil, tasarım ve marka değeri üretebilen yenilikçi bir ülke olduğunun da altı çizildi" biçiminde ifade etti. İHKİB olarak hedeflerinin yalnızca ihracat rakamını artırmak değil, ürün ve hizmetler üzerindeki katma değeri de artırmak olduğunu dile getiren Tanrıverdi, "Birlik üyelerimizin ve sektör firmalarının bu çabamıza verdiği desteğe ve yönetimimize gösterdikleri iyi niyete teşekkür ederiz. Konulan hedeflere ulaşılması yolunda tük yeni fikirlerle ve işbirliğine açık olduğumuzu, gücümü-

zünü ve inancımızı sektörümüzden aldığımızı bu vesile ile bir kez daha belirtmek isterim" diyerek sözlerini noktaladı.

Tekstil krizleri yönetmeyi başardı

19 Nisan tarihinde gerçekleştirilen İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği'nin (İTHİB) Genel Kurul'unun açılışını yapan Başkan İsmail Gülle de, 2010 yılının tekstil sektörü açısından ezberlerin bozulduğu bir yıl olduğunu belirterek, olumlu ve olumsuz pek çok gelişmenin aynı anda yaşanırken sektörün bu belirsizlik ortamını en iyi

şekilde yönetmeyi başardığını dile getirdi. Sektörün 2010 yılında yakaladığı ihracat performansında en önemli etkenin, alternatif pazarlarda ihracatın artırılması olduğunu kaydeden Gülle, "Sektör 2010 yılında Türkiye'nin genel ihracat artışı olan yüzde 11,3'ün üzerine çıkarak, yılı yüzde 18,4'lik yükselişle kapattı. Türkiye'nin en fazla tekstil ürünü ihraç ettiği ülkelerin başında yer alan Rusya'ya olan ihracat 2010 yılında yüzde 44,2 oranında artarak 825 milyon dolara çıktı" dedi. İTHİB'in tüm dünyayı pazar olarak gören anlayışın sonucuyla, 2010 yılında Brezilya ve Şili'ye

kadar uzanan ticaret heyeti organizasyonları düzenlendiğini, bu ülkelerde karşılıklı ticaret anlaşmaları imzalanarak önemli oranda siparişler alındığını aktaran Gülle, Kuzey Afrika, Ortadoğu ve Orta Asya ülkelerinde yeni ilişkiler kurulması yolunda görüşmeler yapıldığını ifade etti. Başta Premiere Vision olmak üzere dünyanın en önemli tekstil fuarlarında satın alıcılar için etkinlikler düzenlendiğini ve özel nitelikli organizasyonlar yapıldığını söyleyen Gülle, sektörün 2011 yılı için yüzde 25'lik ihracat artışı beklediklerini ve hedeflerinin 8 milyar dolar sınırını aşmak olduğunu belirtti.



İTHİB Yönetim Kurulu

İDMİB Yönetim Kurulu



Deri için fırsat dönemi başlıyor

19 Nisan günü yapılan İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği Genel Kurulu'nda da 2010 yılı faaliyetleri ibra edilirken, 2011 yılına ilişkin bütçe de onandı. Genel Kurul'da konuşan İDMİB Başkanı Lemi Tolunay, ayakkabıdan saracıyeye, deri konfeksiyondan kürke kadar Birliğin çok geniş bir çerçevede sektörü kucaklayıp hizmet üretmeye çalıştığını aktaran Tolunay, "Gerek üretime gerekse pazarlamaya ilişkin faaliyetlerin birlikte yürütülmesi, fırsatlar ve risklere ilişkin akıl ve hizmet üretilmesi noktasında üzerimize düşen sorumluluğun bilinciyle çalışıyoruz" dedi. Özellikle hammadde tedarikinde karşılaşılan sıkıntının halli noktasında eldeki olanaklarla yapılabileceklerin sınırlı olduğu ve deri sektörüne has tüketici tercihlerinden kaynaklanan değişimin yerel olanaklarla yönetilememesinin sektör ihracatını istenen oranda geliştirmesini engellediğini ifade eden Tolunay, "Bu duruma karşı Birliğimiz özellikle tasarım ve markalaşma noktasında bütün sektöre hizmet verecek ülke markasının yerleştirilmesi için sektörün diğer kurum ve kuruluşlarıyla organize şekilde çabalarını sürdürüyor. Mevcut pazarlardaki mevzuattan kaynaklanan sıkıntılarının aşılması, pazar bilgilerinin ve tüketici eğilimlerinin derlenmesi ve bu bilgilerin sektöre ulaştırılması

noktasında birliğimiz ve genel sekreterliğimiz sürekli bir gayret içinde" şeklinde konuştu. Belli risklerin varlığı ortada olmakla birlikte İDMİB'in 2010 yılını yüzde 20'ye yaklaşan bir ihracat artışıyla kapatmayı başardığını aktaran Tolunay, "Zor geçen bir yılın böyle bir başarıyla kapatılmış olması, tüm olumsuzluklara rağmen gelecek için umut vericidir" diye konuştu.

Halı gelenekselden geleceğe uzanıyor

18 Nisan günü gerçekleştiren İstanbul Halı İhracatçıları Birliği'nin açılışında konuşan Başkan İbrahim Yılmaz ise, sektörün geleneksel el halıcılığı imajını son yıllarda tasarım ve marka değeri taşıyan ürünleri ve teknoloji kullanan makine halıcılığının

gelişimi sayesinde oldukça değiştirdiğini ifade ederek, "Turizm satışları ve eski halı tamir ve bakım onarımına yönelik çabalarımız el halıcılığında nisbi de olsa bir kıvrımdan yarattı. Tasarım, hız ve teknoloji üzerine kurulan makine halıcılığında ise Türkiye dünyanın en hızlı büyüyen üreticilerinden biri durumunda. Bu ürün grubunda küresel piyasa talebini daha doğru ve etkin olarak takip ettiğimiz süreçte bu büyüme de devam edecektir" biçiminde konuştu.

Halıcılığın küresel imajını yükseltmek ve ürünlerin değerinin doğru takdir edilebilmesi için özellikle Domotex fuarına yönelik ciddi tanıtım ve pazarlama çabası içinde olduklarını aktaran Yılmaz, "Katılımcıları ve ziyaretçileri açısından sektörümüzün en

önemli etkinliği olması sebebiyle bu fuar sürecini Türk halıcılığının yeni imajının tanıtım mecrası olarak kullanmak için çok sayıda etkinlik organize ettik" dedi. Türkiye'nin halı ihracatının karakteristiğine yönelik en önemli tespitlerden birinin sektörün potansiyel ve alternatif pazarlarda çok güçlü olduğunu, ama AB gibi ana pazarlarda arzu edilen ihracat rakamlarını rakiplerine yakalamakta zorlandığı olduğunu ifade eden Yılmaz, 2010 yılı verilerinin bu algının da değişmeye başladığını ortaya koyduğunu söyledi. Yılmaz sözlerini, "Sektörümüzün 2010 yılı performansı gerçekten çok takdir topladı. Bu sebeple tüm meslektaşlarımı kutluyorum. 2011'in çok daha büyük başarılarla sahne olmasını diliyorum" diyerek noktaladı. ❖

İHİB Yönetim Kurulu



Atkı Bere Eldiven



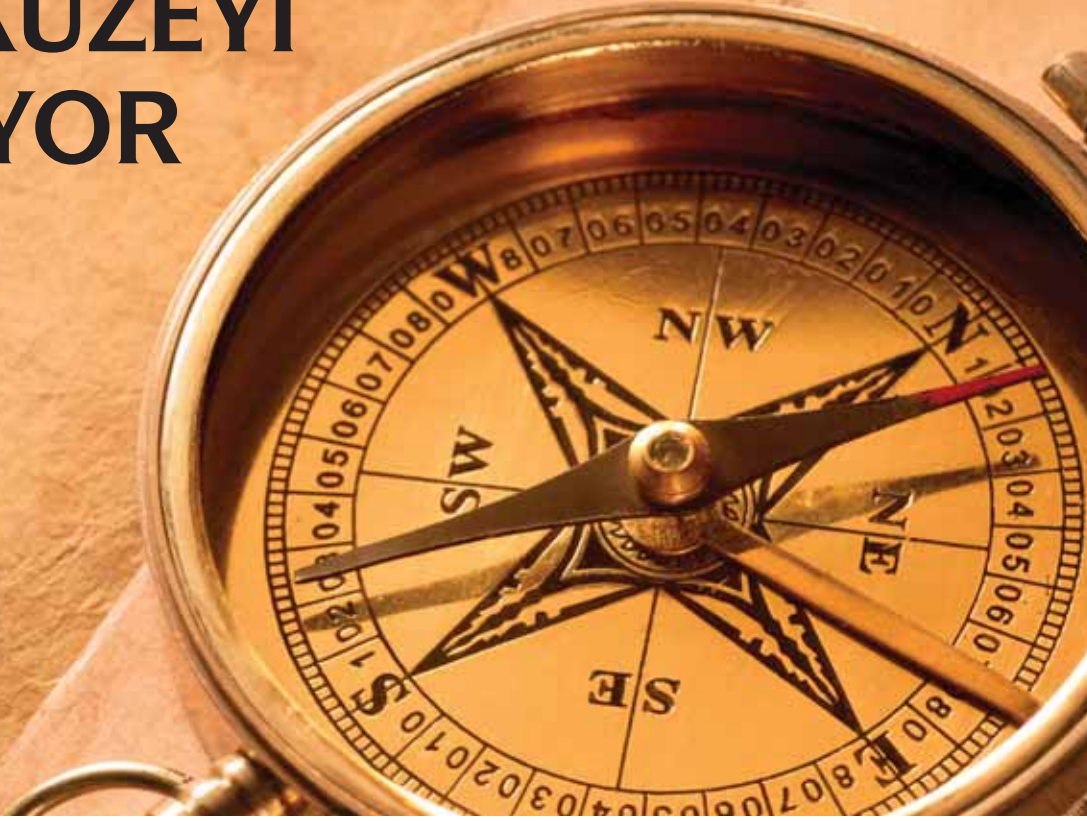
ONTEKS
www.onteks.com



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

PUSULA KUZEYİ GÖSTERİYOR

İHKİB, İTHİB VE İDMİB YÖNETİM KURULU ÜYELERİ, RUSYA TÜRK İŞADAMLARI BİRLİĞİ İLE BİR ARAYA GELEREK İKİ ÜLKE ARASINDAKİ SORUNLARI TARTIŞTI. TOPLANTI SONUCUNDA İKİ KURUM ARASINDA İŞBİRLİĞİ FAALİYETLERİNİN GELİŞTİRİLMESİNDE MUTABAKATA VARILDI.



İTKİB bünyesindeki üç birlik Rusya Türk İşadamları Birliği (RTİB) temsilcileri ile bir araya gelerek tanışma toplantısı düzenledi. 15 Nisan'da Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleşen toplantıya İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, İTHİB Başkanı İsmail Gülle ve İDMİB temsilcileri RTİB Başkanı Ali Tunç Can katıldı. Toplantıya aralarında İHKİB, İTHİB ve İDMİB Yönetim ve Denetim Kurulu Üyeleri, RTİB Yönetim ve Denetim Kurulu Üyeleri ile İTKİB ve RTİB Genel Sekreterliği'nin de olduğu geniş bir işadamları heyeti katıldı. Toplantının açılış ve tanışma faslının ardından öncelikli olarak İTKİB ve RTİB arasında gerçekleştirilebilecek iş birliği olanakları üzerinde değerlendirmeler yapıldı. Toplantının gündem maddelerinin ilki Türkiye ve Rusya arasında karşılıklı olarak kaldırılan vizele- rin ihracatçıları açısından sağlayacağı faydaların masaya yatırıldığı toplantıda, iki ülke arasında mevcut ticaret hacminin geliştirilme-

sinin önemi vurgulandı. Rusya ile ticari ilişkilerin kalıcı bir sisteme oturtulması gerektiğini kaydeden Hikmet Tanrıverdi, Rusya gümrüklerinde yaşanan sorunların çözümü için ortak akıl toplantılarının düzenlenmesi gerektiğini söyledi. Rusya'da Türkiye asıllı 3 bin 500 işadamlarının faaliyet gösterdiğini hatırlatan İTHİB Başkanı İsmail Gülle, Rusya'da büyük bir ticaret potansiyelinin olduğunu, yabancı dış sermaye açısından 4'üncü sırada olan ülkenin bu potansiyelin sürekli arttığını belirtti. RTİB'in en kuvvetli yanının Rusya'yı gerçekten tanıyor olması ve pazara hakimiyeti olduğunu dile getiren Can, Türkiye'nin bölgedeki etkinliğine değindi ve bunun daha da artırılması gerektiğini söyledi.

Gümrük sorunları masaya yatırıldı

Toplantının ikinci gündem maddesini ise 2010 yılı içerisinde "Yerel Para Birimleri ile Dış Ticaret" projesi kapsamında uygulamaya sokulmuş

olan Ruble ile ihracat oluşturdu. Toplantıda ihracatçı firmalar bu konu ile ilgili tecrübelerini paylaştı ve sistemin genele yayılması için yapılması gerekenler tartışıldı. Toplantının son gündem maddesi ise geçmiş dönemlerde Rusya Federasyonu gümrüklerinde yaşanan problemler oldu. Toplantı çerçevesinde Rusya Federasyonu gümrüklerindeki mevcut durum değerlendirilirken, bugünün koşullarında ihracat açısından olumlu bir seyir olduğu belirtildi. İki ülke arasında uygulanmakta olan "Basitleştirilmiş

Gümrük Hattı" uygulamasının işleyişinin de değerlendirildiği toplantıda, mevcut uygulamaya ilave olarak uygulanması planlanan karayolu taşımacılığının da Basitleştirilmiş Gümrük Hattı sistemine dahil edilmesi yönündeki imkanlar tartışıldı. Toplantı sonucunda iki kurum arasında işbirliği faaliyetlerinin geliştirilmesi için her türlü imkânın kullanılmasını hususunda mutabakata varılırken, bu çerçevede ilerleyen dönemlerde ikili ve çok taraflı toplantıların ve organizasyonların yapılması kararlaştırıldı. ❖



“Etikette çözümler ortağınız®”

www.akmazbarkod.com



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



Thermal Transfer Ribbons
Label Fabrica - 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

MERTER MODA HAREKETİ BAŞLADI



MESİAD, TEKSTİL VE HAZIR GİYİMİN EN ÖNEMLİ ÜSLERİNDEN BİRİ OLAN MERTER’İ DÜNYA MODASININ MERKEZİNE TAŞIYACAK HAREKETİ BAŞLATTI. ‘MERTER MODA MERKEZİ SEMPOZYUMU’NDA SANAYİ VE TİCARET BAKANI NİHAT ERGÜN’ÜN YANI SIRA TEKSTİL VE HAZIR GİYİM DÜNYASININ ÖNEMLİ İSİMLERİ BİR ARAYA GELDİ.

Merter Sanayici ve İşadamları Derneği (MESİAD) tekstil ve hazır giyim en önemli kalelerinden biri olan Merter’i dünya modasının merkezine taşıyacak hareketi başlattı. MESİAD, Merter Kaymakamı, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları, üniversite ve işadamları birlikte hareket ederek Merter Tanıtım Grubu’nu (MTG) kurdu. Merter’i dünya modasının merkezi yapmak sloganıyla yola çıkan ve bundan sonraki süreçte Merter çatısı altındaki markaların, üretimi, satışı ve tanıtımındaki standartları artırmak için farklı proje ve etkinlikleri hayata geçirecek olan MTG, ilk adımı 9 Mart’ta düzenlenen bir sempozyum ile attı. “Merter Moda Merkezi Sempozyumu” ile teksti-

lin önemli isimlerini bir araya getiren etkinlikte temel konu Merter ve modaydı. İki oturum halinde gerçekleşen sempozyumda tekstil sanayisi sorunları masaya yatırılırken Merter’in durumu da ele alındı. Güngören Belediyesi ile Güngören Kaymakamı’nın da desteklediği sempozyum Green Park Otel’de yapıldı. Mesiad Başkanı İdris Akdoğan, Merter Tanıtım Grubu Genel Koordinatörü Halil Samuk ve yönetim kurulu üyelerinin haftalardır hazırlık yaptığı sempozyum işadamlarından yoğun ilgi gördü. Sempozyumda, Merter’in Türkiye tekstilindeki yeri ve ihracata katkıları, konumu, yerleşkesi konuları değerlendirildi. Merter’i moda- nın merkezine taşımak için neler hayata geçirilmesi gerekenler ise

sempozyumun ana konusu oldu. Güngören Kaymakamı Seyfettin Azizoğlu, Güngören Belediye Başkanı Şakir Yücel Karaman, TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, Damat/Tween markasının Yönetim Kurulu Başkanı Süleyman Orakçoğlu ve ünlü modacı Arzu Kaprol de organizasyona katılarak konu hakkında değerlendirmelerde bulundu. Sekiz saat süren sempozyuma son oturumda Sanayi ve Ticaret Bakanı Nihat Ergün ise İstanbul, Merter ve tekstil kavramlarının ayrılmaz bir bütün olduğunu söyledi.

Türkiye’nin tekstil merkezi İstanbul, İstanbul’un merkezi Merter İstanbul’un tekstil açısından

önemli bir merkez, bu alanda birçok firmanın yer aldığı Merter'in ise sektörün en önemli merkezlerinden biri olduğunu belirten Bakan Ergün, "Hem İstanbul'u, hem Merter'i, hem de tekstili bir bütün halinde değerlendirdiğimizde, tekstilin geleceği açısından Merter'in merkezi konumunu ve Türkiye'nin önemini birlikte düşünmemiz lazım" dedi. Türkiye'nin sanayileşmesinde ve ihracatında tekstil ve hazır giyim yerinin yadsınamayacak kadar büyük olduğunu, dünyadaki ve Türkiye'deki gelişmelerin her alanda olduğu gibi bu alanda da yeni adımlar atılmasını zorunlu hale getirdiğini söyleyen Ergün, bundan sonraki süreçte ucuz iş gücü, hammadde ve enerji kaynağı olmadığı dikkate alınarak, tekstilde rekabet avantajının, tasarım, ar-ge, markalaşma ve akıllı tekstil kavramları ile sağlanması gerektiğinin altını çizdi. Ergün, dünyadaki gelişmeleri yakından takip etmenin ve tanıtımın önemine de dikkat çekti. Türkiye'deki sektörlerde işbirliği kültürünün son derece zayıf olduğunun altını çizen Ergün, "Dünyada devasa işletmeler küresel rekabet güçlerini artırmak için şirket evlilikleri yaparken biz 'Küçük olsun, benim olsun' düşüncesiyle hareket ediyoruz. Bu doğru bir yaklaşım değil" diye konuştu. Özellikle KOBİ niteliğindeki işletmelere mikro reformlarını yapabilmeleri için önemli teşvik ve destek mekanizmaları oluşturduklarını ifade eden Ergün, Türkiye'nin önündeki süreçte, makro ekonomik dengelerindeki

finansal istikrarın sağlamlığı kadar işletmelerin rekabete dayanıklılığı kadar da önemli olduğunu söyledi.

"Herkes elini taşın altına koymalı"

Merter'i dünya modasının merkezine taşıma projesindeki en önemli isimlerden biri olan Kaymakam Seyfettin Azizoğlu, STK'lardan, iş adamlarına kadar hep birlikte bir amaç için yola çıktıklarını ve bu amaç doğrultusunda modanın kalbinin attığı Merter'i, dünya modasının kalbinin attığı bir yer haline getirmeyi hedeflediklerini dile getirdi. Bir yıldır hazırlıkları süren sempozyum için, "Amacımız tekstilin dünyadaki gelişimine paralel olarak Merter'in, en rasyonel ve bilimsel şekilde bu gelişime ayak uydurmasını sağlamak. Bu sempozyum Merter'in dönüşümünün bir başlangıcı olacaktır. Umarım ki buradan çıkacak sonuçlarla yol haritamızı çizerek Merter için güzel hizmetleri de başlatmış olacağız" diyen Azizoğlu, herkesin elini taşın altına koymasının gerektiğini, böylelikle Merter'in gelişen dünyada kendine önemli bir yer bulacağını söyledi.

Büyükeksi: Merter hareketi herkese örnek olmalı

Laleli, Osmanbey Merter'in, tekstil ve hazır giyim ihracatının kendiliğinden başladığı doğal merkezlerden biri olduğunu söyleyen TİM Başkanı Mehmet Büyükeksi, semtin her geçen gün geliştiğini ve ihtisaslaştığını kaydetti. Tekstil ve hazır giyim-



de doğal kümelenmenin oluştuğu nadir bir yapıya sahip olan Merter'de başlatılan moda hareketinin herkese örnek olması gerektiğini belirten Büyükeksi, 2023 ihracat hedeflerine değinerek, "2023'te 500 milyon dolar ihracat hedefliyoruz. Sayın Başbakan'la bir yol haritası çıkarmak için 1,5 yıldır bu hedef üzerinde çalışıyoruz. Son çalışmalarımız gösteriyor ki 24 sektörde 545 milyar dolara ulaşabileceğiz. Otomotiv ve tekstil sektörleri yine başı çeken iki sektör olacak. Tekstil ve hazır giyim 100 milyar dolarlık bir hedefi var. Bu hedeflere ulaşmak için izlenmesi gereken yol daha fazla üretim yapmak değil, katma değerli ürünler üretmek olmalı" dedi. Büyükeksi, sektörün, ar-ge, inovasyon ve markalaşmaya ağırlık vererek ürünlerin katma değerini artırmaya kanalize olması gerektiğini kaydetti.

Üretimle başladı marka oldu

Hazır giyim sektörüne yılları veren İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, Beyazıt'ta başlayan ticaret hayatının Merter'de ivme kazandığını ve o yıllarda MESİAD'ın kuruluşunu gerçekleştirdiklerini anlattı. 1984 yılın-

dan bu yana semtte birçok değişimin yaşandığını, uzun yıllar Keresteciler Sitesi olarak anılan Merter'in moda merkezi olmaya giden yolda ilk savaşını adının değişmesi için verdiğini ve başardığını ifade eden Tanrıverdi, bugün semtte bulunan birçok firmanın kendi markasını oluşturduğunu belirtti. Merter'in ülke ihracatında da ciddi payı olduğuna dikkat çeken Tanrıverdi, "İTKİB bünyesindeki bin 200 firma Merter'de yer alıyor. Bu firmalardan 600'ü hazır giyim üretiyor ve ihraç ediyor" dedi ve 15 milyar dolarlık hazır giyim ihracatı içinde Merter'in 2 milyar dolarlık bir payı olduğunun altını çizdi. Tanrıverdi, kayıtlı olmayan rakamların bu sayıyı daha da yukarı çekeceğinin göz önünde bulundurulması gerektiğini belirtti.

Merter'in yapısal sorunları çözülüyor

Sempozyuma katılarak Merter'de hayata geçirilmesi hedeflenen projeleri aktaran Güngören Belediye Başkanı Şakir Yücel Karaman, uzun zamandır yürütülen ortak bir çalışmanın detaylarını verdi. Merter'in avantajlarının çok fazla olduğunu, cadde ve sokakların düzgün, fiziki ortamın müsait olduğunu belirten Karaman, İstanbul'un gelişmesine paralel





İDRİS AKDOĞAN

MESİAD Başkanı ve İHKİB

Yönetim Kurulu Üyesi

Son yıllarda ülkemiz tepeden tırnağa yeni bir vizyon çizdi. Biz de bu vizyona ayak uydurmamız gerektiğini düşünüyoruz. Bundan bir yıl evvel Merter Tanıtım Grubunu kurduk. Amacımız Merter'in bir marka olarak dünya moda merkezleri arasında yerini alması. Merter Tanıtım Grubunu kurarken semtte çalışan, üreten insanların sorunlarını dinledik. Merter'in moda merkezi olması konusunda ne yapmamız gerekir diye herkesin fikrini aldık. Bugün de aldığımız fikirler eşliğinde bunun deklarasyonunu yayınladık. Merter'de alışveriş alanlarının perakende satış alanlarının olduğu projeler var. Yani Merter'in bundan sonraki süreci, göze hoş gelen, Türkiye'nin imajına yakışır bir moda merkezi olma yolunda planlanıyor. Devletimizin bugün çizdiği 2023 vizyonuna biz de Merter olarak katıldık. Amacımız 2023'te Milano'dan daha önce birinci sıraya Merter'i taşımak.

semtin de geliştiğinin altını çizdi. Semtin, İstanbul için merkezinde ancak şehrin keşmekeşinden uzakta olduğuna dikkat çeken, Karaman semt esnafının düşünce ve beklentilerini çok önemsediklerini, huzur ve güven içerisinde ticaretlerini sürdürebilmeleri için kendilerine düşen görevi yerine getirdiklerini söyledi. Karaman, "Merter



de artık kendi koleksiyonunu üreten üreticiler var. Biz kamu olarak arkanızdayız. Bugün şunu severek söylüyorum. Merter moda merkezi olma yolunda talepkar. Talep olduğunda biz bu sokaklara ne gerekiyorsa onu yaparız. Bütçe de önemli değil yaparız" diye konuştu. Semtte yapılan yenilenmeleri Merter'in gelişimini düşünerek hayata geçtiklerinden Kaydeden Karaman, alt yapı olarak hazır olduklarını ve firmaların taleplerini beklediklerini ifade etti.

"Önce İstanbul sonra Merter"

Ünlü modacı ve Moda Tasarımcıları Derneği Başkan vekili Arzu Kaprol yaptığı konuşmada Merter'de moda ve tasarım anlayışının öne çıkması için neler yapılabileceğine dair önerilerde bulundu. Merter'in merkez olabilmesi için önce Türkiye'nin ardından İstanbul'un merkez olması gerektiğini söyleyen Kaprol, "Hepimizin uğraşı öncelikle Türkiye'yi dünyada bir moda merkezi haline getirmek. Verdiğimiz tüm çabaları oldukça yoğunlaştırmak gerekiyor. Bir bütün olarak hareket edebilmek oldukça önemli" dedi. Merter vitrinlerinde çok fazla çeşit ve çok fazla marka olduğunu ifade eden Kaprol, özellikle genç tasarımcıların semt adına yapabileceği çok şey olduğunu dile getirdi.

Orakçoğlu: Hedefler iyi belirlenmeli

Merter Moda Merkezi Sempozyumu'nun ikinci bölümü oldukça hareketli geçti. Damat/Tween Yönetim Kurulu Başkanı Süleyman Orakçoğlu, Merter'in moda merkezi olma yolunda ilk yapması gerekenin kendisine bir yol haritası çizmek ve ne istediğini en iyi şekilde tanımlamak olduğunu söyledi. Dünyada tekstil ve hazır giyim sektörleriyle öne çıkan bölgelerden örnekler vererek Merter'in, hedef kitesini belirleyerek segmentasyon çalışması yapması gerektiğine değinen Orakçoğlu, "Sadece bizim ürünümüz daha kaliteli daha ucuz demek ile olmuyor. Ruh katmak gerekiyor. Önümüzdeki şans iyi değerlendirmemiz gerekiyor. Birçok şeyi isteyip bir şey yapamamaktansa bir şeyi iste-

yip başarmak çok önemli" dedi. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda Tasarımı Bölüm Başkanı Prof. Kemal Can, Merter'in bu zamana kadar ki moda hareketlerinden ayrılması gerektiğinin dikkatle altını çizdi. Bu ayrımın felsefi bakış açısı, kalite ve kurallarla olması gerektiğini söyleyen Can, "Merter Moda Merkezi olmayı başarmak ancak bunun için kesinlikle akademik ve felsefi destek almalı. Aksi takdirde daha önce girilen, moda merkezi hareketlerinin ötesine gidemeyiz" dedi. Hazırladığı sunumda üniversitenin tekstil alanında farklı kurum ve derneklerle yürüttüğü projelerden örnekler veren Can, Merter'de tekstil ve hazır giyimi vurgulayacak benzer bir çalışmanın hayata geçirilebileceğini söyledi. ❖



MSÜ Tekstil ve Moda Tasarımı Bölüm Başkanı Prof. Kemal Can, Merter'in moda merkezine dönüşecek potansiyele sahip olduğunu söyledi

Texpo Eurasia 2011

28. Tekstil, Dokuma, İplik, Terbiye, Örgü, Nakış, Çorap Makineleri, Yan Sanayileri ve Kimyasalları Fuarı



www.texpoeurasia.com



www.istanbuliplikfuari.com

28-31 Mayıs 2011

TUYAP TÜM FUARCILIK YAPIM A.Ş. FUAR ALANI VE MERKEZ OFİSİ

Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi
34522, Büyükçekmece
İstanbul

Tel : 0212 867 11 00
867 12 00

Faks : 0212 886 66 98

E-posta :

Yurtiçi Satış
yurticisatis@tuyap.com.tr

Yurtdışı Satış
sales@tuyap.com.tr

Reklam Satış
reklamsatis@tuyap.com.tr

Yurtdışı Fuarlar
tuyapoverseas@tuyap.com.tr

Proje Tanıtım
tanitim@tuyap.com.tr

Fuar Alanı
fairarea@tuyap.com.tr

TUYAP YURTDIŞI OFİSLERİ

E-posta :

Tüyap Adana
tuyapadana@tuyap.com.tr

Tüyap Ankara
tuyapankara@tuyap.com.tr

Tüyap Bursa
tuyapbursa@tuyap.com.tr

Tüyap Diyarbakır
tuyapdiyarbakir@tuyap.com.tr

Tüyap Gaziantep
tuyapgaziantep@tuyap.com.tr

Tüyap İzmir
tuyapizmir@tuyap.com.tr

Tüyap Kayseri
tuyapkayseri@tuyap.com.tr

Tüyap Konya
tuyapkonya@tuyap.com.tr

Tüyap Samsun
tuyapsamsun@tuyap.com.tr

TUYAP YURTDIŞI OFİSLERİ

E-posta :

Tüyap Moskova
tuyapmoscow@tuyap.com.tr

Tüyap Sofya
tuyapsofia@tuyap.com.tr

Tüyap Halep
tuyapaleppo@tuyap.com.tr

Tüyap Tiflis
tuyapgeorgia@tuyap.com.tr

Tüyap Tahran
tuyaptehran@tuyap.com.tr

Tüyap Üsküp
tuyapskopje@tuyap.com.tr

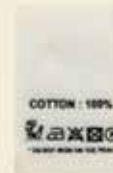
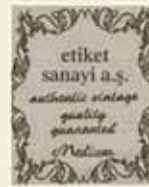
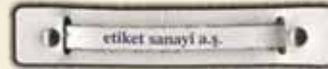
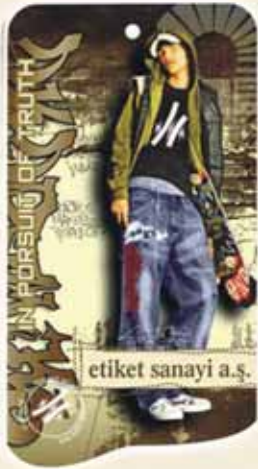


Etiket Sanayi a.Ş.

since 1976

etiket sanayi a.Ş.

www.etiketsanayi.com



etiket sanayi a.Ş.	
DENIM 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

İTHALATTA KORUNMA ÖNLEMLERİNDE VERGİ ORANLARI DÜŞÜRÜLDÜ



DOKUMA KUMAŞLAR VE HAZIR GİYİM ÜRÜNLERİ İÇİN İLAVE GÜMRÜK VERGİLERİ GETİREN İTHALATTA KORUNMA ÖNLEMLERİNE DAİR DTM'NİN YAPTIĞI SORUŞTURMA, İLGİLİ TÜM TARAFLARIN GÖRÜŞLERİNİN ALINMASI İLE SÜRÜYOR. ÖTE YANDAN, 13 OCAK TARİHLİ DTM TEBLİĞİNDE ÖNGÖRÜLEN GEÇİCİ ÖNLEMLERE İLİŞKİN BAKANLAR KURULU KARARI 24 MART'TA YAYIMLANDI. SÖZ KONUSU KARAR'DA, TEBLİĞLERLE ÖNGÖRÜLEN DOKUMA KUMAŞTA YÜZDE 17-27 VE HAZIR GİYİMDE YÜZDE 21-40 ORANLARINDAKİ GEÇİCİ ÖNLEMLER 10 PUAN DÜŞÜRÜLDÜ.

Cumhuriyetin ilk yıllarında temeli atılan Türkiye tekstil ve hazır giyim sektörü, ekonomimizin en fazla katma değer yaratan ve dış ticaret fazlası veren işkollarının başında geliyor. İki sektör birlikte, milli gelirin yüzde 8'ini, sanayi üreti-

minin yüzde 16'sını, istihdamın yüzde 11'ini, ihracatın ise yüzde 18'ini gerçekleştirirken, son on yıldır ağırlaşan bir Uzakdoğu baskısı altında sıkıntı çekiliyor. Sürdürülemez haksız rekabet ve hızla artan ithalat sonucunda Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM), teks-

til ve hazır giyim sektöründeki üretici firmalar ile ilgili sanayi ve ticaret odalarının başvurusu üzerine yoğun ve titiz çalışmaların ardından korunma önlemi soruşturması açılması ve geçici önlem alınması için yeterli şartların oluştuğuna karar verdi.

Tebliğ 13 Ocak'ta yayınlandı

DTM İthalat Genel Müdürlüğü tarafından sonuçlandırılan bu değerlendirme kapsamında, Müsteşarlık tarafından 13 Ocak 2011 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan 2011/1-2 sayılı

Tebliğlerle bazı dokuma kumaş ve konfeksiyon ürünlerine ilave gümrük vergisi şeklinde koruma önemi alınması amacıyla soruşturma açıldı. Aynı Tebliğler ile soruşturma başlatılmasının yanı sıra, bu ürünlerin ithalatına geçici önlem alınması için Bakanlar Kurulu'na tavsiyede bulunulması hükmü de yer aldı. Tebliğlerde öngörülen geçici önlemler, dokuma kumaşta mevcut vergilere ilave olarak, İthalat Rejim Kararı'nda tanımlanan Diğer Ülkeler (DÜ) için yüzde 30, Gelişme Yolundaki Ülkeler (GYÜ) için yüzde 27 ve En Az Gelişmiş Ülkeler (EAGÜ) için yüzde 21 düzeyinde öngörüldü. Hazır giyim ürünlerinde ise Diğer Ülkeler (DÜ) için yüzde 40, Gelişme Yolundaki Ülkeler (GYÜ) için yüzde 37 ve En Az Gelişmiş Ülkeler (EAGÜ) için yüzde 27 düzeyinde öngörüldü.

Bununla birlikte uygulanması öngörülen ilave gümrük vergisi şeklindeki geçici önlemlerde, çok düşük ve çok yüksek fiyatlı ürünlerin ithalat vergilerindeki dalgalanmayı önlemek üzere, minimum ve maksimum fiyat kriteri de getirilerek, anılan önlemlerin bu marjlar çerçevesinde uygulanması gerektiği belirtildi. Dokuma kumaşta minimum fiyatlar 0,75 dolar/Kg ile 1,25 dolar/Kg arasında belirlenirken maksimum fiyatlar 4 ila 4,25 dolar/Kg arasında bulunuyor. Hazır giyimde ise minimum fiyatların düzeyi 3,5 dolar/Kg ile 5,5 dolar/Kg arasında, maksimum fiyatların düzeyi ise 16 dolar/Kg ve 20 dolar/Kg arasında değişmekte.

DTM tüm tarafları dinledi

Diğer taraftan, Tebliğlerle başlatılan soruşturma süreci ilgili tarafların Dış Ticaret Müsteşarlığı'na başvurusu ve tarafları dinleme toplantısı ile devam etti. Üretici, ihracatçı, ithalatçı tüm taraflar, Tebliğlerin yayımlanmasını takip eden 20 gün içinde "ilgili taraf" olarak Dış Ticaret Müsteşarlığı'na başvuruda bulunarak, 30 günlük

süre içinde soruşturma kapsamında alınması kararlaştırılan önlemlerden ne şekilde etkileneceklerini yazılı olarak DTM'ye bildirdiler. 7-8 Mart 2011 tarihlerinde ise DTM, tüm ilgili tarafları dinleme toplantısına davet etti ve tarafların hem önlem başvurusundaki hususları, hem de önlemin etkileri konusunda olumlu ve olumsuz değerlendirmelerini sözlü olarak aldı. Bahse konu tarafları dinleme toplantısının akabinde, dile getirilen görüşler 18 Mart 2011 tarihine kadar DTM'ne yazılı olarak da bildirildi. Tarafların yazılı görüşlerini bildirmeleri sonrasında, soruşturma süreci halen devam ediyor. DTM tarafından yazılı ve sözlü alınan tüm görüşlerin değerlendirilmesi ile soruşturma süreci nihai olarak tamamlanacak. Soruşturma süreci sona erdiğinde, geçici önlemlerin kesin önlemler şeklinde yürürlüğe girmesi, geçici önlemlerde oran ya da kapsam açısından değişiklikler veya soruşturmanın önemsiz kapatılması gündeme gelebilecek.

Bakanlar Kurulu kararı ile vergi oranları 10 puan düştü

Öte yandan, 13 Ocak 2011 tarihli 2011/1-2 sayılı Tebliğlerle başlatılan soruşturma süreci devam ederken, bu Tebliğlerde öngörülen geçici önlemlere ilişkin Bakanlar Kurulu Kararı 24 Mart 2011 tarihli Resmi Gazete'de yayımlandı. Söz konusu Bakanlar Kurulu Kararı'nda, Tebliğlerle öngörülen dokuma kumaşta yüzde 17-27 ve hazır giyimde yüzde 21-40 oranlarındaki geçici önlemler 10 puan düşürülerek yayımlandı. Bu durumda, geçici önlemler dokuma kumaşta mevcut vergilere ilave olarak, İthalat Rejim Kararı'nda tanımlanan Diğer Ülkeler (DÜ) için yüzde 20, Gelişme Yolundaki Ülkeler (GYÜ) için yüzde 17 ve En Az Gelişmiş Ülkeler (EAGÜ)



TÜRKİYE TEKSTİL VE HAZIR GIYİM İTHALATI (milyon dolar)

	2008	2009	Değişim (yüzde)	2009/11	2010/11	Değişim (yüzde)
İplik ve dokunmuş tekstil	3.338	2.807	-16	2.474	3.565	44
Giyim eşyası	1.800	1.713	-5	1.587	2.059	30
Trikotaj (örme ürünleri)	331	349	5	316	414	31

in yüzde 11 düzeyinde öngörüldürken, hazır giyim ürünlerinde ise Diğer Ülkeler (DÜ) için yüzde 30, Gelişme Yolundaki Ülkeler (GYÜ) için yüzde 27 ve En Az Gelişmiş Ülkeler (EAGÜ) için yüzde 17 düzeyinde uygulanacak.

