

İTKİB HEDEF 214

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATI AYLIK DERGİSİ

15 EKİM - 15 KASIM 2011

EK:
DÜĞME
ÖZEL SAYISI



CPI
RÜŞTÜNÜ
İSPATLADI

ITMA'YA TÜRKİYE'DEN
REKOR KATILIM

ÜRETİMDE YENİ TEHDİT
GÜNDELİK İŞÇİLER

DERİCİLERİN
MOSKOVA ŞOVU

İPLİK YOKSA
KATMA DEĞER YOK

ASTAŞ JUKI

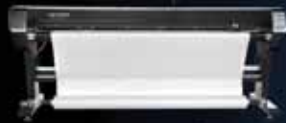
Teknoloji ve Çözümler Dünyası



Modayı bizimle yönlendirin!



DDL-9000B
Direct Drive Yüksek Devirli
Elektronik Düz Dikiş Makinası



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



PROCUT XL 7501
Yüksek Katlı Kesim Makinası (Cutter)



astasjuki@astasjuki.net | www.astasjuki.net

ASTAŞ JUKI

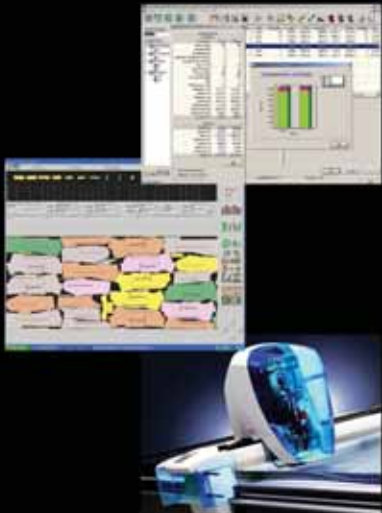
ASTAŞ ENDÜSTRİ TEKSTİL MAKİNALARI SAN. ve TİC. A.Ş.
ASTAŞ PLAZA Koçman Cad. No: 57 34600 Güneşli / İstanbul
Tel: (0212) 630 89 00 Faks: (0212) 630 89 29



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
Selçuk GÖKART

DANIŞMA KURULU

Hikmet TANRIVERDİ,
İsmail GÜLLE,
Lemi TOLUNAY,
İbrahim YILMAZ

YAYIN KURULU BAŞKANI

Biröl SEZER

YAYIN KURULU

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

YAZI KURULU

Cemal BAYAZIT, Esin USTA,
Hüsnüye GÖKART

YÖNETİM YERİ

Çobançesme 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 YAZI İŞLERİ MD.

Hüsnüye PAMUK
husnepamuk@kucukmucizeler.com

GRAFİK TASARIM

Uğur KARAGÜL

EDİTÖR

Ceyda GÜVEN
ceydaguven@kucukmucizeler.com

FOTOĞRAFLAR

İFA - www.ifatolye.com

PAZARLAMA

İLETİŞİM DİREKTÖRÜ

Özgür SEYHAN
ozgurseyhan@kucukmucizeler.com

BASKI ÇİLT

Matsis Matbaa Hizmetleri Ltd. Şti.

Tevfik Bey Mah. Doktor Ali Demir
Cad. No: 51 Sefaköy-İstanbul
TEL: (212) 624 21 11

DAĞITIM

Tele Kurye

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

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

İLETİŞİM

Şehit Ertuğrul Kabatası Cad.
Bozkır İş Merkezi No:12 Kat:2 D:6
Mecidiyeköy İstanbul
(0212) 211 68 53 - 73

6 KISA KISA

14 İTKİB

20 PAZAR

Hazır giyimciden Fransa seferi

22 SEKTÖR

Tekstil liderleri bir arada

26 MAKALE

Ali Ağaoğlu

28 FUAR

Tekstil ve aksesuar fuarı İstanbul'da

30 FUAR

Ayakkabının nabızı Micam'da atıyor

32 FUAR

Dericilerin Moskova şovu

34 FUAR

Türkiyeden ITMA'ya rekor katılım

38 FUAR

CPI rüşünü ispatladı

46

CPI firmaların uluslararası buluşma
noktası oldu

50

Yabancı basın CPI'dan mutlu

52

Akvaryumda moda

54 TASARIM

Modanın yeni rengi, kültürümüzün izleri

56 TASARIM

Tasarım dünyası Design Week'te buluştu

58 MARKA

Osmanbey markası tek kalite altında



60 PAZAR

Gürcistan'dan yatırım çağrısı

62 SEKTÖR

Görünmeyen üründe görülmeyen tehlike

66 SEKTÖR

Üretimde yeni tehlike: Gündelik işçiler

70 SEKTÖR

İplik yoksa katma değer yok

74 SEKTÖR

Üretim toplumun ortak değeridir

78 ÜRETİM

İhracat için üretimde yapısal dönüşüm şart

80 MAKALE

Doğan Erdem

82 BRÜKSEL MEKTUBU

Haluk Özelçi

84 İMA

İMA yeni döneme hızlı başladı

86 EĞİTİM

İTKİB Okulları için ders zili çaldı

Seven
teen
Color

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

ZIPEX

Küçük, renkli mucizeler...



Moda trenine son vagon dan binmeyin. Gülle Tekstil sizin için modayı takip ediyor ve ihtiyaçlarınızı önceden belirliyor; nope, flam, özel flamlar ve karış ımlı melanj iplikleriyle işinizde küçük ve renkli mucizeler yaratıyor.



**GÜLLE ENTEGRE
TEKSTİL İŞLETMELERİ A.Ş.**
Dolum Tesisleri Yolu,
Cihangir Mah.
Ambarlı - İstanbul
Tel: 0212 422 12 81 (pbx)
Faks: 0212 422 22 82
info@gulletekstil.com.tr
arzu.ergen@gulletekstil.com.tr



İpekyol'da şifon zerafeti

İpekyol, 2011 Sonbahar-Kış koleksiyonunda şifon ve ipek gömlekle sezonu karşılıyor. Koleksiyonda yer alan bordo, zümrüt yeşili, bej, beyaz gibi renklerdeki hem gündüz hem de gece giyilebilen gömlekler, şehir hayatına ayak uyduruyor. Bu sezon dünya modasında da öne çıkan yaka detaylarının, markanın gömlek ve bluzlarında da etkili olduğu görülüyor. İnci, dantel işleme, bebe yakalarla gömlekler, bluzlar romantik bir havaya bürünüyor. Broş ve arma detaylı gömlekler de koleksiyonda yer alan diğer ürünler arasında bulunuyor.

Spor şıklık, Kiğılı kalitesiyle buluşuyor

Her yaştan ve kesimden şık olmak isteyen erkeklerle hitap eden Kiğılı, bu kış da birbirinden zevkli parçalara sahip bir koleksiyon hazırladı. Özellikle spor şıklığı vurgulayan genç ve dinamik bir ruha sahip olan koleksiyondaki ilk göze çarpan ürünler arasında, V yaka triko kazaklar, polo yaka sweatshirtler ve spor ceketler bulunuyor. Her mevsimin vazgeçilmezi siyah, lacivert, mavi tonlarıyla kombinlenen gri ve beyaz, asil ve zarif bir çağrışım yapıyor. İster gömlekle, ister bisiklet yaka t-shirtlerle kullanılacak spor ceketler, alternatifli kullanımlarıyla dikkat çekiyor.



Home Store'da jean rüzgarı

Home Store, 70'li yılların jean modasını günümüze taşıyor. Klasik İspanyol paça jeanler, günümüzün modern taşlanmış jean kumaşlarıyla dikilerek, sıra dışı bir görünüm kazanıyor. Mavi, lacivert, siyah ve gri renklerinin hakim olduğu pantolonlarda öne çıkan önemli detaylardan biri de eskitilmiş görüntüler oluyor. Taşlanarak yırtılmış jeanler, koleksiyona sportif bir hava kazandırırken, ayak kabının üzerini örten İspanyol paçalar ise koleksiyona şık bir görünüm kazandırıyor.



Kızılderili motifleri aramıza dönüyor

Wrangler 2011 Sonbahar/Kış Koleksiyonu'nda denimi vintage stiline taşıyarak, jeanleri Kızılderililere has kalıcı desenlerle süslüyor. Doğal dünyayı, modern folk stili ile bir araya getiren koleksiyonda jeanler Kızılderili grafikleriyle, kalın örgü olan Cowachin hırkalar ile kombine ediliyor. Denim üzerinde deri ve deri üzerinde denim ayrıntılarının kullanılması, zamana meydan okuyan klasiklere yeni bir hava katıyor. Wrangler'ın yün ceketleri ise oyun alanında yer almaya devam ediyor.



Dekorasyonda etnik stil

Nakkaş Halı'nın en beğenilen koleksiyonları arasında yer alan 144 parçalık Şal Halıları, yeni eklenen modellerle Anadolu'nun en canlı renklerini evlere taşıyor. Bu koleksiyonda Sivas yöresinin şal deseniyle dokunan modellerin yanı sıra, yeni eklenen canlı tonlarıyla kare şal modeli de bulunuyor. Altı ayda dokunan kare desenli halı, evde etnik stil yaratmak isteyenler için farklı bir seçenek oluşturuyor. Ayrıca turuncu, kırmızı, sarı ve mavinin iç içe geçtiği etnik tarzı ile dikkat çeken bu halılar saf yünden dokunuyor.

“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



Ruhunuzu ısıtacak narin perdeler

Brillant, Sensitive adı verilen koleksiyonunda parlaklık ve matlığı, pastel tonların ağırlığıyla modernliği bir arada sunuyor. Genel hatlarıyla işleme dokusundan vazgeçemeyenlere hitap eden koleksiyonda, boyut kazandırılmış hacimli kabartma motifler öne çıkan desenlerden olurken, mat iplikler ve parlak zeminlerle bütünleşiyor. Saçaklı iplikli tasarımlarda perde de farklı yorumlar kazanıyor. Ayrıca koleksiyonda bulunan krem ve sütlü kahve tonunda kordoneli kumaşlarla her daim dantelden vazgeçemeyenler de unutulmuyor.



Kusursuz bir uyku için

Özellikle sonbahar gibi mevsim geçişlerinde değişen koşullar gün içinde yorgunluğu ve geceleri de uykusuzluğu beraberinde getiriyor. Uykusuz geçen sonbahar geceleri bir sonraki günün enerjisini ve motivasyonunu düşürüyor. Yastık ve yorganın markası Penelope'nin bambu-kun kumaştan üretilip satışa sunduğu yeni Bamboo markalı yastık ve yorganı bu soruna alternatif çözüm üretiyor. Penelope Bamboo yastık ve yorganları, uyku esnasında vücudu dengeleyerek rahat ve sağlıklı bir uyku sağlıyor.

Berr-In'den maskülen romantizm

Berr-In, yeni sezonda maskülen bir profille karşımıza çıkıyor. Koleksiyonun net, yalın kimliği grafiksel detaylarla birleşerek geleceğin bağımsız ve güçlü kadınının habercisi olurken, Berr-In kadını androjen bir görünümün altında çarpıcı bir çekicilik sunuyor. Markanın yaratıcısı Berrin Eser dantel, şifon, plise gibi romantik ayrıntıları deri, gömlek ve ceket yakaları gibi erkekse detaylarla harmanlayarak sezona yeni bir yorum katıyor. Gündüzden geceye uyarlanabilen, rahatlığın şıklıkla kesiştiği, yalın ama çarpıcı detayların bulunduğu bu koleksiyon Berr-In kadınının kimliğini vurguluyor.



Hem sıcacık, hem eğlenceli

Yaratıcı ve eğlenceli terlikler sunan Twigy renkli, rahat, sıcak ve zengin koleksiyonuyla kış sezonunu açtı. Köpekli, ayıcıklı, tavşanlı gibi modelleri bulunan pofuduk terlikler; dağ botlarını anımsatan ev botları, rengarenk ev patikleri ve kalın ev çorapları; kalp, ekose, leopar, puantiye desenleri ve canlı renkleriyle hem şıklık hem de sıcaklık vaat ediyor. Erkeklerin ev modasını da unutmayan Twigy'de yumuşak dokulu terlikler yer alırken; kahraman erkek çocuklara Bakugan, çıtır kızlara ise Hello Kitty tasarımlarında seçenekler sunuluyor.

FLO'da moda ve konfor bir arada

FLO, 2011 Sonbahar-Kış sezonunda stiline ve rahatlığına önem veren erkeklerin tüm beklentilerini karşılamaya aday olduğunu belirtiyor. Yeni sezonda trend olan FLO'nun casual modellerinde ana renk olan siyahın yanı sıra taba, kum, gri ve lacivert tonlar göze çarpıyor. Klasik modellerde siyah, kahve ve tabanın yanında rugan modeller dikkat çekerken, rahatlığın ön planda olduğu modellerde ise siyah ve kahvenin tonları ön plana çıkıyor. Sezonun trendine uygun deri, süet ve nubuk modeller ile yeni sezonda FLO'da şık ve rahat modeller yer alıyor.