Önlemler, Bakanlar Kurulu Kararı'nın yayımlanmasını takip

eden 120. günde (22 Temmuz 2011) yürürlüğe girecek. Söz konusu önlemler uygulamaya başlandığında ithalat, öngörülen oranlarda Gümrüklere teminat mektubu ibraz edilmek suretiyle yapılabilecek. Soruşturmanın menfi sonuçlanması durumunda ise teminat mektupları geri iade edilecek. ❖

DERİNİN LİDERLERİ ZİRVEDE BULUŞTU



DERİ TANITIM GRUBU'NUN, 14 YILDIR DÜZENLEDİĞİ 'DERİ DEĞERLENDİRME TOPLANTILARI' SEKTÖRÜN ÖNEMLİ İSİMLERİNİ BULUŞTURAN YAPISINDAN HAREKETLE BU YIL 'DERİ ZİRVESİ' ADINI ALDI. TARIM VE KÖYİŞLERİ BAKANİ MEHDİ EKER'İN KATILDIĞI 14. DERİ ZİRVESİ'NDE, DERİ İHRACATININ 2011 YILININ İLK ÜÇ AYINDA YÜZDE 23 ARTARAK TÜRKİYE İHRACAT HIZINI 1,5 KAT AŞTIĞI BELİRTİLDİ.

Deri Tanıtım Grubu (DTG) tarafından düzenlenen 'Deri Değerlendirme Toplantıları' lider isimlerin katılımıyla bu kez zirveye dönüştü. Ulusal ve uluslararası alanda Türk derisinin marka algısını güçlendirmek için yola çıkan DTG'nin, 1997 yılından bu yana düzenlediği etkinlik, sektörün önemli isimlerini buluşturan yapısından hareketle bu yıl "Deri Zirvesi" adını aldı. 14 Nisan'da İstanbul Dış Ticaret Kompleksi'nde yapılan etkinlikte, deri sektörü her yönüyle değerlendirildi. Perakende sektörünün önde gelen isimlerinin yanı sıra Tarım ve Köyişleri Bakanı Mehdi Eker katıldı. TIM Başkanı Mehmet Büyükekşi, İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Lemi Tolunay ve TDSD Başkanı Erdal Matraş da katılarak, sektörün sorunlarını ve çözüm önerile-

rini dile getirdi. Organizasyonun açılış konuşmasını yapan Matraş, Türkiye'de ham deri fiyatlarının, kriz öncesi dönemde 1,6 lira civarında iken, 4,5 liraya çıktığını dile getirdi. Et fiyatlarının, ham deri fiyatlarından öncelikli ele alınması gerektiğini vurgulayan Matraş, ancak canlı hayvan ithalatının ham deri ihtiyacına çözüm olacağını söyledi. Tarım ve hayvancılığın ayrılmaz bir bütün olduğunun altını çizen Bakan Eker, dericilik sektörünün de Tarım Bakanlığı içinde yer alması gerektiğini söyledi. Dericilik sektörü açısından hayvan popülasyonunun sayıca yüksek olmasının en önemli unsurlardan biri olduğunu, kalite ve verim 2002 yılında 9,8 milyon olan Türkiye'nin sığır varlığının, 2002-2010 arasında yüzde 10'luk artışla 11 milyona çıktığını belirtti.

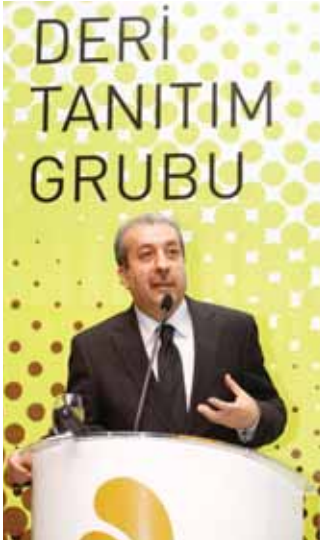
Matraş: İthalat ihracatı katlayacak

Toplantının ilk konuşmacısı Türkiye Deri Sanayicileri Derneği Başkanı (TDSD) Erdal Matraş, Türkiye deri sektörünün güçlü altyapı, teknoloji, know-how ve kalifiye işgücü ile birlikte bugün, 13 ayrı bölgede 541 işletme ve 11 bin 534 kişilik istihdam olanağı ile faaliyet sürdürdüğünü kaydetti. 2000-2010 arasında işletme sayısının azaldığını, istihdamın düştüğünü ancak sektörün ekonomik büyüklüğünde kayıp olmadığını belirten Matraş, yılda 6,5 milyon adet büyükbaş ve 30 milyon adet küçükbaş deri işleyen sektörün 1 milyar dolarlık bir büyüklüğe sahip olduğunun altını çizdi. Matraş, deri üretiminde kullanılan üretim girdilerinin arasında ham derinin ortalama yüzde 65'le en önemli kalemi teşkil etti-

ğine işaret ederek, "Canlı hayvan ve et piyasasındaki gelişmeler deri sektörünü yakından ilgilendiriyor. Türkiye'de ham deri fiyatlarının, kriz öncesi dönemde 1,6 lira civarında iken, 4,5 liraya çıktı. Et fiyatlarının, ham deri fiyatlarından öncelikli ele alınması gerekiyor. Ham deri ihtiyacına ancak canlı hayvan ithalatı çözüm olur" diye konuştu. Deri sektörünün krizde çok fazla ithalat yaptığını belirten Matraş, 2010 Ocak-Şubat döneminde 19 milyon dolar olan ham deri ithalatının, bu yılın ilk iki ayında 64 milyon dolara çıktığını, yıl sonunda ithalatın ihracatı ikiye katlayabileceğini vurguladı.

"Sığır varlığı 8 yılda yüzde 10 arttı"

Tarım ve Köyişleri Bakanı Mehdi Eker, tarımın içinde tüm ürün ve canlıları barındırdığını, bu neden-



TİM Başkanı Mehmet Büyükeksi, İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Lemi Tolunay ve TDSB Başkanı Erdal Matraş, 14'üncü Deri Zirvesi'ne katılan Bakan Mehdi Eker'e hediye takdim etti.



le hayvancılık ile doğrudan ilişki içinde olan deri sektörünün Tarım Bakanlığı içinde yer alması gerektiğini söyledi. Türkiye'nin, dünyadaki tarımsal hasıla sıralamasında son 3 yılda 56 milyar dolarlık hasılla 11'ci sıradan 8'inci sıraya yükseldiğini, hayvancılığın da profesyonelleşerek, 15 bin 700 yeni işletme kurulduğunu hatırlatan Eker, son yıllarda azalmaya başlayan küçükbaş hayvancılığı destekleme kapsamına aldıklarını ifade etti. Hayvan popülasyonunun sayıca yüksek olmasının, dericilik sektörü açısından daha önemli olduğunu belirten Eker, "Dericilik sektörünün talebiyle, iktisadi verimliliğinin gerektirdiği işletmecilik anlayışının ortaya koyduğu şartlar uyumuyor. Bu doğal bir şey. Elbette biz Türkiye'de hayvan popülasyonunun azalması, kalite ve verim açısından yükselmesi için uğraşyoruz" diye

konuştu. Sığır popülasyonunun kültür ırkına dönüşmesi için çok büyük çaba sarf edildiğini kaydeden Bakan Eker, 2002 yılında 9,8 milyon olan Türkiye'nin sığır varlığının son sekiz yıl içinde yüzde 10'luk artışla 11 milyona çıktığını ekledi.

"Hedef 2023'te 4,5 milyar dolar"

Türkiye'nin deri ürünleri ihracatının seyrini ve dünyadaki konumuna ilişkin bilgileri aktaran İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Lemi Tolunay, "2023 için sektörel hedefimiz, dünya toplam deri ihracatından yüzde 1,5 pay alarak, ihracat rakamımızı 4,5 milyar dolara taşımak" dedi. Türkiye'nin deri giyimde 6'ncı, kürk giyimde 4'üncü en büyük tedarikçi olarak dünya çapında öne çıktığını hatırlatan Tolunay, sektörün bu başarıya zor günleri geride bırakarak ulaştığının altını çizdi. Küresel krizin etkisiyle 2009'da sektör ihracatının yüzde 20'nin üzerinde azaldığını, krizin etkilerinin azalmasıyla tablonun pozitif yönde değiştiğini kaydeden Tolunay, "Deri mamulleri ihracatımız 2010'da yüzde 18,2 artarak 1,3 milyar dolara yükseldi. Pazarlar özelinde ise İtalya, Kazakistan, İngiltere ve Irak en fazla ihracat artışının gerçekleştiği ülkeler oldu. Bu ülkelere yüzde 40 ve üzerinde ihracat artışı gerçekleştirdik" dedi. Dünya

deri ürünleri ithalatında en küçük paya sahip olan deri konfeksiyonunun ülke ihracatında yüzde 38 gibi ağırlıklı bir paya sahip olduğuna değinen Tolunay, bu durumun göz önünde bulundurulması gereken önemli bir faktör olduğuna dikkat çekti.

"Derinin ihracat hızı Türkiye'yi katladı"

Zirve sayesinde, derinin bugünkü fotoğrafını çekerek yarınlara bakılacağını dile getiren TİM Başkanı Mehmet Büyükeksi konuşmasında, Türkiye'nin 2023'teki dış ticaret hedeflerini aktardı. 2009'da yaşanan ekonomik krizden sonra 2010 yılında Türkiye'nin yüzde 8,9'luk artış ile sağladığı büyümenin, ülkemizi Avrupa'da büyüme lideri yaptığını kaydeden Büyükeksi, 2010 yılında 114 milyar dolar ihracat rakamıyla yüzde 12 oranında artış yakalandığını ve 310 bin istihdam yarattığını vurguladı. TİM Başkanı, 2023 yılı için belirledikleri 500 milyar dolarlık ihracat hedefine dikkat çekerek, 1,3 milyar dolar olan deri ihracatının 2011 yılının ilk üç ayında yüzde 23 arttığını belirtti. Deri sektörünün ihracat hızının, Türkiye ihracat hızını 1,5 katını aştığını ifade eden Büyükeksi, ana madde deri olan sektörde Avrupa genelinde İtalya'dan sonra ikinci sırada yer aldığımızı hatırlattı. Konuşmaların ardından etkinlik

DERİ ZİRVESİ'NDEN TOPLANTI NOTLARI

- Deri sektörü 13 ayrı bölgede 541 işletme ve 11 bin 534 kişilik istihdamla faaliyet sürdürüyor.
- Yılda 6,5 milyon büyükbaş ve 30 milyon küçükbaş deri işleyen sektör 1 milyar dolarlık büyüklüğe sahip.
- Kriz öncesinde 1,6 lira civarında olan ham deri fiyatları 4,5 liraya çıktı.
- Son sekiz yılda yüzde 10 artan Türkiye sığır varlığı 9,8 milyondan 11 milyona çıktı.
- 2010 Ocak-Şubat döneminde 19 milyon dolar olan ham deri ithalatı bu yılın ilk iki ayında 64 milyon dolara çıktı.
- 1,3 milyar dolar olan deri ihracatı 2011 yılının ilk üç ayında yüzde 23 arttı.
- Deri ihracatta Türkiye ortalamasını 1,5 kat aştı.

dünyaca tanınmış tasarımcı Arzu Kaprol'un "Deri ve Tasarım" başlıklı sunumu ile devam etti. Zirve, "Derinin Dünü, Bugünü ve Yarını" başlığı altında düzenlenen ve sektör duayenleri Ümit Zaim, Melih Celet, Selahattin Akaydın ve Hakkı Matraş'ın uzun yıllara dayanan tecrübelerinden yola çıkarak, derinin mevcut durumunu ve gelecek projeksiyonunu değerlendirdiği özel oturumla sona erdi. ❖

HONG KONG'UN YILDIZI YİNE TÜRKİYE OLDU

DERİNİN KÜRESEL AKTÖRLERİNİ HONG KONG'TA BULUŞTURAN ASYA PASİFİK FUARI BU DÖNEM 2.600 FİRMAYI 40 BİNİ AŞKIN ALICIYLA BULUŞTURDU. FUARIN EN DİKKAT ÇEKEN ÜLKELERİNDEN BİRİ TÜRKİYE OLDU. 39 FİRMA İLE FUARDAKİ EN BÜYÜK KATILIMCI GRUPLARDAN BİRİNİN TEMSİLCİSİ OLAN İTKİB APLF'NİN ANA SPONSORU OLDU.



Deri endüstrisinin en gözde uluslararası platformu Hong Kong Asya Pasifik Deri Fuarı (APLF) sektörün en önemli alıcı ve satıcılarını bir kez daha buluşturdu. 30 Mart – 1 Nisan tarihleri arasında gerçekleşen fuarda 2 bin 600 firma 40 bini aşkın alıcı ile buluştu. Düzenlendiği dönemde, deri sektörünün kalbinin attığı yer olarak tanımlanan APLF Hong Kong Fuarı'nda en dikkat çeken ülkelerden biri ise yine Türkiye oldu. 27 yıldan bu yana düzenlenen fuarda birçok defa ödül alan Türkiye bu kez de geleneği bozmadı. Tasevmları büyük beğeni toplayan Çetinkaya Deri Best Fashion Leather alanında ödül aldı. Türkiye'den firmaların yoğun ilgi gösterdiği fuara ise İTKİB patronajında tarihi katılım gerçekleşti. 39 firmanın katılımıyla İTKİB fuardaki en büyük katılımcı gruplardan birinin temsilcisi oldu. Türk firmalarının yer aldığı, Doğru

Asya'ya yönelik iş bağlantılarının yanı sıra küresel bir iş platformu olarak tanımlanan Raw Materials, Manufacturing and Technology bölümünde yoğun bir uluslararası katılım gözlemlendi. Çin'den İtalya'ya kadar birçok farklı ülkeden 25 bin ziyaretçi, 61 ülke ve bölgeden bin 700 katılımcı firma ile bir araya geldi. Fuarın ziyaretçileri arasında Coach, Bally ve Ecco gibi dev alım grupları dikkat çekti.

Ana sponsor İTKİB'ten tarihi katılım

APLF Hong Kong Fuarı 2011 Hong Kong Convention ve Exhibition Centre'da düzenlendi. İTKİB en büyük katılımcı gruplarından birinin temsilcisi olma sorumluluğunun bilincinde olarak son üç yılda olduğu gibi bu yıl da APLF'nin ana sponsoru oldu. Türkiye 37'si hammadde ve üretim, 2'si makine ve kimyasallar bölümünde olmak üzere toplam 39 firma net 771 metre-

kare stand alanı ile Hall 1 salonunda yer aldı. Geçtiğimiz yıllarla kıyaslandığında İTKİB patronajında fuara katılan firmaların sayısında ciddi bir artış yaşandı. Bu sayede İTKİB ve Deri Tanıtım Grubu (DTG) önemli bir tanıtım gerçekleştirdi. Fuarda yerli ve yabancı basın mensupları Türk milli katılımına yoğun ilgi gösterdi. Fuar Türkiye'nin önemli yayın organlarından Hürriyet, Sabah ve Dünya gazeteleri ile Ekonomist Dergisi muhabirleri yakından takip etti.

61 ülkeden katılım

Bu yıl 27'inci kez düzenlenen APLF Hong Kong Fuarı istikrarlı bir gelişim ile yerel bir etkinlikten günümüz küresel deri ve deri ürünleri pazarının vazgeçilmez buluşma noktalarından biri haline geldi. Deri sektörünün Asya'daki kilit noktası olarak bilinen Hong Kong Asya Pasifik Deri Fuarı, bu dönem de dünyanın dört bir köşesinden üretici ve alıcıları bir araya

getirdi. Deri sektöründeki tüm segmentlerin aynı çatı altında toplanan fuarda bu yıl Hong Kong, Çin Hindistan, Tayvan, Kore, Japonya, ABD ve İtalya gibi birçok ülkeden 25 bin ziyaretçi, yine Çin ve Hong Kong'un yanı sıra İtalya, Hindistan gibi 61 ülke ve bölgeden bin 700 katılımcı firma buluştu.

Fuarın en önemli bölümlerinden biri olan ve en fazla hareketliliğin gözlemlendiği Materials, Manufacturing and Technology genel başlığı altında işlenmiş / yarı işlenmiş deri, deri makineleri, kimyasallar ve teknolojilerine yönelik dünyanın dört bir köşesinden tedarikçi ve alıcıları buluştururken dünyanın en büyük alım gurplarını da ağırladı. APLF Hong Kong'un 2011 dönemi ziyaretçileri arasında Coach, Bally, Ecco, K-Swiss, Li & Fung, Hugo Boss, Adidas, Bauhaus, Debenhams, Diesel, Lane Crawford, LVMH, Marks & Spencer, Calvin Klein, Armani,



ÇETİNKAYA'YA BEST FASHION ÖDÜLÜ

APLF 2011'de ödül alan Çetinkaya Deri Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Çetinkaya, bu başarının ardından tasarım ve Ar-Ge'ye öncelik vermeleri olduğunu söyledi. Fuarı dört yıldır katıldıklarını ve bu yıl ki APLF'nin oldukça başarılı geçtiğini belirten Çetinkaya, APLF'nin bu yılki ziyaretçi profilinin profesyonellerden oluştuğunu belirtti. Fuarda, geçmiş yıllara göre daha az ama öz bir kalabalık olduğunu kaydeden Çetinkaya

Hong Kong'tan birçok yeni bağlantı ve sipariş ile döndüklerini ifade etti. Çetinkaya ödül kazanmaları ile ilgili olarak ise şöyle konuştu: "Fuar hazırlıklarına iki ay önceden başladık. 27 ürün grubumuzun tamamının tüm renklerini APLF'ye taşıdık. Bu ürünler çok başarılı bulundu ve bize ödül getirdi. En iyi tasarım, iyi renk ve dizayn alanlarında verilen Best Fashion Ödülü'nü almak gurur vericiydi. Firma olarak Ar-Ge ve tasarım en önem verdiğimiz konuların başında geliyor. Sırf Ar-Ge alanında sekiz elemanımız var. Tasarımları ise İtalyan ve Alman tasarımcılarla birlikte hazırlıyoruz. Şu an tasarım atölyemizde gelecek yılın ürünleri hazırlanıyor. Bu ödülle çalışmalarımızın sonuca ulaştığını görmüş olduk. Fuarı, 61 ülke arasından binlerce firma katıldı. Onlar arasında öne çıkarak ödül almış olmak bizi gururlandırdı ve daha da kamçıladı."

Celine, Kwanpen, H&M, Clarks, Lacoste, Cole Haan, New Balance, Li-Ning, Aokang, Levi Strauss ve Next gibi tanınmış alım grupları göze çarptı.

İTKİB fuara sıkı hazırlandı

APLF 2011 Fuarı çerçevesinde İTKİB, Türkiye deri sektörünü etkin şekilde temsil etmek amacıyla stand inşaatından, reklam ve halkla ilişkiler çalışmalarına kadar

bütünlük arz eden bir hazırlık gerçekleştirdi. Türkiye milli katılımını öne çıkaran ve katılımcı firmalara özel tasarlanan fuar standları dekorasyon uygulamasıyla birlikte, Deri Tanıtım Grubu logoları tüm standlarda yer aldı. Yapılan ilan çalışmaları ile fuar ziyaretçileri etkinlik alanı girişinden standlara kadar yönlendirildi. Fuar idaresi resmi fuar kataloğunda ve alıcı rehberinde de Türkiye milli katılımı

mi ilanları özel görsel tasarım ve katılımcı firmaların listeleriyle yer aldı. Ayrıca fuarın resmi duyuruları ve haber bültenlerinde katılımcı firmaların bilgileri ile Türkiye deri sektörü hakkında özet raporlar yayınlandı. Bültenler organizatör tarafından kayıtlı tüm fuar ziyaretçilerine ulaştırıldı. Tanıtım faaliyetlerine ek olarak fuarın özel trend alanı bölümüne ürün göndermeleri için tüm firmalara yönlendirme yapıldı. Fuarın kendi dinamiği içinde önemli bir etkinlik olan ve firmaların her yıl ödül almayı başardığı yarışmalara katılım için de tüm firmalara telkinde bulunuldu. Sonuçta Çetinkaya Best Fashion Leather alanında ödül kazandı.

APLF deri sektörünün buluşma noktası

Asya Pasifik Deri Fuarı 27 yıldan bu yana, istikrarlı bir gelişim gösteriyor. Yerel bir etkinlik olarak yola çıkan organizasyon bugün, küresel deri ve deri ürünleri pazarının vazgeçilmez buluşma noktalarından biri konumunda. Çin'in Hong Kong şehrinde Hong Kong Convention and Exhibition Center'da yılda bir düzenlenen APLF'nin birbirini tamamlayan üç bölümden oluşuyor. Fashion Access (Bitmiş Deri Ürünleri) bölümünde deri ayakkabı, hazır giyim, aksesuar, saracı ve mobilya koleksiyonlarından oluşan bitmiş deri ürün-



İDMİB Başkanı Lemi Tolunay, Başkonsolos Karaca'ya sektörü gösterdiği yakın ilgiden dolayı küçük bir hediye takdim etti.

leri sergileniyor. Prime Source Forum (Hazır Giyim Üreticileri Tartışma ve Fikir Paylaşımı Forumu) APLF'nin bir tedarik noktası olarak bütünlüğünü sağlıyor ve uluslararası cazibesini artırıyor. Türkiye firmalarının yoğun katılım gösterdiği Raw Materials, Manufacturing&Technology bölümünde ise işlenmemiş, yarı işlenmiş ve işlenmiş deriden; ayakkabı üretim araçlarına; deri kimyasalları, makineleri ve ayakkabı üretim makinelerine kadar geniş bir üretim teknolojileri sergileniyor. Deri sektörü 1989'dan bu yana İTKİB patronajında fuara katılıyor. ❖



Türkiye'nin Hong Kong Başkonsolosu Raif Karaca 31 Mart akşamında, İDMİB Yönetim Kurulu Üyeleri onuruna yemek daveti verdi.



AYAKKABI SEKTÖRÜ MOSSHOES'A HAZIRLANIYOR



YENİ GİRİŞİMLERLE DÜNYA PAZARLARINDAKİ ETKİNLİĞİNİ HER GEÇEN GÜN ARTIRAN İTKİB, AYAKKABI, ÇANTA VE AKSESUAR ALANINDA RUSYA VE KUZEY AVRUPA'NIN EN ÖNEMLİ FUARI MOSSHOES'A KATILMAYA HAZIRLANIYOR. SON OLARAK 21 MART'TA KAPILARINI AÇAN FUARA İNFO STAND İLE KATILAN İTKİB, 26-29 EYLÜL 2011 TARİHLERİ ARASINDA 49'UNCUSU DÜZENLENECEK MOSSHOES'A İLK KEZ MİLLİ KATILIM GERÇEKLEŞTİRECEK.



Türkiye deri sanayisinin en önemli alt gruplarından biri olan ayakkabı sektörü ihracat payını artıracak yeni girişimlere imza atıyor. Dünya çapında fuarlarda yer alarak küresel pazarlarda etkinliğini her geçen gün artıran ayakkabı sektörü Mosshoes Fuarı'na katılarak Rusya'daki gücünü pekiştirme hazırlığı içinde. Son olarak 21 - 24 Mart tarihleri arasında gerçekleştirilen fuara info stand ile katılan İTKİB, Eylül ayında Türkiye'den ayakkabı firmaları ile Mosshoes'a katılmayı planlıyor. Ayakkabı sektörünün yoğun ilgi göstermesi beklenen Mosshoes ayakkabı, çanta

ve aksesuar alanında Rusya ve Kuzey Avrupa'nın en önemli fuarı. Moskova'daki Crocus Expo'da gerçekleştirilen Mosshoes'a İTKİB patronajında yapılacak katılımla deri sektörü için vazgeçilmez olan bölgede Türkiye ayakkabı sektörünün etkinliğini daha da artırması bekleniyor. 24 yıldır dünya çapında birçok firmayı aynı çatı altında buluşturan Mosshoes yılda iki kez gerçekleştiriliyor. Mart ve Eylül aylarında düzenlenen fuara katılan firmalar gelecek sezon koleksiyonlarını sergiliyor. İTKİB, 26-29 Eylül 2011 tarihlerinde 49'uncusu düzenlenecek Mosshoes'a ilk kez millî katılım gerçekleştirecek.

Bu sene Türkiye'nin ağırlığı artacak

Son olarak 21-24 Mart tarihleri arasında kapılarını açan fuara, 22 ülkeden 474 katılımcı firma katıldı. Firmalar koleksiyonlarını Rusya ve çevre ülkelerden gelen ziyaretçilerin beğenisine sundu ve sipariş aldı. En son düzenlenen Mosshoes'a Avusturya, Belarus, Brezilya, Çin, Hırvatistan, Finlandiya, Fransa, Almanya, İngiltere, Yunanistan, Macaristan, İtalya, İsrail, Polonya, Portekiz, Rusya, Sırbistan, İspanya, Suriye, Türkiye, A.B.D ve Vietnam'dan firmalar katıldı.

Rusya Federasyonu'ndan 281 firma katılırken Rusya dışından 56 firma ile İtalyanlar en büyük ulusal katılım gerçekleştirdi. İtalya'yı 30 firma ile Almanya millî katılımı takip ederken Fransa millî katılımında 11 firma yer aldı. Türkiye'den 13 firmanın bireysel olarak katıldığı fuarda ayakkabı sektörünün bir diğer güçlü ülkesi İspanya'dan da 11 firma yer aldı. Fuarı, çoğunluğu Rusya, Ukrayna, Belarus ve diğer BDT topluluğu üyesi ülkelerden olmak üzere 12 bin 153 ticari ziyaretçi gezdi. Ziyaretçilerin yarısının fuarı ilk kez ziyaret ettikleri belirlendi. ❖

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

HALICILAR DOMOTEX CHINA'YA HAZIRLANIYOR



HER YIL 40 BİN ZİYARETÇİNİN KATILDIĞI ŞANGAY'DA GERÇEKLEŞTİRİLEN DOMOTEX CHINA, ÇİN İÇ PAZARINA HİTAP EDEN EN BÜYÜK FUAR. KATILIMCILARIN YÜZDE 75'İNİ ÇİNLİ ALICILARIN OLUŞTURDUĞU FUARA KATILIMLA ÜLKE PAZARINDA ETKİNLİĞİNİ ARTIRMAYI HEDEFLEYEN TÜRKİYE HALI SEKTÖRÜ, 2012'DE İHİB ÖNCÜLÜĞÜNDE FUARA KATILMAYA HAZIRLANIYOR.

Dünyanın en hızlı gelişen ekonomisi Çin'de buna paralel olarak şehirleşme de artıyor. Ülkedeki yoğun nüfusun ekonomik gelirinin yükselmesiyle hızlanan yapılanma faaliyetleri yeni yaşam alanları ve ihtiyaçları da kaçınılmaz kılıyor. Ülkedeki potansiyelin farkında olan üreticiler son yıllarda Çin'e yönelmiş durumda. Halı ve yer döşemeleri sektörü de bunlardan biri. Dünyanın farklı yerinden üretici ve alıcıları buluşturan, halı sektörünün en önemli fuarı Domotex, 1999 yılından bu yana Çin'in Şangay kentinde de düzenleniyor. Gelişen ekonomisiyle büyük bir potansiyeli barındıran Çin ve Asya Pasifik ülkelerine ulaşmanın yolu Domotex China'dan

geçiyor. İhracatı artırmanın yollarını arayan Türkiye halı sektörü de İstanbul Halı İhracatçıları Birliği öncülüğünde fuara katılmaya hazırlanıyor. Gelecek yıl 27-29 Mart tarihleri arasında düzenlenecek fuara Türk pavyonu ile milli katılım gerçekleştirecek olan İHİB hazırlıklara başladı. Birliğin Başkanı İbrahim Yılmaz ve İHİB Yönetim Kurulu Üyeleri Hazım Evrengil ve Zeki Yücel son olarak 24 Mart'ta düzenlenen fuara katılarak, karşılaştırma ve tanımlama çalışmaları yürüttü. Domotex China ile ilgili izlenim ve görüşlerini aktaran Hazım Evrengil, katılımcıların yüzde 75'ini Çinli alıcıların oluşturduğu fuara katılımla ülke pazarında aktif hale geleceklerini söyledi.

Çin pazarına giriş Domotex'ten geçiyor

Her yıl 40 bin ziyaretçinin katıldığı Domotex China'nın ziyaretçi profilinin profesyonellerden oluştuğuna dikkat çeken Evrengil, ülkenin her geçen gün hızla gelişen ekonomisinin tüketici kitlesini artırdığını, yapılanma faaliyetlerinin hız kazanmasıyla özellikle halı ve yer döşeme alanında yüksek bir potansiyelin oluştuğunu belirtti. Evrengil, "24 Mart'ta düzenlenen fuara karşılaştırma ve yorumlama yapmak için İHİB heyeti olarak katıldık. Hedefimiz Çin'in iç pazarna yönelmek. Ülkedeki zenginliği paylaşmak. 1999 yılından bu yana düzenlenen fuara yılda ortalama 40 bin ziyaretçi katılıyor. Katılımcıların büyük bir çoğunluğunu, neredeyse 30 bini

ni ise Çinli ziyaretçiler oluşturuyor. Fuar özellikle Çin'in iç pazarına hitap ediyor. Şangay da uluslararası alanda fuar şehri olarak anılıyor. Domotex China ülkedeki en büyük ve etkili halı fuarı. Çin'in hareketini yakalamak için önemli bir fuar" diye konuştu. İHİB olarak 27-29 Mart 2012'de düzenlenecek Domotex China'ya Türk pavyonunda milli katılım gerçekleştireceklerini kaydeden Evrengil, firmaların fuara yoğun ilgi göstermesinin beklendiğini söyledi.

79 ülke 40 bin ziyaretçi

Son olarak 22-24 Mart'ta tarihleri arasında düzenlenen Domotex China'yı değerlendiren Evrengil, fuara bu yıl 1000'in üzerinde firmanın katıldığını belirtti. Geçtiğimiz yıl 97 bin metrekare

Gelecek yıl 27-29 Mart tarihleri arasında düzenlenecek fuara Türk pavyonu ile milli katılım gerçekleştirecek olan İHİB'in Şangay'a hazırlık amacı taşıyan bir ziyaret gerçekleştirdi. Hannover Messe International İstanbul Genel Müdürü Alexander Kühnel'in davetlisi olarak giden heyette, İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz ile İHİB Yönetim Kurulu Üyeleri Hazım Evrengil ve Zeki Yücel yer aldı.

re olan fuar alanının artan katılım taleplerini karşılamak için yüzde 15 genişletilerek 107 bin metrekareye çıkarıldığını ifade eden Hazım Evrengil, "Domotex China'ya, ithalatçı, ihracatçı, perakendeci, iç mimar ve dekoratör gibi farklı alan ve sektörlerden profesyonel firma ve ziyaretçiler katıldı" diye konuştu. Fuarla ilişkin hazırlanan değerlendirme raporunda ise Domotex China'ya katılımın geçtiğimiz yıllara göre daha iş odaklı hale geldiği değerlendirildi. Katılan kitlenin geçmiş yıllara göre çok daha profesyonel ve satın alma konusunda üst düzey yetkililerden oluştuğu belirtildi. Halı salonlarının olduğu bölümlerde sergilenen İran halısı ise fuarın en ilgi çeken ürünlerinden biri oldu. Fuarda öne çıkan bir diğer kavram ise "Çevreci, sürdürülebilirlik ve düşük karbon" oldu. Çin'de yapı sektörün patlama yaşamasının Domotex China'ya olan katkısı ise gözlerden kaçmadı. Nitekim fuara katılan ülkeler arasında Belçika, ABD, Almanya, Hindistan, İran, Hollanda ve Tayvan gibi ülkelerde birçok firma ve ziyaretçi vardı. Çin ise katılımcı kitlenin yüzde 30'unu oluşturuyordu. Bu oran Çin ve Asya Pasifik ülkelerinde ticari faaliyet göstermek isteyen firmalar için Domotex China'nın doğru bir seçim olduğunu kanıtlarken, bölgede halı ve yer döşemeleri alanında yükselişin de göstergesiydi. Domotex China'da fuara paralel olarak farklı etkinlikler de düzenlendi. "Wood Flooring Forum - Ahşap



Parke Forumu" farklı ülkelerden 350 işadamını bir araya getirerek Doğu ve Batı'yı buluşturdu. ABBS Sürdürülebilir Bina Tasarımı ve Teknoloji Forumu'nda ise 300 ünlü mimar bir araya geldi.

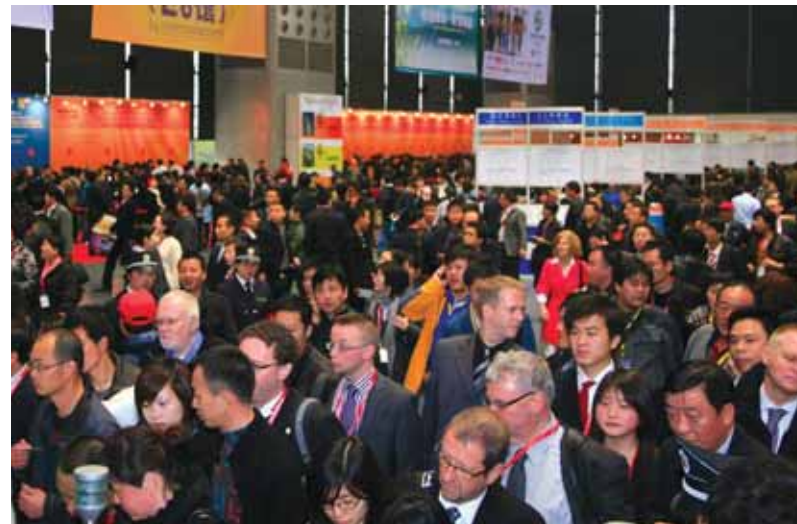
Neden Çin neden Şangay?

Hızla şehirleşen Çin'de oluşan yeni yaşam alanları nüfus yoğunluğu ve hızlanan yeniden yapılanma faaliyetleri, üreticilerin de iştahını kabartıyor. Asya Pasifik'in en büyük ticari halı ve yer döşemeleri fuarı Domotex China, düzenlenmeye başladığı 1999 yılında bu yana her yıl büyüyor. Fuarla katılan her üç ziyaretçiden 2'si satın almaya doğrudan yetkisi olan katılımcılardan oluşuyor. Her 4 ziyaretçiden 3'ü ise fuarın işleri için çok önemli olduğunu söylüyor. Her 5 ziyaretçiden 4'ü ise Domotex China'nın sağladığı fırsatlardan yararlanarak yeni iş bağlantılarını kurduğunu ve sipariş aldığını belirtiyor. Bu oran genellikle verildiğinde, fuara katılan 40 bin ziyaretçiden 30 bininin sipariş verdiği anlamına geliyor. Çin'in en büyük kenti olan Şangay, ticari

hayatının yanı sıra son dönemde yaptığı küresel etkinliklerle de öne çıkıyor. Her yıl düzenlenen etkinliklerin sayısı artarken Şangay giderek uluslararası bir fuar şehri olarak anılıyor.

Çin pazarında potansiyel yükseliyor

Nüfus yoğunluğu, ekonomik gücü, ticaret hacmi Çin pazarını en çekiçi yapan üç ana neden. Ayrıca, Çin'in kırsal kesimlerinde yaşayan 350 milyonluk nüfusun 2025 yılına kadar ülkenin şehirlerine



DOMOTEX CHINA'DA ÖNE ÇIKANLAR

- Son olarak 1000'in üzerinde firmanın katıldığı fuar her yıl 40 bin ziyaretçiyi alıyor.
- Ziyaretçilerin neredeyse yüzde 75'ini Çinliler oluşturuyor.
- Çin'de yapılanmanın hızlanmasıyla artan ihtiyaçlar ülkeyi cazip kılıyor.
- Çin kırsalında yaşayan 350 milyonluk nüfusun 2025'e kadar şehirlere yerleşmesi bekleniyor.
- Fuarla katılan her 3 ziyaretçiden ikisi firmalarına alım yapma yetkisi olan ziyaretçiler
- Her 4 ziyaretçiden 3'ü fuarın ticaretleri için çok önemli olduğunu düşünüyor
- Her 5 ziyaretçiden 4'ü ise fuarda alım yetkisine sahip ziyaretçiler.

yerleşmesi bekleniyor. Bu süreye kadar Çin'deki 6 şehirde nüfusun 20 milyonun üzerinde olması bekleniyor. Aynı sürede ülkedeki 221 şehirde ise 1 milyonun üzerinde bir çalışan nüfus oluşacağı öngörülüyor. Çin'de bina inşaatı da giderek artıyor. Bu da özellikle ev tekstili ve halı sektörü için ciddi bir potansiyel anlamına geliyor. Gelecek 10 yıl içinde ofis, lojistik tesislerin 3 ila 5 kat arasında büyümesi beklenen Çin, bu sektörler için büyük potansiyel oluşturuyor. 📊

EV TEKSTİLİ SEKTÖRÜ ORTADOĞU'YA UZANDI

2011 YILINDA 3,3 MİLYAR DOLARLIK İHRACAT HEDEFİ OLAN EV TEKSTİLİ SEKTÖRÜ ORTADOĞU'YA YÖNELDİ. DİYARBAKIR'DA DÜZENLENEN ORTADOĞU EV TEKSTİLİ FUARI'NDA 70'İN ÜZERİNDE FİRMAYI BULUŞTURAN SEKTÖR, İRAK, İRAN VE SURİYE'DEKİ ETKİNLİĞİNİ ARTIRDI.



Ortadoğu'daki nüfus yoğunluğu ve hızlanan yeniden yapılanma faaliyetleri, Türkiye ev tekstili ürünlerine olan ilgiyi artırdı. 2011 yılında 3,3 milyar dolar ihracat gerçekleştirmeyi hedefleyen sektör pazardaki potansiyeli fark ederek Ortadoğu pazarlarına yöneldi. Bölgeye en yakın illerden Diyarbakır, ev tekstili sektörünün yeni buluşma noktası oldu. Sektörün önde gelen firmaları 6-9 Nisan tarihleri arasında Ortadoğu Ev Tekstili Fuarı'nda bir araya geldi. TETSİAD (Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İşadamları Derneği) desteği ile düzenlenen fuar, TÜYAP Diyarbakır Fuar ve Kongre Merkezi'nde gerçekleştirildi. Ev tekstili sektörünün, Irak, İran ve Suriye'yi kapsayan pazarın avantajlarından ve yeni gelişen pazar olanaklarından yararlanmasına hizmet etmesi amacıyla hayata geçirilen Ortadoğu Ev Tekstili Fuarı'na 70'in üzerinde firma ve firma temsilciliği katıldı. Fuar kap-

samında, tül perde, perde, döşemelikler, uyku ve yatak odası tekstilleri, mutfak ve yemek odası tekstilleri banyo tekstilleri güneş koruma sistemleri balkon ve bahçe tekstilleri, halı ve zemin kaplamaları, duvar kaplamaları dekorasyonlar ve proje hizmetleri, otel tekstilleri sergilendi. Fuar ile dünyanın önde gelen ev tekstili tedarikçisi Türkiye'nin Doğu, Güneydoğu ve Akdeniz bölgesindeki ticari etkinliğini artırması ve Avrasya'da yeni bir pazarlama platformu yaratması bekleniyor.