Mavi'den 'İstanbul Tişörtleri'

Mavi'nin her yeni modeli heyecanla beklenen İstanbul Tişörtleri serisine, 2011 sonbahar sezonunda sekiz yeni tasarım katılıyor. İstanbul'un renkli kent dokusuna atıfta bulunan "I'm İstanbul", "Sultan İstanbul", "Çamaşır" gibi modeller, koleksiyona yeni heyecan katıyor ve serinin hayran sayısını artıracığa benziyor. Yaratıcı tasarımlarıyla dikkat çeken yeni tişörtler, İstanbul sevgisini giyimine de taşımak isteyenlerin gardirolarını renklendiriyor.



Ak Barkod kuruldu

Etiket sektöründe uzun yıllara dayalı bir tecrübeye sahip olan İsmail Ali Şahin ve Canan Eser, geçtiğimiz günlerde güçlerini birleştirerek Ak Barkod'u kurdular. Barkod etiket alanında faaliyet gösterecek olan Ak Barkod, uygulama alanı çok geniş olan bu dalda uzun yıllara dayalı tecrübesi, hızlı ve etkin teknik servis imkanlarıyla sektöre hizmet verecek. Etiketli kumaşlar stickerlar, okuyucular, termal transfer ribonları, barkod yazıcılar ve el terminalleri ile sektörde yer alacak Ak Barkod, geniş bir alanda seçenekler sunuyor.



KAYRA, ilk konsept mağazasını Katar'ın Doha kentinde açtı

Kadın giyim alanında hizmet veren KAYRA, bölgedeki dinamikleri değerlendirerek atılımlarıyla adından söz ettiren ve pek çok yabancı yatırımcının ilgisini cezbeden bölge olan Katar'daki ilk mağazasını, ülkenin prestijli alışveriş ve yaşam merkezi olan Lagoona AVM / Doha'da açtı. Lagoona AVM'deki mağaza, aynı zamanda KAYRA'nın ilk konsept mağazası olma özelliğine sahip oldu. KAYRA'nın marka olarak takip ettiği çizgiyle birebir örtüşen bu merkezde, markanın mağazasının Katar halkı tarafından büyük ilgi gördüğü belirtiliyor.

Perspective, mağazalarına yenisini ekledi

42 ülkede 100'ü aşkın satış noktası bulunan şehirli kadının markası Perspective, Türkiye'deki mağaza ağını hızla genişletiyor. 20 Ekim'de Bursa Carrefour Avm'de açılan Perspective mağazasında, yeni koleksiyonun tamamını görmek mümkün. Cool, Gabro, Limited, Dark, Glamour isimleriyle beş farklı temadan oluşan 2011-2012 Sonbahar/Kış koleksiyonuyla farklı zevklere hitap eden marka, 70'lerin büyüğünden, sofistike bir kadına, trendy renklerden cesur detaylara geniş bir yelpazeye sahip.



NetWork erkeğine göz alıcı stil önerileri

NetWork erkeği, 2011 Sonbahar-Kış Erkek koleksiyonunda sunulan takım elbiselerle, iş toplantıları ve özel davetlerde dikkat çekmeye olmaya devam ediyor. Takımın haricinde tek olarak da kullanılabilen kruvaze ceketler, kadife biye detaylı gömlekle birlikte kombinleniyor. Şal yakalı ve farklı renklerin birlikte kullanıldığı takım elbiseler, NetWork erkeğine farklı bir stil katıyor. Sezonun trendi, palto gibi kullanılabilen örme ceketler ise soğuk kış günlerinin kurtarıcısı oluyor.







Koşarken yorulmayın



Spor giyim dünyasına kazandırdığı teknolojilerle dikkat çeken ASICS, yeni modeli GEL-1160 koşu ayakkabıları ile Türkiye'de de yer alıyor. Koşu sırasında meydana gelebilecek sakatlanma risklerini en aza indirecek özelliklerle donatılan ASICS'in özel modellerinden olan GEL-1160, jel tabanı ile ayak sağlığını önemsiyor. Sahip olduğu DuoMax özelliği sayesinde spor yaparken kontrolü en iyi şekilde sağlamak üzere dizayn edilen ayakkabı iki farklı yoğunlukta orta taban malzemelerinden oluşan sistem, ayaklarda destek ve dayanıklılığı sağlayarak hem profesyonel hem de amatörler için ideal bir koşu deneyimi sunuyor. Özellikle üst topuk ve ayağın ön kısmında bulunan yastıklama jel sistemi ile hafif tabanı rahatlık sağlıyor.

Journey'le Sımsıcak

Journey'in yeni sezonunda paltodan trençkota, elbiseden cekete, etekten pantolona, gömlekten tulumla kadar birçok model, renk ve stilleriyle dikkatleri çekiyor. Koleksiyonda yer alan kaban ve montlar, model ve renk seçeneklerinin yanı sıra kemer, fiyonk ve kürk gibi farklı formlarda kullanılan aksesuarlarla da ön plana çıkıyor. Hem klasik hem de spor giyimle harmanlanabilecek kaban ve mont tasarımları, gri ve siyah gibi klasik renklerin dışında pembe ve kum beji gibi çarpıcı renklerle de karşımıza çıkıyor. Journey'nin 2-8 yaş arasındaki minik prensesler için tasarlanan 2011 Sonbahar /Kış Koleksiyonları'nda da birçok modeli anneler kızlarıyla bir örnek giyinebiliyorlar.



markafoni
kampanyaları
sürüyor

Alışveriş kulübü markafoni, moda markalarına ait ürünler sunduğu kampanyalarına devam ediyor. Şu ana kadar Ece Sükan, Bahar Korçan, Selim Baklacı, Özlem Süer, Ümit Ünal, Deniz Kaprol, Özgür Masur ve Zeynep Erdoğan gibi ünlü tasarımcıların ürünlerinin yer aldığı kampanyalar düzenleyen kulüpte yapılan yeni kampanya kapsamında Sergio Rossi, Dries Van Noten, Givenchy, Bruno Frisoni, Alexander Wang, Moschino, Nicholas Kirkwood, Pierre Hardy, Roger Vivier, YSL, Marc Jacobs, Giuseppe Zanotti, Marni, Lanvin, Jimmy Choo, Joie, Brian Atwood, N.D.C, Valentino, Oscar Dela Renta, Erickson Beamon, Alex&Chloe ve Kara Ross markalarına ait ürünler yer alıyor.

Hakaan Paris Moda Haftası'ndaydı

Dünyaca ünlü moda tasarımcısı Hakaan Yıldırım'ın, kendi imzasını taşıyan Hakaan markasının İlkbahar/ Yaz 2012 koleksiyonu Paris Moda Haftası'nda sergilendi. Moda dünyasının büyük ilgi gösterdiği defilede tüm moda otoriteleri en ön sırada yerlerini aldı. Vogue Paris Genel Yayın Yönetmeni Emmanuel Alt, International Herald Tribune Moda Yazarı Suzy Menkes, Anna Dello Russo, Carine Roitfeld gibi moda dünyasının efsane isimlerinin izlediği defile Ritz Otel'de gerçekleşti. Ünlü top model Natalia Vodianova ise defileyi Suudi Arabistan prensesi Deena Abdulaziz ile birlikte izledi. Defilede aralarında Fei fei Sun, Karmen Pedaru, Sigrid Agren, Anja Rubik, Joan Smalls, Arizone Muse'un da bulunduğu 25 model yer aldı. Hakaan izleyenleri eski çağlarda modern, futuristik ve beklenmeyen bir yolculuğa çıkardı.



**80.yılımızı kutlarken,
Türk ve dünya
konfeksiyon sanayii
için bugüne kadar
yapmış olduğumuz
milyarlarca etiket
için övünçlüyüz.**



Vans Kızı kendi modasını yaratıyor

Vans, bu Sonbahar-Kış Kadın Giyim Koleksiyonu'yla yaratıcı ve şık detayları ortaya çıkaran bir koleksiyon sunuyor.

Kendi modasını yaratan Vans Kızı kavramından yola çıkan koleksiyonda, cesur ve kendine güvenen kızların hitap eden parçalar ve detaylar koleksiyonun ana felsefesi olarak karşımıza çıkıyor. Güney Kaliforniya yaşam tarzından doğan Vans Kızı, 2011 sonbaharında bağımsızlığı ve kendine güveni vurgulayan Kadın Giyim Koleksiyonu ile kendi tarzının manifestosunu yeniden yazıyor. Bu segmentte bulunan temalardan bazıları olan Heritage Rocker koleksiyonunda outdoor giyimin temel tarzları, rock'tan ilham alan ayrıntılarla yeni bir yön kazanırken; desenli ceketler, flaneler ve rahat tişörtlerle bluzların yer aldığı Street Chic koleksiyonu spor bir şıklık sağlıyor.



CK Jeans'ten aksesuar şıklığı

CK Jeans, yeni sezonda kemer ve cüzdanlarını beğeniye sunuyor. Yeni sezonda bay ve bayan kemerler ağırlıklı olarak siyah ve kahverengi tonlarından her kıyafete uyumlu olacak şekilde tasarımlara sahip. Sonbaharın soluk ama cool renkleri ve tüm sarı kızıl tonlarıyla ahenk oluşturacak olan CK Jeans kemerlerde, zarif gümüş tokalar dikkat çekiyor. Hakiki deriden yapılan markanın tüm kemerleri, hem klasik hem de spor kıyafetlerle birlikte kullanılabilme imkanı sunuyor. Markanın yeni sezon erkek cüzdanlarında en göze çarpan özellik, cüzdanların yalın şıklığı oluyor. Hem klasik hem de spor çizgiye sahip beyler için oldukça kullanışlı olan ve klasik siyah ve kahverengi tonları tercih edilen cüzdanlar da tıpkı kemerler gibi gerçek deriden üretiliyor.



Taubert, çoraplarıyla Mendo's mağazalarında

1934'ten beri kadın çorapları üreten Alman markası Taubert, şimdi Türkiye'de bekleyenleriyle buluşuyor. Çok geniş renk yelpazesine sahip Taubert çoraplarında siyah, beyaz, kırmızı gibi ana renklerin yanı sıra uçuşan pembeler, turkuazlar, camgöbeği, mor ve tonlarını görmek mümkün. Markanın çoraplarında sadelik önemli bir yer tutuyor ve desen kullanımına ağırlık verilmeden çizgili ve düz çoraplar ile sade bir şıklığın yakalanmasına özen gösteriliyor. Tüm

bunların yanı sıra yumuşak polar kumaşla dokunma hissine keyif katan Taubert çorapları Mendo's mağazalarında satışa sunuluyor.

Kadın ayakkabısında maskülen şıklık

Erkeksi giyinmeyi seven ya da tarzında farklı şıklıklar yaratmak isteyen kadınların son dönem vazgeçilmez haline gelen maskülen ayakkabılar bu sezonda da çok moda. Cabani, Türk ve İtalyan tasarımcılarla Sonbahar-Kış sezonu için hazırladığı koleksiyonunda maskülen modellere ağırlıklı olarak yer veriyor. Düz ve kalın topuklu çift yüzlü oxford ve derby modelleriyle, ayrıca farklı renk seçenekleriyle dikkat çeken koleksiyonda

her daim vazgeçilmez olan siyah ve kahverengi tonlar sıkça kullanılıyor. Pantolon, etek ve elbiselerle rahatlıkla kullanılabilen tasarımlar hem iş hem de günlük giysiler için uyumlu oluyor. Yastıklı ve darbe emici topuk kısımları sayesinde eklemeleri ve omurgayı sarsıntılardan koruyarak yorgunluk hissini azaltan özel tasarım Cabani ayakkabılar, yoğun geçen günler için kolaylık sağlıyor.



1931

harmancı

80.^{yıl} anniversary

2011

Harmancı Etiket tesislerinde
dokuma, baskı, serigraf, heat transfer, dar dokuma,
hangtag, jacron, nakış, arma, tablo, ve tüm teknik
aksesuar çeşitleri son teknolojiler kullanılarak üretilmektedir.

email : info@harmanci.com.tr tel : 90 212 620 91 01 pbx fax : 620 85 14-15
osmanbey sube: 212 232 61 41 izmir sube: 232 484 42 91
Fabrika adres: Örnek mah. 1538 cad. 1346 sok. No: 3 Esenyurt/Istanbul



TEKSTİL VE HAZIR GİYİMİN ORTAK HEDEFİ STUTTGART

Tekstil ve hazır giyim sektörünün dünya pazarlarından aldığı payı artırmak için bu defa ortak bir programda buluşan İHKİB ve İTHİB, rotayı Almanya'ya çevirdi. Almanya'nın Stuttgart kentine 24-27 Ekim tarihlerinde Sektörel Ticaret Heyeti düzenlemeyi planlayan birlikler, 20 civarındaki tekstil ve hazır giyim firmasını Alman hazır giyim perakendecileri ile bir araya getirecek. Türkiye tekstil ve hazır giyim sektörünün en eski ve güvenilir pazarlarından biri olan Almanya'ya ticaret heyeti düzenlemek için harekete geçen İTHİB ve İHKİB bu programla Türkiye'deki lider konumda olan teknik tekstil, ev tekstili ve hazır giyim üreticilerine yeni iş fırsatları sunmayı amaçlıyor. Heyete, her türlü örme, dokuma ve baskılı kumaşlarla birlikte düğme, etiket, çıtçıt ve fermuar gibi konfeksiyon yan sanayi ürünlerine yönelik üretim yapan firmalar da katılacak. Türk-Alman iş konferansı ve ikili iş görüşmelerinin yapılacağı heyet kapsamında tekstil ve hazır giyim firmaları tesisleri de ziyaret ederek pazarı yerinde araştırma fırsatı yakalamış olacak. Ticaret heyeti Alman Örme Sanayi Birliği (Mascheindustrie) ve Stuttgart Başkonsolosluğu Ticaret Ataşeliği işbirliği ile düzenleniyor.

İTHİB YÖNETİM KURULU EKOTEKS'İ ZİYARET ETTİ

İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri 13 Ekim günü İsmail Gülle başkanlığında Ekoteks Laboratuvarı'nı ziyaret etti. Düzenlediği ziyarette Ekoteks Laboratuvarı'nın tekstil sektörüne verdiği desteği yerinde inceleyen İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri merkezin yakın dönemdeki çalışmalarıyla ilgili bilgi aldı. İTHİB Başkanı İsmail Gülle'nin başkanlığında düzenlenen ziyarete Yönetim Kurulu Üyeleri Sultan Tepe, Fatih Bilici, Vehbi Canpolat, Muammer Akçay ve Selçuk Sadır katıldı. Ekoteks Laboratuvarı İcra Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir, Yönetim Kurulu Üyeleri Ümit Özüren, Birol Sezer, Jale Tuncel ve İTKİB Genel Sekreter Yardımcısı Cemal Beyazıt'ın ev sahipliğini yaptığı görüşmede Ekoteks Laboratuvarı Danışmanı Prof. Bülent Özipek, laboratuvardaki teknik konularla ilgili yönetim kurulu üyelerini bilgilendirdi. Ziyarette laboratuvarın hayata geçirdiği projelerle tekstil sektörüne verdiği desteği sürdüreceğini dile getiren İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Nilgün Özdemir, Ekoteks'in ürün kalitesinin güvencesi olduğunu söyledi. "Burada yaptığımız çalışmalarla ihracata konu olan ürünlerin kalitesini güvence altına alıyoruz. Öncelikli amacımız ise, ihracat yapan firmalara en kısa zamanda, test maliyetlerini en düşük seviyede tutarak hizmet vermek" diyen Özdemir, laboratuvarın tekstil ürünlerinin kalitesini istenen seviyeye yükseltmeye ve sürekliliğini sağlamaya yönelik önemli işlere imza attığını söyledi.





tit ³⁵.yıl

- Yükselen kalitesi ile daima öncü...
- 35 yıllık güvencisiyle her zaman yanınızda...

 tit FERMUAR
kalite, güven, estetik...



Davutpaşa, Askeri Fırın Sokak Erdinc Sanayi Sitesi No.14 Topkapı 34010 İstanbul
Tel:+9 212 482 34 25 Fax:+9 212 482 33 79
web: titbas.com.tr e-mail: info@titbas.com.tr

AYAKKABININ VİZYONU AYSAF'TA ŞEKİLLENİYOR

Aykkabı yan sanayicilerinin en büyük ticari buluşması olan AYSAF 46'ncı kez sektörden yüzlerce firmayı dünyadaki alıcılarla bir araya getirdi. Ayakkabı modasına yön veren yapısı ile dikkat çeken etkinlik dört gün boyunca 20 bin ziyaretçiyi ağırladı. Ayakkabı yan sanayi alanında kilometre taşı haline gelen 7. Uluslararası Ayakkabı Yan Sanayi Fuarı'nın (AYSAF) 46'ncısı 5-8 Ekim tarihlerinde CNR Expo'da yapıldı. AYSAF'a bu dönemde çok sayıda İtalyan ve Alman firmasının katılması dikkat çekerken, Hollanda'dan Azerbaycan'a, Polonya'ya, Suudi Arabistan'a kadar dünyanın dört bir yanından alıcılar etkinliğe geldi. Fuarın açılışında konuşan TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, ayakkabı sektörünün bu yıl 500 milyon dolarlık ihracat rakamına ulaşacağını belirterek, bunun Ar-Ge ve inovasyon, tasarım ve markalaşmaya yapılan yatırımlardan kaynaklandığını söyledi. 30 bin metrekairelik alanda düzenlenen fuar



bu yılında da Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği (AYSAD), Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TASEV), Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı'nın (KOSGEB) ve T.C. Ekonomi Bakanlığı desteği ile organize edildi.



ÇORAP SEKTÖRÜNDE EĞİTİME DESTEK

Eğitime verdiği desteği hızla sürdüren İHKİB, 20 Eylül tarihinde günü Çorap Sanayicileri Derneği ile Avcılar İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi'nde "Çorap Bölümü"nü kurulmasına ilişkin bir işbirliği protokolü imzaladı. İmzaladığı protokolle Avcılar İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi'nde çorap örme operatörü yetiştirmek için bir bölüm açan İHKİB, böylece daha önce Yenibosna İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi'nde yapılan çalışmanın bir benzerini hayata geçirmiş oldu. Bu bölüme 2011-2012 dönemi için 30 öğrenci alındığını belirten, İHKİB Eğitim Komitesi Başkanı ve İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Ümit Özüren, bu adımla sektörün ihtiyacı olan yetişmiş teknik ara eleman ihtiyacının giderilmesinin amaçlandığını söyledi. Özüren, "Çorap sektörünün kümelendiği bölgelerdeki teknik eğitim almış

ara eleman boşluğunu doldurmak adına ÇSD ile işbirliğine gittik. Bu konuda ÇSD mesleki bilgisini ve yetişen öğrencilerin iş ve staj imkanını sağlayacak. İHKİB de imkanlarını hem okulun altyapı ihtiyaçlarını gidermek, hem de öğrencilerin daha iyi bir şekilde yetişmesi adına kullanacak" dedi. İHKİB olarak hazır giyim sektörünün teknik ara eleman ihtiyacını gidermek için benzeri programları açmaya devam edeceklerini ifade eden Özüren, bu konuda sektör dernekleri ile olan işbirliklerini de sürdürdüklerini dile getirdi.





Messe München
International

www.ispo.com

Tarihi not edin! Bizimle seneye

29 Ocak – 1 Şubat 2012 arasında

gerçekleşecek ISPO da tekrar buluşun.



Agora Turizm ve Ticaret Ltd. Şti., 34371 Şişli-İstanbul
phone (0212) 241 81 71, fax (0212) 241 81 70
info@messe-muenchen.com.tr





2011'İN SONLARI YAKLAŞIRKEN HEDEF ODAKLI SEKTÖREL TİCARET HEYETİ PROGRAMLARINA DEVAM EDEN İHKİB, EYLÜL AYINDA MADRİD'E GERÇEKLEŞTİRDİĞİ SEKTÖREL TİCARET HEYETİ PROGRAMINI PARİS VE LİLLE'YE DÜZENLEDİĞİ ZİYARETLERLE SÜRDÜRDÜ. BİRLİK, TİCARET HEYETİ SONRASINDA FRANSA HAZIR GIYİM SEKTÖRÜNDEN ALDIĞI YÜZDE 6,5'LİK PAYINI KISA VADEDE YÜZDE 10'A, ORTA VADEDE İSE YÜZDE 20'LERE ÇIKARMAYI HEDEFLİYOR.

Let's Talk Fashion" (Şimdi Moda Konuşma Zamanı) sloganıyla yola çıkan hedef odaklı "Sektörel Ticaret Heyeti" programlarına aralıksız devam eden İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), 10-11 Ekim tarihlerinde 27 hazır giyim firmasıyla Paris ve Lille'ye çıkarma yaptı. Ticaret heyeti kapsamında gittiği ülkede ilk defa iki ayrı yerde ikili görüşmeler yapan Birlik, bu sayede programın firmalar için daha verimli geçmesine vesile oldu. İTKİB Yeni Hedef Pazarlar ve Pazarlama Stratejileri Komitesi Başkanı Mustafa Gültepe ve İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri Fatih Yarkin, Birol Sezer, Zeki Kıvanç, Ekoteks Laboratuvarı İcra Kurulu Başkanı ve İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Nilgün Özdemir'in katıldığı heyette yerel ve ulusal çapta isim yapmış firmalar yer aldı. Akın Çorap, Aycem Tekstil, Hürteks, Big Blue, Gürsel Deri, Milmay Tekstil'in aralarında

olduğu 27 firmanın katıldığı ticaret heyetinde hazır giyimciler 250'ye yakın şirketle ikili görüşme yaptı. Bayan giyim (jean, etek, ceket, etek, pantolon, sweat shirt), bayan büyük beden, iç giyim, mayo ve çorap üreticisi firmaların yer aldığı programda her firma ortalama 6-7 firma ile görüşme imkanı yakaladı. Monoprix, Redcats, Kiabi, Armand Thiery ve Auchan gibi Fransa'nın önemli hazır giyim ve perakende zincirleri ile bir araya gelen firmalar, buradan doğan sinerji ile önümüzdeki dönemde ihracatını bir basamak daha yukarı taşımak için önemli bir adım atmış oldu.

Heyet 2012'ye İtalya ile başlayacak

Yapılan görüşmelerde Fransa'daki orta ve üst gelir grubuna hitap eden markalarla





HEDEF FRANSA'DAN YÜZDE 20 PAY ALABİLMEK

Mustafa Gültepe // İTKİB Yeni Hedef Pazarlar Komitesi Başkanı

Yaptığımız görüşmelerde Fransa'daki orta ve üst gelir grubuna hitap eden markalarla bir araya geldik. Bu ticaret heyetiyle daha önceden Türkiye ile çalışmamış ya da çok az oranda iş yapan firmaları hedef aldık ki bu ülkedeki pazar payımızı artırabilelim. Şu anda Fransa hazır giyim sektöründeki payımız yüzde 6,5 kısa vadede bu oranı yüzde 10'a orta vadede ise yüzde 20'lere çıkarmayı hedefliyoruz. Zaten hem kalite hem de hizmet açısından çalışmalarımız bu yönde devam ediyor. Komite olarak 2012 Mart ayında İtalya'ya ticaret heyeti düzenlemeye karar verdik. Bu pazarda biraz daha farklı çalışmalar içine girerek üretim ve tasarıma ağırlık vereceğiz. Bu tür çalışmalar sektör için tohum ekme çalışmaları niteliği taşıyor. Gerçekten gitmediğiniz yer sizin olmuyor. Güney Amerika ve siyasi gerilimin düşmesi halinde Akdeniz Çanağı da ticaret heyeti düzenlemeyi planladığımız bölgeler arasında yer alıyor.



FRANSAYA 110 MİLYON DOLARLIK ÇORAP İHRACATI

Özkan Karaca // Ultra Çorap YK Başkanı

Paris ve Lille görüşmelerinden sonra başta Ekonomiden Sorumlu Devlet Bakanı Zafer Çağlayan ve Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın verdiği destekle, İHKİB'in başlatmış olduğu ticaret heyetlerinin meyvelerini vermeye devam ettiğine bir defa daha tanık olduk. Çorap sektörü olarak İngiltere'ye 250 milyon dolar, Almanya'ya 215 milyon dolar ihracat yaparken, Fransa'ya sadece 110 milyon dolarlık ihracat gerçekleştiriyoruz. Bence hedefe ulaşmanın en kolay ve ucuz yolu olan sektörel ticaret heyet organizasyonlarının kesinlikle devam etmesi gerekiyor. İnanıyorum ki düzenleyenler ve biz katılımcılar deneyim kazandıkça bu programlar daha başarılı geçecektir. Katılımcı firmalar olarak bireysel çalışmalar yaparsak bu ziyaretlerden çok daha mutlu döneriz. Diğer taraftan Fransa gibi ihracat payımızın az olduğu ülkelere kısa bir süre sonra tekrar ticaret heyetlerinin düzenlenmesi gerekiyor. Bu ticaret heyetlerinin sektörel olarak yapılmasının daha başarılı olacağına inanıyorum.