Ortadoğu'nun gözdesi Türkiye

Fuarın açılışını Diyarbakır Valisi Mustafa Toprak ile İTHİB Başkanı İsmail Güllü yaptı. Güllü, sektörün elinin uzandığı önemli pazarlardan birinin de Ortadoğu olduğunu, buradaki nüfus yoğunluğu ve hızlanan yeniden yapılanma faaliyetlerinin Türkiye ev tekstili ürünlerine olan ilgiyi artırdığını belirtti. TÜYAP İcra Kurulu Başkanı Serdar

Yalçın ise Diyarbakır'da düzenlenen fuarla Doğu, Güneydoğu ve Akdeniz bölgesindeki ticari etkinliğini arttıracığını belirtti. Yeniden yapılanma sürecinde olan, yeni konutlardan otellere birçok yapının yükselmeye başladığı Ortadoğu ülkeleri, başta ev tekstili olmak üzere farklı sektörler için de önemli potansiyel barındırıyor. Bölgeye coğrafi yakınlığının yanı sıra siyasal ve kültürel yakınlığı da olan Türkiye, özellikle Irak, İran ve Suriye gibi ülkelerde ürünleriyle yoğun talep görüyor. ❖

EV TEKSTİLİNİN LİDER MARKALARI KATILDI

Dünya pazarlarında üretim kalitesi, kapasitesi, tasarım ve marka gücü ile öne çıkan lider markaların bir araya geldiği fuara, Zorlu Grubu, Dodanlı, Küçükçalık Tekstil, Aydın Tekstil, Baydemirler, Ankara Tekstil, Gökhan Tekstil, Ozanteks, Lüks Kadife, Burkay Tekstil, Atilla Mefruşat'ında aralarında yer aldığı lider markalar katılıyor.



*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

İHRACAT KOROSUNUN SESİ HER ZAMANKİNDEN GÜR



**İTKİB AİLESİNİN TÜMÜNÜ BİR MASA
ETRAFINDA TOPLAYAN "2010 YILI BAŞARILI
İHRACATÇILAR ÖDÜL TÖRENİ" BU YIL DA
RENKLİ GÖRÜNTÜLERE SAHNE OLDU.
LÜTFİ KIRDAR KONGRE SARAYI'NDA 1.000'İ
AŞKIN DAVETLİNİN KATILDIĞI TÖRENDE HAZIR
GIYİM, TEKSTİL, DERİ VE HALI SEKTÖRLERİNİN
EN YÜKSEK İHRACATA İMZA ATAN FİRMALARI
ÖDÜLENDİRİLDİ.**

Türkiye'nin en köklü endüstrisini temsil eden İTKİB ailesi, "2010 yılı Başarılı İhracatçılar Ödül Töreni" vesilesiyle tekrar aynı masanın etrafında buluştu. Hazır giyim, tekstil, deri ve halı sektörünün temsilcileri aldıkları ödüllerle ettiklerini biçmenin haklı gururunu yaşadı. 14 Nisan akşamı Lütfi Kırdar Uluslararası Kongre ve Sergi Sarayı'nda gerçekleşen törende, İTKİB'e bağlı dört sektörde 2010 yılını başarılı bir performansla kapatan 82 firmaya platin ve altın plaket verildi. İTKİB, geçtiğimiz yıl

imalatçı ve dış ticaret sermaye şirketi olarak 500 bin doların üzerinde ihracat yapan toplam 2 bin 371 firmaya, platin, altın, gümüş, bronz plaket ve başarı sertifikası vererek başarılarını taçlandırmış oldu.

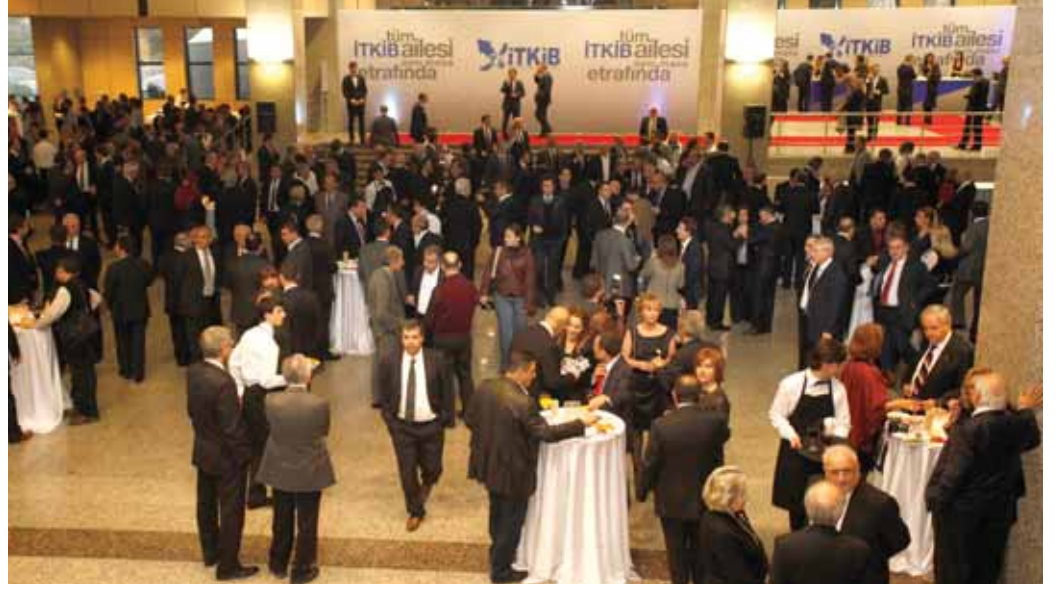
İTKİB'in hak edene hakkını verdiği gecede dört sektörde platin ödül almaya hak kazanan firmalar plaketlerini Devlet Bakanı Zafer Çağlayan, TİM Başkanı Mehmet Büyükeksi, İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, İTHİB Başkanı İsmail Güllü, İDMİB Başkanı Lemi Tolunay, İHİB Başkanı İbrahim

Yılmaz ile TİM ve İHKİB'de Başkan Yardımcılığı görevini sürdüren Ahmet Akbalık'ın elinden aldı. Bu özel gecede İTKİB Başkanları, Devlet Bakanı Zafer Çağlayan'a ve TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi'ye de sektöre verdikleri destekten dolayı teşekkür ederek özel birer armağan hediye takdim etti.

2023'te 500 milyar dolar ihracata koşuyoruz

Devlet Bakanı Zafer Çağlayan, törende yaptığı konuşmada, Türkiye'nin yarınlarını gençlere en iyi şekilde bırakmak adına 2023 yılında 500 milyar dolar ihracat hedeflediklerini belirtti. Türkiye'nin artık gündemi belirlenen bir ülke olmaktan çıkarak, gündem belirleyen bir ülke haline geldiğini ifade eden Bakan Çağlayan, gittikleri ülkelerde Türkiye pasaportuna gösterilen tepkinin yerini, sempatinin aldığını kaydetti.

Zafer Çağlayan, ülkemizin büyümesinden rahatsız olanlar bulunduğunu belirterek, "Türkiye olarak dünyanın bazı ülkelerine vermiş olduğumuz rahatsızlıktan dolayı özür dileriz, ama netice olarak buna devam edeceğiz" dedi. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mehmet Büyükekşi de konuşmasında, İTKİB'in Türkiye'ye ihracatı öğreten sektörlerin birliği olduğunu belirterek, bu törenler sayesinde başarılı ihracatçıları taçlandıklarını, onların azimlerini, cesaretlerini kutladıklarını söyledi. Dış dünyada rekabetin kolay



olmadığını ifade eden Büyükekşi, "Değişen koşullara tepki vermek durumundayız. Anında reaksiyon göstermek zorundayız. Yeni dünyayı okuyup adapte olmak zorundayız. İhracatçılarımız bunu çok iyi başarıyorlar. İşte bu yüzden 1 dolar bile ihracat yapan bir firmayı kutlamak, tebrik etmek gerek" diye konuştu.

Hazır giyimde hedef 17 milyar dolar

İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi de, hazır giyim sektörü olarak 2010 yılında 14,6 milyar dolar ihracat gerçekleştirdiklerini, ancak 2008 rakamlarını yakalayamadıklarını anımsatarak, 2011'de en az yüzde 10 artışla yaklaşık 17 milyar dolar ihracat belediklerini kaydetti. İTKİB Başkanı İsmail Güllü ise, törende platin ödülü ala-

cak 20 firmanın, yaklaşık 2 milyar dolar ihracat yaptığını belirterek, sektör adına gelecek sene daha fazla ihracat sözü verdi.

Dört sektörün ihracat payı yüzde 20

İDMİB Başkanı Lemi Tolunay da, bu yılın ilk çeyreği itibarıyla, törende ödüllendirilen dört sektörün toplam ihracat içindeki payının yüzde 20'nin üzerinde olduğuna işaret ederek, Türkiye'nin toplam deri ve deri mamulleri ihracatının yüzde 77'sinin İTKİB üyesi sektör firmaları tarafından yapıldığını söyledi.

İHKİB Başkanı İbrahim Yılmaz ise bir kriz yılının ardından halı sektörünün toparlanmasının çok kolay olmadığını, var olan pazarlarını korumak ve dünyada yaşanan gelişmelere göre yeni pazarlar-

da yer almak adına pek çok fedakarlık yaptıklarını ifade ederek, "Engellerle karşılaştık; ya üzerinden geçtik ya da etrafını dolaştık ancak yolumuzdan dönmeyi hiç düşünmedik" dedi. ❖



İTKİB Başarılı İhracatçılar Ödül Töreni'nin sunuculuğunu zarafetiyle büyüleyen Burcu Esmer soy yaptı.



HAZIR GİYİMİN GURUR GECESİ



PLATİN ÖDÜL KAZANAN ÜRETİCİ VE İHRACATÇI HAZIR GİYİM FİRMALARI

- 1 ŞİK MAKAS GİYİM A.Ş.
- 2 SEKTÖR DIŞ TİC. A.Ş.
- 3 ONGAN TEKSTİL A.Ş.
- 4 HEY TEKSTİL A.Ş.
- 5 VENÜS GİYİM A.Ş.
- 6 REALKOM TEKSTİL A.Ş.
- 7 ÇAK TEKSTİL A.Ş.
- 8 ERAK GİYİM A.Ş.
- 9 ÖR-MA TEKSTİL A.Ş.
- 10 BAYKANLAR TEKS. LTD. ŞTİ.
- 11 ÖZAK TEKSTİL A.Ş.
- 12 INTERSOURCE TEKSTİL A.Ş.
- 13 BEKS ÇORAP VE İÇ GİYİM A.Ş.
- 14 GELAL ÇORAP A.Ş.
- 15 HAMARATLI TEKSTİL A.Ş.
- 16 TANER TRIKO A.Ş.
- 17 ACT TEKSTİL A.Ş.
- 18 URŞAN KONF. LTD. ŞTİ.
- 19 R-E TEKS TEKSTİL LTD. ŞTİ.
- 20 YENİ DÜNYA TEKSTİL A.Ş.
- 21 ATK TEKSTİL A.Ş.
- 22 KARDEM TEKSTİL A.Ş.
- 23 UNITEKS TEKSTİL A.Ş.
- 24 EROĞLU GİYİM A.Ş.



Gecede hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe 2010 yılında yüksek ihracat performansı sergileyen 24 başarılı firma, İTKİB tarafından platin plakette ödüllendirildi. Törende konuşan İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, sektör olarak 2011 yılında en az yüzde 10'luk artış oranıyla yaklaşık 17 milyar dolarlık ihracat belediklerine dikkat çekerken, "Başta ABD ve Rusya olmak üzere Romanya, Kazakistan ve İran gibi pazarlarda yüzde 60 ile 125 arasında değişen oranlarda artış sağlanması, 2011 yılında hazır giyim ve

konfeksiyon ihracatının daha fazla ivme kazanacağına işaret ediyor" diye konuştu.

25 milyon dolar ve üstü ihracat yapan firmalar platin, 10-25 milyon dolar arası ihracat yapan firmalar altın, 5-10 milyon dolar arası ihracat yapan firmalar gümüş ve 1-5 milyon dolar arası ihracat yapan firmalar bronz plakette ödüllendirildi. Törende "İmalatçı İhracatçı Firmalar" kategorisinde 24 firma platin, 83 firma altın, 137 firma gümüş, 1.288 firma da başarı sertifikası ile ödüllendirildi.



DIŞ TİCARET ŞİRKETLERİ AYNI KAREDE



PLATİN ÖDÜL KAZANAN DIŞ TİCARET ŞİRKETİ HAZIR GİYİM FİRMALARI

- 1 GSD DIŞ TİC. A.Ő.
- 2 TRAKYA TEKSTİL A.Ő.
- 3 GAAT DIŞ TİC. A.Ő.
- 4 BİRGİ BİRLEŞİK GİYİM A.Ő.
- 5 HEY DIŞ TİCARET A.Ő.
- 6 TAHA PAZ. VE MAĞ. A.Ő.
- 7 SEKTÖR DIŞ TİC. A.Ő.
- 8 İLERİ GİYİM DIŞ TİC. A.Ő.
- 9 PERGAMON STATUS A.Ő.
- 10 ETİK DIŞ TİC. A.Ő.

TEKSTİL FİRMALARI

- 1 AK-PA TEKSTİL A.Ő.
- 2 TRAKYA TEKSTİL A.Ő.
- 3 GSD DIŞ TİC. A.Ő.

DERİ FİRMALARI

- 1 DSD DERİ DIŞ TİC. A.Ő.
- 2 GSD DIŞ TİC. A.Ő.

İmalatçı firmalarla birlikte "Diş Ticaret Sermaye Şirketleri"nin de ödöl almak için sahneye çıktığı gecede 27 firmaya platin plaket verildi. Hazır giyim kategorisinde GSD Diş Ticaret, tekstilde AK-PA tekstil, deride ise DSD Deri birincilik ödölü aldı. Firmalara ödöllerini Devlet Bakanı Zafer Çağlayan, TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi ve İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkan Yardımcısı Ahmet Akbalık takdim etti.



TEKSTİL İÇİN BAŞARIYI ÖDÜLLENDİRMENİN VAKTİ



PLATİN ÖDÜL KAZANAN ÜRETİCİ İHRACATÇI TEKSTİL FİRMALARI

- 1 AKSA AKRİLİK KİMYA A.Ş.
- 2 KORDSA GLOBAL A.Ş.
- 3 ZORLUTEKS TEKSTİL A.Ş.
- 4 SUNJÜT SUNİ JÜT A.Ş.
- 5 BOSSA A.Ş.
- 6 KADİFETEK A.Ş.
- 7 YÜNSA YÜNLÜ A.Ş.
- 8 ÜNSA AMBALAJ A.Ş.
- 9 ORTA ANADOLU TİC. A.Ş.
- 10 GAP GÜNEYDOĞU TEKS. A.Ş.
- 11 ORMO YÜN İPLİK A.Ş.
- 12 BAYDEMİRLER TEKS. A.Ş.
- 13 KASAR VE DUAL TEKS. A.Ş.
- 14 AK-AL TEKSTİL A.Ş.
- 15 FLOKSER TEKSTİL A.Ş.
- 16 AYDIN MENSUCAT A.Ş.
- 17 ÜNİVERSAL TEKS. LTD. ŞTİ.
- 18 KERİM ÖRME KUMAŞ LTD. ŞTİ.
- 19 İPEK İDROFİL PAMUK A.Ş.

Geçtiğimiz yıl gerçekleştirdiği ihracat rakamı ile en yüksek yurtdışı satışa imza atan 19 tekstil firması platin plakette ödülü almaya hak kazandı. 2010'da en fazla ihracat gerçekleştiren tekstil firması olan Aksa Akrilik Kimya Sanayi ise birincilik ödülü ile gecedan ayrıldı. Törende "İmalatçı ihracatçı firmalar" kategorisinde yaptıkları ihracatla 19 firma platin, 44 firma altın, 51 firma gümüş, 331 firma da başkan sertifikası almaya hak kazandı. 2011'in tekstil sektörünün reel büyüme geçeceği ve hedeflerini büyüteceği bir yıl olacağını söyleyen İTKİB Başkanı İsmail Güllü, önümüzdeki yıl, sektörün sürdürülebilir büyüme stratejisinin ayakları olan tasarım ve marka değerini daha da geliştireceklerini dile getirdi. Önümüzdeki dönemi sektörün pazarlarını Güney Amerika'dan Uzakdoğu'ya kadar genişleteceği bir dönem olacağını ifade eden Güllü, bu hedefe de başarılı firmalarla ulaşacaklarını belirtti.



DERİ SEKTÖRÜ TAÇLANDIRILDI



PLATİN ÖDÜL KAZANAN ÜRETİCİ İHRACATÇI DERİ FİRMALARI

- 1 DESA DERİ A.Ş.
- 2 MATRAŞ DERİ A.Ş.
- 3 GEZER AYAKKABI A.Ş.
- 4 MRM KONF. A.Ş.

ALTIN ÖDÜL KAZANAN ÜRETİCİ İHRACATÇI DERİ FİRMALARI

- 1 ŞEN DERİ A.Ş.
- 2 AYDINLI DERİ A.Ş.
- 3 BİLGİN TEKS. DERİ LTD.
- 4 ORJİN DERİ A.Ş.
- 5 PUNTO DERİ LTD. ŞTİ.
- 6 VERONICA DERİ LTD.ŞTİ.
- 7 VERONA DERİ LTD. ŞTİ.
- 8 SÜED MOD DERİCİLİK LTD. ŞTİ.
- 9 ALDERİ LTD. ŞTİ.
- 10 TREXTA TR DERİ A.Ş.
- 11 VİZYON DERİ A.Ş.



Türkiye'nin toplam deri ve deri mamulleri ihracatının yüzde 77'sini gerçekleştiren deri firmaları "Başarılı İhracatçılar" gecesinde ülke ekonomisine verdikleri desteğin karşılığını aldıkları ödüllerle kutlandı. İDMİB üyesi dört imalatçı firmanın platin plakette ödüllendirildiği gecede, 11 firma altın, 18 firma gümüş, 227 firma da başarı sertifikası aldı. Toplam 260 imalatçı firmanın ödüle layık görüldüğü gecede, deri sektöründe en fazla ihracat gerçekleştiren Desa Deri'ye birincilik ödülü Devlet Bakanı Zafer Çağlayan, TİM Başkanı Mehmet Büyükekçi ve İDMİB Başkanı Lemi Tolunay tarafından verildi. İTKİB'in Türkiye'nin ihracat deposu olduğunu söyleyen İDMİB Başkanı Lemi Tolunay, "İTKİB üyesi firmalar Türkiye'nin en büyük sektör firmaları durumunda. Bu nedenle sahip olduğumuz gücün, temsil ettiğimiz büyüklüğün farkında olmalıyız" dedi.



HALININ BAŞARI TABLOSU



PLATİN ÖDÜL KAZANAN ÜRETİCİ İHRACATÇI HALI FİRMALARI

- 1 SOFİTEKS TEKS. A.Ş.
- 2 DTY DETAY A.Ş.
- 3 ÜRGÜP HALICILIK A.Ş.
- 4 LADİK HALICILIK A.Ş.
- 5 SENTEZ TURİZM A.Ş.
- 6 BAHARİYE MENS. A.Ş.
- 7 ÜRGÜP HADOSAN A.Ş.
- 8 ÇINAR HALICILIK A.Ş.
- 9 A-R HALICILIK A.Ş.
- 10 TAFT-EL TAFTİNG A.Ş.

İhracatta geçtiğimiz yılı yüzde 18,45 artışla 1,2 milyar dolarla kapatan halı sektörü, "Başarılı İhracatçılar Ödül Töreni"nde üye firmalarının başarısını taçlandırdı. İTKİB, gecede 2010 yılında 50 milyon doların üzerinde ciro yapan firmalara ödülleri vermek üzere sahneye aldı. 10 firmanın platin ödül aldığı gecede, 10 firmaya altın, 10 firmaya gümüş, 19 firmaya bronz, 60 firmaya da başarı ödülü verildi. 2010 yılında sektörde en fazla ihracata ulaşarak birinciliğe yerleşen firma ise Sofiteks Tekstil oldu. Gecede yaptığı konuşmada, kriz yılının ardından halı sektörünün toparlanışına hep beraber tanık olduklarını söyleyen Yılmaz, ihracatta elde edilen başarı kadar sağlanan vizyonel değişikliğin de farkında olduklarını söyledi.



İTKİB'İN EMEKTARLARI DA TÖRENDE UNUTULMADI

İTKİB, 14 Nisan'da gerçekleştirdiği gecede kurumdan emekli olan Genel Sekreterlik personelini de unutmadı. Gecede, 2011 yılı başında emekli olan Genel Sekreter Akif Yurtcan, Yönetim Kurulları Takip Şubesi Müdürü Dilek Tınmaz, İletişim Şubesi Müdürü Eyüp Eğrioğlu, Eğitim Şubesi Müdürü Erbil Cihangir ve AB-GB Dış İlişkiler Şubesi Müdürü Zuhâl Bilek'e kuruma uzun yıllar boyunca verdikleri hizmetten dolayı teşekkür plaketleri verildi.



İTKİB AİLESİ AYNI MASA ETRAFINDA



EKOTEKS TEKSTİLDE İNSAN SAĞLIĞINA ODAKLANDI

GELENEKSELLEŞEN EKOTEKS ULUSLARARASI TEKSTİL SEMPOZYUMUNDA, ÇEVRE VE İNSAN ODAKLI ÜRETİM ANLAYIŞI MASAYA YATIRILDI. ALANINDA UZMAN İSİMLERİN KATILDIĞI ETKİNLİKTE, ZARARLI KİMYASALLARIN KULLANIMININ YARATTIĞI PROBLEMLER İLE SORUNUN ÇÖZÜMÜ İÇİN ABD VE AVRUPA'DAKİ UYGULAMALAR HAKKINDA BİLGİ VERİLDİ.

Ekoteks, tarafından her yıl düzenlenen ve artık gele-
nekselleşen Uluslararası
Tekstil Sempozyumu 4'üncü
kez gerçekleştirildi. Çevre ve
insan odaklı üretim anlayışı-
nın tüm dünyada giderek yayıl-
masından hareketle Ekoteks bu
yılki sempozyumun konusunu
"İnsan Odaklı Tekstiller, Çevre-
Sağlık-Konfor" olarak belirledi.
Sempozyum, 28 Mart günü Dış
Ticaret Kompleksi'nde düzen-
lendi. Etkinlikte, tekstil ve hazır
giyim sektörünün yakından tanı-
dığı Avrupalı alıcı firmaların tem-
silcileri, üretim yapan tedarik-
çiler, boya ve baskı alanında
faaliyet gösteren firmalar ve
Türkiye'de mağazalar zincirle-
ri olan yabancı firma temsilcileri
aynı çatı altında buluştu. Yoğun
katılımın gözlemlendiği sempozyum-
da, tekstil ürünlerindeki kansero-
jen tehdidi ve buna ilişkin çözüm
yolları incelendi. Çevre ve Orman
Bakanlığı Tehlikeli Kimyasallar
Şube Müdürü Tacim Alıncak, Almanya
Modern Testing Services Yöneticisi Dr.
Dieter Sedlak, İngiltere Ecolabel
Delivery Team Sorumlusu David Parker,
Centexbel / Technologiepark Sürdürülebilir
Proje ve Ürün Yöneticisi Stijn

Devaere gibi konusunda uzman
birçok katılımcı yaptıkları
sunumda çevreye duyarlı, insan
sağlığını dikkate alan, yanı sıra
konfor özellikleri ile tüketiciyi
memnun eden tekstil üretimine
yönelik bilgiler verdi.

Üretimde gelecek insan odaklı tekstilde

Sempozyuma ev sahipliği yapan
Ekoteks İcra Kurulu Başkanı
Nilgün Özdemir, dünya piyasala-
rında yasaklı olan bazı kimyasalla-
rın Türkiye'de yasaklı olmadığını,
ancak AB uyum yasaları çerçeve-
sinde bu konular üzerinde çalışıl-
dığını belirtti. Özdemir, "Bu sene-
ki sempozyumun konusunu belir-
lerken özellikle ülkemizde, çevre-
ye duyarlı, insan sağlığını dikka-
te alan ancak bunları uygularken
konfor özellikleri ile de tüketici-
yi memnun eden tekstil üretimi-
ne yönelik bilinci artırmayı hedef-
ledik" diye konuştu. Seminere
katılan İHKİB Başkanı Hikmet
Tanrıverdi ise konuşmasında,
hazır giyimden oyuncığa, gıda-
dan dayanıklı tüketim ürünlerine
kadar yaşamımızı tehdit eden
kanserojen etkiye sahip kimya-
sal kullanımının her geçen gün
arttığını belirterek, sadece teks-
til ve hazır giyim değil tüm





kesimlerin bu konuda daha hassas olması gerektiğini söyledi. Türkiye'den dünyanın her yerine ihracat yapıldığını ve ürünlerin denetimden geçtiğini belirten Tanrıverdi, "Türkiye'den çıkan ürünlerde bu denetimlerde bugüne kadar yaşanmış çok olumsuz sonuçlar yok. Üreticilerimiz bu noktada bilinçlendi" dedi. Bu tür uygulamaların birçok faydası da bulunduğu işaret eden Tanrıverdi, insan sağlığına odaklı ürünlerin, müşteriler açısından garanti belgesi gibi işlev göreceğini böylece müşteri sadakatini artırıp buna bağlı olarak pazarlama masraflarını azaltacağını kaydetti.

2013'te REACH'e uyumlu hale geleceğiz

İki oturumda gerçekleşen sempozyumun ilk konuşmacısı, Çevre ve Orman Bakanlığı Tehlikeli Kimyasallar Şube Müdürü Tacim Alıncak idi. Alıncak yaptığı sunumda, tekstil sektörüne yönelik yapılan çalışmaları ve Avrupa Birliği uyum yasaları çerçevesinde yakın gelecekte hayata geçirilecek "yasaklı ve kısıtlı kimyasallar hakkında" ilgili yönetmelikler hakkında bilgi verdi. Türkiye'nin 2013 yılında REACH'e tam uyumlu hale geleceğini hatırlatarak, katılımcı firmaları Tüzükteki gelişmele-

ri yakından takip etmeleri konusunda uyararak Alıncak, "Kısıtlı kimyasalları kullanıyorsanız bu maddelerle ilgili uygulamaları değiştirecek önlemleri almalısınız" dedi. Eko-Etiket taşıyan ürünlerin çevre standartlarına uygun olduğunu, bu uygulamanın önümüzdeki yıllarda yaygınlaşacağını ve Türkiye'de de uygulanmaya başlayacağını söyleyen Alıncak, Türkiye'de kullanılacak Eko-Etiket'in AB'ye eşdeğer olduğunu kaydetti.

En fazla hassasiyeti ABD gösteriyor

Yasaklı kimyasallar konusunda uzman olan ve özellikle Avrupa ve ABD'de çok iyi bilinen Dr. Dieter Sedlak, küresel bir bakış açısıyla yasaklı ve kısıtlı kimyasalları değerlendirdi. Bugün dünyada kısıtlanan kimyasal sayısının 6 bini bulunduğunu, bu rakamın sürekli arttığını ve artmaya devam edeceğini kaydeden Sedlak, Avrupa ve Amerika'da ki uygulamalarını ve neden yasak-

lı olduklarına dair açıklamalarda bulundu. Rusya, Brezilya ve Şili'de de yasakların başladığına dikkat çeken Sedlak, en fazla kısıtlamanın bulunduğu ABD'deki uygulamaların daha kafa karıştırıcı olduğuna değinen Sedlak, ülkedeki çoğu uygulamanın yasal olmadığını ancak bu konuda gerek şirketlerin gerek tüketicilerin son derece hassas olduğunu belirtti. "ABD'de yasaklardan ziyade ürünün bazı yükümlülükleri var. Müşteri ürünle ilgili herhangi bir şikayette bulunma şansına sahip. Her eyalet bu konuyu çok ciddiye alıyor ve kendine göre bir uygulamaya sahip. O nedenle markanın bu süreçte zarar görmesi muhtemel. Ürünlerin üzerinde açıklanması gereken bir şey yoksa sorun yok. Ama varsa ürünün bunları içeren bir etiket taşıması gerekiyor. Bu etiketin olmaması halinde yüklü tazminatlar ödeniyor" diye konuştu. Sedlak, Türkiye'den bölgeye ihracat yapacak firmaların işlerini geliştirmek için bu tür uygulamalara özen göstermesi gerektiğini kaydetti.

"Türkiye kısa sürede adapte olur"

Türkiye'nin en önemli ihracat pazarlarının başında gelen Avrupa'da ise bu konuda gönüllü olarak yürüten bazı kısıtlamaların olduğunu ifade eden Sedlak, kimyasalların yönetimi üzerine Avrupa Birliği'nin yeni politikası olan REACH Tüzüğü'nün de Türkiye'yi bekleyen önemli bir süreç olduğunu vurguladı. Tüzüğün ürün güvenliği noktasına temas etmediğini, yüksek önem arz eden maddelerde kısıtlama sağladığını kaydeden Sedlak, başlangıçta yalnızca 59 maddenin kısıtlı olduğunu bu sayının da günden güne arttığını, bazı maddelerin ise artık hiç kullanılmadığını belirtti. Sedlak, kullanımı insan ve çevre sağlığı açısından zararlı ve bu nedenle yasaklı olan kimyasallarla ilgili yönetmelikler geliştirirken, Türkiye'nin aslında son derece önemli bir şans olduğunu da söyledi. ABD ve Avrupa





Yasaklı kimyasallar konusunda uzman Dr. Dieter Sedlak, bugün dünyada kısıtlanan kimyasal sayısının 6 bini bulunduğunu ve bu rakamın artmaya devam edeceğini söylüyor.

ülkelerinde bu süreçlerin çok daha önce başladığını bu nedenle epey mesafe kat edildiğini dile getiren Dr. Dieter Sedlak, "Türkiye'nin önünde daha önce hayata geçir-

miş ABD, Avrupa gibi modeller ve REACH var. Bu Türkiye için büyük bir şans. Bu örnekleri alarak ürünleri ve kimyasal yapısına uygun olarak kendinize uyarlayabilirsiniz"



diye konuştu. Sedlak, aynı nedenlerle, Türkiye'nin bu yönetmeliklere uyum sürecinde de çok fazla sıkıntı yaşamayacağını söyledi. Bu konuda uzun yıllardır çalışmalar yürüten ABD ve Avrupa ülkelerinin yeterli tecrübeyi edindiğinin altını çizen Sedlak, Türkiyeli firmaların uyum sürecinde gerekli iletişimler ve danışmanlıklarla bu yolda daha hızlı yol kat edeceğini kaydetti.

Ürünlerin kalitesi etiketleniriliyor

Yakın gelecekte tekstil ürünlerinde kullanılması muhtemel EU-Flower etiketi ile ilgili bir sunum yapan EU-Flower etiketinin İngiltere temsilcisi David Parker, tekstilde ürünlerin kalite-

tesini ürün güvenlik belgeleri ile etiketlendirmenin önemine değindi. EU-Ecolabel'i tanıtan "Eko-Tekstil Etiketini" anlatan Parker, "Tüketiciye güven hissi veren, kullandığınız ürünün üretimi esnasında ve bitmiş üründe insan ve çevre sağlığı açısından yasaklı ve kısıtlı kimyasalların izin verilen yasal limitler çerçevesinde olduğunu bilmek ve böyle ürünleri satın almak, kullanmak elbette tüketici olarak hepimizi memnun eder. Belçika'da Ekoteks'e eşdeğer hizmet veren ve Centexbel Gent laboratuvarından katılan uzman Stijn Devaere, Tekstil ürünlerinde REACH'e uygunluğun nasıl olacağını anlattı. REACH mevzuatının aslında o kadar da anlaşılmaz olmadığını söyledi. Hunstman firmasından Axel Lukasch "Yeni yüksek kalite ve çevre dostu peroksit ağartma işlemi - Reaktif boyada devrim" uygulamalarını, Statex firmasından Swen Bohmen "Tekstilde antibakteriyel, antistatik ve antishielding gibi özellikleri geliştirme amaçlı elyaf ve kimyasal uygulamaları", Devan firmasından Alain Langerock "Termal özellikli Tekstil materyalleri" BASF firmasından Dr. Rolf Wittlinger "Gelecekte Tekstil,Ekoloji ve Çevre" konularında aydınlatıcı bilgiler aktardı. Bursa'dan Rudolf Duraner firmasından Adnan Saka ise günün sonunda bizlere oldukça güzel bir sunum yaparak "Fonksiyonel ve kaplamalı tekstil ürünlerinde ekolojik gelişmeleri" anlattı. ❖



SEVİM ATMACA EKOTEKS TEKNİK MÜDÜRÜ

"FARKLI BİLEŞENLERİ BİR ARAYA GETİRDİK"

Gelenekselleşen, Ekoteks Uluslararası Tekstil Sempozyumu'nun dördüncüsünü geride bıraktık. Bu aktivite ile tekstil sektörünün farklı bileşenlerini bir araya getirmeyi başardık. Kamu ve özel sektör temsilcilerini bir araya getirdiğimiz organizasyon yoğun ilgi gördü. Hatta son günlerde katılım için başvuruların bir kısmına olumlu yanıt veremedik. Katılım için gelen taleplerin yoğunluğu ve sempozyum sonuna kadar sabırla bizimle beraber olan davetlilerimiz vurgulamaya çalıştığımız konuların doğruluğu ve gerçekliği hakkında yanılmadığımızı bize gösterdi. Kimyasal firmalar, üreticiler ve laboratuvarların ayrılmaz bir üçlü olduğunu biliyoruz. Bunun bilincinde olan, ülkemizde tekstil sektörüne katkıları ile bilinen tanınmış kimyasal firmalarımızdan katılımcılarımız da bu sempozyumda Ekoteks'i yalnız bırakmayarak aramızda yer aldı. Hatta etkinlik esnasında, inovasyona yönelik, yeni ürünlerini tanıtarak hayatımızı kolaylaştıran, güzelleştiren renk katan ürünlerini tanıtarak, Ar-Ge çalışmalarının ne kadar gerekli ve önemli olduğunu bir kez daha vurgulamış oldu. Sponsorlarımızdan Koton, Kiğılı, Mudo, Collezione, Hunstman ve Farmakim ile kimyasal tedarikçisi firmalarımız ise konuya çevre-sağlık konularındaki hassasiyetlerini gösterdi. Aldığımız geri dönüşler, uzun süredir hazırladığımız bu organizasyonda başarılı olduğumuzu ortaya koydu. Sektörümüzü, Ar-Ge ve inovasyon çalışmalarında da desteklemeyi sürdüreceğiz.

*The first shoe
adapted
to your feet...*

RIDGE

by çetsan

**ÇETSAN AYAKKABI SANAYİ VE
TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ**

ŞUBE: Tiyatro Cad. Tatlıkuyu Hamam Sok.

No: 20/A Beyazıt-İSTANBUL

Tel: 0212 516 08 61 Faks: 0212 516 02 33

FABRİKA: Mehmet Akif Mah. Aşık Veysel Cad.

Kılavuz Sok. No: 5 Kat: 2/2 İkitelli-İSTANBUL

Tel: 0212 494 32 61 / 494 35 56 Faks: 0212 494 30 74

www.cetsan.com • info@cetsan.com

TEKSTİLCİLER KUZHEY AFRİKA'YI KEŞFE ÇIKTI



**GÜNEY AMERİKA'DAN
SONRA 14 TEKSTİL
FİRMASI İLE 22 - 23
MART TARİHLERİ
ARASINDA FAS'IN
KAZABLANKA ŞEHRİNE
SEKTÖREL TİCARET
HEYETİ DÜZENLEYEN
İTHİB, BU ZİYARETTEN
MUTLU DÖNDÜ. SIRADA
27-28 NİSAN'DA
GERÇEKLEŞTİRİLMESİ
PLANLANAN
BARCELONA TİCARET
HEYETİ VAR.**

Avrupa pazarındaki daralmanın ardından rotayı farklı ülkelere çeviren İTHİB, Kuzey Afrika ülkelerine yönelik ilk gezisine Fas'tan başladı. Türkiye için yüksek bir potansiyeli bünyesinde barındıran Kuzey Afrika ülkelerini alternatif pazar olarak belirleyerek harekete geçen İTHİB, 14 tekstil üreticisi ile 22-23 Mart'ta Kuzey Afrika'daydı. İTHİB, düzenlediği Sektörel Ticaret Heyeti organizasyonu ile pazanın Türkiye'deki tekstil sektörüne yönelik beklentilerinin neler olduğunu araştırmış oldu. Ticaret heyetine İTHİB bünyesinde katılan ve yaptıkları harcamalarda büyük oranda devlet desteği alan 14 firma, Casablanca'da 99 firma temsilcisi ile görüşme imkanı buldu. Program aynı zamanda tekstil sektörü için bakir bir olarak değerlendirilen Fas'ı firmaların yakın-

dan tanımaları için iyi bir rehber oldu. "Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi" hakkında yayınlanan tebliğ kapsamında Casablanca'ya Sektörel Ticaret Heyeti düzenleyen İTHİB, böylece tebliğin Türkiye'deki ilk uygulamasını gerçekleştirmiş oldu. İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Tamer Pala, ilk uygulamasını Fas'a gerçekleştirdikleri ticaret heyeti uygulamasının ikinci ayağını da 27-28 Nisan'da Barselona'ya düzenlenecek heyetin oluşturacağını belirterek, Türkiye'deki tekstil firmalarına bu organizasyona katılma çağrısında bulundu.

Çevre şehirlerden yoğun ilgi

ABD, AB ve Afrika ülkeleri ile serbest ticaret anlaşmasına sahip nadir ülkelerden biri olan Fas'ın bu özelliği İTHİB'in söz konusu pazara ticaret heyeti düzenleme-

sinde etkili oldu. Bunun yanında ülkenin coğrafi konumu sayesinde başta Fransa ve İspanya olmak üzere Batı Avrupa ülkeleri ile yakın ekonomik ilişki içerisinde olması ve diğer taraftan da Kuzey Afrika ve Avrupa arasında köprü olarak değerlendirilmesi Türk tekstilcilerinin rotalarını buraya çevirmelerini beraberinde getirdi. Sektörel Ticaret Heyeti'ne İTHİB öncülüğünde katılan 14 tekstil firması sadece Casablanca'dan değil çevre kentlerden gelen firmalarla da ikili görüşmeler yapma imkanı buldu. Rabat, Marakeş, Fes, Agadir ve Tangier'den firmalar ikili görüşmelere katılırken, Fas'ta bulunan Fransız ve İspanyol konfeksiyon firmaları da Türk firmaları ile bağlantıya geçti. Ürün gruplarına göre görüşmelerin yapıldığı heyet programı kapsamında tekstilciler 99 firma ile görüşme yaptı. Yapılan görüşmeler ve kurulan



iş bağlantıları ile Türk tekstilciler Fas'ın kendileri için bakir bir pazar olduğunu görmüş oldu.

Fas'ta politik istikrar havası esiyor

Nüfus yönünden Arap ülkeleri içerisinde Mısır'dan sonra ikinci sırada yer alan Fas'ta konfeksiyon sektörü önemli bir gelişme gösteriyor. Batı Avrupa ülkeleri ile yakın ilişkilerinin bulunması ve ABD ile serbest ticaret anlaşmasının olması ülkede hazır giyim sektörünün gelişimini de beraberinde getiriyor. Ülke özellikle denim, spor giyim kumaşı, gömlek kumaşı, örme kumaş ve iplik üreten firmalar için önemli bir potansiyel barındırıyor. Ülkede hazır giyim sektörünün gelişmesi Türk kumaş ve tekstil hammaddeleri üreticileri için bir takım fırsat sunuyor. Avrupa ülkelerine yakın bir coğrafyada bulunan Fas, ucuz iş gücünden faydalanmak iste-

yen hazır giyim ve konfeksiyon üreticileri için de cazip bir pazar. İTHİB'in Ticaret Heyeti düzenlediği Casablanca ise Fas'ın en büyük şehri olmasının yanında ülkenin ekonomik merkezi konumunda. 2011 yılı başında diğer Kuzey Afrika ülkelerinde yaşanan siyasi krizlerle karşılaştırıldığında krallıkla yönetilen Fas'ta politik istikrar havası esiyor.