NOKTA VURUŞU YAPIYORUZ

Fatih Yarkin // İHKİB Çorap Meslek Komitesi Başkanı

Ticaret heyetlerinde dar bir dairede görüşmeler oluyor gibi gözüküyor, fakat hedef odaklı olduğu için nokta vuruşu yapılıyor. Ayrıca bu ticaret heyetlerinde sadece yüz yüze görüşmeler yapmakla da kalmıyoruz. Oradaki tekstil dergileri ve görsel basın aracılığıyla moda sektörüne Türkiye'deki tekstil ve konfeksiyon sektörüyle ilgili son gelişmeleri anlatıyoruz. Fransa'da ciddi bir çorap üretimi söz konusu. Avrupa'daki yüksek maliyetlerden dolayı Türkiye'nin bu pazarı daha fazla değerlendirmesi gerekiyor. Fransa'nın Türkiye'den 100 milyon dolarlık çorap ithalatı yapıyor. Bu ithalatın 80 milyon dolarını Fransa'daki iki firma gerçekleştiriyor. Fransa'da bu iki firma gibi daha çok sayıda marka var. Yüzde 14 olan Fransa çorap ithalatının, yüzde 10'unu Türkiye karşılıyor. Amacımız bunu yüzde 20-25'lere çıkarmak. Son dönemde düzenlenen ticaret heyetlerinde Avrupa'ya ağırlık verdik. Çünkü bu pazarlarda var olan ihracat payımızı biraz daha artırarak canlandırma istiyoruz.

larla bir araya gelen hazır giyimciler, üç ayrı grupta ticaret heyetine katıldı. Denim, örme ve çorap alanında ihracat yapan firmaların ikili görüşmeler yaptığı programda İHKİB, daha önceden Türkiye ile çalışmamış ya da çok az oranda iş yapan firmaları hedef aldı. Bu strateji ile sektörün ülkedeki pazar payını artırmayı isteyen Birlik, ticaret heyeti sonrasında Fransa hazır giyiminde yüzde 6,5 olan payını, kısa vadede yüzde 10'a orta vadede ise

yüzde 20'lere çıkarmayı hedefliyor. 2012 Mart ayında İtalya'ya ticaret heyeti düzenlemeye karar veren İTKİB Yeni Hedef Pazarlar ve Pazarlama Stratejileri Komitesi, bu pazarda biraz daha farklı çalışmalar içine girecek. İtalya'ya üst gruba hitap eden firmalarla gitmeye hazırlanan Komite, bu heyette de üretim ve tasarıma ağırlık verecek. Komite, 2012'deki yolculuğuna İtalya'dan sonra beş ülke ile devam edecek. ❖



TEKSTİLİN LİDERLERİ BİR ARADA



“TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İHRACATÇI BİRLİKLERİ SEKTÖR KURULU TOPLANTISI” 12 EKİM’DE İSTANBUL’DA DÜZENLENDİ. TÜRKİYE ÇAPINDA TEKSTİL İHRACATÇI BİRLİKLERİNİN TEMSİLCİLERİNİ BİR ARAYA GETİREN TOPLANTIDA İTHALATTAKİ KORUNMA ÖNLEMLERİNE İLİŞKİN GÖRÜŞ ALIŞVERİŞİNDE BULUNULDU.



Türkiye’deki tekstil ihracatçı birliklerinin başkan ve yönetim kurulu üyelerini bir araya getiren ve geçen yıllar içinde geleneksel bir kimliğe bürünen “Ortak Sektör Kurulu Toplantısı” 12 Ekim’de İTHİB’in ev sahipliğinde Kaşbeyaz Restoran’da gerçekleşti. İTHİB Başkanı İsmail Gülle, İTHİB Başkan Yardımcısı Şerafettin Demir, Uludağ Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Başkanı İbrahim Burkay, Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Başkanı Zeki Kivanç, Ege Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Başkanı Sabri Ünlütürk’ün de yer aldığı toplantıya İTHİB Yönetim Kurulu ve sektör kurulu üyeleri de katıldı. Dünya pamuk piyasalarında yaşanan gelişmelerin değerlendirildiği toplantıda İTHİB Başkanı İsmail Gülle, Akdeniz ve Ege bölgesinde hasat öncesinde yaşanan aşırı yağışın pamuğa zarar verdiğini belirterek, ürünün kalitesinin düştüğünü söyledi. Pamukta mikta-

rın azalmasıyla birlikte fiyatların da yeniden tırmanışa geçeceğini belirten Gülle, bu nedenle sektörü zor günlerin beklediğini dile getirdi. Tekstil ve konfeksiyon ürünlerinde korunma önlemlerine ilişkin 15 Eylül 2011’de Resmi Gazete’de yayımlanan “İthalat Rejimi Kararına Ek Karar” ile ilgili bilgiler verildiği toplantıda Brezilya’nın viskon ipliğe açmış olduğu dumping soruşturması da görüşülen konular arasındaydı. Dahilde İşleme Rejimi’yle (DİR) ilgili konuların da masaya yatırıldığı sektörel buluşmada, konfeksiyon yan sanayi firmalarının DİR kapsamında direkt ihracat yapabilmesi için neler yapılabileceği tartışıldı.

Hedeflere ulaşmak için eylem planı hazır

Türkiye’nin önemli tekstil üreticisi ve ihracatçısı olmasını pamuk gibi temel hammaddelerin üretiminde önemli bir kapasiteye sahip olmasına bağlayan Gülle, “Türkiye’nin halen 480 bin tonluk pamuk üre-



timi var ve diğer tekstil elyaflarında da gelişen üretim kapasitesine sahip. Her ne kadar temel hammaddelerin üretimi şu anda sanayinin ihtiyaçlarını karşılamada yetersiz kalsa da bu hammaddelerde altyapının mevcut olması tekstil sanayinin gelişmesi aşamasında itici güç oldu” dedi. 2023’e yönelik ihracat stratejisi çerçevesinde, tekstil sektöründe ihracat hedefinin 20 milyar dolar olduğunu söyleyen Gülle, “2010 yılın-

da 6,5 milyar dolarlık ihracat gerçekleştiren ve 2011 yılı sonunda 8 milyara yakın ihracat hacmine ulaşması beklenen sektörümüzün bu hedefi yakalaması, hatta geçmesi bekleniyor” dedi. 2023 yılı ihracat stratejisinde tekstilin temel hedeflerinden birinin de, yenilikçi ürünlere yönelmek olduğunu ifade eden Gülle, sektörün teknik tekstillere dayalı üretim kapasitesinin geliştirilmesi gerektiğini belirtti. ❖

İpliğin gücü, kumaşın büyüü...

%100 Cotton melange
Cotton polyester melange
Polyviscose melange
Viscose / viscose melange
Muline (Cotton polyester melange)
Compact melange
Cotton viscose melange
With flam melange



 **orteks®**

Orteks Tekstil Ürünleri San. ve Tic. A.Ş.

Merkez ofis: TurgutReis Mah. Barbaros Cad. Tekstilkent Tic. Merk. A21 Blok No: 23 Esenler - İstanbul Tel: 0 212 438 16 01-02 Faks: 0 212 438 20 96

Fabrika: Organize Sanayi Bölgesi Bor Yolu 7. Km Niğde Tel: 0 388 225 00 91

www.ortekstekstil.com

Barkod Her Yerde ! ! !

BARKOD ETİKETLER UYGULAMA ALANLARI



Yıkama Talimatları



Perakende



Sallama Etiketler



Dış Uygulamalar



Hareketli Bant



Laboratuar



Hayvancılık



Kozmetik



Kimya sektörü



İşaretleme & logo



Medikal



Tanımlama Etiketleri



Gıda



Esnek Ambalaj



Nakliye



İlaç üretimi



Sıcak Gıda Ambalaj



Soğuk Gıda Ambalaj



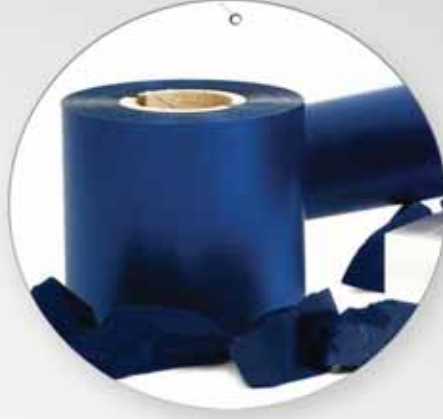
Otomotiv



Stoklu Ürünler

M.Nesih Özmen Mh. Fatih Cd. Zakkum Sk. No: 10 / 3 (Çeşme Durağı) PK 34173 Merter / İstanbul

Tel : +90 212 637 25 30 Faks : +90 212 637 88 25 - barkod@akbarkod.com



AKBARKOD[®]

Etiket Sanayi ve Ticaret. Ltd. Şti.

- İ Etiketlik Kumaşlar
- İ Sticker'lar
- İ Okuyucular

- İ Termal Transfer Ribonlar
- İ Karton Etiketler
- İ Teknik Servis

- İ Barkod Yazıcılar
- İ El Terminalleri
- İ Baskı Malzemeleri



Ali AĞAOĞLU
Vatan Gazetesi Yazarı

KURLARDA "SEPET" SEVİYESİ ÖNEMLİ OLACAK

Özellikle tekstil ve konfeksiyon ihracatçıları bundan böyle şirketlerin kendi pozisyonları için bile olsa sadece dolar/TL veya avro/TL kurlarına bakmaları doğru olmayacak. Kendi kur riskleri ne olursa olsun "sepeti" takip etmek gerekecek! Zira Merkez Bankası buna bakıyor ya da bu algıyı yaratmış durumda.



Merkez Bankası hızlı büyüyen Türk ekonomisinin yumuşak karnı olarak algılanmaya başlanan "cari açık sorununu" çözmek değilse bile hafifletmek için Kasım 2010'da bankaların zorunlu karşılıklarını arttırmakla başlayan bir dizi önlem aldı. Hükümetin de bankaların verdiği kredilerdeki büyümeyi yüzde 25 ile zımni olarak sınırlamasıyla devam eden önlemler piyasalarda farklı yansımalar buldu. Zorunlu karşılık artışlarına kadar TL fonlama konusunda başabaş durumda olan bankacılık sistemi, bundan kaynaklanan fonlama ihtiyacını repo yoluyla Merkez Bankası'ndan karşılama cihetine gitti.

Merkez Bankası'nın da istediği bir anlamda buydu: Bankacılık sistemini, kendine "bağımlı hale" getirerek politika faizlerini etkin kılmaktı. Beraberinde "kontrollü gerginlik" politikasıyla da kurların yükselmesinin yolu açılmış oldu. Kademeli olarak bu amacına da ulaştı denebilir. Kasım 2010'da 1,41 seviyelerinde olan dolar/TL kurları; önce Ocak 2011'de 1,62 seviyesine, ardından da Nisan ortasındaki 1,50 seviyesinden son günlerdeki 1,87'li seviyelere kadar yükseldi.

TL hızla değer kaybetti

Aynı dönemlerde "1 dolar + 1 avrodan" oluşan sepet 3,35 seviyesinden 3,86'ya yükselirken, Nisan'daki ikinci turda da 3,66'lardan bugünlerdeki 4,45 seviyelerine kadar gelindi. Ya da bir başka deyişle TL değer kaybetti! Kurlardaki son dönemdeki gerginliğin artışında Temmuz-Ağustos aylarında, yılbaşından bu yana izlenen "ekonomiyi soğutma" politikasından, "küresel krizden etkilenmemek adına gerekirse piyasalara likidite vermekten çekinmeyiz" tarzı genişlemeci politikaya geçilmesinin payı oldukça fazlaydı. Zira son dönemdeki politika, neredeyse yılbaşındaki politikaya 180 derece zitti. Önce kafası karışan yabancılar, ardından faizler düştü-



ğü için TL'den çıkanların portföy değişimlerine bir de cari açık endişeleri eklenince, hem kur seviyesi, hem de kurların oynaklığı arttı. Özellikle şirket sahip ve idarecileri için yönetilmesi adeta bir "sanat" haline geldi!

Merkez'den doğrudan müdahale

Hal böyle olunca "kontrollü gerginlik" politikasını terk etmeye karar veren Merkez Bankası Ekim ayında 1,90 seviyesine yükselen dolar/TL kurlarına "müdahale" etmeye karar verdi. Her ne kadar bunun adı müdahale olmasada önce "miktar müdahalesi" denildi. 1,35 milyar dolarlık ihaleler açıklandı, piyasaya "ben buradayım gerekirse satarım" mesajı verildi. Ancak doğrudan satım ihalelerinin hiçbirinde açıklanan büyük rakamlarda satış yapılmadı. Satış rakamları mümkün olduğunca düşük tutuldu. İlk başlarda etkili olan bu yöntem kısa bir süre etkisini kaybedince, Merkez Bankası Haziran 2006'dan bu yana döviz piyasalarına ilk kez "doğrudan müdahale" etti. 'Miktar müdahaleleri' adını verdiğim 'pasif müdahale' tarzından ilk kez aktif 'fiyat müdahalesi' tarzına bir geçiş oldu. Yüksek miktar açıklayarak piyasaları "korkutma" yöntemi bir süre sonra 'kanıksanınca' fiyat müdahaleleri kaçınılmaz oldu. İlk müdahalede "sepet" 4,4560'lara kadar çıkmışken, müdahale ile 4,40 seviyelerine indirildi. Bu müdahale sonrasında piyasalara "MB için

4,40 sepet seviyesi" önemli mesajı verildi. Miktar müdahalelerine de bu seviyelerden başlanmış olması bu "algıyı" güçlendirecektir.

Sepet nereye kadar çıkar?

Böylesi müdahaleler, adeta piyasa katılımcılarını "kaşıyor"! Bir kez o seviyeden müdahale geldi mi piyasa katılımcıları mutlaka o seviyeyi yeniden test etmeye çalışıyorlar. Nitekim Ekim ayındaki iki zirve bu test idi.

İşe yarayacak mı? Korkarım yaramayacak! Daha doğrusu Merkez Bankası altına girdiği taahhüdü yerine getirebilmek için hayli zorlanacak!

Peki şirketler ve özellikle de tekstil ve konfeksiyon ihracatçıları bu durumda ne yapacaklar? Bundan böyle şirketlerin kendi pozisyonları için bile olsa sadece dolar/TL veya avro/TL kurlarına bakmaları doğru olmayacak. Kendi kur riskleri ne olursa olsun "sepeti" takip etmek gerekecek! Zira Merkez Bankası buna bakıyor ya da bu algıyı yaratmış durumda.

Peki, sepet nereye kadar çıkar ya da çıkabilir? Teknik olarak Merkez'in müsaade ettiği yere kadar denebilir. Her ne kadar döviz alacak TL'nin kaynağı yine MB olduğundan bu sav doğru olsa bile bu yeterli bir cevap değil.

Grafiğe bakıldığında sepet zirve seviyelerine yakın. MB'nin müdahalelerinin kısmen başarılı olduğu bir durumda sepetin 4,58-4,60 (yarım bazda takip edenler için 2,30) seviyelerine kadar çıkması ihtimali var.

Kur riskini hedge edin

Bu seviyelere çıkılması hem piyasadaki gerilimi, hem de MB'nin müdahale dozunu arttıracaktır. Zira kurların artışı birçok dengeyi zorlayacaktır. Buna çok da fazla izin vermek istemeyen MB, yeni araçları devreye sokarak ya 'döviz alacak TL'yi azaltacak' ya da fazi konusunda 'yeni bir söylem' geliştirecektir. Yöntem ne olursa olsun kurların çok da uç noktalara gitmesine ya da merkezin çaresiz kaldığına dair bir algı oluşmasına engel olunacaktır. Aslında böylesi bir noktaya gelinmeden özellikle ihracatçıların, ihracat bedellerinin bir kısmını forward, opsiyon ya da VOB'u kullanarak hedge etmeleri yerinde olacaktır. En azından kendilerince uygun olacak bir bölümünü.

Sepeti izlerken paritedeki hareketleri de yakından izlemekte fayda var. Benim beklentim yakın vadede avro/dolar paritesinde 1,4010-1,4070 bandının avro için tepe noktalarından birini teşkil etmesi. Sonrasında avronun 1,30 seviyesinin bile altına inildiği bir döneme dahi şahit olma ihtimalinin göz ardı edilmemesi yerinde olacaktır. AB bölgesindeki borç krizinde gelen son nokta meselenin artık en kısa zamanda çözümlenmesini gerektiriyor. Bu nedenle önümüzdeki dönemde piyasaları her zamankinden daha fazla yakından izlemekte, uç noktalara gelindiğinde kur risklerinin bir kısmının hedge edilmesinde sonsuz fayda olduğu kanısındayım. ❖

TEKSTİL VE AKSESUAR FUARI İSTANBUL'DA



Eksik halka tamamlandı

İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi de, Texbridge ile hazır giyim zincirinde yaklaşık 10 yıldır eksikliğini yaşadıkları bir halkanın tamamlanmış olduğunu belirtti. İHKİB olarak sektörün ilerleyebilmesi için çalışmalarını ifade eden Tanrıverdi, "Bizim açımızdan olmaması gereken, istemediğimiz bir ek vergi uygulaması hayata geçti. Cari fazla veren, yüz binlerce insana istihdam sağlayan hazır giyim sektörü olarak bu karardan son derece olumsuz etkilendi" dedi. Tanrıverdi, başarının korumacılıkla değil, pazar gerçeklerine göre hareket etmekten geçtiğini söyledi.

TİM Başkan Yardımcısı Ahmet Akbalık ise, moda merkezi haline dönüşen İstanbul'un, bu fuar sayesinde yeni bir sinerji yakaladığını söyledi. "Fuarın en büyük özelliği tekstil ve hazır giyim bir arada olması" şeklinde konuşan Akbalık, artık dünyada tekstil ve konfeksiyonun birlikte düşünüldüğü fuar konseptlerinin ilgi çektiğini söyledi.

İstanbul'un doğu ve batı arasında bir köprü olması konseptinden yola çıkarak oluşturulan kumaş ve tekstil aksesuarları fuarı "Texbridge İstanbul" on yıl aradan sonra yeniden organize edildi. 13-15 Ekim 2011 tarihleri arasında CNR Expo'da düzenlenen Texbridge İstanbul'a, UTİB, İHKİB,

TGSD, DENİB, LASİAD, MESİAD, OTİAD ve ÖRSAD gibi tekstil ve hazır giyim sektörünü temsil eden çeşitli kuruluşlar destek verdi. Açılışı yapan TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, "Türkiye, bu fuarlarla Ortadoğu, Afrika, Rusya ve Asya pazarında çok önemli bir destinasyon haline gelecek. 2023 hedefle-

rimizde tekstil ve hazır giyim sektörü bizim en büyük kozumuz olacak" şeklinde konuştu. Büyükekşi, tekstil ve hazır giyim ihracatın gözbebeği olduğunu ifade ederek, "Katma değeri yüksek ürünler üreten bu sektörler ile 2008'de gerçekleştirilen 132 milyar dolar ihracatı bu sene aşacağız" dedi.

PERAKENDECİLERİN BÜYÜK BULUŞMASI

Türkiye'den ve dünyadan uzman konuşmacıların son trendleri, yeni uygulamaları ve perakende dünyasının en yeni boyutlarını geniş bir yelpazede gündeme getirdiği Perakende Günleri 2011, 19-20 Ekim tarihleri arasında Lütfi Kırdar Kongre Merkezi'nde düzenlendi. Perakendenin yanı sıra pazarlama, marka, tasarım, iletişim ve ekonomi gibi konuları içeren Perakende Günleri 2011 çatısı altında, Uluslararası İstanbul Perakende Konferansı, İstanbul Perakende Fuarı ve Perakende Güneşi Ödülleri töreni gerçekleştirildi. Sosyal Danışmanlık tarafından 2001 yılından beri düzenle-

nen Perakende Günleri'ne bu yıl 3 bin 300 kişi ve kuruluş katıldı. Katılımcıların büyük ilgi ve beğeni ile izlediği "Roller Değişiyor" oturumunda AVM yatırımcısı kimliğiyle Esse YK Başkanı Semih Şeftali ve Mavi Genel Müdürü Cüneyt Yavuz, perakendeci kimliğiyle ise AVM MFI Partners YK Başkanı Aydın Yurdum ve Ece Türkiye Proje Yönetimi Genel Müdür Yardımcısı Nuri Şapkacı rollerini değiştirerek en çok tartışılan konularda "empati" yaptı. Rollerini değiştiren sektör temsilcileri, dövize endeksli kiralar, ortak gider harcamaları, farklı kira uygulamaları gibi tartışılmalı konuları esprili bir dille masaya yatırdı.

"Perakende'ye Katkı Ödülü" Büyükekşi'nin

Perakende sektörünün en prestijli ödülü olarak kabul edilen Perakende Güneşi Ödülleri de düzenlenen törenle sahiplerini buldu. Bu yıl 11'incisi düzenlenen ve jüri üyelerinin yaptığı oylama sonucu sektörün gelişimine hizmet eden lider isimlere verilen Perakende Güneşi Ödülleri 11 ayrı kategoride dağıtıldı. Derimod Yönetim Kurulu Başkanı Ümit Zaim, "Yaşam Boyu Başarı Ödülü"ne layık görülürken, Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı Mehmet Büyükekşi ise, "Perakendeye Katkı Ödülü"nü sahibi oldu.



Tüm dünyada
tek karteladan ortak
renk servisi

Verimlilik arttırma
ve dikiş çözümleri
destek programları

Çalışan hakları
ve sağlığına
üstün duyarlılık

Sonsuz sayıda
özel renk
reçetesi

6 kıtada, 67 ülkede,
73 üretim tesisinden
global standartlarda
ürün kalitesi

Güçlü
satış
ekibi

Dikiş ipliğinde
sınırsız ürün
çeşitliliği

Uzman
teknik destek

Global hizmet,
güvenilir
tedarik zinciri

Çevre koruma ve
kaynak tasarrufu
bilinci ile üretim

Her iplik cinsinde
en kısa üretim
terminleri

250 Yıllık Deneyimin Gücü



Size Yakışır...



AYAKKABININ NABZI MICAM'DA ATIYOR



TASARIMIN KALBI İTALYA'DA 1969 YILINDAN BU YANA DÜZENLENEN "MICAM SHOEVENT FUARI" AYAKKABI FİRMALARINI 2012 İLKBAHAR-YAZ KOLEKSİYONLARI İLE DÜNYA MODA SAHNESİNE TAŞIDI. İTKİB ÖNDERLİĞİNDE FUARA KATILAN VE TÜRKİYE AYAKKABI SEKTÖRÜNÜ TEMSİL EDEN 15 FİRMA, BU KANAL SAYESİNDE DÜNYA PAZARLARIYLA BULUŞTU.

Dünyaca ünlü ayakkabı markalarının buluşma noktası olan Micam Shoevent'in bu yılki ikinci dönemi 18-21 Eylül tarihleri arasında yapıldı. "Micam Shoevent" fuarında dünyanın değişik yerlerinden alıcılarla ile bir araya gelen ayakkabı firmaları, 2012 ilkbahar / Yaz koleksiyonlarını görücüye çıkarırken, fuara katılan 15 Türk firması kurdukları iş bağlantıları ile fuardan mutlu döndü. İDMİB Başkanı Lemi Tolunay'ın firmaları yalnız bırakmadığı fuara İDMİB Yönetim Kurulu Üyeleri Ferzat Erdebil ve Hüseyin Çetin de katıldı. İtalya Ayakkabı Üreticileri Birliği (ANCI) tarafından organize edilen ve İTKİB'in 2005 yılından beri Türkiye milli katılımını gerçekleştirdiği Micam Fuarı, sekiz bölümde

ziyaretçilerle buluştu. Deri sektörünün Milano çıkarmasında en çok konuşulan ise, son dönemlerde birçok marka ve firmanın satışa çıktığı İtalya'da değerinin neredeyse 8'de birine satılan markaların Türkler için fırsat kapılarını aralamasıydı. Fuar, firmaların renkli şovlarına da sahne oldu. 582'si yabancı olmak üzere toplamda 1.595 firma ürünlerini ziyaretçilerin beğenisine sundu. Aralarında AB Ayakkabı, Can Ayakkabı Poletto, Sebata Ayakkabı ve Molyer Ayakkabı gibi Türkiye'den firmalar 386 metre-karelik alanda ürünlerini sergiledi. Dört gün boyunca ayakkabı sektörünün şovuna ev sahipliği yapan moda festivalini, 20 bin 967'si yabancı, 21 bin 418'i de İtalyan olmak üzere toplam 42 bin 389 kişi ziyaret etti.

İtalya dericiler için yeni fırsatlar ülkesi

Micam Fuarı'nda firmaları yalnız bırakmayan İDMİB Başkanı Lemi Tolunay, etkinliğin dünyanın en büyük ayakkabı şovu olduğu için bu dönemde de hak ettiği ilgiyi gördüğünü söyledi. Sektör olarak kalite ve tasarım anlamında İtalya ile yarışabilecek seviyede olduklarını söyleyen Tolunay, "Bizim kalite anlamında değil, sadece tanıttıktan ve geçmişte yapılmış ticari hatalardan kaynaklanan bir takım dezavantajlarımız söz konusu. Bu noktadan sonra artık bunların üzerine giderek iyileştirmeler yapmaya devam edeceğiz" dedi. Zaman içerisinde Türkiye ile İtalya arasında ayakkabı sektörü ile ilgili sinerjik bir işbirliğine gidilebileceğine dikkat çeken

Tolunay, "İtalyanların dizayn konusunda büyük bir yetenekleri var. Bu konuda İtalya'nın tahtını zorlamak gibi bir durum söz konusu değil. Ancak sinerjik bir işbirliği olabilir. Biz kaliteli derilerimizi İtalyanlara sunarız, İtalyanlar da bunların içinden beğendiklerini seçerek tasarımını yapar, biz de üretimini yapabiliriz" diye konuştu. İtalya'da zarara düşmüş veya yeni neslin sürdürmek istemediği deri ve ayakkabı firmalarının olduğunu belirten Tolunay, "Kriz bu fırsatları artırıyor, fakat bunun için ortak satın alma platformları, konsorsiyumlar gerekiyor" dedi. İtalya'daki ekonomik krizin Türk firmalarına fırsat yarattığını belirten Tolunay, firmaları ülkede marka ve firma satın almaya davet etti. ❖

ETİKETLERİMİZLE MARKANIZA DEĞER KATIN

RENKLİ RULO ETİKET YAZICILAR

- ETİKETLERİNİZE İSTEDİĞİNİZ RENĞİ UYGULAYARAK STİLİNİZİ YANSITIN!