Pazarın beklentisi uygun fiyat

Faslı firmalar en fazla tekstil ithalatını coğrafi olarak yakın olan İspanya, Portekiz, Fransa ve İtalya ile fiyat avantajının bulunduğu Uzakdoğu ülkelerinden (Çin ve Hindistan) gerçekleştiriyor. Bu nedenle Türk firmalarının Faslı firmalarla ticaret hacmini artırmaları için Fas pazarına uygun fiyatlarla girmeleri öneriliyor. Türk işadamlarının Fas'ta alıcı bulmalarında pazarda düzenlenen fuarlara katıl-

malarının da faydalı olacağı tahminler arasında yer alıyor. Diğer taraftan, İngilizce kullanımının pek yaygın olmadığı pazarda, hakim olan dillerin Arapça ve Fransızca olması Faslı iş adamları ile iletişim kurma konusunda bazı zorluklara neden oluyor. Bu nedenle uzmanlar, Faslı firma temsilcileri ile sağlıklı bir iletişim kurulabilmesi için dil konusuna da dikkat edilmesini öneriyor.

İTHİB rotayı Kuzey Afrika'ya çevirdi

Etkinlik öncesinde, rekabetçilik tebliği kapsamında, 14, 15 ve 16 Mart tarihlerinde heyete katılacak firma yetkililerine "Uluslararası pazarlar, pazar araştırması, Fas tekstil pazanı ve iş yapma kültürü" konularında eğitim semineri verildi. Rabat Eski Ticaret Müşaviri Ümit Sezer tarafından verilen seminerde, Fas pazarı ile iş yapma kültürü, ithalat dinamikleri, tüketim alışkanlıkları ve dağıtım kanalları konularında firmalar ayrıntılı olarak bilgilendirildi. Heyet öncesinde duyuru çalışmalarına da önem veren İTHİB, Rabat Ticaret Müşavirliği, AMITH (Fas Tekstil ve Konfeksiyon Endüstrileri Birliği) ve Fas'ta bulunan Türk firması "Tunc Consulting" aracılığı ile Faslı firmalara heyetin duyurusunu yaptı. Fas'ta Fransızca yayın yapan L'economiste ve Le Matin gazetelerinde heyet ile ilgili ilan verilerek Faslı firmaların görüşmelere katılımının artırılması sağlandı. 🇳🇵



ÖMER ÖZPEHLİVAN
İTKİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ

"TÜRKİYE'NİN 2023 İHRACAT HEDEFİNE DESTEK"

Casablanca'ya düzenlediğimiz ziyaret bu pazarın nabzını tutmamızda iyi bir argüman oldu. Görüşmeler sonrasında ülkenin Türk tekstili için önemli bir potansiyeli barındırdığını ve zaman kaybetmeden harekete geçmemiz gerektiğini görmüş olduk. Fas özellikle tekstil ve konfeksiyon sektörü için bakir bir pazar. Konfeksiyoncuların ihtiyaçlarını karşılayabilecek tedarikçilerin olmayışı ülkeyi Türkiye'deki tekstilciler için daha da cazip hale getiriyor. Yapılan görüşmeler sırasında katılımcılar sadece Casablanca'dan değil, Fas'ın hemen hemen bütün şehirlerinden firmalarla bir araya gelme imkanı buldu. Ziyaretin üzerinden kısa bir süre geçmesine rağmen küçük küçük deneme siparişleri almaya başlayan firmalarımız bile var. Bu bireysel olarak sadece firmalar adına değil, sektör adına sevindirici bir gelişme. Çünkü bu heyete katılan firmalar Türk tekstil sektörünü temsilen bu pazara çıkarma yaptı. Görüşmeler sırasında sadece ürünlerini değil, Türk tekstil sektörünün imajını da sergileyerek önemli bir görevi yerine getirdiler. İhracatta 2023 hedefini tutturabilmemiz için böyle bir çalışma yapılması gerekiyordu Bundan sonraki en büyük temennimiz; Türkiye'nin 2023 yılındaki ihracat hedefine katkıda bulunmak için İTKİB'in bu tür atılımları daha fazla düzenlemesi.



ETİKET SEKTÖRÜNDE KURALLAR DEĞİŞİYOR

**TEKSTİL VE HAZIR GİYİMİN
AYRILMAZ PARÇASI ETİKET
SEKTÖRÜNÜN EN ÖNEMLİ
SORUNLARININ BAŞINDA,
KURUMSALLAŞMA VE
HAKSIZ REKABET GELİYOR.
ÇEVRE VE İNSAN ODAKLI
ÜRETİM ANLAYIŞININ
AĞIRLIK KAZANDIĞI TEKSTİL
ÜRÜNLERİNİN ETİKETLENMESİ
TÜKETİCİ HAKLARI EKSENİNDE
KANUN VE YÖNETMELİKLERLE
YENİDEN DÜZENLENİYOR.**

Ürünün kimliği ve saygınlığını temsil ederken aynı zamanda, üretici ile tüketici arasında sosyal, ekonomik ve hukuki bir anlaşma sayılıyor. Kullanım alanının genişliği göz önüne alındığında hemen hemen tüm sektörlerle etkileşim içindeki etiketin, en çok gelişme gösterdiği sektörlerin başında tekstil ve hazır giyim geliyor. Tekstil ve hazır giyim üretiminde kullanılan etiketler, ürüne kattıkları marka değeri, ürünün temizlenmesinde dik-

kat edilecek hususları, menşei, mamulün üretildiği ana hammadeler gibi bilgileri içermesi nedeniyle, tamamlayıcı olmanın çok ötesine geçerek sektörün ayrılmaz bir parçası haline gelmiş durumda. Ayrıca son yıllarda başka sektörlerde olduğu gibi, etiket sektöründe de çevreye duyarlılık, insan sağlığına önem gibi yükselen trendler öne çıkıyor. Tekstil ürünlerinin etiketlenmesi tüketici hakları ekseninde kanun ve yönetmeliklerle yeniden düzenleniyor. Bu

düzenlemelere uymayan ürünlerin piyasaya çıkması giderek imkansızlaşıyor. Bu da firmalar tarafından yalnızca prestij unsuru olarak değerlendirilen etiketin vazgeçilmezliğini artırıyor. Kıyasıya rekabetin olduğu dünya etiket piyasasında ise ABD başı çekiyor. Türkiye’de ise sektör büyük ölçüde tekstil ve hazır giyimle paralel ilerliyor. Bu nedenle sektörün en önemli ihraç pazarlarını tekstil ve hazır giyimde olduğu gibi Avrupa ülkeleri oluşturuyor. Almanya,

İngiltere ve İtalya ise en fazla ihracatın gerçekleştiği ülkelerin başında geliyor. Dünyanın gelişmiş ülkeleriyle rekabet edebilecek makine parklarına sahip Türkiye etiket sektörünün en önemli sorunlarının başında, yüksek üretim maliyetleri, tasarım, kurumsallaşma ve haksız rekabet geliyor.

AB’ye göre iyi etiket nasıl olur?

Bir etiketin başarısını tasarımın amacına uygunluğu, baskı

ve kesim kalitesinin belirlediğini söyleyen Akmaz Barkod Genel Müdürü Canan Eser, sektörün en önemli pazarı olan AB ülkelerinde tekstil ve hazır giyim ürünlerinin etiketlenmesinin belli kurallarla düzenlendiğini belirtiyor. Eser bu düzenlemeleri şöyle sıralıyor: "Etiketler kullanıcı tarafından kolayca görülebilecek nitelikte olmalı ve ürünün kullanım süresince güvenle kalacak şekilde takılmalı. Kullanıcı ürünü giyerken etiketin varlığı rahatsızlık yaratmamalı. Etiket üzerindeki bilgiler, AB'nin resmi dillerinden birinde, kolayca okunacak şekilde yazılmalı ve ürünün menşei bilgisi etiket üzerinde mutlaka yer almalı." Yeni düzenlemelerle birlikte tekstil ve hazır giyim ürünlerinde etiketin farklı bir boyuta taşındığını ifade eden Eser, etiketin ürüne prestij katmasının yanı sıra tüketici haklarıyla bağdaştırılarak, kanun ve yönetmeliklerle düzenlenir hale geldiğini, bunlara uyulmadığı takdirde, ürünün pazarda dolaşıma girmesinin imkansız hale geldiğini vurguluyor.

Dünya lideri ABD

Genel olarak bakıldığında dünya etiket sektöründe bir büyümenin söz konusu olduğunu, çünkü dünyada ambalajlı ürünlerin tüketiminde sürekli artış yaşandığını



Akmaz Barkod Genel Müdürü Canan Eser, etiketin prestij katmasının yanı sıra tüketici haklarını da yansıtan bir belge haline geldiğini söylüyor.



AYDIN OKAY

Canpaş Etiket Yönetim Kurulu ve Etiket Sanayicileri Derneği (ESD) Başkanı

“ETİKETLERDE TSE DEVRİ BAŞLIYOR”

Dünya etiket sektörü diğer sektörlerde olduğu gibi gelişmiş, az gelişmiş veya geri kalmış ülkeler olarak sınıflandırılabilir. Türkiye makine parkı, bilgi birikimi açısından bakıldığında gelişmiş ülkelerle aynı grupta yer alıyor. Dünya Etiket Sanayicileri Birliği Finat'ın düzenlediği yarışmalarda alınan dünya 1'incilikleri de bunun kanıtı. Fakat Türkiye'de üretim anlayışı dünya liderlerinden farklı. Gelişmiş ülkelerde sırasıyla kalite, hizmet ve fiyat önemli iken Türkiye'de fiyat, hizmet, kalite önemli. Etiket kullanıcılarının bu düşüncelerini değiştirmeleri için Etiket Sanayicileri Derneği (ESD) olarak çalışmalar yapıyoruz. Kurumsallaşamamak, atıl kapasite, üretim maliyetleri, eğitimli baskı elemanları ve etiketi bilen pazarlama elemanları ise etiket piyasasının diğer sorunları. Bu sorunları çözmek için de birlik halinde hareket ederek çözüm üretmeye çalışıyoruz. Etiket önemsenmesi gereken bir konu ve biz standartlar konusunda hassasiyet gösteriyoruz. Son olarak TSE ile işbirliği protokolü imzaladık. 2011 yılının Haziran ayından itibaren protokoldeki konularla işbirliğimiz başlayacak. Türkiye'de nerdeyse tüm etiket firmaları aile şirketi. Fakat dünyada değişen üretim ve ürün anlayışı ile bu da yakın gelecekte değişecek. Etiket müşterilerin beklediği kalite arttıkça yeteneklerimiz gelişecek. Bunun neticesinde de ciddi yatırımlar söz konusu olacak. Bu da etiket işinin aile işi olmaktan çıkıp sermaye işi olması yönünde bir çıkış başlatacak.

belirten Canan Eser, "Kıyasıya bir rekabetin olduğu etiket sektöründe ABD lider konumda. Ülkedeki firmalar inovasyon, teknoloji, pazarlama ve satış güçleriyle öne çıkıyor. Bu firmalar, hem hizmet ettikleri global markalar, hem de malzeme tedarikçileriyle birebir satış ve satın alma projeleri yürütüyor. Bu işbirliği sonucu tasarım, uygulama yöntemi ve malzeme tipi açısından global trendler ABD'de belirleniyor" diye konuşuyor. Eser, ABD'li etiket üreticisi firmaların Türkiye'de yönetim

ve üretim merkezleri bulunduğunu, bu firmaların dünya pazarında olduğu gibi Türkiye'de yeniliklere öncülük ettiğini vurguluyor.

Türkiye makine parkıyla öne çıkıyor

Makine parkı ve bilgi birikimi açısından bakıldığında Türkiye'nin gelişmiş ülkelerle rekabet edebilecek nitelikte olduğunu, tekstildeki gücü nedeniyle, etiket konusunda da ülkenin cazip bir pazar olmaya devam ettiğinin altını çizen Eser, yabancı kökenli etiket üreticilerinin yanında, Türkiye etiket sektöründe orta büyüklüğünde çok sayıda firma bulunduğuna değiniyor. Bu firmalar arasında, dünya pazarna hitap eden finansal yapı, makine parkuru, yönetim ve idari açıdan güçlü üst büyüklükte, etiket üreticilerinin yer aldığını kaydeden Eser, sektörün avantaj ve dezavantajları hakkında şunları söylüyor: "Türkiye'nin kıtalar ortasındaki merkezi lokasyonu, etiket üretimi konusundaki uzun yıllara yayılmış tecrübesi, dünyayı takip eden vizyon sahibi yöneticileri bu konuda avantaj oluşturuyor. Sektörün dezavantajı ise, klasik düzende çalışan küçük ve orta ölçekli firmaların sayıca fazla olup,

kurumsallaşmış üst düzey üreticilerin az sayıda olması, onların da hala trendi oluşturan değil, takip eden yapıda olmaları."

Kontrolsüz büyüme sıkıntı yaratıyor

Sektörün sıkıntılarının başında kurumsallaşamamak, yüksek üretim maliyetleri, haksız rekabet, atıl kapasite, eğitimli grafiker, baskı ve pazarlama eleman eksikliği geldiğini kaydeden Eser, birçok sektörde olduğu gibi etikette de en önemli sorunlardan birinin üreticilerin kontrolsüz büyümesi olduğunu belirtiyor. "Çoğunluğu aile şirketlerinin oluşturduğu etiket sektöründe faaliyet gösteren firmaların sayısı gün be gün artarken, kurumsallaşmaktan çok uzak olan bu şirketler üretim ve yönetim sürecinde kaos yaşamalarına ve haksız rekabete neden oluyor" diyen Eser, sektöre has sorunları, "Standart kalitenin sağlanamaması, kalifiye eleman sıkıntısı, makine parkurunun yenilenmesindeki gereklilik ama buna eşlik eden finansal yetersizlik, kar marjlarının çok düşmesi, tahsilat vadelerin aşırı şekilde uzaması ve yıkıcı rekabet koşulları" olarak sıralıyor.

Tekstil sorunu etiketin de sorunu

Eser, üretimini tamamına yakını tekstil ve hazır giyime hizmet vererek sürdüren etiketin, yaşanan gelişmelerden birebir etkilendiğini söylüyor. Küresel kriz nedeniyle, 2009 yılında tekstil sektöründe yaşanan yüzde 18 oranında küçülmeden etkilendiklerini ancak sonrasında Avrupa'daki bazı müşterilerin, kriz nedeniyle kısa vadeli alım planları yapıp, kalifiye iş gücü, hızlı üretim ve lojistik avantajları nedeniyle Türkiye'ye yöneldiğini kaydeden Eser, böylece toparlanma sürecinin başladığını ve sektörün 2010 yılında Türkiye ihracatının yüzde 30'unu gerçekleştirerek önemini koruduğunu belirtiyor. 2011 yılında ise Tunus, Libya, Mısır başta olmak üzere Ortadoğu ve Kuzey Afrika'da yaşanan olayların, özellikle Şubat ve Mart aylarında etiket sektöründe ciddi durğunluğa yol açtığını ancak durğunluğun sadece bu olaylara bağlanmaması gerektiğini ifade eden

Eser, Ekim 2010 ayından itibaren, etiketlik kumaşların ithalat fiyatlarının nerede duracağı belli olmaz şekilde yükseliş trendine girdiğini söylüyor. Eser, fiyatların, yavaş yavaş dengeye oturması ve ihracat trendinin devam etmesiyle birlikte Nisan ayında canlanmanın başladığını ve sürecini öngörüyor.

En büyük sorun haksız rekabet

ETİDER Yönetim Kurulu Üyesi ve Mega Etiket'in ortağı Eyüp Günay, sektörün en önemli sorununun haksız rekabet olduğunu altını çiziyor. 1989 yılından bu yana etiket sektörünün içinde olduğunu, o yıllarda bir elin beş parmağını geçmeyen etiket firması sayısının son 20 yılda hızla artarak neredeyse 100'e ulaştığını kaydeden Günay, bu hızlı ve denetimsiz gelişimin sektördeki kar marjını düşürdüğünü belirtiyor. Sektörde birçok firmanın iş alabilmek için fiyat kırma yolunu izlediğini söyleyen Günay,



ETİDER
Yönetim Kurulu Üyesi
Eyüp Günay

“Sektörde firma sayısı arttıkça haksız rekabet de arttı. İnsanlar 10 liralık malı 5 liraya satarak kar etmeye çalışıyor” diyor. Etiket sektörünün en önemli sıkıntısı olan haksız rekabetin önlenmesi ve diğer sorunlara çözüm üretmenin tek yolunun aynı çatı altında toplanarak birlikte hareket etmek olduğunu vurgulayan Günay, ETİDER'in bu alandaki çalışmalarına hız verdiğini ifade ediyor. Türkiye'deki toplam 850 makinenin 570'ine sahip olan firmaların ETİDER çatısı altında olduğunu kaydeden Günay, etiket firmalarının birçoğunun Merter bölgesinde konuşlanmış olması nedeniyle MESİAD ile de ortak çalışmalar yürütüldüğünün altını çiziyor.

“Etiket tekstille büyür”

Ticarette leasing döneminin başlamasıyla hem tekstil ve hazır giyim sektörünün hem de etiketin hızla büyümeye başladığını söyleyen Günay, “Bu nedenle rekabet ortamı arttı ve kar marjı düştü. Türkiye'de önceden etiketi bilen yoktu. Son 20 yılda ise büyük bir gelişim yaşandı. Etiket sektöründe dünya geneline baktığımızda Türkiye'nin şu anda İtalya'dan sonra ikinci sırada olduğunu görüyoruz. Türkiye'deki üreticiler, üretim, hız ve kalite açısından tüm beklentileri karşılıyor. Bu da hızla gelişmesine ön ayak oluyor” diye konuşuyor. Etiket sektöründe çok ciddi bir yatırımın oldu-

EBRU ÇELEBİ

Bahar Etiket Tekstil Departmanı Müdürü

ETİKETİN TEMEL SORUNLARI: ÜRETİM MALİYETİ, TASARIM VE UZAKDOĞU

Etiket, birçok ürünün tamamlayıcısı ve ürüne prestij katan bir unsur olduğu gerçek. Fakat konfeksiyon üreticileri tarafından bu şekilde düşünüldüğü konusunda şüpheliyim. Ürünün kimliği yerine geçen etiket, ürünün tamamlanmasında ihtiyaç duyulan hammadde ve aksesuarların yanında yeterince önemsenmiyor. Etiket ürünün ortaya çıkış sürecinde en son safhalarda yer alıyor. Dolayısıyla üreticiler tarafından gerekli özen gösterilmiyor. Bu da sektörde yaşanan sıkıntıları pekiştiriyor. Üretimini tamamına yakını tekstil ve hazır giyime yapan etiket, sektörde yaşanan sıkıntılardan doğrudan etkileniyor. Tekstil ve hazır giyimde yaşanan tüm sıkıntıların etiket için de geçerli olduğunu söylemek mümkün. Hatta, Türkiye'de tüm üreticilerin temel sorunları aşağı yukarı aynı. Öncelikli sorunumuz ciddi fiyat. Maalesef yüksek maliyetler sebebiyle fiyat konusunda ciddi sorun yaşıyoruz. Diğer sorunumuz ise tasarım. Bu alanda firmalarımızda çalışacak kalifiye eleman bulmakta zorlanıyoruz. Türkiye'deki yüksek volümlü işlerin büyük kısmının Uzakdoğu'ya kayması en büyük sıkıntılardan biri. Etiket sektörü temelde adede bağlı olarak rekabet edilebilir, fiyat oluşturabilir. Ancak krizden çok şey öğrenen tüm sektörler gibi bizler de doğru pozisyon olarak, esnek fiyat politikası ve kaliteli servis ile pazarda varlığımızı sürdürüyoruz. Ayrıca son dönemde piyasa biraz daha hareketlenmiş durumda, bu olumlu gidişatın süreceği kanaatindeyim.



Referanslarımızdan Bazıları

ADILIŞIK	AFRVDIT	ALEXI ANDRIOTTI	ALFEMO	ALTYILDIZ CLASSICS	AKER	AKKADAS	arow® "tek benzeri, tekisi yok"
ARMİNE	ATALAR	atasun OPTİK	AVVA	AZİZ bebe Baby & Junior Company	B&G store	BALIZZA	batik
BETA www.betashoes.com	BISSE	BİSİT	BUN DESIGN	SÜBÜRÜK	Cashmere	CENTRO	Chakra
chicco	CONVERSE	OWL	CONS	CRISPINO	Çarşıbaşı®	ÇETMEN mobilya	D'S damat
damat ADV Tuzgat	daşkın	DERİMOD	DİVAN	DUFY	EFOR www.efor.com.tr	ELLE	elegance OPTİKSHOP
EMPORIO ARMANI	ender	ENERGIE	ERAK	ERKİTAN	EVKUR ALUYERİS® MERKEZLERİ	faik sönmez	FIX silver takı & saat
FLO	FOREVER NEW	FUSION	GANT	gülgüne	GIZIA	gündoğdu	Güncüt Saat
hatemoğlu	HERRY	HOME STORE	Home Sweet Home	husein	imza	inci	İNKILAP KİTABEVİ
INTERSPORT	IPEKYOL	JKEY JIMMY KEY	JOURNEY	KANZ	KARACA	karton	KERVAN
KIFİDİS BİSEF	KIRCILAR	KOTON	KRAAS OUTLET CENTER	LK & JNS DEW	Lescon	Levi's	LOYA
Malatya Pazarı	MENDO'S	merinos	Mert Optik "güçlü bir vizyon"	Nike	nursocce NURSOCIETY	OpmaR Optik	oyuncak
sanal	Penti	PERLINA www.perlina.net	PEROS	PERSPECTIVE	Polaris	POLOGARAGE	QUICKSILVER
Bahar Hills	ROMAN	ROMANO BOTTAL	SABRA	SABRI ÖZEL	SARAR	SEVENHILL	SILK & CASHMERE
soöbe	Starkey	STEFANEL	STORK JEWELLERY	SPX LARGE JEWELRY COMPANY	SUNSET	SÜVARİ	SİSLİ OPTİK
Taşkın	TERBİR	TERGAN	tiffany	tike	TOZON	TWIGY	TWIST
VetliMa	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

ETİKET İLK KEZ 3 BİN YIL ÖNCE KULLANILDI

Tarihte bilinen ilk etiket 3 bin yıl öncesine ait ve bir papi-rüs üzerine yazılan bilgilerden oluşuyor. Yaygınlaşması ise 15'inci yüzyılda kağıt üretiminin çoğalması ile oluyor. Bu yüzyılda, içindekinin ve üreticisinin yazılı olduğu etiketler, kavanoz, küp, varil gibi ürün taşıyan kapların üzerine yapıştırılıyor. İlk baskılı eti-ketler ise 16'ıncı yüzyılda kumaş bal-yalar için kullanılıyor. 18'inci yüzyılın sonuna kadarsa etiketler tamamen el yapımıydı. Etiketlin fonksiyonu değiş-tikçe ve yaygınlaştıkkça yeni baskı tek-nikleri oldu. Bugün ise etiketsiz bir ürün düşünülüyor.



ęunu, en küçük tesisin 2 milyon TL'lik bir yatırıma denk geldiğini ifade eden Günay, Türkiye'de toplam 850 adet dokuma tekstil etiketi üreten makine olduğunu, sektöre yapılan yatırım hesap edildiğinde ortaya astronomik bir rakamın çıktığını kaydediyor.

Etiket sektörü nereye gidiyor

Kanuni düzenlemeler, ürüne kattığı değer, çevreye duyarlılık, insan sağlığına önem gibi yükselen trendler neticesinde, etiketlerin vasfının da giderek değişmesi bekleniyor. Global markalara üretim yapan

firmalar sayesinde, dünyadaki kalite, tasarım, malzeme trendi piyasayı etkilemeye devam edeceği öngörüler arasında. Etiketle müşterielerin beklediği kalite arttıkkça kullanılacak baskı makinelerinin yetenekleri gelişiyor. Bunun neticesinde sektörün geleceği için ciddi yatırımların yapılması gerekiyor. Bu sürecin etiket işinin aile işi olmaktan çıkıp sermaye işi olması yönünde bir çıkış başlatacağı öngörülüyor. Geleceğin etiket firmalarının da diğer alanlarda olduğu gibi kurumsallaşmayı ve marka olmayı başarmış şirketler olacağı düşünülüyor.

Çevre ve insan sağlığı yükselen trend

Son yıllarda başka sektörlerde olduğu gibi, etiket sektöründe de en önemli eğilim çevreye duyarlılık ve insan sağlığına verilen önem. Bu nedenle Oeko-Tex sertifikası etiketlik kumaşlar için de yoğun olarak talep ediliyor. Oeko-Tex Standardı tekstil ürünler ile ilgili tüm işleme aşamalarındaki hammaddelere, ara ve son ürünlere yönelik dünya çapında standart bir test ve sertifikalandırma sistemi. Zararlı madde testleri, sağlığına zararlı kimyasalları ve öncelikli sağlık tedbirleri ile ilgili parametreleri kapsıyor. Özellikle gelişmiş ülkelerdeki tekstil ve hazır giyim üreticileri sadece ürettikleri ürünün değil, o ürüne taktıkları etiketlerin de Oeko-Tex sertifikalı olmasına, organik ve geri dönüşümlü malzemelerden üretilmesine önem veriyor. Etiketlerde öne çıkmaya başlayan ikinci eğilim ise ürünlere takılan etiketlerin kullanıcının tenine dokunduğunda, rahatsız etmeyecek hassaslıktaki malzeme ve yöntemlerle üretilmiş olması. Bu nedenle örneğin, barkodla basılan etiketlerde, baskı kalitesi, yıkamaya dayanım gibi iki ana unsurun yanına yumuşaklık da eklen-

di. Müşteri memnuniyetine önem veren tekstil ve hazır giyim üreticileri artık bu kriteri de anyor. Üçüncü eğilim ise RFID (Radyo Frekansı ile Tanımlı) etiketler. Ürün üzerine yerleştirilen etiketlerin, okuyucu tarafından okunmasıyla tedarik zinciri yönetimi ile ilgili bilgiler otomatik olarak kaydediliyor veya değiştiriliyor. Sektörümüzde örnek uygulamalar başladı ve RFID etiket birim maliyetleri düştükçe yaygınlık kazandı. ❖

SEKTÖRDE İKİ DERNEK BULUNUYOR

Etiket Sanayicileri Derneği (ESD), 1998 yılında 9 kurucu tarafından İstanbul'da kurulan dernek tüm etiket sektörünü kapsıyor. Derneğin bugün, kendinden yapışkanlı sektöründe faaliyet gösteren 124 üyesi var. Üyeler arasında, kendinden yapışkanlı etiket üreticileri, tedarikçiler ve etiket makinesi üreticileri bulunuyor. Dernek, her yıl iki milli yarışma gerçekleştiriyor. Üç ayda bir yayınlanan dergisiyle sektör içinde bilgi paylaşımı sağlayan dernek, çeşitli konferanslar düzenliyor. Uluslararası Etiketçiler Birliği FINAT ile yakın ilişki içinde olan ESD Başkanı Aydın Okay FINAT'ta da yönetim kurulu ve üyelik komitesi üyesi. Tekstil Etiketçileri Derneği (ETİDER) dokuma etiket üreten firmalardan oluşuyor. Derneğe sektör içerisinde üretim yapan, ticari faaliyette bulunan tüm özel ve tüzel kişiler üye olabiliyor. Sektöre hizmet veren tüm kuruluşları aynı çatı altında toplamayı amaçlayan ETİDER, çatısı altında Türkiye'de toplam 850 olan tekstil etiketi makinesinin 570'ine sahip olan firma yer alıyor. Türkiye'de üretilen etiketleri dünya markası haline getirme hedefiyle yola çıkan dernek, 2008 yılından bu yana faaliyet gösteriyor.





ANATEKS

www.anateks.com.tr

KALİTE VE HİZMETTE DAİMA İLERİ...



Penye İplik

Karde İplik

Open End İplik

Melanj İplik

Sentetik Karışımı 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 karışımı
- Antibakteriyel, koku ve ter yapmayan, ultraviyole ışıklarından koruyan

Polyester

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

Akrilik

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

Polyamid

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



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 Meyvli Pölice 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. Müsaoglu İş Mrk. A B. Kat: D.11 Bayramyeri / DENİZLİ
Tel : +90 258 241 36 63 - 39 Fax : +90 258 241 30 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

KALİTEMİZİ YÜKSELTECEK ULUSLARARASI STANDARTLARDIR



**AB TARAFINDAN
DESTEKLENEN
TÜRKİYE'DE KALİTE
ALTYAPISININ
GÜÇLENDİRİLMESİ
PROJESİ ÇERÇEVESİNDE,
EV SAHİPLİĞİNİ
UYGUNLUK
DEĞERLENDİRME
DERNEĞİ'NİN YAPTIĞI
II. ULUSLARARASI
SEMPOZYUM
GERÇEKLEŞTİRİLDİ.
İTKİB ADINA İHKİB
YÖNETİM KURULU
ÜYESİ NİLGÜN
ÖZDEMİR'İN KATILDIĞI
SEMPOZYUMDA
TEKSTİL, GIDA, MAKİNE
VE YAPI SEKTÖRLERİ
ELE ALINDI.**

Türkiye'de Kalite Altyapısının Güçlendirilmesi Projesi çerçevesinde sürdürülen etkinlikler devam ediyor. AB tarafından desteklenen proje kapsamında ev sahipliğini UDDer'in (Uygunluk Değerlendirme Derneği) yaptığı II. Uluslararası Uygunluk Değerlendirme Sempozyumu gerçekleştirildi. 19-20 Nisan tarihlerinde İstanbul Dedeman Otel'de gerçekleşen sempozyuma farklı sektörlerde faaliyet gösteren yöneticiler, üretici ve tüketici demekleri, uygunluk değerlen-

dime kuruluşları, Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu yetkililerinin yanı sıra alanında uzman birçok isim katıldı. Sempozyumda dünyada uygunluk değerlendirilmesinin mevcut durumu, geleceği ve Türkiye'nin bu alandaki yeri ve rolü ile ilgili son durum aktarıldı. Gıda, tekstil, makine ve yapı sektörleri sempozyumun ana gündem maddelerini oluşturdu. İki gün süren sempozyumun açılış konuşmaları UDDer Başkanı Kürşat Cezmi Özcan, Kal-Der Başkanı A. Hamdi Doğan, Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu

Müsteşarı Michele Villani ve Dış Ticaret Müsteşarlığı DTS Genel Müdürü Mehmet Cömert tarafından yapıldı. İHKİB Yönetim Kurulu üyesi Nilgün Özdemir de sempozyumda, "Tekstil Sektöründe Uygunluk Değerlendirmesi" başlıklı oturuma katıldı. Farklı oturumlarda ele alınan dört ayrı sektörün yanı sıra, Standardizasyon ve Metroloji ile Uygunluk Değerlendirmesi ve Akreditasyon konularına da değinildi.

İTKİB'in hedefleri aktarıldı

Tekstil sektörüne ilişkin EURATEX Ar-Ge bölüm yöneticisi Mauro Scalia ve UDDER Yönetim Kurulu üyesi Nilgün Özdemir konuşmacı olarak katıldığı oturumda, Özdemir İTKİB'in faaliyet alanları, dünya hazır giyim ve konfeksiyon tedarikinde Türkiye'nin yeri ve tekstil sektörünün kalite altyapısı başlıklarıyla bir sunum gerçekleştirdi. Özdemir, 2023 yılına yönelik ihracat stratejisi çerçevesinde hazır giyim sektörünün 52 milyar dolarlık ihracat hedefi koyduğunu söyledi. Mauro Scalia ise tekstil sektörü ve kalite altyapısına uluslararası yaklaşımları ele alarak, piyasa gözetimi ve Avrupa Birliği'nde RAPEX konularına dair bir sunum yaptı. Yapı malzemeleri konusunda geçmiş dönem EUROLAB Başkanı Jiri Sobola; makine sektörü konusunda CEO Teknik Komisyonu Başkanı Adolf Russold deneyimlerini paylaştılar. ❖



UDDER NEDİR?

2003 yılında kurulan Uygunluk Değerlendirme Kurulu, 2006 yılında Dış Ticaret Müsteşarlığı öncülüğünde Uygunluk Değerlendirme Derneği'ne dönüştürülmüş bir sivil toplum kuruluşu. UDDer'in amaçları arasında, uygunluk değerlendirmesinin ülkemizde gelişimini ve tanıtımını desteklemek, uygunluk değerlendirme faaliyetlerinin bölgesel ve uluslararası düzeyde tanınması için çalışmalar yapmak, bu alanda kamu ve özel sektör kuruluşları, yüksek öğretim kurumları, ticaret ve meslek odaları, tüketici örgütleri ve diğer sivil toplum kuruluşları arasındaki koordinasyonu sağlamak bulunuyor. UDDer üyelerini, mevzuatı hazırlayan ve denetleyen kamu kurum ve kuruluşları, özel sektör kuruluşları, uygunluk değerlendirme kuruluşları oluşturuyor.

www.cnrtextbridge.com

06-08 EKİM 2011

TEKSTİL VE AKSESUARLARI FUARI

textbridge
İSTANBUL

Hazır giyim tedarik
zincirinin en kapsamlı
buluşması!



İSTANBUL TEKSTİL VE HAMMADDELERİ
İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

CNREXPO İSTANBUL

İstanbul Fuarçılık A.Ş.

CNR EXPO Yeşilköy 34149 İstanbul Tel: +90 212 465 74 74 Faks: 0 212 465 74 76 - 77 www.cnrexpo.com

BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ (TOBB) İZİNİ İLE DÜZENLENMEKTEDİR.



Ali AĞAOĞLU
Vatan Gazetesi Yazarı

SEÇİM VE ZORUNLU KARŞILIKLAR PİYASALARI ZORLAYACAK

YAŞANAN GELİŞMELER
ÖNÜMÜZDEKİ AYLARDA PİYASALARI
HAREKETLENDİRECEK. **MERKEZ
BANKASI'NIN BANKACILIK
SEKTÖRÜNE BASKISI, TORBA
YASA'NIN LİKİDİTE AZALTICI
ETKİSİYLE BİRLEŞİYOR.
SEÇİM BEKLENTİSİ İSE
CABASI...**



Nisan-Mayıs ayları para piyasaları açısından hareketli geçecek. Bir yandan zorunlu karşılık artışı, diğer yandan "Torba Yasanın" getirdikleri. Teknik olarak farklı kesimleri ilgilendiriyor olsa da eninde sonunda ekonominin tüm taraflarını şu veya bu

şekilde etkileyecek! Merkez Bankası'nın Mart ayındaki toplantısı sonrasında kısa vadeli mevduata uygulanacak zorunlu karşılık oranlarının 400-500 baz puan (yüzde 4-5) arttırma kararından sonra, bankacılığın likiditesi 19 milyar TL daha azaldı. Nisan ayının 15'inde

yatırılan bu karşılıklar sonrasında bankacılık sektörünün Merkez Bankası'ndan sağladığı fonlama 51 milyar TL'ye yükselirken, sektöre olan maliyet de artıyor. Alınan kararların kredileri sıkılaştırıcı etkisi ise henüz daha hissedilmiş değil. Zira son artışa kadar olan artışları ban-

bankacılık sektörü sineye çekti. Bir yandan rekabet ve pazar payı kapma çabaları, diğer yandan geçtiğimiz yıllara oranla gittikçe daralan kâr marjları bankacılık sektörünü zorluyor. Bu iki temel faktörü göz önüne alan bankacılık sektörü, ilk artışları faizlerine yansıtmakta yavaş davrandı.

Orantısız güç kullanımı

Merkez Bankası'nın son artışta "orantısız güç" kullanmasının ardında da bu 'ağırdan alma' yatıyordu. Zorunlu karşılıklar arttırılmaya başlamadan önce bankacılık sistemi teknik olarak "sıfır pozisyonunda" idi. Yani kendi arasında, kendi yağıyla kavrulabiliyordu. Günlük döviz alımları dışında MB; istisnalar dışında piyasaya ek likidite vermiyordu. Karşılık artışlarıyla birlikte sistemin likidite açıkları her artırımla daha da yükseldi ve 15 Nisan itibarıyla 50 milyarlık rekor seviyeye çıktı. Bankalar yatırdıkları karşılıklar için Geçtiğimiz yılın son çeyreğinden bu yana faiz al(a)mıyorlar. Fonlama için MB'dan aldıkları her kuruş için de "politika faiz oranı" kadar faiz ödüyorlar. Bu da alınan mevduatların maliyetlerini arttırıyor.

Her ne kadar ekonomi yönetimi aksini iddia etse de, bankaların ödedikleri bu maliyet doğrudan bankaların kârlarını azaltan bir unsur. Bir başka deyişle, bankacılık sektöründen kamuya kaynak aktarılması anlamına da geliyor bu artışlar. Bankacılık sistemi kayıplarının bir kısmını sineye çekse de kalan maliyetin bir kısmını mevduat sahibine düşük faiz vererek; bir kısmını da kredi müşterisine yüksek faiz talep ederek yansıtıyor. Her iki halde de sıradan vatandaşın ya da şirketlerin "harcanabilir gelirleri" azalıyor! Gelir azalmasının nihai talebi azaltacağı varsayıyor ekonomi yönetimi. Şimdiye kadar tam olarak hedeflerine ulaşmış sayılmazlar. Bu yüzden ki Mart toplantısında "orantısız güç" kullanıldı. Nisan toplantısında da benzer bir politikanın sürmesi normal hale geldi.

Torba Yasa piyasada likiditeyi azaltacak

Zorunlu karşılıkların daralttığı harcanabilir geliri "teorik olarak arttıran" bir değişiklik daha oldu. O da vatandaşların/şir-



Her ne kadar siyasi istikrarın devam edeceği varsayımıyla "sürprizi az bir seçim" beklense de 12 Haziran'da yapılacak seçimler nihayetinde bir risk barındırıyor.

ketlerin devlete olan borçlarının cezai faizlerini düşürerek vadeye yayılmasını sağlayan 'Torba Yasa'. Torba yasa ile 'borç hanesinde' ciddi bir azalma oluyor. Her ne kadar bu durum, istisnai bir kaç durum hariç, nakdi bir yansıma yaratmasa da kişilerin ya da şirketlerin bilançolarının pasif tarafını azaltan bir değişim ortaya koyuyor. İsterlerse bu pasiflerine karşın aktiflerinde tuttıkları bazı kalemleri harcayabilirler ya da (yine teorik olarak) pasiflerinde yeni bir boşluk oluştuğundan bunun için yeni borçlanmaya giderek harcamaya devam edebilirler.

Peki gerçekte bu mümkün mü? Belki psikolojik olarak bu etki görülebilir. Ancak pratikte pek mümkün değil. Varsayım kişi ya da kurumların imkânları olsaydı zaten bu yükümlülüklerini yerine getirirlerdi; en azından teorik olarak... (Nasılsa af çıkar ya da çıkacak diyenlerin ödemeler konusunda cimri davranmaları konumuz dışında.) Teorik kısmı

bir yana bırakıp pratik hayata bakıldığında Torba Yasa pratikte piyasadaki akışkanlığı azaltacak bir unsur. Nasıl mı? 2 Mayıs itibarıyla devletle "barışacak" olanlar 18 aylık vadeye yaydıkları ödemelerinin ilk taksitlerini Mayıs sonunda ödeyecekler. İki ayda bir vergi, yine iki ayda bir de SSK borçlarının taksitleri gelecek. İlk aylarda hemen herkes borçlarını ödeyebilmek için ellerindeki imkanları zorlayacaklar. Dövizler bozdurulacak, yastık altındaki birikimler çıkarılacak, herkes taahhütlerine sadık kalmaya çalışacaklar. Toplam tahsilatın 10 milyar TL'ye ulaşması bekleniyor. Az bir rakam değil. Özellikle de KOBİ'ler düşünüldüğünde... Günlük işlerini döndürebilmekte zorlananlar ilk aşamada daha da zorlanacaklar.

Teorik bakış açısında gelir arttırıcı gibi görünen yasa aslında likidite daraltıcı bir etki yapacak. Bir yandan eldeki likiditenin azalması, diğer yandan "ödünç likiditenin" yani kredilerin mali-

yetlerinin yükselmesi piyasaları zorlayacak!

"Dur şu seçim bir bitsin, bakarız"

Seçimi de unutmamak gerek! Her ne kadar siyasi istikrarın devam edeceği varsayımıyla "sürprizi az bir seçim" beklense de 12 Haziran'da yapılacak seçimler nihayetinde bir risk barındırıyor. Sonuç ne olur kestirmek zor, sırf bu zorluk bile yatırım ve ticaret kararlarını etkileyecektir. 'Dur şu seçim bir bitsin, bakarız' söylemleri bu ay içinde sıkça duyulur olacak. Sonuçları kadar varlığı bile seçimi piyasaları duralatan bir etkiye sahip. Önümüzdeki iki ay piyasalar açısından daha çok bekleyişle geçecek. Haziran, Temmuz hükümet kurulmaları, ardından meclisin tatile girmesi derken Eylül'e kadar neredeyse bir bekleme süreci olabilir. Hükümetin kanun hükmünde kararname çıkarma yetkisi bunun yaşanmasını engellemek için olsa gerek... ❖

COLIN'S'İN YENİ HEDEFİ AVRUPA



EROĞLU HOLDİNG'İN İLK MARKASI COLIN'S KISA ZAMANDA GLOBAL BİR KİMLİK KAZANARAK, 31 ÜLKEDE, 420 MAĞAZAYA ULAŞTI. 2011 YILINA 572 MAĞAZA İLE GİREN MARKANIN BUGÜNKÜ CİROSU YILLIK 500 MİLYON DOLAR, 2015 YILI HEDEFİ İSE 50 ÜLKEDE 675 MAĞAZA İLE FAALİYET GÖSTEREREK, 2 MİLYAR DOLAR CİROYA ULAŞMAK.

Eroğlu Holding'in ilk göz ağınsı Colin's, kuruluşundan bu yana aralıksız büyüyor. Yurtiçinde ve yurtdışında hızla mağazalaşan marka ulusla-

rarası bir kimlik kazanan ilk Türk markalarından. Firmanın hikayesi ise 1983 yılında İstanbul Kumkapı'da 150 metrekare kapalı alanda, 15 kişilik bir ekiple kuru-

lan Eroğlu Konfeksiyon'la başladı. 1986 yılında jean pantolon ve gömlek imalatına da geçen şirket, 1991 yılına geldiğinde çalışan sayısı 200'e, günlük üretim ise

1500 adet ürüne ulaştı. Yaşanan olumlu gelişmeler büyüme ihtiyacını gündeme getirdi. 1992'de İstanbul Avcılar'da 10 bin metrekare kapalı alana sahip fabrika inşaatı tamamlanarak, günlük 5 bin adetle üretime burada devam edildi. 1994 yılında günlük üretim 10 bin adede çıkarılarak, başta Rusya olmak üzere birçok Doğu Avrupa ülkesine ihracat yapılmaya başladı. 1995'te kurulan Colin's Giyim ise bugün 31 ülkede faaliyette olan 3 bine yakın çalışanı ile 500 milyon dolar ciroya sahip bir marka oldu. Holding'in en fazla öne çıkan markasının Colin's olduğunu vurgulayan Genel Müdür Necati Özdoğan, firmanın 572 mağazasının 420 tanesinin yurtdışında bulunduğu altını çiziyor. BMD'nin yaptığı bir araştırmaya göre Türk markalarının yurtdışında toplam 1200 mağazası bulunuyor. Colin's ise bu markalar arasında 420 mağazasıyla lider konumda yer alıyor. 2015 yılı hedefleri ise 50 ülkede, 10 bin çalışanı ile 2 milyar dolar ciroya ulaşmak.

COLIN'S HAKKINDA KISA KISA

- Eroğlu Holding bünyesinde 1986'da kurulan konfeksiyon şirketi ile Colin's'in temelleri atıldı.
- Marka Colin's adını 1995'te aldı.
- 31 ülkede, 3 bine yakın çalışanı ile faaliyet gösteriyor ve yıllık cirosu 500 milyon dolar
- 572 mağazadan 420'si yurtdışında bulunuyor.
- Marka 2015 yılında 50 ülkede, 10 bin çalışanı ile 2 milyar dolar ciroya ulaşmayı hedefliyor.

İlk ihracat Rusya ve Türkiye Cumhuriyetleri'ne

Colin's'in başta pazarlama etkinliklerini organize etmek amacıyla kurulduğunu dile getiren Özdoğan, markanın faaliyete geçmesiyle Rusya ve Türkiye Cumhuriyetleri olmak üzere tüm dünyaya yapılan satış ve pazarlama faaliyetlerinin hızlandığını belirtiyor. Bu arada Moskova'da Colin's mağazasının açıldığını, aynı zamanda Rusya'daki çalışmalarını yerinde izlemek ve yönetmek üzere Moskova'da şirket kurulduğunu kaydeden Özdoğan, 1997 yılına gelindiğinde 20 bin adet spor giyim üretim kapasitesi ile yurtiçi mağaza sayısının üç, yurtdışı mağaza sayısının iki olduğunu ifade ediyor. Markanın yeniden yapılanma sürecine girdiğini bu dönemde Loft markasının bünyeye eklendiğini ifade eden Özdoğan, Colin's'in bugün 570'in üzerinde mağazası bulunduğunu, markanın sadece Rusya'ya değil, Ukrayna, Mısır, Suudi Arabistan, Kuveyt, Kazakistan, Litvanya, Beyaz Rusya ve Romanya'da var olan mağazalarıyla faaliyet gösterdiğini belirtiyor.

En hızlı büyüme kriz döneminde oldu

Kısa zamanda hızlı büyüyen şirketin en büyük atılımlarını kriz

dönemlerinde gerçekleştirdiğini kaydeden Necati Özdoğan, markanın kriz döneminde yüzde 32 büyüdüğünü belirtiyor. "Kriz ortamında yaptığımız mağaza yatırımlarında daha uygun şartlarda kiralama avantajı yanında, rakiplerimizin küçülme öngörülerıyla birlikte, daha iyi mağaza lokasyonlarına sahip olma fırsatı yakaladık" diyen Özdoğan bu durumun faaliyet gösterdikleri tüm ülkelerde geçerli olduğunu kaydediyor. Daha önce boş mağaza bulanamayan pek çok ülkedeki AVM ve caddeelerde, kriz döneminde mağaza açma imkanı bulduklarını, kiraların çok daha avantajlı olduğunu ifade eden Özdoğan, "Kriz döneminde Colin's gerçek anlamda bir perakende markası olma yolunda üretim /lojistik /bilgi teknolojileri ve özellikle inşaat konularında çok önemli adımlar attı. Dünyanın her yerinde mağaza açabilecek alt yapıya kavuştu" diyor.

Hedef Avrupa'da mağazalaşmak

Gelecekteki en önemli hedefin Colin's'i tüm dünyada tanınan ve bilinen global bir marka haline getirmek olduğunu kaydeden Necati Özdoğan, bunu Rusya, Ukrayna, Kazakistan gibi Asya ülkelerinde, Ortadoğu'da Kuzey Afrika, Kuzey Irak gibi noktalarda başardıklarını şimdi ise Avrupa'ya hedeflediklerini söylüyor. Gelecek stratejilerinde 2015 yılını hedef aldıklarını ifade eden Özdoğan, "Şu anda 31 ülkede faaliyette olan 3 bine yakın çalışanı bulunan ve 500 milyon dolar ciroya sahip bir markayız. 2015 yılında ise 50 ülkede işlem gören, 10 bin çalışanı olan ve 2 milyar dolar bir ciroya ulaşmış bir marka olmayı hedefliyoruz" diyor. 2011 yılına 572 mağaza ile girdiklerini, 2015 yılı sonuna kadar 675 mağaza olacaklarını öngören Özdoğan, en yakın yatırımların Avrupa ile ilgili olduğunu, artık kendi markalarıyla Avrupa'da da mağazalaşmak için planlar yapıldığını vurguluyor. Öncelik ise İngiltere...



Colin's Genel Müdürü Necati Özdoğan

Hedef pazar Çin

Eroğlu Holding'in en fazla öne çıkan markasının Colin's olduğunu bir kez daha vurgulayan Necati Özdoğan, firmanın 572 mağazamızın 420 tanesinin yurtdışında bulunduğunun altını çiziyor Birleşmiş Markalar Derneği'nin yaptığı bir araştırmaya göre Türk markalarının yurtdışında toplam bin 200 mağazası bulunduğunu, Colin's bunlar arasında 420 mağazasıyla lider konumda olduğunu belirten Özdoğan, firmanın hedefinde Çin olduğunu kaydediyor. Ülkede ile halihazırda üretim bazında bir ilişkileri olduğunu söyleyen Özdoğan, bu ilişkiyi mağazalaşarak pekiştirmek istediklerini, tüm hazırlıklarını tamamladıktan sonra ülkedeki mağazalaşma sürecine başlama niyetinde olduklarının altını çiziyor.

Colin's modasını kullanıcı belirliyor

Colin's'in modasını tüketicilerin belirlediğini kaydeden Özdoğan, "Günümüz insanı artık son derece rahat giyinmek istiyor. Kalıplara,

renklere, modellere ve trendlere hapsolmektense, kendi modasını yaratmayı tercih ediyor. Biz de tasarımlarımızı oluştururken, günümüz insanın beğenilerini göz önünde bulunduruyoruz" diye konuşuyor. Colin's'i tek başına jean markası olarak konumladıklarını, günlük bir giyim markası olarak kullanıcılarına tasarımlarıyla özgürlüğü vaat ettiklerini dile getiren Özdoğan, gelecek sezonun detaylarıyla ilgili olarak, "Yaklaşan yaz mevsimini üç farklı temayla karşılıyoruz. Campus, Rock'n Roses ve Let it Shine adlarını taşıyan bu üç tema, farklı tarzlara hitap ederek Colin's'i kendini özgürce ifade etmek isteyenlere hitap ediyor. Hem günlük hem de gece kıyafetlerinde şık ve etkileyici alternatifler sunuyoruz. Pırlıtlı club kıyafetlerinden rock starların yıpranmış görünümlü ekose gömleklerine, baharın enerjisini taşıyan rengarenk kolej stiline rahat jeanlere, her tür tarza uygun bir seçenek mutlaka bulunuyor" diyerek son koleksiyon hakkında ipuçları veriyor. ❖

SUNSET İÇ GİYİMLE YURTDIŞINA AÇILIYOR



MAYODA DÜNYA MARKALARI İLE AYNI KULVARDA YARIŞAN SUNSET'İN YARATICISI GÜNKAR A.Ş., YATIRIM ATAĞINDA. 2009'DA EV GİYSİSİ MARKASI FIONCO, 2010'DA YENİ İÇ GİYİM MARKASI SUNSET LINGERIE İLE ÇIKIŞ YAPAN FIRMA, 2011'DE PERAKENDE ATAĞINA KALKTI. SUNSET YÖNETİM KURULU ÜYESİ AYŞEGÜL GÜNEŞ, İÇ GİYİM MARKASI İLE 2011 YILI İÇİNDE 16 MAĞAZA AÇAN FIRMANIN YENİ HEDEFİNİN YURTDIŞINDA MAĞAZALAŞMAK OLDUĞUNU SÖYLÜYOR.

Türkiye'nin sayılı mayo markalarından biri olan Sunset'in yaratıcısı Günkar A.Ş., plajlardaki tecrübesini iç giyme taşıdı. Son yıllarda yaptığı yatırımlarla ürün gamını geliştiren ve yeni markalarla piyasaya çıkan Günkar, Sunset Lingerie ile iç giyim pazarına girdi. Firma krizin etkilerinin çokça hissedildiği 2009'da ev giysisi markası Fionco ile riskli bir yatırım yapmış, ancak iyi bir çıkış yakalamıştı. Örneğin dış giyim ve mayo alanında hem kendi markalarını yaratan hem de fason üretim yaptığı dünya markalarına zengin ve yaratıcı koleksiyonlar sunan Günkar'ın son dönemlerdeki en önemli yatırımlarından biri de perakendede oldu. 2010 yılında hızla mağazalaşmaya başlayan Sunset, 2011'de de hızlı bir operasyonla 16 mağazayı hizmete soktu. Dünya markalarına gerçekleştirdiği iç giyim üretim tecrübesini, kendi markalarını yaratmak için kullandıklarını söyleyen Sunset Yönetim Kurulu Üyesi Ayşegül Güneş, firmanın bu başarısındaki en büyük paya sahip isimlerden biri. Butik mağazacılık konsepti ile neredeyse kişiye özel danışmanlık hizmeti verildiğini kaydeden Güneş, perakende atağına kalkan firmanın yurtdışında mağazalaşma hazırlıkları içinde olduğunu söyledi.

Mayonun öncülerinden Sunset, yatırımına iç giyim ile devam ediyor. Bu alana girme sürecinizi anlatır mısınız?

Günkar, kendini sürekli yenileyen ve dünya vizyonunu geliştiren bir firma. Oldukça dinamik bir yapıdayız. Teknolojiyi ve trendleri çok yakından takip ediyoruz. Ürün yenileme çalışmalarımızda süre-

lilik var. 2009'da yeni ürünlerimiz ve yeni markalarımızla piyasada yer aldık. Örneğin, ev içi giyim olarak konumladığımız Fionco markamızla krize rağmen yatırım yaparak pazara girdik. Yine, dünya markalarına gerçekleştirdiğimiz iç giyim üretim tecrübemizi ve tasarım gücümüzü kendi iç giyim koleksiyonumuzu yaratmak için kullandık ve 2010 yılı itibarıyla Sunset Lingerie iç giyim koleksiyonunu satışa sunduk. Özellikle kadınların en büyük problemi kup ve kalıp sorunlarına çözüm getiren Sunset iç giyim koleksiyonu büyük ilgi gördü.

Markanın üretim kapasitesi ve ürün çeşitlerinden bahsedebilir misiniz?

Sunset'in en önemli avantajı Avrupa'nın en büyük mayo üretim fabrikası ve tam entegre tesis olan Günkar tarafından üretilmesi. Mayo denince akla ufak parça bir giysi gelir fakat incelikleri çok fazla olan bir üründür. Sunset, kumaşın da kullanılan lycra oranından azo testlerine, kalıbindan dikimine ve kalitesine kadar son teknolojiyle üretiliyor. Ayda 150 ile 350 arası örme dikimi yapıyoruz. Mayoda ise aylık üretimimiz 120 bin adet. Barkotlu, her şeyiyle hazır, direk mağazaya satışa girebilecek şekilde üretim teslim ediyoruz ki sipariş çabuk ulaşsın. Sunset markamızla mayo, iç çamaşın üretimi yapıyoruz. Fionco markamızla büyük beden mayo ve ev içi giyim üretimimiz var. Fionco Girls ve F&C Boys markalarımızla da çocuk giyim pazarında yer alıyoruz.

İç giyimde ilk koleksiyonu geçtiğimiz kış sezonunda tüketiciye sundunuz. İlgi nasıldı?



AYŞEGÜL GÜNEŞ
SUNSET YÖNETİM KURULU ÜYESİ

YURTDIŞINDA 250 NOKTADA SUNSET

İç piyasada mayo konusunda satış adeti olarak birinci durumdayız. Pazardaki payımız markalı ürünler arasında yüzde 30 civarında. Sunset, iç pazarda tüm Türkiye'de 450 noktada satılıyor. Antalya'da 6, Muğla, Dalyan, Bodrum, Söke, Marmaris ve Çeşme'de 1'er ve 4 adet de İstanbul'da olmak üzere toplam 16 mağazamız var. Yurtdışında da mağazalaşma için çalışmalarına başlamış bulunuyoruz. İlk olarak Fransa, New York ve Dubai'de çalışmalarımız başladı. Sunset markasıyla şu anda yurtdışında 250 noktada satılıyor. İspanya, İtalya, Almanya, Norveç, Belçika, Fransa ve Dubai Sunset'in satıldığı ülkeler arasında başı çekiyor. Şu an Avrupa'da birçok noktada satılıyor. Yanı sıra kapalı ekonomisi olan İran, Irak, Dubai, Mısır gibi Arap ülkelerine yönelik çalışmalar da başlatıldı ve hızla büyüme hedefindeyiz.

Sunset Lingerie ile iç giyim alanına iddialı bir giriş yaptık. Çok zengin ve teknolojik özelliklerde bir koleksiyon sunuyoruz. Koleksiyonda, gece gündüz kullanılabilecek, şık, abiye tasarımlar var. Yine, iç giyim modellerimizde vücut kusurlarına yönelik çözümler getiren ürünler geliştirdik. Özellikle, göğüs kanserli kadınlar için protez sutyen üre-

timine başladık. Tüm dünyada ve Türkiye'de kadınların en önemli ihtiyacına cevap vereceğiz. Sunset Lingerie ilk sezonunda ciddi bir ilgi gördü ve koleksiyonun tamamı satıldı. 2011'de kendi mağazalarımızla çok daha iddialı olacağız.

Sunset iç giyim hangi kadınlara hitap ediyor?

İç giyim, kadınların önem verdiği bir ürün grubu. Türkiye'de yabancı markaların ilgisi düşünülürse bu daha anlaşılır oluyor. Sunset Lingerie olarak, klasik bilindik iç giyim anlayışından farklı olarak kadının hem kendini güzel hissedeceği hem de vücut kusurlarını gizleyen akıllı ürünler tasarlayarak farklı bir yerde kendimizi konumlandırıyoruz. Koleksiyonlarda kadın ruhundaki tüm arzuları yansıtmaya çalışıyoruz. Ayrıca, her beden ve göğüs ölçüsüne uygun seçenekler mevcut. Alt-üst bedenler arasındaki farklılıklara yönelik kalıp çeşitleri, farklı göğüs tipleri için alternatifli modeller kadınlara büyük rahatlık sağlıyor. Büyük göğüslü bayanlar için de seçenekler var.

İnovasyon ve Ar-Ge'ye yaklaşımınız nasıl?

Pazar lideri olmak her zaman kendini daha fazla yenileme sorumluluğu veriyor. Teknolojiyi ve trendleri çok iyi takip ediyoruz. Teknolojimizi ve üretim sistemlerimizi sürekli yeniliyoruz. Kazancımızı işimize yatırıma dönüştürüyoruz. Kumaş, desen ve aksesuar kalitesine önem veriyoruz. Modacılar koleksiyon hazırlatarak Haute Couture'u tüm halka sunuyoruz. Modayı taklit etmiyor, özgün tasarımlar ve desenlerle moda yaratıyoruz.

Önümüzdeki sezon için nasıl bir koleksiyon hazırlıyorsunuz?

Koleksiyonu gece ve gündüz olmak üzere ikiye ayırdık. Gündüz koleksiyonunda günün aktif temposunu düşünerek bunu



kumaş ve aksesuar seçimine yansıtık. Yeni koleksiyon, rahatlık ile şıklık arasında bütünlük sağlıyor. Renklerde ekru ve beyaz öne çıkıyor. Ayrıca, somon rengi, pudra pembeleri, soft şeftali tonları da kullandık. Yumuşak, çift yöne esneyen ve ipek kadar yumuşak kumaşlar seçildi. Ekru dantellerde çok ince el işi gibi görünen, kibar danteller, şifonlar kullandık. Aksesuar olarak minicik inciler, sedef düğmeler, organze fiyonklar tasarlayarak modelleri çarpıcı hale getirdik. Gece temasında ise mavi-siyah koleksiyonun ilham kaynağı oldu. Renklerde siyah ağırlığını korurken vişne çürüğü, mürdüm, derin turkuvazlar, parlak ten renkleri hakim. Kumaşlarda daha çekici görünümler sağlayan danteller ağırlıkta. Siyah dantel, ince tığ işi gibi işlenirken, kalın güpür görünümlü danteller de iddialı tasarımlar da kullanılıyor.

Perakende hedefleriniz arasında neler var?

Perakendeye uzun zamandır yatırım yapmak istiyorduk ama mayo sezonluk bir ürün olarak görülmediği için tek başına bir mağazayı doyurması mümkün değildi. Sunset Lingerie ile birlikte perakende de arzu ettiğimiz şekilde yer alacağız. 2010 yılı başında çok hızlı bir operasyonla 16 mağazayı hizmete soktuk. Bu alandaki anlayışımızı da biraz farklı oluşturduk. Butik mağazacılık konsepti ile neredeyse kişiye özel danışmanlık hizmeti sunuyoruz. Şu anda, İstanbul'da, Akmerkez, Olivium, Profilo, Kırac, Ankara'da, Balgat, Antalya'da Alanya, Antaliüm, Havalimanı, Manavgat, Migros AvM, SheMall'da, İzmir'de Bostanlı ve Selçuk ile Söke, Bodrum, Dalyan, Fethiye, Göttürkbükü ve Marmaris'de mağazaları hizmete açtık. ❖

23 NİSAN'I İHRAÇ ETMELİYİZ

wenice:

**BUGÜNE KADAR
ÇOCUKLARA YÖNELİK
BİRÇOK SOSYAL
SORUMLULUK
PROJESİNE İMZA ATAN
WENICE KIDS YÖNETİM
KURULU BAŞKANI İDRİS
AKDOĞAN, 23 NİSAN
ÇOCUK BAYRAMI'NIN
ANNELER GÜNÜ GİBİ
TÜM DÜNYADA ORTAK
BİR DEĞER HALİNE
GETİRİLMESİYLE,
HEM ÇOCUKLARA
YÖNELİK YARDIM
KAMPANYALARININ
ARTACAĞINI HEM
DE ÜLKE İMAJININ
VE TİCARETİNİN
YÜKSELECEĞİNİ
SÖYLÜYOR.**

Bugüne kadar çocuklara yönelik birçok sosyal sorumluluk projesine imza atan Türkiye'nin çocuk giyimde dünya markası Wenice Kids için 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı ayrı bir önem taşıyor. Tüm dünyaya ithaf edilen bu bayramın çocuklara yönelik sosyal sorumluluk projelerini hayata geçirmek için zemin hazırladığını kaydeden Wenice Kids Yönetim Kurulu Başkanı İdris Akdoğan, böylece bu özel günün içerdiği anlamı da desteklemiş olduklarını kaydediyor. Çocuklara yönelik yardım kampanyalarının yanı sıra 23 Nisan Çocuk Bayramı'nın Türkiye'nin ülke imajını ve ticaret hacmini artıracak bir potansiyeli de barındırdığını kaydeden Akdoğan, Bayramın Türkiye'nin yurtdışında tanıtımı ve ilişkilerini geliştirmesi açısından çok önemli bir zemin hazırladığını kaydediyor. Bu zemini verimli bir hale

getirmek için özel çalışmalarını desteklemek gerektiğini vurgulayan Akdoğan, “Özellikle ihracatta bu tip bayramlar, özel günler çok büyük önem taşıyor. Bu özel günlerin dünyaya anlatılması, tanıtılması, milli değerlerin lanse edilmesi ticarete de yansiyacaktır” diye konuşuyor. Bu konuda geliştirilecek yeni projelerle Bayramın, Anneler Günü ya da Sevgililer Günü gibi yaygınlaştırılabileceğini ve bu sayede büyük bir ticari değer yaratılabileceğini kaydeden Akdoğan, bu tür bir girişimin hem ülkeye prestij kazandıracağını hem de ihracat ve perakende sektörü için yeni fırsatlar yaratacağını vurguluyor.

“23 Nisan tüm dünyada ortak değer olmalı”

Günümüzde internetin yaygınlaşmasıyla birlikte çocuklar da marka bilincinin geliştiğini ve seçiciliğin arttığını belirten İdris Akdoğan, bu aracın etkin bir şekilde yaygınlaştırılması gerektiğinin de altını çiziyor. İnternet aracılığıyla yürütülecek çocuklara ve 23 Nisan’a ilişkin uygulamaların, Türkiye algısını yeniden yaratacağını kaydeden Akdoğan, “Çocukların Türkiye’yi sevmesi ticareti de artıracaktır. Bu yüzden çocuklara bayramlarımızı, özel günlerimizi sevdirmek, ülke bilincini artırırken ihracatı da olumlu yönde geliştirecektir” diyor. Akdoğan, 23 Nisan gibi uluslararası içeriği olan bir etkinliğin Türkiye’nin yurtdışında tanıtımı ve ilişkilerini geliştirmesi açısından çok önemli bir zemin hazırladığını, bu konuda hayata geçirilecek girişimlerle Bayramın tüm dünyada ortak bir değer haline getirilmesinin küresel ticarete ivme kazandıracağını ve bu değerın çıkış noktası olan Türkiye’nin de bu hareketten en önemli payı alacağına işaret ediyor. Ayrıca çocuklara özel bu güne yönelik sosyal sorumluluk projeleriyle 23 Nisan Çocuk Bayramı’nın taşıdığı anlamın da pekişeceğini kaydeden Akdoğan, Wenice markasıyla yalnız tek bir

güne özel değil, farklı zamanlarda benzer birçok projeyi hayata geçirmiş olduklarını da hatırlatıyor.

Her şey çocuklar için

Wenice Kids’in, ürünlerini müşteriyle buluşturmadan önce 19 adet testten geçirerek, çocukların sağlığına verdiği önemi ortaya koyduğunu ifade eden İdris Akdoğan, çocuklar için ücretsiz tiyatro gibi kültürel aktivitelerde etkin rol oynayan markanın, yardım amaçlı olarak yapılan festival, konser gibi organizasyonlarda öncü olduğunu vurguluyor. Firmanın eğitim alanında da katkıları olduğunu söyleyen Akdoğan, “Giyinmek hiç bu kadar kolay olmamıştı” mottosuyla dünyada ilk kez engelli çocuklar için kolay giyim koleksiyonu hazırlayarak bir ilke imza attıklarını kaydediyor. 23 Nisan’da “Bir çocuk da siz giydirin” kampanyası ile yardıma muhtaç çocukların bayram sevinci yaşamasına ön ayak olduklarının altını çizen Akdoğan, ücretsiz çocuk tiyatrosu etkinliği “Çocuklar Ülkesi” projesi kapsamında ise okul hayatı ve güncel zamanda yaşadıklarına değinen öğretici oyunları, masalsi hikayelerle anlatan bir tiyatro gösterisi düzenlendiğini ve bu sayede çocukların eğitimine destek olduklarını belirtiyor. Bugüne kadar gerçekleştirdikleri yardım kampanyalarından bahseden Akdoğan, “Wenice bayram öncesi 40 ilde, 5 bin engelli çocuğu sevindirdi. Anneler Günü’nde “Kimsesiz Çocuklara Bir Gün de Olsa Anne Olalım” kampanyası kapsamında, kimsesiz çocuklar yararına alınan her ürün yüzde 50 indirimle satıldı. Yine markamız tarafından hayata geçirilen “4 Renk Kampanyası” ile müşteriler üzerinde yeşil barkodlu ürün aldıklarında çevrenin yeşillenmesine, kırmızı barkodlu ürün aldıklarında Kızılay’a, pembe barkodlu ürün aldıklarında fiziksel engelli ihtiyaç sahibi kişilere ve mavi barkodlu ürün aldıklarında ise Çocuk Esirgeme Kurumu’na bağış yapmış oldular” dedi.



Wenice tüm dünya çocuklarına hitap ediyor

Türkiye’de üretim yaparak dünyaya açılmış ilk çocuk giyim markası olan Wenice Kids, çocuk giyim üretimine 1993 yılında başlayan Kuşam Tekstil tarafından 1998’de kuruldu. Dünya modasını Türkiye’deki çocuklarla buluşturan marka aynı zamanda ülke içerisinde üretim yaparak dünyaya açıldı. Marka bugün, 52 ülkede 450 mağazasıyla ve 1100’den fazla satış noktasıyla faaliyet gösteriyor. Kalite ve tasarımın öne çıktığı ürünlerini çocuklarla buluşturan Wenice Kids, kar amaçlı satış yapmanın ötesinde, müşterilerinin memnuniyetini ve satış sonrasında da destek sağlıyor. Modanın lüks anlayışından çıkıp bir ihtiyaç olduğu felsefesiyle hareket eden firma, buradan yola çıkarak, fiyat çizgisini belli aralıklar çerçevesinde tutuyor. Toplam cirosunun yüzde 75’ini ihracattan elde eden firma, 2012 yılına kadar 90 ülkede yer alarak dünyada bilinirliği en yüksek 10 çocuk giyim markasından biri olmayı hedefliyor. Uluslararası platformda özellikle satış, pazarlama ve tasarım ekibi ile fark yaratan marka, her bölge için o bölgede yaşamış olan profesyonelleri istihdam ederek part-



ner iletişiminde sorunları mini-muma indiriyor ve ülkelere ilişkin niteliklerin firmada daha kolay algılanmasını sağlıyor. Türkiye ve birçok ülkede yapılanmayı sürekli kontrol eden firma, Bulgaristan, Slovenya, Polonya, Slovakya, Hırvatistan, Litvanya, Estonya, Letonya ve Ukrayna’da distribütörler aracılığı ile varlık gösteriyor. Ülkesel stratejik pazarlama anlayışı ile hareket eden markanın konsept mağaza ve yer aldığı ülke sayısı her geçen gün artıyor. ❖

EKONOMİ ZİRVESİ MODAYLA BAŞLADI



BİRÇOK ÜLKEDEN ÜST DÜZEY YETKİLİLERİN KATILIMIYLA EKONOMİK SORUNLARIN TARTIŞILDIĞI 14'ÜNCÜ AVRASYA EKONOMİ ZİRVESİ, İTKİB SPONSORLUĞUNDA ÜNLÜ MODACI GAMZE SARAÇOĞLU'NUN DEFİLESİYLE BAŞLADI.

Ülkelerin ekonomik sorunlarının üst düzeyde, konunun sahipleri tarafından tartışıldığı Avrasya Ekonomi Zirvesi, 13-15 Nisan tarihleri arasında gerçekleştirildi. Marmara Grubu Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Vakfı tarafından 14'üncüsü gerçekleştirilen etkinlik aralarında 3 cumhurbaşkanı, 9 eski cumhurbaşkanı ve 21 bakanın bulunduğu 48 ülkeden temsilcileri İstanbul'da buluşturdu. Enerji,

ekonomi, terör, kültürler ve dinler arası diyalog kavramlarının masaya yatırıldığı organizasyon kapılarını ünlü modacı Gamze Saraçoğlu'nun gerçekleştirdiği özel bir defile ile açtı. Zirvenin 12 Nisan'daki gala gecesinde İTKİB sponsorluğunda gerçekleşen defile Ritz Carlton Oteli'nde düzenlendi. Katılımcılara renkli dakikalar yaşatan defilede Saraçoğlu, "Black Ink - Siyah Mürekkep" adını taşıyan 2011 kiş koleksiyonunu sergiledi.



17'inci yüzyıla damgasını vuran Barok Dönem'inin ihtişamından, karanlık ve karmaşıklığından ilham alan Gamze Saraçoğlu, son koleksiyonunda kontrastlar arasında bütünlüğü dramatik bir yorumla sundu.

Romantik kadının gücü

Barok dönemi kadınının gücünü ve duruşunu romantik bir dokunuşla sunan koleksiyonun ana temasını 1700'lerin yazışma dilinin bir simgesi olan siyah mürekkep oluşturuyordu. Gamze Saraçoğlu'nun koleksiyonunda ipek şifon ve ipek jorjetler göze çarparken, renklerde pudra tonları, siyah, lila ve bej tonları hakim-

di. Kareografisi Zeynep Arkök'e ait olan defilenin stilingi Hakan Öztürk tarafından yapıldı. İva, Veroni ve Monika gibi yabancı mankenlerin sahne aldığı defilede Türkiye'den ise Didem Soydan, Burcu Kutluk, Sema Şimşek, Alona Kırıl, Sinem Sülün, Fatma Yaman, Nur Gümüşdoğan, Duygu Akdeniz ve Beril Kayer gibi ünlü isimler podyumdaydı. Defilenin saç tasarımları Citys Mos Kuaför, makyajı ise Mac ürünleri ile make up artistlerince yapıldı. Arnavutluk, Makedonya ve Gagavuzya Cumhurbaşkanları'nın yanı sıra 200 seçkin yabancı konunun izlediği defile beğeni topladı. ❖



Ekonomi Zirvesi'ne 9. Cumhurbaşkanı Süleyman Demirel de katıldı.

İMA'DA YAZ MODA DOLU

YAZ DÖNEMİ PROGRAMLARI

ULUSLARARASI PAZARLARDA MODA MARKA YÖNETİMİ

11 Temmuz 2011
3 hafta (48 saat)
2 hafta İMA (İstanbul)
Pazartesi-Çarşamba-Cuma
18.30 - 21.30
1 hafta LCF (Londra)

YARATICI MODA TASARIMI

4-5-6-7-8
Temmuz 2011
25 Saat
10.00 - 16.00

YAZ DÖNEMİ GENÇ YARATICILAR ATÖLYELERİ

MODA PORTFOLYOSU HAZIRLIK ATÖLYESİ

11-13-18-20
Temmuz 2011
20 Saat
10.00 - 16.00

ESKİZ DEFTERİ

25 Haziran 2011
6 Saat
10.00 - 17.00

ÇİZİM ATÖLYESİ

12-14-19-21
Temmuz 2011
20 Saat
10.00 - 16.00

YARATICI KOLAJ TEKNİKLERİ

1 Temmuz 2011
5 Saat
10.00 - 16.00

İstanbul

Moda Akademisi

Teşvikiye Caddesi

No: 10/1

Sait Paşa Konağı

Nişantaşı İstanbul

T: 0212 219 4141

İMA İSTANBUL
MODA
AKADEMİSİ
İSTANBUL MODA ACADEMY



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

ASLINDA PORTEKİZ, AYNI YUNANİSTAN VE İRLANDA GİBİ AVRO BÖLGESİ İÇİNDE EN KÜÇÜK VE ZAYIF HALKALARDAN BİRİNİ OLUŞTURUYOR. AMA NEREDEYSE BU ÜÇ ÜLKENİN TÜMÜNE EŞİT DÜZEYDE BİR EKONOMİK BÜYÜKLÜĞE SAHİP OLAN İSPANYA İÇİN ALMANYA VE FRANSA'NIN UYKULARI KAÇIYOR, BİR SORUN ÇIKAR MI DİYE!

PORTEKİZ DE PES ETTİ, İSPANYA'DAN KORKULUYOR

Topluluk ülkelerinde yaşanan mali sorunlar bir türlü bitmiyor. Yunanistan ve İrlanda'nın ardından Portekiz de pes etti ve AB'den yardım talebinde bulundu. IMF ve AB yetkilileri biraraya gelerek bu ülkeye yapılacak 80 milyar avroluk yardım paketinin koşullarını ve Portekiz'in uygulayacağı reform paketini tartışmaya başladı. Yunanistan kadar olmasa bile Portekiz'i de zor günler bekliyor. Çalışma koşullarıyla ilgili reformlar, vergi artırımları, kamu harcamalarının ve kamuda çalışanların ücretlerinin dondurulması gibi çok hassas konularda radikal kararlar alınacak.

Aslında Portekiz, aynı Yunanistan ve İrlanda gibi Avro Bölgesi içinde en küçük ve zayıf halkalardan birini oluşturuyor. AB'nin bir şekilde, bu ülkelerdeki mali problemleri fazla zorlanmadan kontrol altına alacak güce sahip olduğuna inanıyorum. Ama neredeyse bu üç ülkenin tümüne eşit düzeyde bir ekonomik büyüklüğe sahip olan İspanya için aynı görüşte değilim. Almanya'nın, Fransa'nın uykuları kaçıyor, İspanya'da bir sorun çıkar mı diye! Parasal Birliğin kurulması ve avronun tedavüle girmesi, AB içindeki bazı küçük ülkelere 'o tarihte' çok cazip gelmişti. Bunlar, her yıl Topluluk bütçesinden aldıkları yardımlarla, fonlarla ekonomilerini ayakta tuttuklarını düşünmeden büyük bir hevesle girivermişlerdi Avro Bölgesi'ne.

Avro sorun haline geldi

Uluslararası piyasalarda her şey güllük gülistanlık giderken hiç bir sorun yok gibiydi. Ne zaman mali piyasalar çöktü, problemler yaşanmaya, bu kâğıttan kaplanların yıldızları da dökülmeye başladı. Şimdi AB içinde iki blok var. Avro Bölgesi'ni oluşturan 17'ler ve diğerleri, yani 10'lar. İngiltere, İsveç, Danimarka bu 10'lar grubunda, hem ulusal paralarından vazgeçemediklerinden hem de parasal konularda daha rahat hareket edebilmek için Avro

Bölgesi'nin yani, sistemin dışında kalmayı tercih ediyorlar.

Avro Bölgesi ülkelerinin yaptığı toplantılara, dışarıdaki '10'lar katılmıyor. Ama Almanya-Fransa koalisyonunun yönlendirmesiyle alınan ekonomik kararları uygulamak zorundalar. Yani kapı önünde bekliyor sonra da ellerine tutuşturulan yönetmelikleri üstleniyorlar. Tabii bu ayırma ne kadar dayanacakları bilinmez, ama eski Amerikan kolonileri İngiltere ile savaşa tutuştuklarında, 'temsil edilmeden vergi ödemeye hayır' diye bir kampanyaya başlatmışlardı.

Avro Bölgesi dışındaki ülkeler artık yeter deyip, 'temsil edilmeden yönetmeliğe hayır' şeklinde bir tavır koyabilirler mi? Bilemiyorum. Ama bu konu bana, bizim AB ile olan ilişkimizi hatırlattı. Yani Gümrük Birliği'nin sonucu olarak 16 yıldan beri AB'nin Ticaret Politikası'nı hiç bir karar mekanizmasında yer almaksızın uyguluyoruz.

Acaba Avro Bölgesi dışındaki AB ülkeleriyle işbirliği mi yapsak?