RENKLİ YIKAMA TALİMATLARI

- YIKAMA TALİMATLARINIZ FARKLI OLSUN, MARKANIZ FARK EDİLSİN!



- YÜKSEK KALİTEDE ÖZEL ÜRETİM
- İSİYA DAYANIKLI
- TAŞ YIKAMAYA DAYANIKLI



LÜTFEN OKUTUNUZ!

RENKLİ RİBONLAR

- ETİKETLERİNİZE İSTEDİĞİNİZ RENĞİ UYGULAYARAK STİLİNİZİ YANSITIN!



- ETİKET VE YIKAMA TALİMATI İÇİN UYGUN



- 4800 DPI ÇÖZÜNÜRLÜK
- 114 MM/SN HIZ
- ÖZEL TASARIM PROGRAMI



AVEG DİŞ. TİCARET. TEKSTİL. LTD. ŞTİ.
Mete Sok. No:59/1C 34173 Marmer / İstanbul
Tel:+90 (212) 539 28 88 Faks:+90 (212) 566 35 77
www.barkodturk.com barkod@barkodturk.com

barKod TURK

DERİCİLERİN MOSKOVA ŞOVU

İTKİB, AYAKKABI, ÇANTA VE AKSESUAR ALANINDA RUSYA VE KUZEY AVRUPA'NIN EN ÖNEMLİ FUARI MOSSHOES'A İLK KEZ MİLLİ KATILIM GERÇEKLEŞTİRDİ. MOSKOVA'DAKİ FUAR İLE SEKTÖR, GEÇEN YILLARDA BİR TIKANIKLIĞA GİREN RUSYA PAZARINA İHRACATINI ARTIRMAK İÇİN ÖNEMLİ BİR ADIM ATMIŞ OLDU.



IDMİB YK Üyesi Ferzat Erdebil, fuara ilk defa milli katılım gerçekleştirilmesine rağmen firmaların önemli iş bağlantıları etkinliktan ayrıldığına dikkat çekti



İslam Şeker başkanlığındaki TASD, fuar sonrasında ayakkabıcıları verdiği yemekte bir araya getirdi

Ayakkabı sektörü ihracat payını artıracak yeni girişimlere imza atıyor. Tasarımlardaki farklılaşmayla küresel pazarlarda etkinliğini her geçen gün artıran ayakkabı sektörü, Mosshoes Fuarı'na katılarak Rusya'daki gücünü pekiştirme yolunda önemli bir adım attı. Ayakkabı, çanta ve aksesuar alanında Rusya ve Kuzey Avrupa'nın en önemli fuarı Mosshoes'a katılma kararı alan İTKİB, vakit kaybetmeden bu fuardaki yerini aldı. Son olarak geçtiğimiz Mart ayında kapılarını açan fuara info stand ile katılarak keşfe çıkan İTKİB, 26-29 Eylül 2011 tarihleri arasında 49'uncusu düzenlenen fuara ilk kez milli katılım gerçekleştirdi. Ayakkabı sektörünün yoğun ilgi gösterdiği etkinlik, ayakkabı, çanta ve aksesuar alanında Rusya ve Kuzey Avrupa'nın en önemli firmalarının aynı çatı altında topladı.

IDMİB Yönetim Kurulu Üyeleri Hüseyin Çetin, Ferzat Erdebil ve İslam Şeker'in de firmaları yalnız bırakmadığı etkinliğe Türkiye'den aralarında Ferudun Kundura, Sertaç Delibaş, Erdo Ayakkabı ve AB Ayakkabı'nın olduğu 9 firma katıldı. Moskova'daki Crocus Expo'da gerçekleştirilen Mosshoes'a İTKİB patronajında yapılan katılımla deri sektörü için vazgeçilmez olan bölgede Türkiye ayakkabı sektörünün etkinliğini daha da artırması için bir adım daha atılmış oldu.

Fuar yılda dört kez yapılıyor

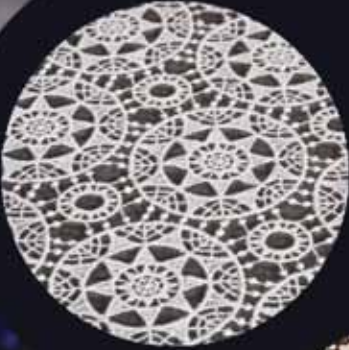
24 yıldan bu yana dünya çapında birçok firmayı aynı çatı altında buluşturan Mosshoes yılda dört kez gerçekleştiriliyor. Önümüzdeki yıl 50'ncisi düzenlenecek

Mosshoes Fuarı'na bu dönemde Rusya, İspanya, Almanya, İtalya, Fransa, İngiltere, Avusturya, İsrail, Yunanistan, Brezilya ve Türkiye'nin aralarında olduğu 27 ülkeden toplam 469 firma katıldı. Bu dönemde 13 bin ziyaretçi ağırlayan fuarda sergilenen ürün grupları arasında ise erkek, bayan ve çocuk ayakkabı, çanta, eldiven, kemer, deri mamulleri, ayakkabı bakım ürünleri ve ayakkabı aksesuarları yer aldı. Fuara hem firması Ferudun Kundura'yı hem de IDMİB'i temsilen katılan IDMİB Yönetim Kurulu Üyesi Ferzat Erdebil, Mosshoes'un gerek Rusya, gerekse de dünya deri endüstrisinin en önemli organizasyonu olduğuna dikkat çekti. Fuarı moda trendine uygun sunumların gerçekleştiği bir ortam olarak yorumlayan Erdebil, etkinliğin seri üretim yapanlar için değil, moda ağırlıklı çalışan firmaların ürünlerini sergilemeleri için uygun bir platform olduğunu belirtti.

Türkiye'nin IDMİB önderliğinde fuara ilk kez milli katılım gerçekleştirdiğini dile getiren Erdebil, 2012 ilkbahar-yaz ayakkabı, çanta ve aksesuar modellerinin sergilendiği Mosshoes Fuarı'nda firma olarak alıcıların yoğun ilgisi ile karşılaştıklarını ifade ederek, "Bu fuara ilk defa milli katılım gerçekleştirmemize rağmen önemli iş bağlantıları buradan ayrıldı. Fuara gelen müşterilerin ilgisine bakarak bir değerlendirme yaptığımızda Kuzey Avrupa ülkeleri Türkiye'ye Çin ya da Uzakdoğu ülkeleri gibi görmüyorlar. Bu anlamda herhangi bir imaj sorunu yaşadığımızı düşünmüyorum. Zaten ziyaretçiler fuar boyunca ürünlerimizi çok kaliteli bulduklarını açık gönüllülikle dile getirdi" dedi. ❖

Broche® brode

Estar Tekstil 1995 yılından beri, iç giyim, dış giyim, gelinlik ve ev tekstili alanlarında BROCHE markası adı altında brode ve gipür üretimiyle ilgili hizmet vermektedir. Estar Tekstil, üretim yaptığı alanlarda, tasarım ekibinin yeni trendleri takip ederek hazırladığı koleksiyonlarla, yurt içi ve yurt dışı fuarlara da katılmaktadır.



Estar Tekstil Nakış Sanayi Ticaret Ltd. Şti.

MERKEZ

Turgut Reis Mah. Tekstilkent Koza Plaza B Blok
Kat: 3 No:11 Esenler / İSTANBUL - Türkiye
Tel. :+90.212. 438 02 42 (Pbx)
Faks:+90.212. 438 02 48

FABRIKA

Gebze Plastikçiler Organize San. Bölgesi 6. Cd.
61.Sk. Gebze - Kocaeli - Türkiye
Tel. :+90.262. 751 33 75/4 Hat
Faks:+90.262. 751 33 74

info@broche.com.tr
www.broche.com.tr

TÜRKİYE'DEN ITMA'YA REKOR KATILIM



BARCELONA'DA 22-29 EYLÜL TARİHLERİNDE DÜZENLENEN ULUSLARARASI TEKSTİL MAKİNALARI FUARI'NA (ITMA) BU YIL TÜRKİYE'DEN REKOR DÜZEYDE KATILIM GERÇEKLEŞTİ. 45 ÜLKEDEN 1.300 ÜRETİCİ FİRMANIN SON TEKNOLOJİ ÜRÜNLERİNİ SERGİLEDİĞİ ETKİNLİKTE TÜRKİYE BU KEZ 92 FİRMAYLA YER ALDI.

Tam elli senedir, 1951'den bu yana her dört yılda bir Avrupa'nın farklı bir şehirlerinde düzenlenen Uluslararası Tekstil Makineleri Fuarı'nın (ITMA) 16'ncısı, 22-29 Ekim tarihleri arasında İspanya'nın Barcelona kentinde gerçekleşti. Dünyanın en önemli tekstil makineleri fuarı olarak bilinen ITMA'ya bu yıl 45 ülkeden 1.300 üretici firma katılırken, geçmişte en fazla 10-15 kadar firmayla boy gösteren Türkiye, bu kez 92 firmayla yerini aldı. Ağırlıklı olarak İtalyanların stantlarıyla yer aldığı fuarın yüzde 70'ini Avrupa'dan katılımcı firmalar oluşturdu. CEMATEX (Avrupa Tekstil Makine Üreticileri Birliği) tarafından düzenlenen fuarın, 8 gün boyunca 138 ülkeden yaklaşık 100 bin kişi ziyaret etti. Ağırlıklı olarak İspanya dışından ziyaretçilerin ilgi gösterdiği fuar, katılımcıların geniş bir alıcı kitlesi ile buluş-

turdu. Bu yılında da Türkiye tekstil sanayindeki çok sayıda firmasının gelip yakından ilgilendiği fuar, Türkiye'nin tekstil makinelerinde yeni bir atılım yaptığının sonucu olarak değerlendirildi. Fuar, aralarında Garanti İplik, Kale İplik, Proteks, Aldemir Makine, Ataç Makine, Köseoğlu Tekstil, Canlar Makine, Demsan gibi firmaların olduğu 92 kuruluş katıldı. Türkiye'den 3 binin üzerinde sektör temsilcisinin katıldığı ITMA'ya gününbirlik giden sanayiciler de oldu. Türkiye, Brezilya'nın ardından fuara en fazla ziyaretçi gönderen ikinci ülke oldu.

İTO'dan firmalara destek
İstanbul Ticaret Odası adına fuara Meclis Başkanı İbrahim Çağlar, YK Üyeleri Abdullah Çınar, Hasan Demir, Muhammet Yenel, İsrail Kuralay, Mehmet Develioğlu gibi isimler katıldı. Türk sanayicisi-

nin yeni yatırım planlarıyla fuarda olmasını sevindirici bulduğunu belirten İbrahim Çağlar, "ITMA, tekstil makineleri alanında dünyanın en büyük fuarlarından. Ülkemiz insanının yapacağı yatırımlarla bu fuardan olumlu sonuçlar alacağız. Ülkemizde makine sanayi gelişiyor. Geldiğimiz nokta bizim bu alanda da ne kadar iler-

lediğimizi gösteriyor" dedi. İTO ve Meslek Komitesi üyeleri, sivil toplum kuruluşları temsilcileri ve akademisyenlerin de yer aldığı geniş bir heyet ITMA'da Türk firmalarını yalnız bırakmadı. Türkiye'den katılımcılar, sektörün önde gelen firmaları ile iş görüşmelerini İTO'nun kurduğu özel bir salonda gerçekleştirdi.



İspanya'nın Barcelona kentinde gerçekleştirilen ITMA 2011 Fuarı'na katılan Türk firmaları, global sektörün önde gelen firmaları ile buluştu



Ekoteks İcra Kurulu Başkanı ve İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Nilgün Özdemir'in de yer aldığı fuarda, Ekoteks'in yeni yatırımları için makine parkurları incelendi.

İTO aynı zamanda fuarda Türkiye bilgi standı açarak, ziyaretçilere Türkiye'yi tanıttı.