ORTAK TİCARET POLİTİKASINDAN KAÇIŞIN YOLU STA'LAR

AB Komisyonu'nun, 'Çok Taraflı Ticaret Müzakereleri'nde' olumlu gelişmeler var demesi, DTÖ Genel Müdürü Pascal Lamy'e destek vermenin ötesinde hiç bir anlam taşımıyor. Gerçekten böyle bir isteği olsa, niye STA'lara ağırlık versin ki? Zaten AB'nin aynen ABD gibi, Çok Taraflı Ticaret Müzakereleri'ni tamamlamak gibi ne niyeti, ne de hevesi var. Ayrıca AB'nin, Çok Taraflı Ticaret Müzakerelerindeki başarısızlığını örtmek için STA'lara ağırlık vermesi, ülkemizin de yer aldığı Avrupa'daki tüm imalat sanayisini, tekstil ve hazır giyim sektörlerini çok zor durumda bırakıyor.

G. Kore ile yapılan ve en kapsamlı anlaşma olarak nitelenen STA önümüzdeki Temmuz ayında yürürlüğe girecek. Hindistan ve Singapur'la sürdürülen görüşmelerde taraflar, menşe kurallarında ortaya çıkan görüş ayrılıklarını asmak için çaba harcıyor. Kanada'nın, menşe kurallarında tek değişim (single transformation) olmazsa tarifeleri tartışmaya başlamam demesi ile müzakereler şimdilik hız kesti. AB bu yoğun trafik içinde Orta ve Güney Amerika'ya ayrı bir önem veriyor. Bunun ekonomik olduğu kadar politik nedenleri de var. ABD'nin arka bahçesi gibi görünen Güney Amerika'da, ben de varım demek istiyor. AB ile Orta Amerika Ülkeleri (Kosta Rika, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nikaragua, Panama) arasında parafe edilen Ortaklık Anlaşması (Association Agreement), imza ve onay işleminin ardından yürürlüğe girecek.

Orta Amerika'ya AB'nin dış açığı 3 milyar avro

Topluluk ile Orta Amerika ülkeleri arasında 2010 yılındaki toplam dış ticaret yaklaşık olarak 12 milyar avro düzeyinde. Bunun içinde AB'nin bölge ülkelerine ihracatı 4,5 milyar avro, ithalatı ise, 7,6 milyar avro. ANDEAN ülkeleriyle (Kolombiya, Ekvator, Peru, Boliviya,

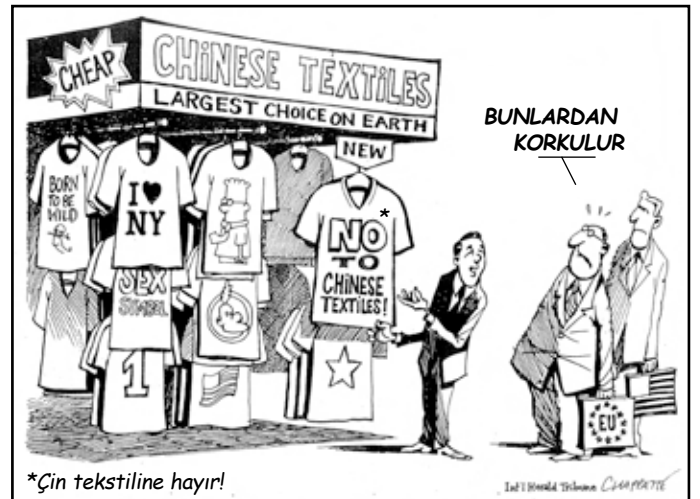
Şili), ikili bazda yürütülen müzakerelerde, Kolombiya ve Peru ile anlaşmaya varıldı. Her iki ülke de zaten AB pazarına, GSP+ çerçevesinde (en fakir ülkelere yönelik genelleştirilmiş tercihler sistemi) sıfır gümrükle giriyorlar. Buna karşılık AB, STA'nın yürürlüğe girmesiyle beraber, ilk günden itibaren Peru pazarına tüm T/K ürünlerinde, Kolombiya'ya ise yaklaşık olarak yüzde 80 ürünlerde sıfır gümrükle girme imkânına kavuşacak.

STA'lar Arjantin ve Brezilya'yı hedefliyor

Peru ve Kolombiya ile yapılan STA' da menşe kurallarında, ikili değişim (double transformation) esas olacak. Ancak istisna olarak, balık ağı ve naylon halatlarda ayrıca, örme mamuller ve mayoda, 'kotalar çerçevesinde' tek değişim (single transformation) uygulanacak. Güney Amerika'daki ülke gruplarıyla yürütülen STA müzakerelerinde ağırlık payı MERCOSUR'da (Arjantin, Brezilya, Paraguay). AB Komisyonu, MERCOSUR'un müzakerelerde, tekstil ve hazır giyimde, standart menşe kurallarının (eski PanAvromed double transformation) uygulanmasını istediğini açıkladı. Hatta MERCOSUR bu öneriyi yaparken, daha da ileri giderek, menşe kurallarının daha da katılaştırılmasını istemiş. STA'larda, tekstil ve hazır giyimde uygulanacak menşe kurallarında klasik, ikili değişimden yana olan talepler Komisyonun, diğer 3. ülkelerle yürüttüğü müzakereler için de örnek oluşturabilir. Bu gelişmeler, ister istemez akla başka bir konuyu daha getiriyor. Güney Amerika ülkelerinin, müzakerelerde, menşe kurallarında 'eski PanAvromed double transformation' uygulamasını istemeleri, AB'nin, Panavromed menşe kuralları revizyon çalışmalarına örnek oluşturabilir mi? Bunu tahmin etmek kolay değil, ama en azından 'revizyon' çalışmalarında dile getirilmesinde yarar var.

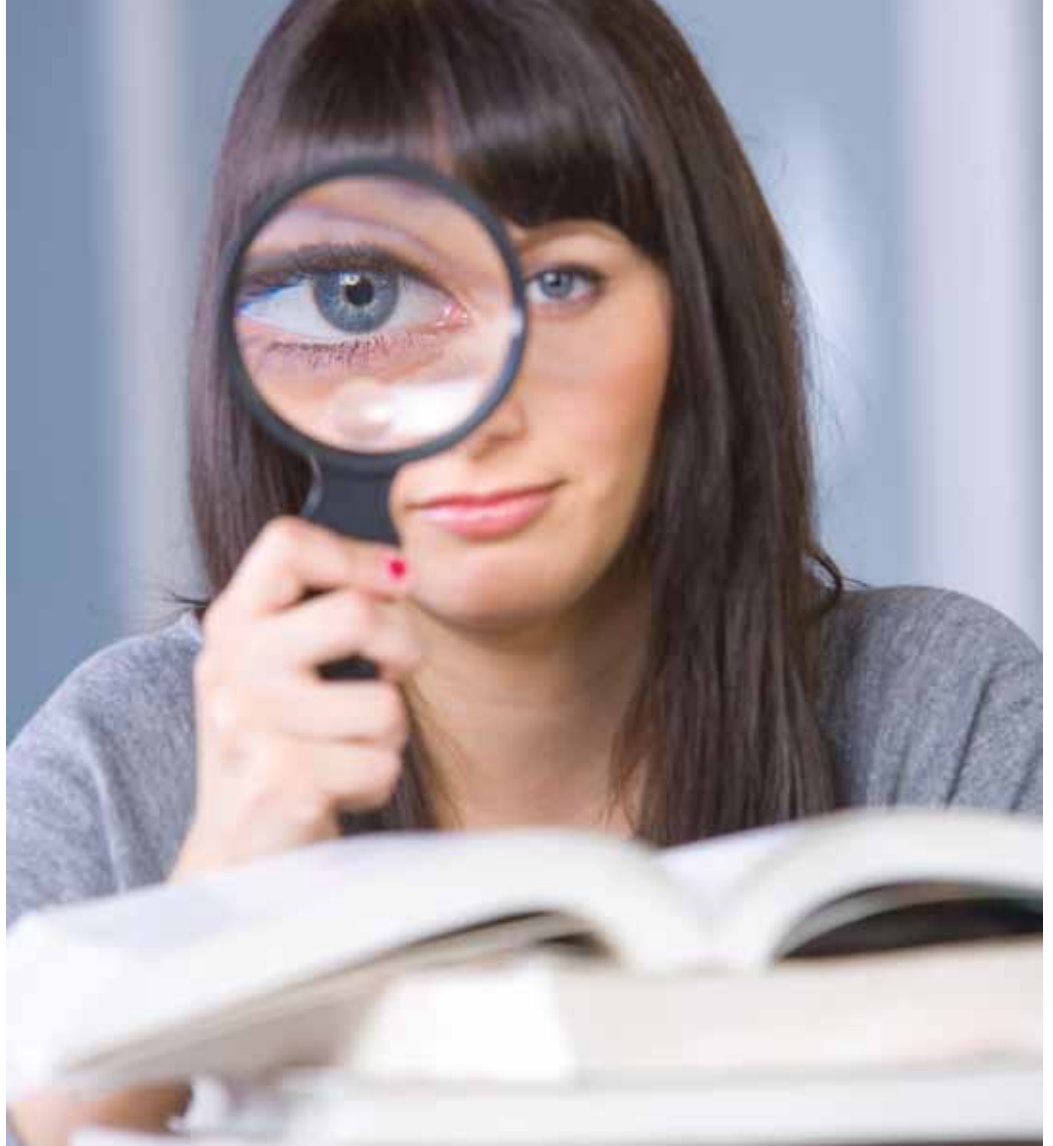
TİCARET ENGELLERİNİN FATURASI 100 MİLYAR AVRO

AB Komisyonu, en çok ekonomik ilişki içinde olduğu 6 stratejik ülke pazarındaki önemli engelleri ortaya koyan, 'Ticaret ve Yatırım Engelleri' (Trade and Investment Barriers) raporunu açıkladı. Rapor, önümüzdeki günlerde konseye sunulacak. Ticaretteki engeller raporunda, Çin, Rusya, Japonya, Brezilya, Arjantin ve ABD'de uygulanan engellerin kaldırılmasının, Avrupa'daki firmalara daha geniş yatırım imkânları getireceğine ilişkin tespitler yer alıyor. Hâlihazırda Topluluğun mal ve hizmet ticareti içinde 6 ülkenin payı yüzde 45, dış yatırımlarının payı ise yüzde 41 seviyelerinde. Bu raporda yer alan 21 ticari engel arasında, Buy American, Hindistan'ın telekomünikasyon alanındaki lisans uygulamaları, Çin'deki innovation policy ve Rusya'daki yatırım politikası dikkat çekiyor. Rapor bu engellerin, AB ihracatına olan etkisinin, 100 milyar avro düzeyinde olduğuna işaret ediyor.



TÜRK TİCARET KANUNU İHRACATÇIYA NE GETİRİYOR?

YENİ TÜRK TİCARET KANUNU VE BORÇLAR KANUNU, HIZLA GELİŞEN TİCARET HAYATINA AYAK UYDURAMAYAN VE ESKİMİŞ YASAL DÜZENLEMELERİ ORTADAN KALDIRDI. 2012 TEMMUZ AYINDA YÜRÜRLÜĞE GİRECEK KANUN, TTK'DAN KAYNAKLANAN BİRÇOK UYGULAMAYI KÖKTEN DEĞİŞTİREREK, YENİ KURALLAR GETİRİYOR. YENİ YASANIN TÜM ŞİRKETLERE KOLAYLIK SAĞLAYACAĞINI BELİRTEN AKSAN HUKUK BÜROSU AVUKATLARINDAN OZAN ÖĞÜT, HEDEF DERGİSİNE YENİ KANUNU DEĞERLENDİRDİ...



Türk Ticaret Kanunu ve Borçlar Kanunu'nda neden değişikliğe gidildi?

Hukukun en büyük problemlerinden biri, yasa koyucuların yaşanan gelişmelere yetişememesi ve buna istinaden bu gelişmelere uygun yasal düzenlemelerin hukuk sistemine entegre edileme-

mesi. Yeni Türk Ticaret Kanunu ve Borçlar Kanunu ile getirilen yeni düzenlemeler, uzun yıllardır hızla gelişen aktif Türkiye ticaret hayatına ayak uyduramayan ve eskimiş yasal düzenlemeleri kaldırma-ya yönelik. Bununla birlikte her iki yasanın da dili rahat erişilebilirleri için daha anlaşılabilir bir hale getirildi.

Yeni Türk Ticaret ve Borçlar Kanunu'ndaki değişiklikler nelerdir?

Mevcut sistemden farklı olarak, ihracatçılarımızı ilgilendiren Yeni Türk Ticaret Kanunu ve Borçlar Kanunda, mevcut sistemdeki denetim sistemi tamamen kaldırıldı. Bunun yerine, halka açık veya kapalı olduğuna bakılmaksızın

tüm sermaye şirketlerinde zorunlu olmak üzere, Türkiye muhasebe standartlarına uygun, yeni bir denetim sistemi öngörüldü. Bu şekilde şirketlerde şeffaflık sağlanmasına yönelik büyük bir adım atılarak yatırımcıların şirketlere güveninin sağlanmasına destek olundu. Kurumsal yönetim mekanizması da, yeni ilkeler çerçevesin-

YENİ YASA TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNE NE GETİRİYOR?

Tekstil ve hazır giyim sektörü, Türkiye'nin her zaman ihracat konusunda parlayan yıldızı oldu. Onlar açısından bu yasa hem başka şirketlerle, hem de kendileri ile ilgili olan işlerde büyük kolaylıklar sağlayacak. Yeni yasa tekstil ve hazır giyim sektörü için özel bir düzenleme yapmamakla beraber, yukarıda belirttiğimiz değişikliklerden ötürü, işlerini anlamsız hukuki engellere takılmadan gerçekleştirmelerini sağlayacak. Bunlar göz önüne alındığında, ortaya daha da hızlı hareket eden, karar alabilen ve uluslararası piyasalarla uyumlu bir tekstil ve hazır giyim sektörü ile karşı karşıya kalacağımızı düşünüyoruz. Umuyoruz ki, yeni yasanın getireceği değişikliklerle hızlanabilecek, hali hazırda güçlü olan Türk tekstil ve hazır giyim sektörü daha yüksek ihracat ve gelir rakamlarına ulaşacak.

de düzenlendi. Bu ilkeler şeffaflık, iyi hesap verilebilir bir yönetim, etkili bir iç ve dış denetim olarak özetlenebilir. Yeni Borçlar Kanunu ise Türk Ticaret Kanunu'ndan biraz daha farklı olarak, doğası itibarıyla daha genel konuları da kapsıyor. Yeni kanun ile ticaret hayatı, maddi ve manevi tazminatlar, kiralayan-kiracı ve işçi-işveren ilişkilerine mevcut düzenden farklı hükümler getirildi.

Nedir bu farklı hükümler?

Mevcut düzenlemeden farklı olarak, tek kişilik anonim ve limited şirketlerin kurulması mümkün hale geldi. Bu tek kişi tüzel kişiliği haiz bir dernek veya vakıf da olabilir. Bu hükümlerle yasa koyucu şirketlere olan güvenin artacağı öngörülüyor. Tek kişilik şirketlerin birden fazla ortaklı şirketlerle aynı kural ve ilkelere tabi olacağını hükme bağlandı. Yeni kanun ile modern çağa uyum sağlanması ve şirketlerin şeffaf bir yönetim politikası izlemesi amaçlandı. Bu sebeple de her sermaye şirketine bir internet sitesi açma zorunluluğu getirildi. İlgili hükümlere göre şirketin hâlihazırda internet sitesi mevcut ise sitenin belli bir bölümü kanunda belirtilen hususların yayımlanmasına ayrılmak zorunda. Kanunda şirket internet sitesinde yayım yükümlülüklerine uyulmaması halinde bazı yaptırımlar öngörüldü. Bu konuda ihracatçılarımızın, diğer hükümlere oranla daha fazla

süresi var çünkü internet sitesi zorunluluğu getiren hükümleri 1 Ocak 2013 tarihinde yürürlüğe girecek. Tüm bunların yanı sıra, yeni düzenleme ile şirket kurmak veya şirketin sermayesini artırmak vaadiyle halktan para toplanabilmesi için SPK'dan izin alınması, izin alınmadan para toplanması halinde 6 aya kadar hapis cezası verilmesi öngörüldü. Ultra Vires ilkesi kaldırıldı. Buna göre şirketin işgal konusu dışında yapacağı işlemlerin sonuçları, üçüncü kişilerin iyi niyeti çerçevesinde korunacak. Özetle, temsile yetkili kişilerin işgal konusu dışındaki işlemleri şirketi bağlayacak. Yeni Ticaret Kanununun olarak sağladığı en önemli olanaklardan biri de anonim şirket gene ve yönetim kurulu toplantılarının elektronik ortamda yapılabilmesi.



Aksan Hukuk Bürosu avukatlarından Ozan Ögüt, mevcut düzenlemeden farklı olarak, tek kişilik anonim ve limited şirketlerin kurulmasının mümkün hale geldiğini söylüyor.

Düzenleme ile ticaret hayatına giren yeni ilkelere bahsederseniz?

Yeni Türk Ticaret Kanunu, şirketlerin yönetimi ve ilkeleri açısından mevcut sistemden oldukça farklı hükümler getirdi. Örneğin, kolektif şirketlerde, şirketten ayrılan ortağın, eski borçlarından sorumluluğuna ilişkin üç yıllık özel zamanaşımı hükmü öngörüldü. Tıpkı şeffaflık ilkesi gibi "perdenin kaldırılması" ilkesi bunlardan biri. Buna göre, pay sahibi ortaklığın mal varlığını kendi mal varlığı gibi kullanmış, borca batık hale getir-

miş veya başka bir şekilde kötüye kullanmışsa, tüzel kişilik perdesi dava yolu ile kaldırılacak ve ortağın sorumluluğuna gidilebilecek. Mevcut düzende holding olarak adlandırılan kuruluşlar, şirketler topluluğu, olarak mevzuatımıza ilk kez Yeni Ticaret Kanunu ile girecek. Kanunda ilk kez "hakim şirket" ve "bağlı şirket" terminolojisi kullanıldı. Yeni kanun ile birlikte, sanal ortamlar, alanlar, adlar ve işaretler bu haklar üzerinde bir sınır olmamak ve bu hakların nakdi bir değerinin olması şartıyla şirkete sermaye olabilecek.



Yeni Türk Ticaret Kanunu, alışılmadık bir biçimde TBMM'de tüm partilerin desteğini alarak yasalastı.



Borçlar Kanunu'nda neler değişti?

Yeni düzenlemelere göre, borç ilişkilerini düzenleyen bireysel sözleşmeler, tarafların iradelerini karşılıklı ve birbirine uygun olarak açıklamalarıyla kurulacak. Kısacası, özel hükümler dışında, eski kanunda olan şekil serbestisi hükümleri burada da muhafaza edildi. Yeni kanunda imza ile ilgili bazı düzenlemeler yapıldı. Artık sözleşmelerde, güvenli elektronik imza kullanılabilir, güvenli elektronik imza ile atılan imza, el yazısı ile atılmış imzanın tüm hukuki sonuçlarını doğuracak. Bununla birlikte, açığa atılan imzanın üzerine sonradan yazılan metnin, imza atanın iradesine uygun olduğu kabul edilerek, durumun özelliği aksini göstermedikçe, yazılan metnin anlaşmaya aykır olduğunu ispat yükü, açığa imza atan kişiye ait olacak. Manevi tazminat istemli davalarda, artık sadece ölüm zararları değil, ağır bedensel zararlarında da zarar gören yakınlarına manevi tazminat ödenmesine karar verilebilecek. Yeni hükümlere göre, olağanüstü faiz oranları karşısında borçlu korunacak ve faiz ödeme bor-

cunda uygulanacak yıllık faiz oranı, sözleşmede kararlaştırılmamışsa, faiz borcunun doğduğu tarihte yürürlükte olan mevzuat hükümlerine göre belirlenecek. Ayrıca sözleşme ile kararlaştırılacak yıllık faiz oranı, belirlenen yıllık faiz oranının yüzde 50 fazlasını aşamayacak. Eğer uygulanacak yıllık temerrüt faiz oranı sözleşmede kararlaştırılmamışsa, faiz borcunun doğduğu tarihte yürürlükte olan mevzuat hükümlerine göre belirlenecek ve sözleşmede belirlenen oranın yüzde yüz fazlasını aşmayacak.

Yeni Borçlar Kanunu'nda öne çıkan başka değişiklikler var mı?

Ekonomik kriz dönemleri gibi olağanüstü durumlarda, sözleşmeler değişen koşullara göre uyarlanabilecek. Sözleşmelere ilişkin birçok yeni hüküm getirildi. Bu hükümlere göre, günümüzde oldukça yaygın olan taksitle satış sözleşmesi geçerlilik şekli şartına bağlandı. Yeni düzenlemeye göre taksitle satış sözleşmesi yazılı şekilde yapılmadıkça geçerli olamayacak. Bununla birlikte malın, satıcının ticari faaliyeti kapsamında

satılması halinde taksitle satış sözleşmesinde, "alıcının 7 gün içinde sözleşme yapılması konusundaki irade açıklamasını geri alma hakkı, temerrüt veya vadenin ertelenmesi durumunda, yasal faiz oranının yüzde 30 fazlasını geçmemek üzere ödenecek faiz" de belirtilmesi zorunlu hale getirildi. Yeni Borçlar Kanunu'nda kiracı-kiralayan ilişkilerinde deyim yerindeyse yeni bir dönem başlayacak.

İşçi ve işveren ilişkilerine ve "mobbing"e ilişkin yeni düzenlemeler de söz konusu mu?

Evet, Yeni Borçlar Kanununda işçi ve işverenlere yeni yükümlülükler getirildi. Bu düzenlemelere göre: İşveren, hizmet ilişkisinde işçinin kişiliğini korumak ve saygı göstermek, işyerinde dürüstlük kurallarına uygun bir ortamı sağlamakla yükümlü. İşveren, işçilerin psikolojik ve cinsel tacize uğramamaları ve bu tür tacizlere uğramış olanların da daha fazla zarar görmemeleri için gerekli önlemleri almakla yükümlü olacak. Günümüz çalışma şartlarında "mobbing" adı altında anılan psikolojik tacizin

DEĞİŞİKLİKLERİN UYGULANMA TARİHLERİ

Yeni TTK'nın yürürlüğe gireceği tarih 1 Temmuz 2012. Sermaye ortaklıklarının bağımsız denetçi tarafından denetlenmesi 1 Ocak 2013, bilgi toplumu hizmetleri (internet sitesi zorunluluğu) 1 Temmuz 2013, bağımsız denetçinin seçilmesi için ise son tarih 31 Mart 2013.

yasal dayanak bulmuş olması iş hayatını olumlu yönde bir adım. Buna ek olarak işveren işyerinde, iş sağlığı ve güvenliğinin sağlanması için gerekli her türlü önlem almak, araç ve gereçleri noksatsız bulundurmamak; işçiler de iş sağlığı ve güvenliği konusunda alınan her türlü önleme uymakla yükümlü tutulacak. İşveren, fazla çalışma için işçiye normal çalışma ücretini en az yüzde 50 fazlasıyla ödeyecek. Ayrıca, işveren işçinin belli işlerde aracılık yapması halinde, işçiye aracılık ücreti ödeyecek. İşveren, kanuna ve sözleşmeye aykırı davranışı nedeniyle işçinin ölümü, bedensel bütünlüğünün zedelenmesi yahut kişilik haklarının ihlaline bağlı zararlarına neden olur ise sözleşmeye aykırılıktan doğan sorumluluk hükümlerine tabi olacak. İşçinin, işveren ile bir ev düzeni içinde birlikte yaşadığı durumlarda ise işveren, işçinin beslenme ve barınma gereksinimlerini karşılamak durumunda. İşçi ise işini özenle yapmak ve işverenin haklı menfaatinin korunmasında sadakatle davranmak ve işverene ait makineleri, araç ve gereçleri, teknik sistemleri, tesisleri ve taşıtları, usulüne uygun olarak kullanmak ve bunlarla birlikte işin görülmesi için kendisine teslim edilmiş olan malzemeye özen göstermekle yükümlü. Ayrıca, işçi, üçüncü kişilerle ücret karşılığında anlaşmalar yaparak işverene karşı sadakat yükümlülüğünün ihlal edemeyecek ve işvereniyle rekabete yol açacak iş ve işlemlerde bulunamayacak.

İzinler ve kefalet konusundaki değişiklikler...

İşçilerin izinleri konusundaki yeni hükümlere göre, işveren, işçiy her hafta, kural olarak pazar günü, durum ve koşullar buna imkân vermiyorsa, bir tam çalışma günü izin vermek zorunda. Ayrıca hizmet sözleşmesinin feshi halinde, bildirim süresi içinde işçiy ücretinde bir kesinti yapmaksızın günde 2 saat iş arama izni verme yükümlülüğü geliyor. İşveren, en az bir yıl çalışmış olan işçilere, yılda en az 2 hafta, 18 yaşından küçük işçiler ile 50 yaşından büyük işçilere de en az 3 hafta ücretli yıllık izin verecek. Yıllık ücretli izinler, kural olarak aralıksız biçimde verilecek, ancak tarafların karşılıklı anlaşması halinde izin süresi ikiye bölünebilecek. İşveren, işçiy, yıllık izin ücretini, peşin veya avans olarak verecek. İşçi, izin parasını alarak, yıllık izninden feragat edemeyecek. Kefalet kurumuna ilişkin yeni düzenlemeler ise şu şekilde: Kefalet sözleşmesi, yazılı şekilde yapılmadıkça ve kefilin sorumlu olacağı azami miktar ile kefalet tarihi belirtilmedikçe geçerli olmayacak. Kefil, sorumlu olduğu azami miktar ile kefalet tarihini, sözleşmede "kendin el yazısıyla" belirtmek zorunda. Kefalet sözleşmesinde sonradan ve kefilin sorumluluğunu artıran değişiklikler, kefalet için öngörülen şekilde uyulmadıkça hüküm doğurmayacak. Bunlara ek olarak, kefil

olmak için eş rızası aranmasını düzenleyen yasaya göre, eşlerden biri mahkemece verilmiş bir aylık karar olmadıkça veya yasal olarak ayrı yaşama hakkı doğmadıkça, ancak diğerinin yazılı rızasıyla kefil olabilecektir.

Şirketleri nasıl bir adaptasyon süreci bekliyor? Ne gibi hazırlıklar yapılmalı?

Bu çok önemli bir konu çünkü bu değişikliklere hazırlıksız yakalanan bir şirket, adaptasyon süreci boyunca ciddi sancılar çekme riskine sahip. Bizim tavsiyemiz, bu konuyla ilgili profesyonel hukuki yardım almaları. Böylece olası risklere karşı firmalar önceden hazırlıklı olabilir ve gelen değişiklikleri en az zorlukla aşabilir. Yeni TTK uyarınca 1 Ocak 2013 tarihinden itibaren tüm şirketler artık finansal tablolarını UFRS/TFRS'ye göre hazırlamak zorunda. Bu kapsamda 1 Ocak 2012 tarihi itibarıyla şirketlerin UFRS/TFRS'ye geçmek üzere bir yazılım seçmesini veya mevcut yazılım sistemini geliştirmeye başlamasını tavsiye ediyoruz. Aynı zamanda şirket çalışanlarına UFRS/TFRS konusunda eğitim verilmesi ve eğitime başlangıcın 2012 yılının başlarında olması gerektiği kanaatindeyiz. Yazılım seçiminin gerçekleştirilmesi ve personelin eğitimine başlanılmasını takiben UFRS/TFRS geçiş çalışmalarına 2012 yılının ilk çeyre-

YASA YÜRÜRLÜĞE GİRMEYEN YAPILMASI GEREKENLER

- Yeni TTK uyarınca 1 Ocak 2013 tarihinden itibaren tüm şirketler artık finansal tablolarını UFRS/TFRS'ye göre hazırlamak zorunda.
- 31 Aralık 2013 tarihi itibarıyla UFRS/TFRS'ye göre hazırlanacak mali tablolar 31 Aralık 2012 mali tablolarıyla karşılaştırmalı olarak sunulmak zorunda.
- Bağımsız denetçi seçimi için son tarih 31 Mart 2013 olmasına rağmen, 31 Aralık 2012 tarihi itibarıyla stok sayımı yapılması gerekliliği göz önünde bulundurulmalı.
- İnternet sitesi ile ilgili tüm hükümler 1 Temmuz 2013 tarihinde yürürlüğe girecek. İnternet sitesi çalışmalarının 2012 yılının son çeyreğinde başlaması yarar sağlar.
- 31 Aralık 2013 tarihli mali tablolar için hazırlanacak olan bağımsız denetim raporunda Bağımsız denetçilerin 31 Aralık 2012 itibarıyla şirketlerin gerçekleştirecekleri stok sayımlarında gözlemci olarak bulunmaları gerekecek.
- 31 Aralık 2012 tarihli kapanış mali tablolarının şirketler tarafından son kez Vergi Usul Kanunu'na göre hazırlanması gerekiyor.
- Şirketlerin açılış mali tablolarını 1 Ocak 2013 tarihinde UFRS/TFRS'ye göre yeniden düzenlemeleri şart. Eğer henüz bağımsız denetçi seçilmemiş ise seçim için son tarih 31 Mart 2013, aksi halde mahkemeler bağımsız denetçileri ataması söz konusu.

ğinde başlanması uygun olacaktır. 31 Aralık 2013 tarihi itibarıyla UFRS/TFRS'ye göre hazırlanacak mali tablolar 31 Aralık 2012 mali tablolarıyla karşılaştırmalı olarak sunulmak zorunda olacağı için 2012 yılına ait verilerinde UFRS/TFRS uyarınca hazırlanabilmesi için geçiş çalışmalarına en geç 1 Mart 2012 tarihi itibarıyla başlanması büyük önem teşkil ediyor. Bağımsız denetçi seçimi için son tarih 31 Mart 2013 olmasına rağmen, 31 Aralık 2012 tarihi itibarıyla stok sayımı yapılması gerekliliği göz önünde bulundurulmalı.

Bağımsız denetçinin seçilmesi için çalışmalara Haziran 2012 tarihinde başlanmasının uygun olur. Bağımsız denetçinin erken seçilmesinin UFRS/TFRS geçiş çalışmaları açısından büyük avantaj sağlayacağını düşünüyoruz. Yeni TTK uyarınca internet sitesi ile ilgili tüm hükümler 1 Temmuz 2013 tarihinde yürürlüğe girecek, bu yüzden internet sitesi ile ilgili çalışmalara ve elektronik gibi diğer elektronik işlemler ile ilgili çalışmalara 2012 yılının son çeyreğinde başlanması yarar sağlar. 31 Aralık 2013 tarihli mali tablolar için hazırlanacak olan bağımsız denetim raporunda stoklar ve satılan malın maliyeti hesaplarının açılış bakiyeleri hakkında olumlu görüş beyan edebilmek için bağımsız denetçilerin 31 Aralık 2012 itibarıyla şirketlerin gerçekleştirecekleri stok sayımlarında gözlemci olarak bulunmaları gerekecek. Bu konu mutlaka göz önünde bulundurulmalı. 31 Aralık 2012 tarihli kapanış mali tablolarının şirketler tarafından son kez Vergi Usul Kanunu'na göre hazırlanması gerekiyor. Şirketlerin açılış mali tablolarını 1 Ocak 2013 tarihinde UFRS/TFRS'ye göre yeniden düzenlemeleri şart. ❖

Yeni kanun ile modern çağa uyum sağlanması ve şirketlerin şeffaf bir yönetim politikası izlemesi amaçlandı. Bu sebeple de her sermaye şirketine bir internet sitesi açma zorunluluğu getirildi.





Doğan ERDEM
Yeminli Mali Müşavir
doganerdem@istanbulymm.com

VERGİ VE MALİ İŞLER YÖNÜNDEN YENİ TÜRK TİCARET KANUNU



**ÇOK GENİŞ HACİMLİ
YENİ TÜRK TİCARET
KANUNU'NUN
GETİRDİĞİ
DÜZENLEMELERLE
ULUSLARARASI
EKONOMİK
BÜTÜNLEŞMEYE
KATKISI YADSINAMAZ
BİR GERÇEK. ANCAK
YENİ GETİRİLEN
YÜKÜMLÜLÜKLER ÇOK
GENİŞ ÇEVRELER İÇİN
ÇABA GEREKTİRİYOR.**

Iş insanlarını, yöneticileri ve müşavirleri başta olmak üzere çok önemli bir kesimi yeni Türk Ticaret Kanunu'nun (TTK) yürürlüğe girecek olması yakından ilgilendirmektedir. Tasarı halindeyken de çokça tartışılan kanun artık uygulama süreci için önümüzde durmaktadır. Hedef Dergisi'nin bu sayısında toplam 1535 maddeden oluşan TTK'nın bazı özel düzenlemelerini, özellikle muhasebe, mali işler ve vergi alanında getirdiği yenilikleri sizlerle paylaşım istedik. Bazı başlıkların TTK'nın yürürlüğe girmesinden önce yapılması gerekenler konusunda genel bir fikir vereceği düşüncesindeyiz.

Yeni TTK'da en çok üzerinde durmamız gereken hususlardan birisi muhasebe ve finansal raporlama konusunda getirilen yeniliklerdir. 1 Ocak 2013 tarihinden itibaren geçerli olacak uygulamaya göre uluslararası finansal raporlama standartlarıyla (UFRS) ülkemizdeki yapı tam uyumlu hale getirilmektedir. TTK'nın 64'ncü maddesine göre her tacir, ticari defterleri tutmak ve defterlerinde, ticari işlemleriyle malvarlığı durumunu, Türkiye Muhasebe Standartlarına (TMS) ve ayrıca münferit ve konsolide finansal tablolarını düzenlerken, Türkiye Muhasebe Standartları Kurulu (TMSK) tarafından yayımlanan, Türkiye Muhasebe Standartlarına, kavramsal çerçevede yer alan muhasebe ilkelerine ve bunların ayrılmaz parçası olan yorumlara aynen uymak ve bunları uygulamak zorundadırlar.

Muhasebede uluslararası standartlar

Türkiye Muhasebe Standartları da kısaca UFRS (ya da UMS) olarak ifade edilen Uluslararası Finansal Raporlama Standartlarına uyumlu olacaktır. Böylece ülkemizde düzenlenen finansal tablolar uluslararası çevrelerde kullanılabilir ve yine bu çevrelerde geçerliliği de sağlanmış olacaktır. Bu yapı oluşturulurken yeni TTK, ölçeklerine göre işletmelere farklı standartlar getirebilecektir. Başkaca ifade edecek

olursak ölçeklerine göre işletmeler için finansal tablolar standartlarının uygulanmasında bazı farklılıklar öngören düzenlemeler yapılacaktır. Bu farklılığı ve genel tüm düzenlemeleri yapma yetkisi, TMS konusunun yetkili kurumu olan Türkiye Muhasebe Standartları Kurulu olacaktır. Ancak TMSK tanıyan yetkiyi ve serbestiyi her halükarda UFRS'den ayrı düşmeyecek bir yapıda gerçekleştirecektir. Bu noktada hem işletmelerin hem de onlara müşavirlik hizmeti sunan kişi ya da kurumların kendilerini 2013 yılı için hızla hazırlamaları gerektiğini söyleyebiliriz.

Yeni TTK ile finansal raporlama sistemi UFRS ya da TFRS uygulamasıyla değiştirilirken olması gereken, TFRS'ne koşut vergi hukukunda değişiklikler ise öngörülmektedir. Önümüzdeki süreçte de vergi yasalarında bu maksatla bir değişiklik yapılmaz ise yine ticari kar ile mali karı ayrı ayrı ortaya koyan bir muhasebe ve finansal tablo anlayışının devam edeceğini de söyleyebiliriz. Bu nedenle yeni TTK'nın ortaya koymaya çalıştığı uluslararası bütünleşme çabaları vergi hukukundaki düzenlemelerle sekteye uğratılmış olacaktır.

Yeni TTK ile amaçlanan uluslararası sistemle bütünleşme için getirilen bir yenilik de denetim alanındadır. Yeni Türk Ticaret Kanunu ile birlikte önceki kanunda yer alan mürakıplık müessesesi ortadan kaldırılmaktadır. Yeni TTK'yla tüm sermaye şirketlerine (anonim şirket, limited şirket ve eshamlı komandit şirket) bağımsız denetim zorunluluğu getirilmektedir. Denetim için de yine uluslararası sistemden ülkemiz mevzuatına uygulanarak Türkiye Denetim Standartları (TDS) oluşturulmakta ve bu iş için de önce TÜRMOB daha sonra da asli olarak bu işin muhatabı olacak Türkiye Denetim Standartları Kurulu (TDSK) oluşturulması öngörülmektedir. Bağımsız denetim hizmetinin işletmeleri ölçeceğine göre konumlandırılarak iki ayrı yapıda verilmesi yasadaki öngörülmüştür. Büyük ölçekli işletmelere denetim hizmetinin bağımsız denetim şirketleri tarafından verilmesi hüküm altına alınırken, yine küçük ve orta ölçekli şirketler bir veya birden fazla serbest muhasebeci, mali müşavir ya da yeminli mali müşavirden denetim hizmetini alabileceklerdir. İşletmelere sunulacak olan denetim hizmeti Uluslararası Denetim Standartları ("UDS") ile tam uyumlu Türkiye Denetim Standartları'na uygun olarak verilecektir. Denetimin neticesi rapor tanzim edilecektir. Denetçi, yapılan denetimin türü, kapsamı, niteliği ve sonuçları hakkında, gereken açıklıkta, anlaşılır, basit bir dille yazılmış ve geçmiş yıllara karşılaştırılabilir olarak hazırlanmış, finansal tabloları konu alan bir rapor düzenleyecektir. Denetçi tarafından sunulacak olan denetim raporunda yönetime kurulunun yasalara uygun hareket edip etmediği, şirketin varlığını tehdit eden olguların bulunup bulunmadığı, ticari defterlerin hukuken uygun tutulup tutulmadığı, finansal tabloların ve yıllık faaliyet raporunun dürüstlük ve şeffaflık ilkesine uygun hazırlanıp hazırlanmadığı, denetimin kapsamı ve niteliği açıkça belirtilecektir. Bahsettiğimiz bağımsız denetim zorunluluğu da 1 Ocak 2013 tarihinden itibaren başlayacaktır. Rutin dışında ayrıca kuruluş, birleşme, bölünme ve devir gibi işlemlerin de işlem denetimi kapsamında denetlenmesi yeni TTK ile getirilen denetim zorunlulukları arasında yerini almaktadır.



tinin bağımsız denetim şirketleri tarafından verilmesi hüküm altına alınırken, yine küçük ve orta ölçekli şirketler bir veya birden fazla serbest muhasebeci, mali müşavir ya da yeminli mali müşavirden denetim hizmetini alabileceklerdir. İşletmelere sunulacak olan denetim hizmeti Uluslararası Denetim Standartları ("UDS") ile tam uyumlu Türkiye Denetim Standartları'na uygun olarak verilecektir. Denetimin neticesi rapor tanzim edilecektir. Denetçi, yapılan denetimin türü, kapsamı, niteliği ve sonuçları hakkında, gereken açıklıkta, anlaşılır, basit bir dille yazılmış ve geçmiş yıllara karşılaştırılabilir olarak hazırlanmış, finansal tabloları konu alan bir rapor düzenleyecektir. Denetçi tarafından sunulacak olan denetim raporunda yönetime kurulunun yasalara uygun hareket edip etmediği, şirketin varlığını tehdit eden olguların bulunup bulunmadığı, ticari defterlerin hukuken uygun tutulup tutulmadığı, finansal tabloların ve yıllık faaliyet raporunun dürüstlük ve şeffaflık ilkesine uygun hazırlanıp hazırlanmadığı, denetimin kapsamı ve niteliği açıkça belirtilecektir. Bahsettiğimiz bağımsız denetim zorunluluğu da 1 Ocak 2013 tarihinden itibaren başlayacaktır. Rutin dışında ayrıca kuruluş, birleşme, bölünme ve devir gibi işlemlerin de işlem denetimi kapsamında denetlenmesi yeni TTK ile getirilen denetim zorunlulukları arasında yerini almaktadır.

Şirket kasasından para almak yasak

Bizdeki uygulamanın yaygınlığı dikkate alındığında yeni TTK ile getirilen bir kısıtlamayı da hemen burada ifade etmek durumundayız. Bu kısıtlamaya göre pay sahiplerine

şirkete karşı borçlanma yasağı getirilmektedir. Yeni TTK'da belirtilen iştirak taahhüdünden doğan borçlar ve kar dağıtımı dışında şirket kasasından para alınması net bir biçimde yasaklanmıştır.

Bu yazıda yerimiz el verdiği ölçüde bir hususun daha ana başlık olarak belirtilmesi gerektiğini de ifade edelim. Yeni TTK ile tek kişilik şirketler dönemi ve artık tanımlanmış bir şirketler topluluğu uygulamasıyla karşı karşıya kalınacaktır. Diğer yenilikleri de içine alacak bir biçimde bu bakımdan iki sorumluluk müessesini de iyi analiz etmek gerekir. Özel hukuk muvacehesinde yüklenilen sorumluluk ve kamu hukuku ile yüklenilen sorumluluk... Vergi, gümrük ve sosyal güvenlik gibi kamusal edimler açısından yeni TTK'nın getirdiği hükümlerin sorumluluk bakımından yeniden ele alınma zorunluluğu vardır. İfade ettiğimiz gibi bu başka ve ayrıntılı bir yazı konusudur.

Sonuç olarak birkaç ana başlıkta yeni TTK'yı vergi, muhasebe, finansal tablolar açısından irdelemeye çalıştık. Çok geniş hacmi ve yenilikleri ve yaptırımlarıyla bu kanunun üzerinde çalışılıp şimdiden bir yol haritası belirlenmesi gerektiği görüşündeyiz. Yeni düzenlemenin uluslararası ekonomik bütünleşmeye katkısı yadsınamaz bir gerçek olmakla birlikte getirdiği yükümlülükler ise çok geniş çevreler için çaba gerektirmektedir. Bu kez yeni TTK'ya dair ayrıntıları özellikle hukuk danışmanınıza iletmeniz gerektiğini söylüyoruz. ❖

BMD'DEN 250 BİN ÇOCUĞA GİYSİ YARDIMI



BİRLEŞMİŞ MARKALAR DERNEĞİ, GEÇEN YIL HAYATA GEÇİRDİĞİ YARDIM KAMPANYASIYLA 100 BİN ÇOCUĞUN GİYİM İHTİYACINI KARŞILADI. DERNEK, BAŞBAKAN ERDOĞAN'IN DA TEŞVİKİYLE BU YIL SAYIYI ARTIRDI. BMD ÖNDERLİĞİNDE 29 MARKA, RAMAZAN VE KURBAN BAYRAMLARI ÖNCESİNDE TOPLAM 250 BİN ÇOCUĞA GİYSİ YARDIMINDA BULUNACAK.

Son olarak İstanbul Shopping Fest'i hayata geçirerek Türkiye'de ticareti canlandıran yepyeni bir hareketi başlatan Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) mimarı olduğu farklı projelerle sorunlara çözüm üretmeye devam ediyor. BMD'nin geçtiğimiz yıl gerçekleştirdiği "Türkiye'nin markaları Türkiye'nin çocuklarını giydiliyor" kampanyasında 100 bin çocuğun giyim ihtiyacını karşılayan dernek üyesi 29 marka, Başbakan Erdoğan'ın da teşvikiyle bu yıl sayıyı 1,5 kat artırdı ve 250 bine çıkardı. İstanbul Shopping Fest'in resmi açılış sırasında "Türkiye'nin Markaları Türkiye'nin Çocuklarını Giydiliyor" kampanyası için de bir plaket töreni düzenlendi. Törene katılan Başbakan Erdoğan, kampanya kapsamında 100 bin çocuğun giydirildiğini hatırlata-

rak, bu rakamın artırılması önerisinde bulundu. Öneriye sıcak bakan BMD yardım kampanyasını 2011'de gerçekleştirecek iki bayram öncesinde hayata geçirecek. Dernek, Ramazan Bayramı öncesinde 100 bin, Kurban Bayramı öncesinde ise 150 bin çocuğa giysi yardımında bulunacak. Festivalin WOW Otel'deki açılışında konuşan Başbakan Erdoğan, kampanya kapsamında 100 bin çocuğun giydirildiğini hatırlatarak, önümüzdeki Kurban Bayramı'nda yine 100 bin çocuğun giydirilmesi vaadinde bulunulduğunu söyledi. Başbakan Erdoğan, dernekten bu sayıyı 250 bine çıkarma sözü aldı.

Her çocuğa özel giysi paketi verildi

BMD üyeleri, çocuklar için güç birliği yaparak, "Türkiye'nin markaları Türkiye'nin çocuklarını giy-

diriyor" kampanyasına imza atmıştı. Kampanya ile 100 bin çocuğu, yaş, beden ve cinsiyet özelliklerine göre giydiren BMD, yardım için Türkiye'nin farklı il ve ilçelerini seçti. Kampanyanın piyasa değeri yaklaşık 20 milyon TL'yi buldu. Hazırlıklarına 2010 Haziran ayında başlanan kampanya, Eylül 2010'da kamuoyuna duyuruldu ve Kurban Bayramı öncesinde, tüm çocukların ismine özel hazırlanan giysi paketlerinin dağıtımı tamamlandı. Hem okul dönemi olduğu için hem de iklimin etkisi nedeniyle kampanya kış mevsimi öncesi gerçekleştirildi ve çocuklara maksimum fayda sağlaması için de paketler kışlık giysilerden oluştu. Giysi paketlerinde, mont, gömlek, pantolon, 1 çift ayakkabı ve 2 çift çorap olmak üzere, 6 parça bulunuyordu. Bazı paketlerde, böl-

İlk yıl kampanyaya LC Waikiki, Flo-Polaris, Koton, Desa, Ramsey, Kiğılı, Aydınlı, Colin's, Atasay, Wenice, Aziz Torun, Collezione, Muya, RodiMood, Derimod, Twiggy, Ayakkabı Dünyası, Damat, İpekyol, Çetinkaya, YKM, Faik Sönmez, Vepa, Vakko, Çilek Mobilya, Zen Pırlanta, Mavi Jeans, İnci Deri, Penti, Saat&Saat gibi markalar destek verdi.

gesel iklim koşulları ve cinsiyet özellikleri dikkate alınarak, pantolon yerine etek, gömlek yerine yelek veya kazak, ayakkabı yerine de bot tercih edildi. Kampanya için hazırlanan giysiler, Diyarbakır, Van, Mardin, Çankırı, Gümüşhane illeriyle, İstanbul'un Pendik, Sultangazi, Esenyurt, Zeytinburnu ve Sultanbeyli ilçelerindeki öğrencilere gönderildi. ❖

HAZIR GIYİM ÜRÜNLERİNDE TEKNİK ÇİZİM

SERTİFİKA PROGRAMI

17-18 MAYIS 2011
09.30 - 13.30

DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ

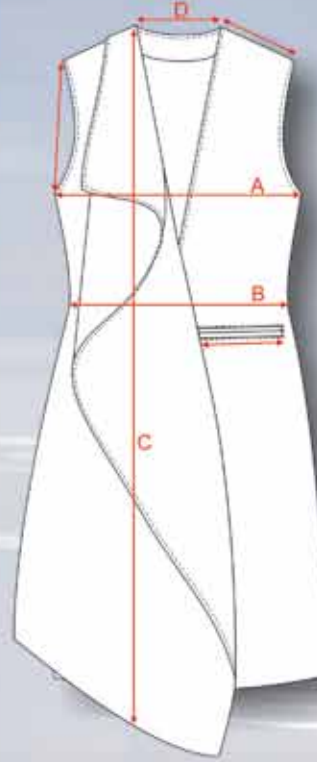


İÇERİK

İnsan vücudunu doğru orantılamaya yöntemleri
Giysi üretiminde kullanılan teknik terimlerin görsellerle anlatımı
Giysi temel parçalarının örnekli anlatımı
Prova mankeni üzerinde ölçü alım yerlerinin gösterimi ve uygulamalar
T-shirt üzerinden ölçü alma
Ölçüye göre teknik çizim yapma
Teknik föy oluşturma
Numuneden teknik çizim hazırlama
Fotoğraftan teknik çizim hazırlama
İlüstrasyondan teknik çizim hazırlama

Katılımcıların Getirmesi Gereken Araç-Gereçler:

Mezura, pistole takımı, eşel, A-4 kağıt, toplu iğne, kalem, renkli kalem, silgi, cetvel.



MAYIS 2011

03 Mayıs 2011	YAŞAMINIZIN KOÇU OLUN	Serap GÖKMEN - Eğitim Danışmanı Eğitim Akademi
04 Mayıs 2011	AİLE ŞİRKETLERİNDE ALIN TERİ Mİ? AKUL TERİ Mİ? DÜZLEŞEN DÜNYADA PAZARLAMA VE LOJİSTİK FAALİYETLERİNİN KAÇINILMAZ ENTEGRASYONU	Aysel EVRAN - İş Geliştirme Koordinatörü ETSUPERVİZÖR
05 Mayıs 2011	İPLİK CİNSİ, İPLİK NUMARASI TESPİT VE DOKUMA KUMAŞ KRİTERLERİ	Kasım UZUNÖZ Dokuma kumaş ÜR-GE Danışmanı-Yazar
09-10-11-12-13 Mayıs 2011	KADIN PANTOLONU KALIP HAZIRLAMA EĞİTİMİ Sertifika Programı	Fatma Çardak - Evrim DEĞİRMENÇİ ITKIB Kalıp ve Koleksiyon Hazırlama Birimi
10 Mayıs 2011	E-TİCARET, İNTERNETTE ETKİN SATIŞ YÖNTEMLERİ	Anıl ALTAŞ Eğitim Akademi
13 Mayıs 2011	SATIŞ BECERİLERİ GELİŞTİRME VE SATIŞTA PROFESYONELLİK	Bülent BAŞAR - Eğitim Danışmanı Akademik Platform
13 Mayıs 2011	STRES YÖNETİMİ	Gonca ŞENSÖZEN Eğitim Akademi
17 Mayıs 2011	GÜMRÜK MEVZUATI VE UYGULAMALARI	Caner SEVİMLİ Gümrük Müşaviri - Danışman
17-18 Mayıs 2011	Hazırgiyim'de TEKNİK ÇİZİM Eğitim Programı	Evrim DEĞİRMENÇİ ITKIB Koleksiyon ve Kalıp Hazırlama Birimi
24-25-26 Mayıs 2011	2012-2013 SONBAHAR / KIŞ MODA TRENDLERİ	Nelly Rodi TRENDLAB
30 Mayıs-01 Haziran 2011	A'dan Z'ye pratik uygulamalı DIŞ TİCARET EĞİTİM PROGRAMI	Caner SEVİMLİ Gümrük Müşaviri - Danışman
30-31 Mayıs 2011 01-02-03 Haziran 2011	KADIN ÜST GIYİMDE (t-shirt, gömlek, elbise) KALIP HAZIRLAMA EĞİTİMİ Sertifika Programı	Fatma Çardak - Evrim DEĞİRMENÇİ ITKIB Kalıp ve Koleksiyon Hazırlama Birimi
31 Mayıs 2011	SATIŞ ÖRGÜTÜ YÖNETİMİ, SATIŞTA LİDERLİK ve KOÇLUK	Bülent BAŞAR - Eğitim Danışmanı Akademik Platform

BM'DEN SEKTÖR KOBİ'LERİNE DESTEK



Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP), Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Teşkilatı (UNIDO) ve Uluslararası Çalışma Örgütü'nün (ILO), İTKİB ile ortak yürüttüğü ve sektördeki özellikle KOBİ'lerin rekabet güçlerinin artırılması ve iş bağlantıları kurabilmesini kolaylaştırma hedefiyle başlattığı program, tekstil ve hazır giyimde entegre bir bakış açısı getirmeyi amaçlıyor. Programla, firmaların, işveren ve işçiler ile destekleyici kurumların da yararlanabileceği, uluslararası düzeyde pazara ulaşabileme imkanı, Ar-Ge faaliyetleri, çevre duyarlılığı, cinsiyet eşitliği, insani

iş koşulları gibi konuların, sürdürülebilir iş geliştirme anlayışı içerisinde ele alınacağı bir yaklaşım sunuluyor.

Odaklanılan çalışma alanları

İşbirliği ile rekabet gücünü arttırmaya yönelik çalışmaların yer alacağı Ortak Program, Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim stratejisine uygun olarak hazırlandı. Program çerçevesinde yapılacak çalışmalar mikro düzeyde sektördeki büyük firmalar ve KOBİ'ler, orta düzeyde İTKİB ile Ticaret ve Sanayi Odaları gibi ilgili kurumlar, makro düzeyde ise DTM, DPT ve Sanayi Bakanlığı

ile yakın işbirliğini gerektiriyor. Kurumsal sosyal sorumluluk ilkeleri konusunda da sektörün bilinçlendirilmesini amaçlayan bu programın pilot uygulamaları, tekstil ve hazır giyimde gelişme potansiyeli gösterdiği Malatya, Adıyaman, Kahramanmaraş ve Gaziantep'te sürdürülüyor. Ortak program çalışmalarının odaklandığı çalışma alanları ise şöyle:

- İlgili tüm tarafların erişebildiği ve İTKİB'in onayladığı, verimliliği yükselten teknolojinin yayılmasını sağlayan değer zinciri yönetim platformunun kullanıma açılması,
- Kümelenme ve iş ağlarının geliştirilmesini sağlayacak, ulusal KOBİ destek ve danışma kapasitelerinin başta Malatya olmak üzere çevre illerde geliştirilmesi,
- Sektördeki KOBİ'ler için pilot illerde danışmanlık hizmeti verebilecek sürdürülebilir rekabetçilik merkezi kurulması,
- "Sürdürülebilir Kalkınma ve Bin Yıl Kalkınma" hedefleri doğrultusunda cinsiyet eşitliğine, sosyal yapıya ve çevreye duyarlı uygulamalar gerçekleştirerek sektördeki KOBİ'lerde farkındalık yaratılmasının sağlanması amacıyla İTKİB tarafından bir değerlendirme raporunun hazırlanarak sunulması ve raporun daha sonra Sanayi Bakanlığı ile paylaşılması,
- Eğitim faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi,
- Kurumsal Sosyal Sorumluluk stratejisinin sektör için geliştirilmesi ve bu stratejinin ulusal sektör stratejisine dâhil edilmesi için Sanayi Bakanlığı'na sunulmak üzere seçilen firmalarda uygulama yapılması,

BİRLEŞMİŞ MİLLETLER, TEKSTİL VE HAZIR GIYIM SEKTÖRLERİNDEKİ KOBİ'LERİN KÜRESEL REKABET GÜÇLERİNİN ARTTIRILMASI AMACIYLA, İTKİB İLE BİRLİKTE BİR ÇALIŞMA BAŞLATMIŞTI. PROGRAM YENİ DÖNEMDE MALATYA, ADIYAMAN, KAHRAMANMARAŞ VE GAZİANTEP İLLERİNE YOĞUNLAŞACAK.

- Sektörün çevreye etkisi konusunda toplumsal bir bilinç oluşturmaya katkı sağlanması.

Kapsamlı eğitimleri planlanıyor

Ortak Program çerçevesinde, ILO'nun, İtalya'nın Torino kentindeki eğitim merkezinde, programın yürütülmesinden sorumlu İTKİB, ILO, UNIDO ve tekstil sendikalarının uzmanlarından oluşan anahtar ekibin katılımıyla eğitim çalışmaları başlatıldı. Bu çalışmaların, Malatya, Adıyaman, Kahramanmaraş ve Gaziantep illerindeki sektör firma ve çalışanlarının kurumsal sosyal sorumluluk konusunda bilgilendirilmeleri açısından önemli bir başlangıç olduğunu söylemek mümkün. İnsan odaklı kalkınma politikalarına paralel olarak ve özellikle tekstil ve hazır giyimde bu dört ildeki gelişmesini destekleyebilmek için en önemli ihtiyacın ise insan kaynağını geliştirmek olduğu bir gerçek. Bundan hareketle, önümüzdeki aylarda söz konusu illerde sektörde çalışanları, yöneticileri ve ilgili diğer kurumların, kurumsal sosyal sorumluluk alanında kapsamlı eğitimleri planlanıyor. ❖



BM Ortak Program Yöneticisi Dr. İnci Ataç-Rösch, kurumsal sosyal sorumluluğun, gönüllü faaliyetlerden oluşan bir paket olduğunu, İstanbul ve pilot illerde yapılan çeşitli toplantılarda vurguladıklarını söylüyor.

KADIN PANTOLONU

KALIP HAZIRLAMA EĞİTİMİ

SERTİFİKA PROGRAMI

09-10-11-12-13 MAYIS 2011

09.30 - 13.00

DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ



**PROBLEM YAŞADIĞINIZ PANTOLON KALIPLARINIZI
BİRLİKTE PROVA YAPIP, DÜZELTELİM!**

Ölçü almından serilemeye kadar kadın pantolon kalıplarını, temel formlarda uygulamalı olarak anlatmak ve ürünlerin teknik çizimlerini gerçekleştirmek. Kadın pantolonunda karşılaşılan kalıp hataları ve form bozukluğunun nedenlerini örneklerle anlatmak ve çözüm önerileri ile pekiştirmek.

İÇERİK

- Kadın çıplak beden ölçüleri ve ölçü alma
- Kadın beden oranları
- Çıplak beden ölçülerine göre pantolon kalıbı hazırlama
- Ölçü tablosuna göre pantolon kalıbı hazırlama ve model uygulama
- Pantolon şablon çizimi
- Cep, kemer, conta, diz penşi çalışmaları
- Serileme hakkında bilgiler ve uygulamalar
- Pantolonda karşılaşılan form problemleri ve düzeltme yöntemleri
- Arka ağ form bozuklukları
- Ön ağ form bozuklukları
- Paça dönmesi
- Farklı vücut özelliklerine göre kalıp düzeltmeleri
- Pantolon üzerinden ölçü alma
- Ölçüye göre teknik çizim
- Teknik föy oluşturma

Katılımcıların Getirmesi Gereken Araç-Gereçler:

Mezura, mülay kağıdı, pistole takımı, rıga takımı, kağıt makası, eşel, A-4 kağıt, toplu iğne, 0,5 kalem, renkli kalemler, silgi, sıvı yapıştırıcı, geodral (açık cetvel), düz cetvel ve hatalı pantolon numuneleri ve kalıpları.

KADIN ÜST GİYİM

KALIP HAZIRLAMA EĞİTİMİ

(t-shirt, gömlek, elbise)

SERTİFİKA PROGRAMI

30-31 MAYIS - 01-02-03 HAZİRAN 2011

09.30 - 13.00

DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ



İÇERİK

- Kadın bedeni üzerinde ölçü alma tekniği
- Kadın çıplak beden ölçüleri
- Kadın bedeni oranları
- T-shirt ana kalıp hazırlama
- T-shirt şablon çizimi hazırlama
- Gömlek ana kalıp hazırlama
- Pat, roba model uygulama
- Gömlek şablon çizimi
- Pensli ana beden kalıbı hazırlama
- Tek parçalı kol kalıbı hazırlama
- Elbise model uygulama
- Serileme tekniği
- T-shirt, gömlek ve elbise'de karşılaşılan kalıp hataları ve çözüm yöntemleri
- Teknik çizim
- T-shirt üzerinden ölçü alma
- Ölçüye göre teknik çizim
- Teknik föy oluşturma

Katılımcıların Getirmesi Gereken Araç-Gereçler:

Mezura, mülay kağıdı, pistole takımı, rıga takımı, kağıt makası, eşel, A-4 kağıt, toplu iğne, 0,5 kalem, renkli kalemler, silgi, sıvı yapıştırıcı, geodral (açık cetvel), düz cetvel ve hatalı numuneler ve kalıpları.



İTKİB İTA'DAN UYGULAMALI NONWOVEN EĞİTİMİ



Teknoloji ile birlikte girişimciliği destekleyen ve yeni yatırım olanakları yaratan İTKİB İTA Eğitim Araştırma ve Danışmanlık Merkezi, yeni döneminde Ar-Ge çalışmalarını, teknik eğitim hizmetleri ve bilgilendirme seminerleri ile tekstil ve hazır giyim sektörüne kapılarını açıyor. Sektör temsilcilerini 28 Mart'ta düzenlediği **"Uygulamalı Dokunmamış Kumaş (Nonwoven) Üretimi"** eğitim seminerinde bir araya getiren İTKİB İTA, bu seminerde katılımcılara teorik eğitimin yanında ilk defa makine başında uygulamalı olarak eğitim verdi.

Marmara Üniversitesi Öğretim Üyesi Yrd. Doç Dr. Mustafa Sabri Özen tarafından verilen eğitim seminerinde katılımcılar; dokunmamış kumaşların tanımı, tarihçesi, pazar analizi, kullanılan hammaddeler hakkında detaylı bilgi aldı. Eğitimde aynı zamanda farklı doku oluşturma ve doku bağlama teknolojileriyle üretilen dokunmamış kumaşlar katılımcılara tanıtıldı. Uygulama aşamasında ise, Cormatex dokunmamış kumaş üretim hattında Hassan Tekstil firma yetkilileri eşliğinde elyaftan kumaşa üretim çalışması gerçekleştirilirken, üretilen kumaşların özellikleri anlatıldı.

Sektörden yoğun ilgi

Tekstil ve hazır giyim sektöründen yoğun ilgi gören eğitim seminerinde katılımcılar, İTKİB İTA bünyesinde bulunan araştırma geliştirme amaçlı **dokunmamış kumaş (nonwoven) üretim hattı** başında uygulamalı eğitim alma şansı yakaladı. Eğitimin bu aşamasında, 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 yapıldı.

Katılımcılara dokunmamış kumaş üretim hattı ile ilgili bilgi veren Hassan Tekstil firma yetkilileri, cihazda sırasıyla; tarak makinesi, toz serpme ünitesi, serme ve katlama makinesi, ön iğneleme makinesi, ikinci iğneleme makinesi, fırın ve kalender silindirlerinin bulunduğunu aktardı.

Filament yerine sentetik lifler kullanılıyor

Kesikli liflerin kullanılabilirdiği ve bir metre genişliğinde kumaş üretim kapasitesine sahip Cormatex dokunmamış kumaş üretim hattında iğnelenmiş ve

İTKİB İTA, UYGULAMALI TEKNİK EĞİTİMLERİNE NONWOVEN HATTI BAŞINDA DEVAM EDİYOR. İTA, 28 MART'TA DÜZENLEDİĞİ EĞİTİMLE "UYGULAMALI DOKUNMAMIŞ KUMAŞ (NONWOVEN) ÜRETİMİ" KONUSUNDA KATILIMCILARI BİLGİLENDİRDİ.

ısı ile bağlanmış kumaşların üretimi mümkün. Ayrıca tarak makinesinden çıkan tülbent üzerine polietilen veya buna benzer toz maddeleri serpme sistemi bulunuyor. Bu üretim hattı firmalar ve üniversiteler tarafından proje veya Ar-Ge çalışmalarında kullanılabilir. Dokunmamış kumaş üreticileri kendi bünyelerinde yaptıkları zaman alıcı araştırma geliştirme çalışmalarını bu üretim hattında gizlilik politikası çerçevesinde yaparak makinelelerini durdurmadan daha verimli şekilde kullanabiliyor.

Filament esaslı liflerin kullanılmasına uygun olmayan üretim hattında yalnızca yeni veya geri kazanılmış sentetik, bitkisel ve hayvansal esaslı kesikli lifler kullanılıyor. Üretim hattının başında tarak makinesi yer alırken, sonunda da kalender silindirleri bulunuyor. Lifer bu üretim hattında kesintisiz bir şekilde hacimli veya ince kağıt gibi bir kumaş haline getiriliyor. Kesikli liflerin tülbent haline getirilmesinde en çok bu makine kullanılıyor. ❖





ITA

İTKİB İTA Eğitim
Araştırma ve Danışmanlık
Limited Şirketi



**Modelhanenizde
HIZINIZIN ve VERİMLİLİĞİNİZİN**
artırılmasıyla ilgili çözüm önerilerimiz için
sizi **TEKSTİLPARK'a** bekliyoruz...

Eğitimin Tarihi : 28.04.2011
Eğitim Saati : 10.00-17.00

Bilgi ve Kayıt için: Tuba Topçu
Tel: 0 212 495 40 00 Fax: 0 212 495 43 00 e-mail: tuba.topcu@itaarge.com
Halkalı İstasyon Mah. Sangül Cad. 34303 Küçükçekmece / İstanbul



ASTAS JUKI



ITA

İTKİB İTA Eğitim
Araştırma ve Danışmanlık
Limited Şirketi

**Tekstil Bitim İşlemlerinde
Kaplama Uygulamaları
ve
Özel Efektler**

Günümüz rekabet koşullarında katma
değerli ürün üretiminde;
**Kaplamanın yeri,
Uygulama yöntemleri,
Özel efektlerinin tanıtılması**

- ▲ ALKANTRA
- ▲ FAT
- ▲ GECKO
- ▲ HYBRID



Eğitim Tarihi : 11 Mayıs 2011
Eğitim Saati : 10:00 - 16:00
Eğitim Yeri : Tekstilpark
Eğitim Ücreti : 150 TL

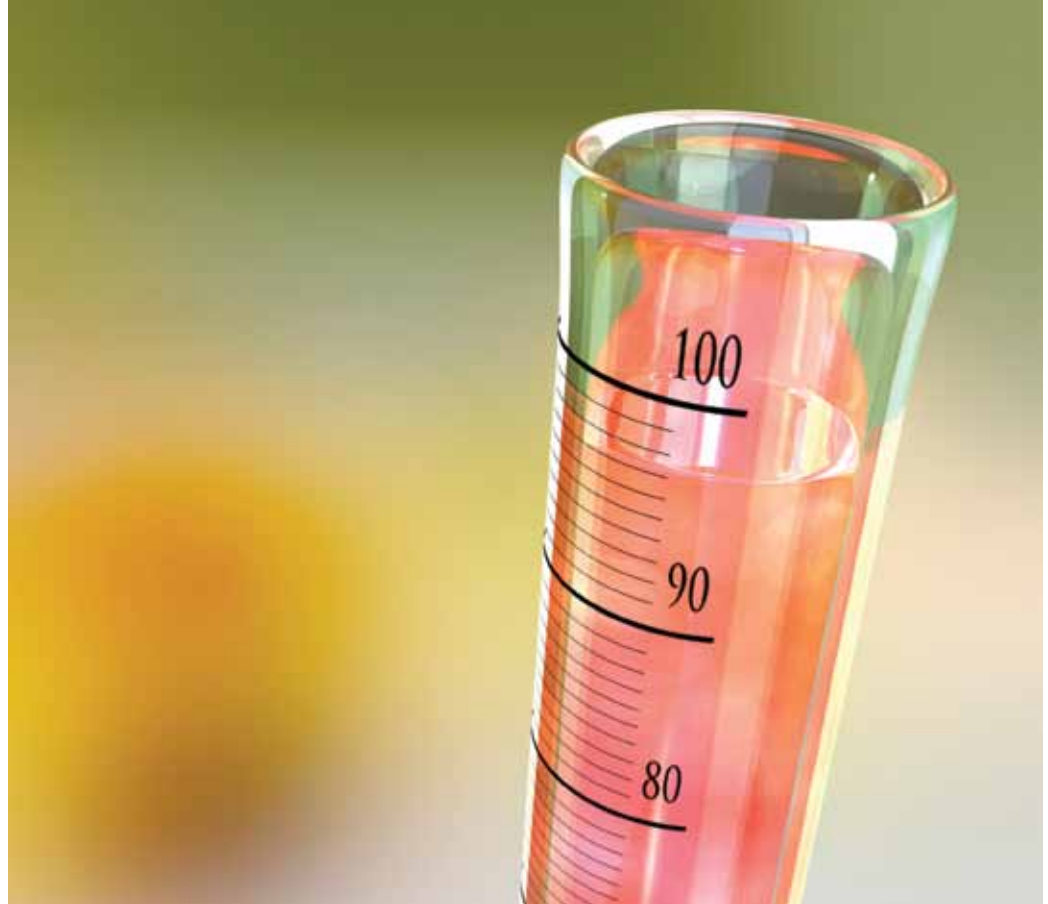
(Akademisyen ve Öğrenciler için
%50 indirim uygulanacaktır.)

Bilgi ve kayıt için
Tel : (212) 495 40 00
Faks : (212) 495 43 00
E-mail : info@itaarge.com
Adres : Halkalı İstasyon mah. Sangül Cad. 34303
Küçükçekmece İstanbul / Türkiye

**RUDOLF
DURANER**

ENVIRONMENT AND HUMAN BEING ORIENTED PRODUCTION COMPREHENSION HAVE BEEN PLACED ON THE TABLE AT THE EKOTEKS INTERNATIONAL TEXTILE SYMPOSIUM WHICH HAS BEEN BECOME TRADITIONAL. INFORMATION HAS BEEN CONVEYED ABOUT THE APPLICATIONS IN THE USA AND IN EUROPE FOR THE PROBLEMS CREATED BY THE USE OF HARMFUL CHEMICALS AND ABOUT SOLUTIONS OF THE PROBLEM DURING THE ACTIVITY, WHERE NAMES WHO ARE EXPERTS IN THEIR OWN FIELDS HAVE PARTICIPATED.

EKOTEKS HAS FOCUSED ON THE HUMAN HEALTH



International Textile Symposium, which is organized every year by Ekoteks and which has now become traditional, has been organized for the 4th time. Ekoteks has determined the subject of this year's symposium as "Human Being Oriented Textiles, Environment – Health- Comfort" by considering the ever expanding of the environment and human being oriented production comprehension all around the world. The symposium has taken place on 28th of March, Monday in the Conference Lounge of the Foreign Trade Complex. Representatives of the European purchasing companies, who are well known by

the textile and ready to wear clothing sector, suppliers that carry out the production, companies that have their activities in the field of dyes and printing and representatives of foreign companies, which have shop chains in Turkey have gathered altogether under the same roof during the activity. Carcinogenic threat in the textile products and means of solutions for this threat have been examined at the symposium, where there was excessive participation. Many participants, who are experts in their fields, like; Ministry of Environment and Forestry, Dangerous Chemicals Branch Director, Tacim Alincak, Executive Officer of Modern

Testing Services, Germany, Dr. Dieter Sedlak, Responsible Person for Ecolabel Delivery Team, England, David Parker, Sustainable Project and Product, Centexbel / Technologiepark, Executive Officer, Stijn Devaere have delivered information in their presentations about the textile production, which is environmentally conscious and which caters for the human health but which also satisfies the customer with its comfort characteristics while carrying out this. The suitability of the prohibited and harmful chemicals for the textile goods in accordance with the REACH regulation was also amongst the issues that have been handled.

Turkey will be in harmonisation with REACH in 2013

The first speaker of the symposium that took place in two sessions was Ministry of Environment and Forestry, Dangerous Chemicals Branch Director, Tacim Alincak. Alincak has conveyed information about the studies that are performed geared towards the textile sector and about the regulations with regards to "prohibited and restricted chemicals", which will be in force in the near future in line with the European Union harmonisation regulations, in the speech he had made. Alincak, who has reminded that Turkey will be in full harmonisation with the

REACH in 2013 and warned the participating companies about the issue that they should follow closely the developments taking place for the regulation, has continued to say as; “ If you are using restricted chemicals, you should take precautions, which will change the applications with regards to these substances”. Alincak, who has stated that the goods carrying the Eco-Label are in line with the environment standards and this application will expand during the coming years and it will also be applied in Turkey, has added that the Eco-Label to be used in Turkey will be equivalent to the one that is used in the EU.

USA is showing the most sensitivity

Dr. Dieter Sedlak, who is expert about the prohibited chemicals and who is well known especially in Europe and in the USA, has evaluated the prohibited and restricted chemicals with an global view. Sedlak, who has stated that the number for the restricted chemicals has reached to 6.000 in the world today and this number is on the increase continuously and it will continue to increase, has delivered information with regards to the applications in Europe and in USA and why they have been prohibited. Sedlak, who has pointed out that prohibitions has also started in Russia, Brazil and Chile and mentioned that the applications in the USA, where the most restrictions are available, are more confusing, has added that most of the applications in the country are not legal but both the companies and the consumers are rather sensitive about this issue. He had continued as saying; “Products have some liabilities in the USA rather than the prohibitions. The customer has the chance to make any kind of complaint with regards to the product. Every state takes this matter very seriously and has chance to make an distinctive self

application. Therefore it is possible that the brand can be damaged during this period. If the goods have nothing on them, which has to be described, then there is not any problem. However, if it is not the case, then the goods should carry a label that will contain these. In case this label is available then very large amounts of compensations are paid”. Sedlak has quoted that the companies, which are to make exports to the region from Turkey, should pay special care in order to develop their business.

“Turkey can be adapted in short time”

Sedlak, who has pointed out that there are some restrictions, where these are applied voluntarily in Europe, which leads the most important markets of Turkey, has emphasised that the REACH regulation, which is the new policy of the European Union with regards to the management of chemicals, is an important process that awaits Turkey. Sedlak, who has stated that the regulation does not touch upon the product safety point, but provide prohibitions on substances that show high degree of importance, has mentioned that only 59 substances were restricted at the start and this number is on the increase by every day and some of the substances are not used at all. Sedlak has mentioned that Turkey has in fact rather important chance while it is developing its regulations with regards to the chemicals, whose use are harmful for the human and environment health and where this has been the reason behind their prohibition. Dr. Dieter Sedlak, who has mentioned that these processes have started long time ago in the USA and in European countries and this has been the reason behind the fact that a lot of ground has been covered, has continued to speak as saying; “Turkey has models like USA and Europe, which had put these into practi-



ce previously and the REACH in front of it. This is a great chance for Turkey. You can follow these examples and adopt the goods and the chemicals to yourselves”. Sedlak has also mentioned that Turkey will not have much problems during the harmonisation process with these regulations for the same reasons. Sedlak, who has underlined that the USA and the European countries, which have been carrying out activities for many years in this issue, have gained the required experience, has stated that companies of Turkey will cover the distance faster on this path during the harmonisation period with required communications and consultancies.

Quality of products are being labelled

David Parker, who is the representative for England of the EU-Flower label and who has made a presentation with regards to the EU-Flower label, which is probable that it will be used on textile goods in the near future, has mentioned the importance of labelling the quality of the goods with product safety labelling in textile. Parker, who has introduced the EU-Ecolabel and who has described the “Eko-Textile Label”, has continued as saying; “It is obvious that knowing the products provide sense of confidence for the consumer and knowing the product we use contain prohibited and restricted chemi-

cal with regards to human beings and the environment within allowed legal limits during the production and on the finished product and this will satisfy all of us, as consumers to buy, to use these types of products”. Specialist Stijn Devaere, who has participated from Centexbel Gent laboratory and who provides his services in Belgium as being equivalent to Ekoteks, has explained how the harmonisation with the REACH for the textile products will be. He has said that the REACH regulation is actually not as difficult to understand as it sounds. Axel Lukasch, from Hunstman company has explained the “New high quality and environmentally friendly peroxide bleaching process – Revolution for the reactive dyeing” applications, Swen Bohmen from Stutex company has explained the “Fibre and chemical applications with regards to developing features like antibacterial, antistatic and anti-shielding for the textile”, Alain Langerock from Devan company has explained the “Thermal characteristic Textile materials”, Dr. Rolf Wittlinger from BASF company has conveyed enlightening information about the issues of “Textile, Ecology and Environment for the future” Adnan Saka from Rudolf Duraner company has made a rather nice presentation for us and explained the “Ecological developments for the functional and coated textile products”. ❖

TURKEY HAS BEEN THE STAR OF HONG KONG AGAIN

ASIA PACIFIC LEATHER FAIR, WHICH BRINGS THE GLOBAL ACTORS OF THE LEATHER SECTOR TOGETHER AT HONG KONG, HAS BROUGHT TOGETHER 2.600 COMPANIES AND MORE THAN 40.000 PURCHASERS THIS TIME. ONE OF THE MOST ATTENTION ATTRACTING COUNTRY OF THE FAIR HAS BEEN TURKEY. ITKIP, WHICH WAS THE REPRESENTATIVE OF ONE OF THE LARGEST PARTICIPATING GROUPS AT THE FAIR WITH 39 PARTICIPATING COMPANIES, HAS BEEN THE MAIN SPONSOR OF THE APLF.



The Hong Kong Asia Pacific Leather Fair (APLF), which is the most favourite international platform of the leather sector, has brought the most important buyers and sellers of the sector together once more. 2.600 companies has met with more than 40.000 purchasers at the fair, which has taken place between 30th March and 1st April. One of the most standing out country has been Turkey again at the APLF Hong Kong Fair, which is defined as the place where the heart of the leather

sector beats during the time it is organised. Turkey, which has been awarded many times during the fair that is being organised for 27 years, has not broken the tradition this time also. Cetinkaya Leather, whose designs win great recognition, has been awarded for the Best Fashion Leather section. An historical participation had taken place at the fair under the patronage of ITKIP, where companies from Turkey had shown excessive interest. ITKIP has been representative of one of the largest participating groups at the fair with 39 participating companies. An excessive amount of international participation has been seen at the Raw Materials, Manufacturing and Technology section, where the Turkish companies had taken their places and which is known as the place for business connections directed towards East Asia as well as being an global business platform. 25.000 visitors from many

different countries ranging China and Italy had come together with 1.700 participating companies from 61 different countries and regions. Giant purchasing groups like Coach, Bally and Ecco have caught the attention amongst the visitors of the fair. The APLF 2011 Fair has brought rather positive results in terms of both the image of the country and the commercial connections with its rising participating profile and strong presentation activities.

Historical participation from the main sponsor ITKIB

APLF Hong Kong Fair 2011 has been organised at the Hong Kong Convention and Exhibition Centre. ITKIB has been the main sponsor of APLF also for this year as it has been for the last three years as being conscious of representing one of the largest participating groups. Turkey has taken its place in the Hall 1 of the fair over a

stand area of 771 square meters with 39 companies in total, where 37 of these were at the raw materials and manufacturing section and 2 of these were at machinery and chemicals section. As compared to past years, a serious increase has been seen for the number of companies participating at the fair under the patronage of ITKIP. By this means, ITKIP and Leather Presentation Group (DTG) have achieved a serious presentation. Members of the national and international press have shown excessive interest for the Turkish national participation at the fair. Reporters from Hurriyet, Sabah and Dunya newspapers and from Economist journal as the most important media organs of Turkey have followed the fair closely. The APLF Hong Kong Fair, which has been organised for the 27th time this year, has become one of the indispensable meeting place for global leather and leather products market of today through a

stable development from its days of being an national activity in the past. The Hong Kong Asia Pacific Leather Fair, which is known as the key point of the leather sector in Asia, has brought manufacturers and purchasers from all around the world together this year also. 25.000 visitors have met together with 1.700 participating companies from 61 countries this year at the fair, which gathers all of the segments in the leather sector under the same roof.