İstanbul ITMA'ya ev sahipliği yapmaya aday

Dünyanın en büyük inovatif tekstil makineleri fuarı olan ITMA, bu yönüyle binlerce firmanın ürünlerini ve üretim biçimlerini sergilediği, teknolojik altyapıların görücüye çıktığı bir vitrin görevi görüyor. Daha önce dört kez Milano'da gerçekleştirilen fuar, 2015 yılında yine İtalya'nın Milano kentinde düzenlenecek. İTO YK Üyesi Abdullah Çınar, Türk tekstil makine sanayinin şu

anda 300 milyon dolarlık ihracatı bulunduğunu belirterek, ITMA fuarının da etkisi ile bu rakamı 500 milyon dolara çıkarmayı hedeflediklerini kaydetti. Çınar, sektör olarak hedeflerinden birinin de sektörde ithalat oranını aşağı çekerek ihracatı arttırmak olduğunu belirtti. ITMA'yı Türkiye'ye getirmek için çalışmalar başlattıkları belirten Çınar, fuarın 2015'te Milano'da olacağını ancak 2019 için yerin henüz belli olmadığını hatırlatarak, "Neden Türkiye'de olmasın? Bunun için çalışıyoruz. Beklentimiz fuar alanını yapmak ve ITMA için kendimizi hazırlamak" diye konuştu. ❖



İTMA'DA GÜCÜMÜZ GİDEREK ARTIYOR

Muhammet Yenal
İTO YK Üyesi / İTHİB YK Üyesi

Tekstil makinelerinin yanı sıra bu yıl fuara damgasını vuran bir başka nokta da tekstil sektöründe kimyasalların kullanımı konusu oldu. Sektörün dünya ölçeğinde geldiği aşamayı gözler önüne seren ve yaklaşık 1.400 firmanın katıldığı fuar, gerçekten de olağanüstü bir ilgiyle karşılandı. İTO tarafından kurulan Türkiye bilgi standı aracılığıyla, tüm katılımcıların ülkemiz hakkında bilgilere ulaşması sağlandı. Düzenlenen seminer aracılığıyla da yeni iş olanaklarını değerlendirmek adına önemli adımlar atıldı. Uluslararası piyasalardaki rekabet gücümüzü artırmanın en önemli yolu sektörün bu tür fuarlarda kendisini göstermesinden geçiyor. Kaliteli ürünleri etkin ve hızlı bir şekilde üretebilmek için dünya ile bütünleşmek gerekliliği ortada. Türk tekstil makineleri sektörünün ITMA'daki varlığı, bu amacın ve gerekliliğin yansımasıdır.



SEKTÖR İÇİN İDEAL BİR ÇÖZÜM YERİ

Hadi Köseoğlu
Köseoğlu Tekstil YK Başkanı

İTMA'nın dünya üreticileri için yeniliğe ve gelecek yatırımlara yön verme misyonuna sahip bir fuar organizasyonu olduğunu biliyoruz. Etkinlik sektörün kalitesini yükseltmek adına ve yatırım planlayan yatırımcılar için ideal bir çözüm yeri. Görsel, uygulamalı ve teknik boyutu bilen insanlarla soru cevap şeklinde edinmek istediğiniz bilgilere ulaşmanızda köprü vazifesi gören bir ciddi organizasyon. Bu anlamda İTMA için bir Ar-Ge ve Ür-Ge merkezi diyebiliriz. Firmalarımızın bu fuarda boy göstermesi sektörün geleceği için önemli. Türkiye'nin 2010 yılı makine ihracatı 9,5 milyar dolar, ithalatı 21,5 milyar dolar. Türkiye'nin 2010 yılı tekstil makinesi ihracatı 263 milyon dolar, tekstil makinesi ithalatı ise 1 milyar 164 milyon dolar. Rakamların da gösterdiği üzere, tekstil makineleri konusunda önemli bir atılıma ihtiyaç duyuyoruz.



MAKİNA ÜRETİMİNDE ÖNÜMÜZ AÇIK

Sümer Canavar
Canavar Tekstil YK Başkanı

Fuar, özellikle Türk katılımcı ve ziyaretçi firmalar için son derece olumluydu. Teknolojik anlamda bize hitap eden çok farklı ve yenilikçi ürünler olmamasına rağmen, yeni yatırım yapılabilecek mevcut teknolojilerin geliştirilerek daha seri üretim için tasarlandığını gördük. Sektörde satış hacmini arttıracak ve pazarı hareketlendirecek, yeni pazarlar açmaya yardımcı olacak, ürün çeşitliliğini arttıracak, üretim maliyetlerini minimuma çekerek optimum verim alılabilecek yeni teknoloji ve donanıma sahip makineler son derece dikkat çekiciydi. Bu fuara Türkiye'den gerçekleştirilen ziyaretçi sayısı geçen yıllar içinde gerçekten ciddi oranlarda artış gösterdi. Ayrıca katılımcı firmalara sağlanan destek de gerçekten gurur vericiydi. Tekstil sektörünün şu anki dünya ticaretindeki payına ek olarak makine sektöründe de önümüzün açık olduğu aşkar.



İhracat hukukunda 1 SORU CEVAP

ELMADAĞ HUKUK OFİSİ, DIŞ TİCARET KONUSUNDA DENEYİMLİ ÇOK SAYIDA AVUKATI İLE İHRACATÇILARIN TÜM HUKUKİ SORUNLARINDA YANINDA. **TECRÜBESİYLE SPESİFİK DAVALARDA DA İHRACATÇIYA YARDIMCI OLAN ELMADAĞ HUKUK'UN KURUCU ORTAKLARINDAN CİHAT GÖKDEMİR, EN SIK KARŞILAŞILAN SORUNLARDAN TAHSİLATA İLİŞKİN NELER YAPILABİLECEĞİNİ ANLATIYOR.**

Sayın Cihat Gökdemir, Elmadağ Hukuk Ofisi olarak uluslararası alanda eğitimli uzman kadronuz ile yerli ve yabancı birçok şirketin hukuki danışmanlığını yapıyorsunuz. Sizce dış ticarete ihracatçı firmalarımızın en sık karşılaştığı hukuki sorunlar nelerdir? Ne tür çözümler önerirsiniz?

Yurtdışındaki şirketler ile Türkiyeli firmalarının ticari ilişkilerinde yaşadığı en yaygın sorunların başında "tahsilat" sorunu

gelmektedir. Dış ticarete peşin ödeme, mal mukabili ödeme, vesaik mukabili ödeme, konsinye satış ve akreditif olarak sıralanan başlıca birkaç ödeme yöntemi bulunuyor. Bir ticari ilişkide bu yöntemlerden hangisinin kullanılacağı taraflar arasında anlaşmaya göre belirlenmektedir. Doğal olarak, farklı ülkelerde bulunan şirketler ticaretten oluşabilecek riskleri minimize etmek isterler. Türkiye'de yıllara göre dağılımlardan da anlaşılacağı üzere ihracatçıların çoğu, genelde "mal mukabili ödeme"

yöntemini kullanıyor ki bu biçim en riskli yöntemdir. Yabancı şirketler ile ticari ilişkiye girecek firmalara tavsiyemiz, daha görüşmeler safhasında bir hukukçu refakatinde bulunmaları ve tafsilatlı bir sözleşmeyle muhtemel ihtilafların birçoğunu bertaraf etmeleridir. Söz konusu sözleşmeye hassaten; ticarete konu ürünün özelliklerine dair teknik vasıflar, ödeme şekli ve koşulları yanında alacağın ne şekilde teminat altına alınacağı da dercedilmelidir. Ayrıca ihtilaf vukuunda uygulanacak yargı

sistemi ve yargı merci olarak Türkiye hukukunun ve yargı mercilerinin tayini, ihracatçılarımız açısından avantajlı bir durum sağlayacaktır. Yurtdışı alacaklarının tahsili konusunda ihracatçı şirketlerimiz yardımcı olmak üzere ofisimizin yurtdışındaki birçok hukuk firması ile çalışması bulunuyor. Böylece ihracatçı şirketlerimiz, alacaklarının tahsili konusunda yaşadığı sorunların hallinde kendilerine bilgi sağlamamızın yanı sıra, yurtdışı alacaklarını Türkiye'den takip etme olanağını da bulabiliyorlar.



MAKEDONYA

ARNAVUTLUK

YUNANİSTAN

Yunanistan
Arnavutluk ve
Makedonya'ya
Komple ve Gurupaj
Lojistik Servis



SERAY®

ULUSLARARASI TAŞIMACILIK
İNŞAAT TİCARET LTD. ŞTİ.



BALKANLARA AÇILAN LOJİSTİK KAPINIZ

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

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

info@seraytrans.com

www.seraytrans.com

CPI RÜŞTÜNÜ İSPATLADI

22-24 EYLÜL
TARİHLERİNDE CNR
EXPO'DA ÜÇÜNCÜSÜ
GERÇEKLEŞTİRİLEN,
COLLECTION PREMIERE
İSTANBUL (cpi), ÇOK
SAYIDA YERLİ VE
YABANCI FİRMA, ALIM
HEYETİ VE BASIN
MENSUBUNU AYNI ÇATI
ALTINDA BULUŞTURDU. İŞ
HACMİNİ ÖNEMLİ ÖLÇÜDE
ARTIRARAK SEKTÖRDE
SAĞLAM BİR YER EDİNER
FUAR BOYUNCA 250
MİLYON DOLARLIK
SİPARİŞ GELDİ.

Istanbul'u hazır giyim ve moda alanında dünya gündemine taşıyan organizasyonlar Eylül ayında birbiri arkasına devam etti. 7-10 Eylül tarihleri arasında büyük bir başarıyla gerçekleştirilen İstanbul Fashion Week'in ardından, yerli ve yabancı birçok firmayı ve alim heyetlerini aynı platformda buluşturan Collection Premiere İstanbul (CPI) - Uluslararası Moda Markaları ve Tasarımcıları Fuarı da 22-24 Eylül'de dikkatleri yine İstanbul'a çekti.

Daha önce Taşkılla ve Santral İstanbul'da düzenlenen fuar, ilk kez İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) ve CNR Holding işbirliğinde düzenlenerek daha profesyonel bir hale dönüştü. Fuarın yurtdışı satış çalışmaları ise dünyanın önde gelen fuarcılık şirketlerinden IGEDO Company danışmanlığında gerçekleşti. CPI, İHKİB öncülüğünde 10'un üzerinde kurum tarafından da desteklendi. Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD), Osmanbey Tekstilci İşadamları Derneği (OTİAD), Laleli Sanayici ve İşadamları Derneği (LASİAD), Merter Sanayici ve İşadamları Derneği (MESİAD), Ankara Giyim Sanayicileri Derneği (AGSD), Türkiye Triko Sanayicileri Derneği (TRİSAD), Türkiye Moda ve Hazır Giyim Federasyonu (TMHF), Birleşmiş Markalar Derneği (BMD), Alışveriş Merkezleri ve Perakendecileri Derneği (AMPD) bu kurumlar arasındaydı.

CPI ve IFW, Şubat'ta güçlerini birleştiriyor

Fuar için 22 Eylül tarihinde öncelikle bir basın toplantısı düzenlendi. Sektördeki tüm dernek ve birlik başkanlarının da katıldığı toplantıda, CPI'yi Türkiye'de büyük bir moda organizasyonuna dönüştürmeyi amaçladıklarını belirten İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, "İki yıl önce temel-



Hikmet Tanrıverdi, CPI'nin gerçekleştirildiği fuar alanında stantları gezip firma yetkilileriyle konuştu.

lerini attığımız fuarımız, sektörün, CNR'ın ve yabancı ortakların da desteğiyle kısa bir süre sonra marka haline dönüşecek. İstanbul Fashion Week ile eş zamanlı düzenlediğimiz fuarı, bu sene yaşanan bazı karışıklık-

lardan dolayı aynı çatı altında buluşturamadık. Sektöre sadece CPI ile 150-200 milyon iş bağlantısı sağlanırken, seneye Şubat ayında CPI ile İstanbul Fashion Week'i eş zamanlı düzenleyerek, bu rakamı 500 milyon dola-

ra taşıyacağız. Daha önce 2 bin metrekarelik alanda düzenlenen fuar, şimdi iki kat büyüyerek 4 bin metrekarelik alanda düzenleniyor. Seneye bütün holleri dolduracağız" dedi. CNR Holding Yönetim Kurulu Başkanı



Ceyda Erem ise, "Daha önceden de düzenlediğimiz CPI, bu kez İHKİB'in öncülüğünde sektörün bütün kuruluşlarının ve Alman danışmanlık firması IGEDO'nun da desteğiyle iyi bir ivme kazandı. Biz böyle bir güçbirliğini daha da büyütürken uluslararası arenaya taşıya-

cağız" diyerek sektörün desteğinin önemine dikkat çekti.