Giant purchasing groups were also at the fair

While the section under the main heading of Materials, Manufacturing and Technology, where it is the most important sections of the fair and where the most activity has been seen and which is geared towards processed/ semi-processed leather, leat-

her machinery, chemicals and technologies, has brought together suppliers and buyers from all round of the world, it has also hosted the greatest purchasing groups of the world. Well known purchasing groups like, Coach, Bally, Ecco, K-Swiss, Li & Fung, Hugo Boss, Adidas, Bauhaus, Debenhams, Diesel, Lane Crawford, LVMH, Marks & Spencer, Calvin Klein, Armani, Celine, Kwanpen, H&M, Clarks, Lacoste, Cole Haan, New Balance, Li-Ning, Aokang, Levi Strauss and Next have all caught the eye amongst the visitors of the APLF Hong Kong for the 2011 period.

ITKIB has prepared itself solid for the fair

ITKIB has put forward an preparation that had integrity ranging from construction of the stands to the advertisement activities



and public relations with the framework of the APLF 2011 Fair in order to represent the Turkish leather sector in the most effective way. Leather Presentation Group logos have been placed on all of the stands together with the fair stand decoration applications, which had placed the national participation of Turkey at the forefront and which were designed specially for the participating companies. Visitors of the fair had been steered towards the stands from the activity area entrance through the leaflet give out activities that had been made. The publication of national participation of Turkey has also been placed in the official fair catalogue of the fair administration and in the purchaser guide together with visual design and with list of participating companies. Besides, information about the participating companies together with short reports about the Turkish leather sector have been published on the official announcements and aired on news broadcasts of the fair. Bulletins have been conveyed to all of the registered visitors of the fair through the organisation. As an addition to the presentation activities, channelling has been provided for all of the companies in order that they could send products to the special trends section of the fair. Suggestions have been made for all of the companies to participate

at the contests, which are important activities within the self dynamics of the fair and where companies succeed in being awarded every year. As a result of these activities, Cetinkaya Leather has succeeded in being awarded for the Best Fashion Leather section.

APLF is the meeting point of the leather sector

Asia Pacific Leather Fair is showing an stable development for the last 27 years. The organisation, which has started on its path as an national activity, is one of the indispensable meeting point of the global leather and leather products market today. The APLF, which is organised once a year at Hong Kong Convention and Exhibition Centre in city of Hong Kong of China, contains three sections that complete each other. Finished leather products, where leather shoes, ready to wear, accessories, footwear and furniture collections are contained, are exhibited in the Fashion Access (Finished Leather Products) section. The Prime Source Forum (Ready to Wear Clothing Producers Discussion and Opinion Sharing Forum) ensures the integrity as an supply point of the APLF and this increases the international attraction of it. The leather sector in Turkey has been participating at the fair under the patronage of ITKIB since 1989. ❖



BEST FASHION AWARD FOR ÇETİNKAYA

The Chairman of the Managing Board of Cetinkaya, which has been awarded at APLF 2011, Mehmet Cetinkaya, has stated that they should have priority on the design and for the R&D after this success. Cetinkaya, who has mentioned that they have been participating at the fair for the last four years and the APLF of this year has been rather successful, has added that the visi-

tors profile of APLF this year has been the professionals. Cetinkaya, who has quoted that there has been less crowd this year at the fair as compared to past years but it has been inherent, has stated that they return back from Hong Kong with many new connections and orders. Cetinkaya has quoted about being awarded as; " We have started with our preparations for the fair two months ago. We have carried over all the colours of our 27 product group to the APLF. These products have been found to be very successful and this has brought us the award. It was very proud to receive the Best Fashion Award, which is given out in the best design, the best colour. R&D and design leads the issues that we place importance for. We have eight employees only for our R&D department. We create the designs together with Italian and German designers. We are preparing the products for the next year at the moment in our design workshop. We have seen through this award that our work had reached to the conclusion. Thousands of companies amongst 61 countries have participated at the fair. The fact that we have been in front of them and being awarded, has honoured us and fuelled us more."

TÜRKİYE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI

	2010 MART 1000 \$	2011 MART 1000 \$	DEĞİŞİM %	2010 OCAK - MART 1000 \$	TOPLAM KONFEKSİYONDA PAY %	2011 OCAK - MART 1000 \$	TOPLAM KONFEKSİYONDA PAY %	2011 / 2010 DEĞİŞİM %
ALMANYA	296,047	363,098	22.6	878,433	24.9	1,039,637	25.8	18.4
İNGİLTERE	162,182	166,468	2.6	459,269	13.0	492,827	12.2	7.3
FRANSA	95,198	112,226	17.9	278,508	7.9	332,370	8.2	19.3
İSPANYA	88,395	107,707	21.8	258,235	7.3	312,499	7.7	21.0
İTALYA	48,723	59,114	21.3	211,672	6.0	233,538	5.8	10.3
HOLLANDA	58,131	73,004	25.6	181,195	5.1	224,144	5.6	23.7
DANİMARKA	33,512	36,428	8.7	107,628	3.0	130,823	3.2	21.6
BELÇİKA	34,302	35,842	4.5	106,126	3.0	112,849	2.8	6.3
ABD	35,027	35,619	1.7	94,737	2.7	100,365	2.5	5.9
İSVEÇ	26,618	30,043	12.9	74,229	2.1	88,920	2.2	19.8
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	878,135	1,019,549	16.1	2,650,032	75.0	3,067,973	76.0	15.8
RUSYA FEDERASYONU	22,086	30,555	38.3	55,723	1.6	85,872	2.1	54.1
IRAK	27,398	25,299	-7.7	54,335	1.5	53,561	1.3	-1.4
ROMANYA	24,054	19,871	-17.4	53,207	1.5	43,886	1.1	-17.5
ÇEK CUMHURİYETİ	8,884	13,005	46.4	29,798	0.8	37,942	0.9	27.3
AVUSTURYA	13,385	13,170	-1.6	37,582	1.1	37,877	0.9	0.8
ISRAİL	15,087	15,777	4.6	35,575	1.0	36,536	0.9	2.7
YUNANİSTAN	20,276	16,554	-18.4	45,062	1.3	35,675	0.9	-20.8
İSVİÇRE	11,853	11,827	-0.2	34,832	1.0	35,230	0.9	1.1
POLONYA	12,293	12,743	3.7	31,044	0.9	31,708	0.8	2.1
SUUDI ARABİSTAN	9,716	15,377	58.3	19,540	0.6	31,580	0.8	61.6
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	1,043,168	1,193,726	14.4	3,046,730	86.2	3,497,839	86.7	14.8
AHL SERBEST BÖLGE	10,406	10,861	4.4	29,690	0.8	30,082	0.7	1.3
KAZAKİSTAN	9,106	11,356	24.7	18,711	0.5	29,662	0.7	58.5
NORVEÇ	8,593	8,940	4.0	23,543	0.7	25,064	0.6	6.5
UKRAYNA	8,743	8,482	-3.0	20,880	0.6	22,262	0.6	6.6
BULGARİSTAN	6,610	7,466	13.0	16,021	0.5	21,997	0.5	37.3
BİRLİK ARAP EMİRLİKLERİ	6,711	7,546	12.4	16,129	0.5	19,049	0.5	18.1
İRAN	5,573	4,623	-17.0	21,322	0.6	18,487	0.5	-13.3
KOSOVA	10,031	7,410	-26.1	21,961	0.6	18,061	0.4	-17.8
KANADA	4,811	5,446	13.2	15,064	0.4	16,234	0.4	7.8
CEZAYİR	6,450	7,376	14.4	20,050	0.6	16,160	0.4	-19.4
İRLANDA	7,567	5,247	-30.7	19,109	0.5	15,857	0.4	-17.0
TRAKYA SERBEST BÖLGE	6,633	7,010	5.7	19,832	0.6	14,862	0.4	-25.1
SLOVAKYA	3,851	5,596	45.3	7,784	0.2	14,151	0.4	81.8
ESTONYA	531	5,810	993.6	11,423	0.3	11,688	0.3	2.3
FİNLANDİYA	2,860	3,560	24.5	8,551	0.2	11,359	0.3	32.8
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	3,199	3,290	2.8	7,498	0.2	11,297	0.3	50.7
TUNUS	4,817	5,116	6.2	12,824	0.4	10,740	0.3	-16.3
MACARİSTAN	7,141	6,186	-13.4	16,379	0.5	10,670	0.3	-34.9
MISIR	10,475	5,807	-44.6	16,311	0.5	10,516	0.3	-35.5
LÜBNAN	8,001	6,108	-23.7	12,576	0.4	9,699	0.2	-22.9
AVRUPA SERBEST BÖLGE	1,938	2,511	29.5	5,640	0.2	8,152	0.2	44.5
LİBYA	7,777	4	-99.9	16,072	0.5	7,830	0.2	-51.3
KIRGIZİSTAN	2,789	2,964	6.3	6,882	0.2	6,761	0.2	-1.8
HONG KONG	1,902	1,746	-8.2	5,020	0.1	6,560	0.2	30.7
BOSNA-HERSEK	3,257	2,827	-13.2	6,898	0.2	6,364	0.2	-7.7
HIRVATİSTAN	1,959	2,474	26.3	4,357	0.1	5,946	0.1	36.5
AZERBEYCAN-NAHCIVAN	3,303	1,957	-40.7	11,852	0.3	5,611	0.1	-52.7
AVUSTRALYA	831	1,942	133.6	3,162	0.1	5,533	0.1	74.9
KUZAY KIBRIS TÜRK CUMHURİYETİ	2,590	2,844	9.8	5,281	0.1	5,426	0.1	2.7
JAPONYA	2,242	1,385	-38.2	6,636	0.2	4,928	0.1	-25.7
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	1,203,865	1,347,617	11.9	3,454,188	97.7	3,898,846	96.6	12.9
Diğer Ülkeler ve S.Bölgeler	30,612	82,072	168.1	79,606	2.3	137,114	3.4	72.2
AB (27) TOPLAMI	954,816	1,099,173	15.1	2,843,442	80.5	3,255,171	80.7	14.5
TOPLAM HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI	1,234,477	1,429,689	15.8	3,533,794	100.0	4,035,960	100.0	14.2

TÜRKİYE TEKSTİL İHRACATI

	2010 MART 1000 \$	2011 MART 1000 \$	DEĞİŞİM %	2010 OCAK - MART 1000 \$	TOPLAM TEKSTİLDE PAY %	2011 OCAK - MART 1000 \$	TOPLAM TEKSTİLDE PAY %	2011 / 2010 DEĞİŞİM %
İTALYA	48,317	90,438	87.2	145,593	9.7	248,025	12.6	70.4
RUSYA FEDERASYONU	72,206	91,549	26.8	185,298	12.3	241,664	12.2	30.4
ALMANYA	32,013	45,905	43.4	88,209	5.9	119,211	6.0	35.1
POLONYA	20,292	30,223	48.9	57,218	3.8	78,139	4.0	36.6
İRAN	11,506	15,395	33.8	54,592	3.6	72,390	3.7	32.6
ROMANYA	25,778	26,796	3.9	66,772	4.4	72,251	3.7	8.2
İNGİLTERE	17,250	25,615	48.5	52,295	3.5	68,985	3.5	31.9
İSPANYA	14,167	22,061	55.7	37,876	2.5	63,695	3.2	68.2
ABD	19,556	25,115	28.4	49,896	3.3	62,398	3.2	25.1
BULGARİSTAN	19,808	23,945	20.9	51,592	3.4	58,085	2.9	12.6
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	280,892	397,041	41.4	789,342	52.5	1,084,842	55.0	37.4
MISIR	19,819	23,431	18.2	47,596	3.2	49,730	2.5	4.5
FRANSA	13,420	18,441	37.4	38,059	2.5	47,644	2.4	25.2
FAS	11,379	16,495	45.0	30,080	2.0	43,702	2.2	45.3
TUNUS	13,135	16,303	24.1	31,533	2.1	40,608	2.1	28.8
YUNANİSTAN	9,826	13,738	39.8	30,714	2.0	40,489	2.1	31.8
HOLLANDA	11,419	14,384	26.0	32,072	2.1	39,246	2.0	22.4
BELÇİKA	11,144	15,391	38.1	31,014	2.1	37,593	1.9	21.2
SURİYE	11,402	12,960	13.7	29,434	2.0	37,356	1.9	26.9
UKRAYNA	7,704	12,885	67.3	21,905	1.5	36,497	1.8	66.6
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	8,877	12,667	42.7	29,350	2.0	34,891	1.8	18.9
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	399,017	553,737	38.8	1,111,099	73.9	1,492,599	75.6	34.3
PORTEKİZ	5,381	15,302	184.4	16,589	1.1	32,336	1.6	94.9
MERSİN SERBEST BÖLGE	4,516	7,526	66.6	10,451	0.7	26,044	1.3	149.2
ISRAİL	6,364	8,475	33.2	18,116	1.2	21,559	1.1	19.0
SİRBİSTAN	8,164	6,713	-17.8	21,936	1.5	19,660	1.0	-10.4
MACARİSTAN	3,815	5,995	57.1	10,736	0.7	19,430	1.0	81.0
BEYAZ RUSYA	5,075	6,859	35.2	12,737	0.8	17,881	0.9	40.4
HONG KONG	4,524	8,572	89.5	10,445	0.7	17,450	0.9	67.1
BREZİLYA	6,242	4,350	-30.3	13,310	0.9	14,322	0.7	7.6
SUUDİ ARABİSTAN	4,541	4,420	-2.7	10,274	0.7	13,672	0.7	33.1
EGE SERBEST BÖLGE	3,809	4,815	26.4	8,937	0.6	12,428	0.6	39.1
CEZAYİR	9,854	6,260	-36.5	25,018	1.7	12,336	0.6	-50.7
LİTVANYA	2,301	3,916	70.2	7,288	0.5	11,823	0.6	62.2
ÇEK CUMHURİYETİ	2,743	4,233	54.3	7,837	0.5	11,415	0.6	45.7
HİNDİSTAN	2,910	4,048	39.1	9,014	0.6	9,801	0.5	8.7
KAZAKİSTAN	1,618	2,800	73.0	3,857	0.3	8,429	0.4	118.5
AVUSTURYA	2,514	3,232	28.5	6,006	0.4	8,301	0.4	38.2
MAKEDONYA	2,084	3,235	55.2	6,934	0.5	8,057	0.4	16.2
İSVEÇ	1,708	3,143	84.1	4,524	0.3	7,798	0.4	72.4
GÜNEY AFRIKA CUMHURİ	2,272	3,189	40.4	6,132	0.4	7,666	0.4	25.0
AHL SERBEST BÖLGE	3,225	2,902	-10.0	7,518	0.5	7,385	0.4	-1.8
DANİMARKA	1,556	3,017	93.8	5,528	0.4	7,027	0.4	27.1
SLOVAKYA	1,675	2,535	51.3	4,747	0.3	6,659	0.3	40.3
ÖZBEKİSTAN	1,357	2,241	65.2	4,715	0.3	6,620	0.3	40.4
ESTONYA	1,869	2,742	46.7	7,844	0.5	6,554	0.3	-16.4
BURSA SERBEST BÖLG.	1,615	2,006	24.2	4,681	0.3	6,521	0.3	39.3
LİBYA	2,141	0	-100.0	4,799	0.3	6,464	0.3	34.7
IRAK	1,633	2,675	63.8	10,055	0.7	6,128	0.3	-39.1
LÜBNAN	2,473	2,266	-8.4	5,770	0.4	6,127	0.3	6.2
GÜRCİSTAN	1,276	2,458	92.7	2,551	0.2	6,017	0.3	135.9
URDUN	1,421	2,621	84.5	3,517	0.2	5,899	0.3	67.7
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	499,696	686,282	37.3	1,382,966	92.0	1,844,408	93.4	33.4
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	49,331	49,040	-0.6	120,920	8.0	129,304	6.6	6.9
AB (27) TOPLAMI	250,046	375,371	50.1	711,672	47.3	996,783	50.5	40.1
TOPLAM TEKSTİL İHRACATI	549,026	735,322	33.9	1,503,886	100.0	1,973,712	100.0	31.2

TÜRKİYE DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI

	2010 MART 1000 \$	2011 MART 1000 \$	DEĞİŞİM %	2010 OCAK - MART 1000 \$	TOPLAM DERİDE PAY %	2011 OCAK - MART 1000 \$	TOPLAM DERİDE PAY %	2011 / 2010 DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	25,993	17,748	-31.7	68,719	27.8	56,793	18.6	-17.4
İTALYA	7,414	9,485	27.9	19,917	8.1	25,628	8.4	28.7
ALMANYA	7,152	8,659	21.1	19,791	8.0	25,576	8.4	29.2
KAZAKİSTAN	1,545	8,451	447.1	6,938	2.8	19,391	6.4	179.5
FRANSA	4,410	5,658	28.3	13,676	5.5	19,217	6.3	40.5
UKRAYNA	2,314	5,357	131.5	4,121	1.7	16,077	5.3	290.1
İNGİLTERE	2,636	4,383	66.3	7,035	2.8	13,709	4.5	94.9
İRAK	4,454	7,281	63.5	9,677	3.9	12,943	4.2	33.7
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	1,334	3,495	162.1	3,850	1.6	8,160	2.7	112.0
İSPANYA	1,514	2,040	34.8	5,375	2.2	7,205	2.4	34.0
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	58,764	72,557	23.5	159,099	64.3	204,698	67.2	28.7
HONG KONG	1,855	2,969	60.1	4,865	2.0	6,742	2.2	38.6
HOLLANDA	926	1,529	65.0	7,932	3.2	6,521	2.1	-17.8
SUUDİ ARABİSTAN	2,323	2,492	7.3	5,529	2.2	5,847	1.9	5.8
BULGARİSTAN	1,143	1,472	28.8	4,032	1.6	5,364	1.8	33.0
ROMANYA	2,850	2,590	-9.1	6,513	2.6	4,864	1.6	-25.3
ABD	983	1,865	89.8	3,039	1.2	4,718	1.5	55.2
DANİMARKA	790	1,091	38.2	2,891	1.2	4,617	1.5	59.7
BELÇİKA	1,059	1,521	43.7	2,961	1.2	3,911	1.3	32.1
YUNANİSTAN	2,226	1,613	-27.5	4,352	1.8	3,205	1.1	-26.4
AVUSTURYA	521	1,597	206.3	1,274	0.5	3,003	1.0	135.7
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	73,439	91,296	24.3	202,487	81.9	253,490	83.2	25.2
BEYAZ RUSYA	290	1,036	257.7	1,788	0.7	2,324	0.8	30.0
AZERBEYCAN-NAHCIVAN	666	866	30.1	1,426	0.6	2,297	0.8	61.1
İSRAİL	963	882	-8.3	2,522	1.0	2,238	0.7	-11.3
İSVİÇRE	563	604	7.3	1,919	0.8	2,143	0.7	11.7
KIRGIZİSTAN	609	617	1.3	1,389	0.6	2,124	0.7	52.9
KUZEY KIBRIS TÜRK CUMH.	1,005	1,407	40.0	1,497	0.6	2,118	0.7	41.5
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	474	790	66.6	1,573	0.6	2,009	0.7	27.7
GÜNEY KORE CUMH.	380	846	122.4	985	0.4	1,861	0.6	88.9
POLONYA	761	579	-23.8	1,290	0.5	1,577	0.5	22.2
TÜRKMENİSTAN	596	1,020	71.2	1,397	0.6	1,555	0.5	11.3
SİRBİSTAN	219	582	166.1	823	0.3	1,325	0.4	60.9
GÜRCİSTAN	479	594	24.1	886	0.4	1,192	0.4	34.5
KOSOVA	818	585	-28.4	1,429	0.6	1,089	0.4	-23.8
TATARİSTAN	264	128	-51.6	268	0.1	1,082	0.4	304.0
ÇEK CUMHURİYETİ	368	394	7.2	666	0.3	1,023	0.3	53.6
JAPONYA	294	518	76.0	791	0.3	1,004	0.3	27.0
LÜBNAN	398	333	-16.4	739	0.3	951	0.3	28.6
LİTVANYA	380	319	-16.0	932	0.4	923	0.3	-0.9
MISIR	547	178	-67.5	1,476	0.6	858	0.3	-41.9
İRAN	83	183	120.5	707	0.3	848	0.3	20.0
MACARİSTAN	744	491	-34.0	2,672	1.1	821	0.3	-69.3
İSVEÇ	127	271	114.2	432	0.2	814	0.3	88.3
MAKEDONYA	393	422	7.3	609	0.2	809	0.3	32.8
ESTONYA	15	416	2,721.1	939	0.4	800	0.3	-14.8
SLOVAKYA	479	409	-14.7	772	0.3	799	0.3	3.5
KANADA	363	369	1.7	583	0.2	778	0.3	33.6
FİNLANDİYA	45	310	588.3	366	0.1	763	0.3	108.4
ARNAVUTLUK	369	330	-10.6	669	0.3	735	0.2	9.9
FAS	65	89	38.3	165	0.1	704	0.2	325.5
TACİKİSTAN	310	260	-16.1	658	0.3	639	0.2	-2.9
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	86,504	107,125	23.8	234,858	95.0	291,692	95.7	24.2
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	4,808	5,740	19.4	12,437	5.0	12,997	4.3	4.5
AB (27) TOPLAMI	35,988	45,481	26.4	105,102	42.5	131,386	43.1	25.0
TOPLAM DERİ ve DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI	91,312	112,865	23.6	247,295	100.0	304,689	100.0	23.2

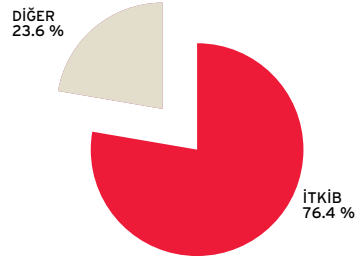
TÜRKİYE HALI İHRACATI

	2010 MART 1000 \$	2011 MART 1000 \$	DEĞİŞİM %	2010 OCAK - MART 1000 \$	TOPLAM HALIDA PAY %	2011 OCAK - MART 1000 \$	TOPLAM HALIDA PAY %	2010 / 2009 DEĞİŞİM %
SUUDİ ARABİSTAN	14,179	17,175	21.1	33,735	13.0	45,817	13.9	35.8
ABD	11,496	12,091	5.2	27,115	10.4	32,740	9.9	20.7
ALMANYA	7,592	9,624	26.8	21,636	8.3	24,323	7.4	12.4
İNGİLTERE	2,641	4,221	59.9	6,926	2.7	11,776	3.6	70.0
FRANSA	2,114	5,674	168.4	5,295	2.0	10,219	3.1	93.0
KAZAKİSTAN	2,560	3,672	43.5	6,699	2.6	10,066	3.1	50.3
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	2,524	3,214	27.4	6,565	2.5	9,983	3.0	52.1
IRAK	2,042	2,272	11.3	6,909	2.7	9,749	3.0	41.1
İRAN (İSLAM CUM.)	1,583	1,534	-3.1	8,026	3.1	9,583	2.9	19.4
UKRAYNA	1,984	2,700	36.0	5,248	2.0	8,933	2.7	70.2
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	48,715	62,177	27.6	128,154	49.3	173,189	52.5	35.1
RUSYA FEDERASYONU	2,763	2,862	3.6	6,669	2.6	8,557	2.6	28.3
POLONYA	4,079	3,817	-6.4	8,536	3.3	8,467	2.6	-0.8
KUVEYT	1,307	3,753	187.1	3,343	1.3	7,670	2.3	129.5
BELÇİKA	2,347	2,687	14.5	5,923	2.3	6,727	2.0	13.6
LİBYA	2,413	1	-100.0	6,609	2.5	6,594	2.0	-0.2
JAPONYA	707	2,229	215.2	3,072	1.2	6,123	1.9	99.3
İSRAİL	896	1,816	102.8	3,683	1.4	6,036	1.8	63.9
AZERBEYCAN-NAHÇIVAN	2,164	1,873	-13.5	4,847	1.9	5,863	1.8	21.0
ROMANYA	2,683	2,327	-13.2	6,274	2.4	5,794	1.8	-7.6
İTALYA	1,521	2,116	39.2	4,832	1.9	5,541	1.7	14.7
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	69,595	85,658	23.1	181,940	70.0	240,562	72.9	32.2
TACİKİSTAN	889	2,010	126.2	3,793	1.5	5,427	1.6	43.1
TÜRKMENİSTAN	1,406	1,385	-1.5	3,854	1.5	5,254	1.6	36.3
GÜNEY AFRİKA CUMHURİYETİ	1,304	1,815	39.1	3,702	1.4	4,874	1.5	31.7
MISIR	3,584	461	-87.1	8,685	3.3	4,139	1.3	-52.3
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	507	1,168	130.3	1,469	0.6	3,836	1.2	161.1
AFGANİSTAN	956	1,286	34.6	2,429	0.9	3,721	1.1	53.1
KIRGIZİSTAN	414	1,209	192.3	1,740	0.7	2,816	0.9	61.8
PAKİSTAN	564	677	20.0	1,820	0.7	2,786	0.8	53.0
AHL SERBEST BÖLGE	1,685	1,918	13.8	2,281	0.9	2,786	0.8	22.1
YUNANİSTAN	592	2,256	281.1	1,514	0.6	2,785	0.8	83.9
FAS	474	1,107	133.4	1,829	0.7	2,691	0.8	47.1
CEZAYİR	554	1,069	93.1	1,560	0.6	2,211	0.7	41.7
KANADA	446	1,119	150.8	1,288	0.5	2,057	0.6	59.6
İSPANYA	310	488	57.2	724	0.3	1,990	0.6	174.8
İSVEÇ	552	780	41.2	1,674	0.6	1,959	0.6	17.0
MALEZYA	402	775	92.9	1,192	0.5	1,908	0.6	60.0
LETONYA	-	1,727	-	-	0.0	1,737	0.5	-
AVUSTURYA	3,268	503	-84.6	6,093	2.3	1,655	0.5	-72.8
KATAR	652	768	17.7	1,485	0.6	1,452	0.4	-2.2
ŞİLİ	256	316	23.6	799	0.3	1,434	0.4	79.4
AVUSTRALYA	907	714	-21.3	1,979	0.8	1,391	0.4	-29.7
UMMAN	526	463	-12.0	1,311	0.5	1,383	0.4	5.4
SURİYE ARAP CUM.	434	831	91.7	749	0.3	1,365	0.4	82.2
MACARİSTAN	401	588	46.5	1,017	0.4	1,364	0.4	34.1
İSVİÇRE	532	743	39.5	830	0.3	1,287	0.4	55.1
PORTEKİZ	494	647	31.1	1,069	0.4	1,265	0.4	18.4
BOSNA-HERSEK	564	449	-20.5	1,243	0.5	1,188	0.4	-4.5
YEMEN	327	414	26.5	714	0.3	1,181	0.4	65.2
BREZİLYA	326	374	14.8	605	0.2	1,150	0.3	89.8
HOLLANDA	112	568	406.4	1,422	0.5	1,087	0.3	-23.6
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	93,034	114,287	22.8	240,815	92.7	310,738	94.2	29.0
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	8,516	7,307	-14.2	18,989	7.3	19,230	5.8	1.3
AB (27) TOPLAMI	32,125	39,597	23.3	79,189	30.5	90,903	27.5	14.8
TOPLAM HALI İHRACATI	101,550	121,593	19.7	259,804	100.0	329,968	100.0	27.0

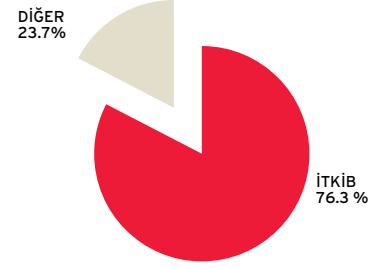
SEKTÖR İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI % (OCAK-MART 2011)

	İTKİB	DİĞER
KONFEKSİYON	76.4	23.6
TEKSTİL	49.9	50.1
DERİ	76.3	23.7
HALI	21.7	78.3

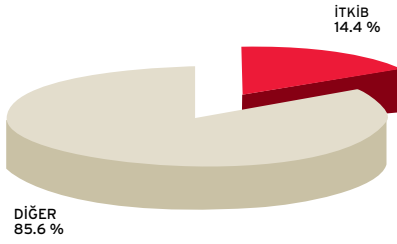
TÜRKİYE HAZIRGIYIM ve KONFEKSİYON İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-MART 2011)



TÜRKİYE DERİ ve DERİ MAMÜLLERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-MART 2011)



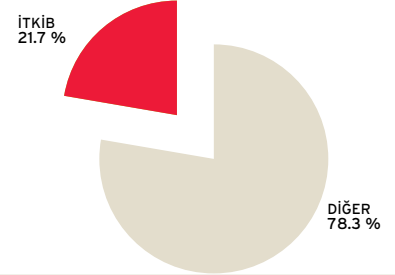
TÜRKİYE GENELİ İHRACATTA İTKİB'İN PAYI (OCAK-MART 2011)



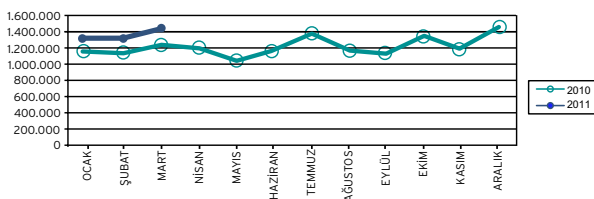
TÜRKİYE TEKSTİL ve HAMMADDELERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-MART 2011)



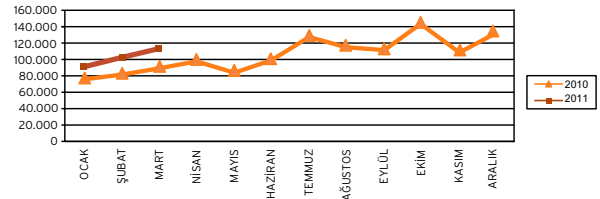
TÜRKİYE HALI İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-MART 2011)



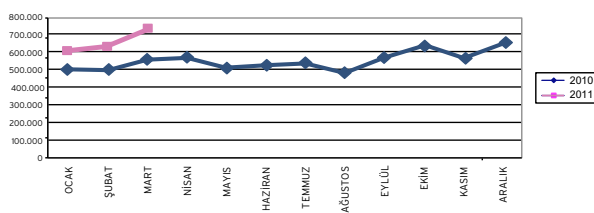
HAZIRGIYIM ve KONFEKSİYON İHRACATININ AYLIK SEYRİ



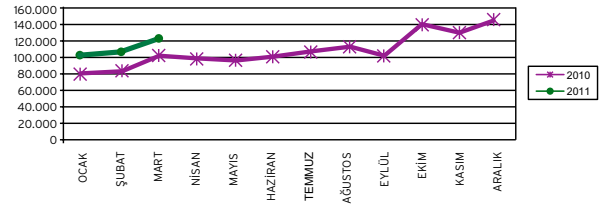
DERİ ve DERİ MAMÜLLERİ İHRACATININ AYLIK SEYRİ



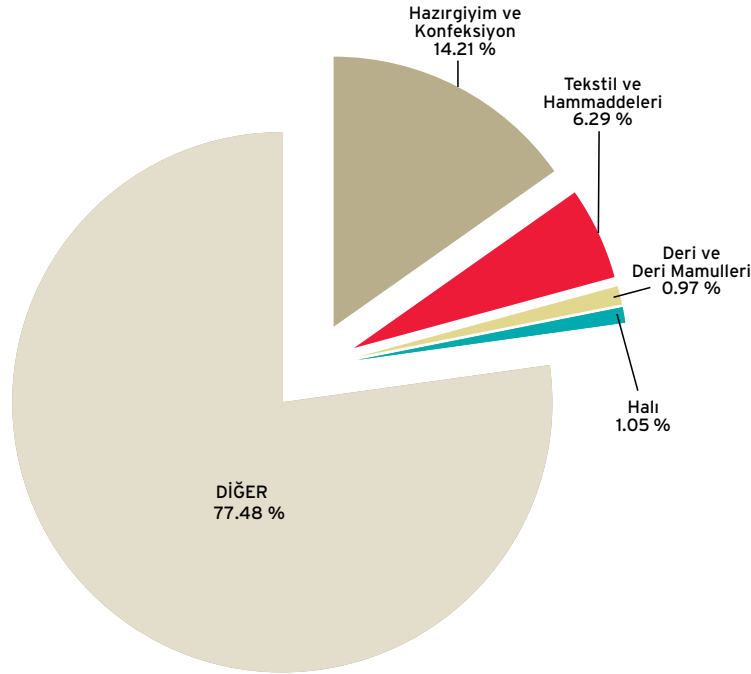
TEKSTİL ve HAMMADDELERİ İHRACATININ AYLIK SEYRİ



HALI İHRACATININ AYLIK SEYRİ



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	1.5360	2.1739
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 \$

	MART				OCAK-MART				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	1,228,086	1,484,457	20.88	12.66	3,481,191	4,228,099	21.46	13.47	13,656,846	15,771,830	15.49	13.21
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	901,825	1,102,854	22.29	9.41	2,583,439	3,147,020	21.82	10.03	10,179,046	11,698,860	14.93	9.80
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mam.	357,856	440,640	23.13	3.76	984,035	1,211,809	23.15	3.86	3,729,796	4,329,972	16.09	3.63
Yaş Meyve ve Sebze	195,235	217,975	11.65	1.86	549,454	703,167	27.98	2.24	2,013,079	2,333,040	15.89	1.95
Meyve Sebze Mamulleri	89,876	95,015	5.72	0.81	243,155	264,757	8.88	0.84	1,064,740	1,140,582	7.12	0.96
Kuru Meyve ve Mamulleri	85,122	112,729	32.43	0.96	243,996	313,901	28.65	1.00	1,109,029	1,311,593	18.26	1.10
Fındık ve Mamulleri	105,503	132,010	25.12	1.13	301,219	382,752	27.07	1.22	1,279,844	1,630,576	27.40	1.37
Zeytin ve Zeytinyağı	20,702	18,306	-11.58	0.16	65,250	46,173	-29.24	0.15	216,089	170,172	-21.25	0.14
Tütün ve Mamulleri	38,568	74,347	92.77	0.63	177,213	200,019	12.87	0.64	712,801	721,408	1.21	0.60
Kesme Çiçek	8,964	11,831	31.99	0.10	19,117	24,442	27.86	0.08	53,668	61,518	14.63	0.05
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	74,465	104,486	40.32	0.89	233,174	299,314	28.37	0.95	850,536	1,028,273	20.90	0.86
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	74,465	104,486	40.32	0.89	233,174	299,314	28.37	0.95	850,536	1,028,273	20.90	0.86
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	251,795	277,117	10.06	2.36	664,578	781,765	17.63	2.49	2,627,264	3,044,697	15.89	2.55
Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri	251,795	277,117	10.06	2.36	664,578	781,765	17.63	2.49	2,627,264	3,044,697	15.89	2.55
II. SANAYİ	8,075,113	9,956,026	23.29	84.93	21,405,120	26,439,338	23.52	84.23	85,187,789	98,511,483	15.64	82.53
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	741,888	969,779	30.72	8.27	2,010,984	2,608,370	29.71	8.31	8,078,770	9,736,199	20.52	8.16
Tekstil ve Hammaddeleri	549,026	735,322	33.93	6.27	1,503,886	1,973,712	31.24	6.29	5,833,888	6,994,851	19.90	5.86
Deri ve Deri Mamulleri	91,312	112,864	23.60	0.96	247,294	304,690	23.21	0.97	1,106,069	1,385,800	25.29	1.16
Halı	101,550	121,593	19.74	1.04	259,804	329,968	27.01	1.05	1,138,813	1,355,548	19.03	1.14
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	1,023,364	1,361,456	33.04	11.61	2,697,509	3,765,005	39.57	11.99	10,616,156	13,747,980	29.50	11.52
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	1,023,364	1,361,456	33.04	11.61	2,697,509	3,765,005	39.57	11.99	10,616,156	13,747,980	29.50	11.52
C. SANAYİ MAMULLERİ	6,309,861	7,624,790	20.84	65.04	16,696,627	20,065,964	20.18	63.93	66,492,863	75,027,304	12.84	62.85
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1,234,477	1,429,689	15.81	12.20	3,533,794	4,035,960	14.21	12.86	13,752,887	15,132,971	10.03	12.68
Otomotiv Endüstrisi	1,694,575	1,955,270	15.38	16.68	4,519,441	5,079,280	12.39	16.18	16,582,779	17,937,867	8.17	15.03
Gemi ve Yat	102,346	162,491	58.77	1.39	218,586	301,204	37.80	0.96	1,669,750	1,201,839	-28.02	1.01
Elektrik - Elektronik Mak. Bilişim	798,179	921,263	15.42	7.86	2,130,557	2,380,600	11.74	7.58	8,947,783	9,862,518	10.22	8.26
Makine ve Aksamları	518,417	717,640	38.43	6.12	1,392,309	1,837,198	31.95	5.85	5,706,166	6,794,484	19.07	5.69
Demir ve Demir Dışı Metaller	491,969	609,949	23.98	5.20	1,324,593	1,660,065	25.33	5.29	5,618,237	6,134,753	9.19	5.14
Çelik	1,045,325	1,390,585	33.03	11.86	2,527,295	3,661,055	44.86	11.66	9,944,985	13,425,812	35.00	11.25
Çimento ve Toprak Ürünleri	301,053	279,982	-7.00	2.39	774,204	738,725	-4.58	2.35	3,200,453	3,177,665	-0.71	2.66
Değerli Maden ve Mücevherat	116,762	149,321	27.89	1.27	260,096	351,814	35.26	1.12	1,019,812	1,295,150	27.00	1.09
Diğer Sanayi Ürünleri	6,757	8,601	27.29	0.07	15,751	20,063	27.37	0.06	50,010	64,244	28.46	0.05
III. MADENCİLİK	242,148	282,182	16.53	2.41	715,229	824,962	15.34	2.63	2,803,530	3,767,318	34.38	3.16
Madencilik Ürünleri	242,148	282,182	16.53	2.41	715,229	824,962	15.34	2.63	2,803,530	3,767,318	34.38	3.16
T O P L A M (*)	9,545,347	11,722,665	22.81	100	25,997,103	31,389,522	20.74	100	103,664,621	119,368,026	15.15	100



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 DIŞ TİC. A.Ş.



Softec

**POLAR FLEECE
OUTDOOR GARMENT**



CONFIDENCE IN TEXTILES
CONFIDENCE IN UNIVERSAL FABRICS



ULTRA-FRESH

UNIVERSAL
UNIVERSAL TEKSTİL SANAYİ VE TİCARET LTD. ŞTİ.

www.polarflc.com

Organize Sanayi Bölgesi, Turgut Özal Cad. No: 114, İkitelli Başakşehir-İstanbul / Türkiye Phone: +90-212-671 03 74 Fax: +90-212-671 03 75
Kuştepe Mevkii-Vellimeşe / Çorlu / Tekirdağ / Türkiye Phone: +90-282-674 51 08 Fax: +90-282-674 51 12 universal@polarflc.com