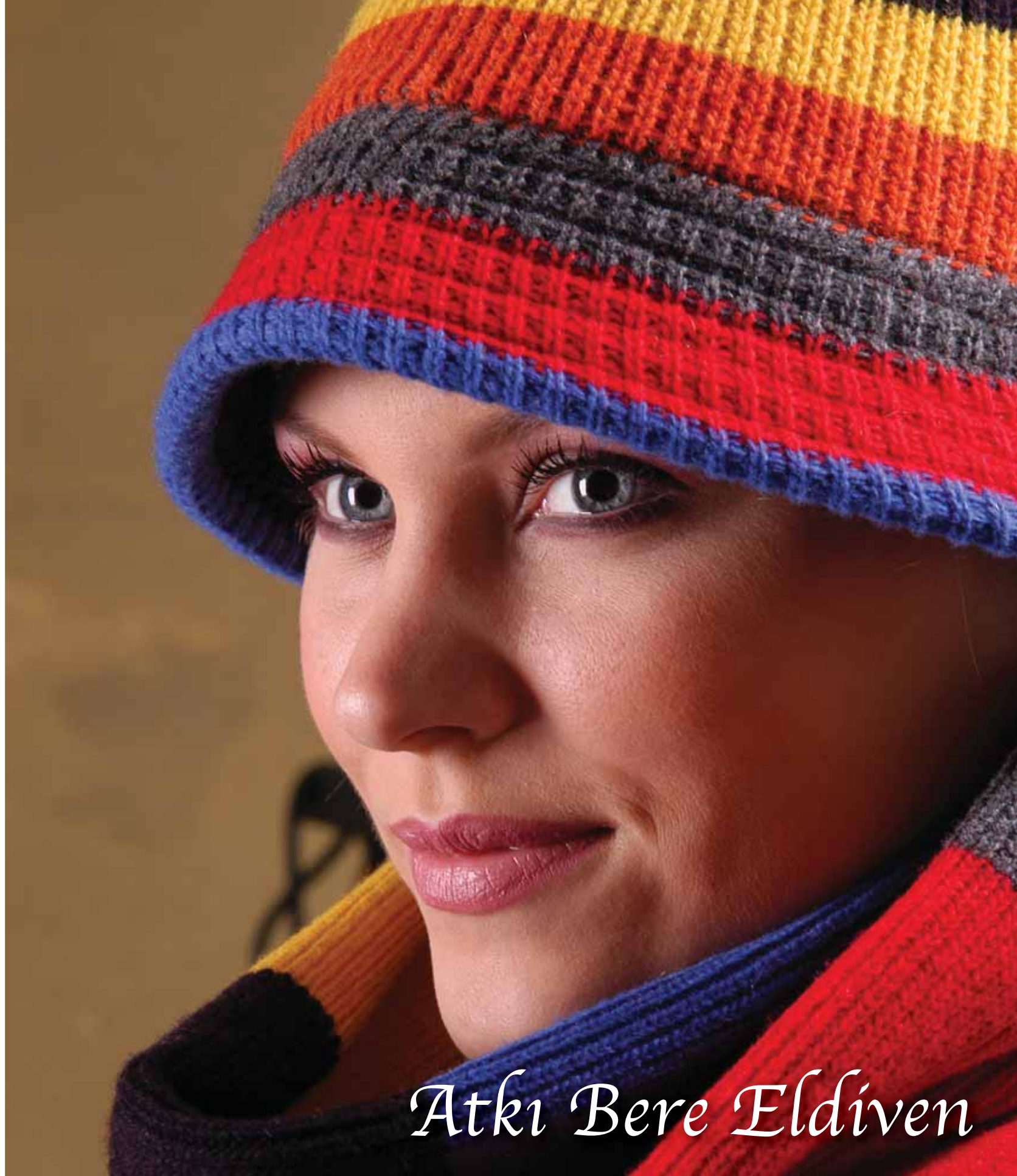
Görkemli açılış töreni

Basın toplantısının ardından CPI'nin açılış töreni başladı. Törende konuşma yapan Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanvekili Ahmet Akbalk, "7 bin yabancı profesyonel ziyaretçinin ve 18 ülkenin katılımı ile gerçekleştirilen CPI bizim gurur kaynağımız oldu. Cumhuriyetimizin 100. yılı 2023 için kendimize

hedef olarak koyduğumuz 500 milyar dolarlık ihracat hedefi için sektörlerimiz içinde dönüşümler gerçekleştirilmeli. Küresel düzende hazır giyim sektöründe yaşanacak en büyük dönüşümün anahtarı ise tasarımdan geçer. Böyle organizasyonlar aracılığıyla Türk tasarımcılarımızın tasarımları uluslararası pazarlara taşınacak" diyerek görüşlerini belirtti. CPI Organizasyon Komitesi Başkanı Cem Altan'ın yaptığı konuşmanın ardından CPI'a destek veren sektördeki tüm dernek ve birlik başkanlarının kurdele kesme töreniyle fuar resmen açıldı. Törenin ardından İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, fuara destek veren dernek ve birlik başkanlarıyla birlikte fuar alanını gitti. Stantları tek tek gezip yetkililerle selamlaşıp konuşan Tanrıverdi, firmaların ürünlerini inceledi ve yetkililerin görüşlerini dinledi.



Messe Düsseldorf, Linist Tasarımcı Grubu ve Almanya'nın önde gelen 10 firması Alman Hazır Giyim Federasyonu öncülüğünde CPI'da bir araya gelerek bir pavyon oluşturdu.



Atkı Bere Eldiven



ONTEKS
www.onteks.com



ONTEKS TEKSTİL MAKİNA GIDA SAN. TİC. LTD. ŞTİ.
GÜMÜŞSUYU CAD. ODİN 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

Yurtdışından yoğun ilgi

Oluşturacağı iş hacmi ile Türkiye'nin sektördeki yerini pekiştirmeyi amaçlayan ve moda markalarından tasarımcılara, büyük alım heyetlerinden uluslararası moda çevrelerine ve yerli yabancı basın mensuplarına kadar sektörün tüm unsurlarını İstanbul'da buluşturan CPI'ya yurtdışından oldukça büyük ilgi vardı. 10 bin metrekarelik alanda gerçekleştirilen fuarda katılım

cı firmalar ile yüz yüze görüşmelerde bulunan ziyaretçi firmalar, büyük yatırımların önünü açacak ciddi iş bağlantılarına imza attılar. Bay, bayan, çocuk, spor, iç giyim, triko, denim, abiye ve özel likli giyimin yanı sıra, özel tasarımların sergilendiği fuarda aralarında Galeries Lafayette ve Who's Next'in de bulunduğu pek çok alıcı firma geldi. Alıcı ülkeler arasında Almanya, İtalya, Portekiz, Hollanda, Fransa,

Sırbistan, Ürdün ve Azerbaycan öne çıktı. Yabancı katılımcılar arasında ise Suprema 90 SPA (İtalya), Puretone (Japonya), Mischalis (Yunanistan), DP Jeans (Fransa), Joseph Ribkoff (Kanada), Pasmatex (Romanya), Solang Tricot (Suriye) ve Moyra Li (Sırbistan) gibi firmalar vardı. Üçüncü kez düzenlenen CPI'ya Türk firmalarından da ilgi büyüktü. Wenice Kids, Şal Konfeksiyon, Bessini, Setre, Koza Tekstil, Awa,

Formenti gibi markaların yer aldığı fuarda, IFW'de de koleksiyonlarını sergileyen tasarımcılardan Simay Bülbül, Seda Zoroğlu ve Çiğdem Akın da stantları ile katıldı.

250 milyon dolarlık sipariş alındı

Pek çok yerli ve yabancı firmayı aynı çatı altında toplayan CPI'nın ülke ekonomisine de önemli katkıları olduğu belirtiliyor. Fuarda yapılan sıcak bağlantıların sonu-

CPI İLE ÖNEMLİ ÖLÇÜDE İŞ HACMI AÇILDI



Cem Altan CPI Organizasyon Komitesi Başkanı

CPI çok yeni bir fuar ve bu sezon da ilk defa İHKİB, CNR ve IGEDO ile birlikte gerçekleştirildi. İlk olmasına rağmen ben fuardan gayet memnun kaldım. Organizasyon oldukça güzeldi. Alım heyetleri açısından tam üst düzeyde değildi, ancak çok memnun kalan katılımcılar oldu. Yeni pazarlara giren ya da sıfırdan iş alıp

çalışmaya başlayan firmalar vardı. Bu fuarın diğer önemli bir özelliği de birçok yabancı firmanın katılımıydı. Biliyorsunuz fuarda bu yıl ilk kez bir Almanya pavyonu oluşturuldu. Almanlar fuardan çok memnun ayrıldılar. Ancak CPI'da Türk alıcılar çok azdı. Halbuki Türkiye'de vergilerden dolayı çok büyük bir potansiyel var. Daha çok Türk alıcılarının gelip buradaki firmalarla tanışması yararlı olurdu. Sanıyorum bu tarz fuarların daha çok yabancılara özgü olduğunu düşünüyorlar. Görüştüğüm yabancı basın mensupları Mavi Jeans ve Ramsey gibi yurtdışında tanınan markalarımızın mutlaka bu fuarda görmek istediklerini belirttiler. Önümüzdeki sezonda daha çok katılımcının gelmesi için çalışmalar yapacağız. Ayrıca 2012 yılında CPI, IFW ile birlikte yapılacak ve tekrar CNR'da olacak. Salon sayısını da artırmayı hedefliyoruz. Önümüzdeki sezonda mağaza zincirlerinin de CPI'ya katılımını sağlamaya çalışıyoruz. Türkiye'deki zincir mağazaların kendilerini franchise anlamında tanıttıkları bir fuar yok. Önümüzdeki sezonda fuarın bir bölümünü de onlara ayırıp mağaza zincirlerine göstermek için konsept mağazalar şeklinde stantlar yapmayı ve yurtdışında bu franchise'ı almak isteyen firmaları çağırmak istiyoruz. Tüm bunların yanı sıra defilelerimizi daha kaliteli ve iyi yapmaya çalışıyoruz. Biz bu fuarla büyük ölçüde iş hacminin açıldığını düşünüyoruz. Katılımcıların ilgisinin artmasını istiyoruz. Fuar destek vererek büyür. CPI'nın üç-dört organizasyondan sonra çok iyi yerlere geleceğini düşünüyorum.

ALMANYA'DAN ÜLKE PAVYONU



CPI, bu yıl bir ilki daha gerçekleştirdi. Messe Dusseldorf, Linist Tasarımcı Grubu ve Almanya'nın önde gelen 10 firması, Alman Hazır Giyim Federasyonu öncülüğünde CPI'da bir araya gelerek Alman pavyonu oluşturdu. Türkiye'de bir moda fuarında ilk defa oluşturulan bölümde, Almanya'nın önde gelen hazır giyim markalarından Bluen Seven, Falke, Naturana, Gelco, Heidi

Beck, Anita, M-Fashion, Marc Cain, Ulla Popken, Ringella yer aldı. CPI hakkında görüşlerini aldığımız Alman Hazır Giyim Federasyonu Genel Müdürü Thomas Rash "Türkiye pazarı gün geçtikçe daha ilgi çekici oluyor ve Alman endüstrisi açısından da önemli bir hale geliyor. Üretim açısından Türkiye ile yıllardır oldukça iyi ilişkilerimiz var. Türkiye şimdi ihracat açısından da çok etkileyici duruma geldi. Örneğin 2010 yılını 2009 yılıyla kıyasladığımızda Türkiye Almanya'ya ihracat yapan ülkeler sıralamasında 20. sırada yer alıyordu. Şimdi ise bu oran artış gösterdi ve şimdi listede 18. sırada yer alıyor. CPI, burada sadece Türk firmalarıyla değil dünyanın çeşitli yerlerinden gelen firmalarla tanışmamızı sağlayan bir platform olarak da önem taşıyor. Bu fuarın çok profesyonel bir ambiyansı var, çok iyi organize edilmiş. CPI her sezon daha da büyüyor ve burada olmak bizim için büyük önem taşıyor. Özellikle Alman Ekonomi Bakanlığı tarafından desteklenen 10 katılımcı firmanın burada olması çok güzel. Gelecek sezonda burada daha çok katılımcıyla yer almak istiyoruz. Geçen yıl İstanbul Fashion Week'e katılma fırsatı bulmuştum. Sizin ülke olarak gerçekten çok iyi şartlarınız ve derin bir kültürünüz var. Bence İstanbul, özellikle moda konusunda oldukça dikkat çekici, yaratıcı ve sempatik bir Avrupa ülkesi" diye açıklamada bulunarak, Türkiye'nin gerçekleştirilen başarılı organizasyonlarla sektörde çok daha önemli yerlere geldiğinin altını çizdi.

METRAJ KAĞIT BASKIDA, TASARIMDAN TRANSFERE...



LAMI Transfer

www.lamitransfer.com • lami@lamitransfer.com • 0212 481 48 56 - 481 48 65

- > DESEN ÇEŞİDİNDE FARKLILAŞMA
- > SÜRATTE FARKLILAŞMA
- > KALİTEDE FARKLILAŞMA
- > TASARIMDA FARKLILAŞMA
- > HİZMETTE FARKLILAŞMA

%100 Polyester ve Polyester İçerikli Örme ve Dokuma Kumaşlara
(Mikro, Kesik Elyaf Süprem, Şifon, Saten, Jarse, Dantel, Tül ve Benzeri Kaliteler)
Kağıt Baskı Yapılmaktadır.



CPI Fuarı'nı, Avrupa'nın yanı sıra Ortadoğu ülkelerinden gelen alım heyetleri de ziyaret etti.

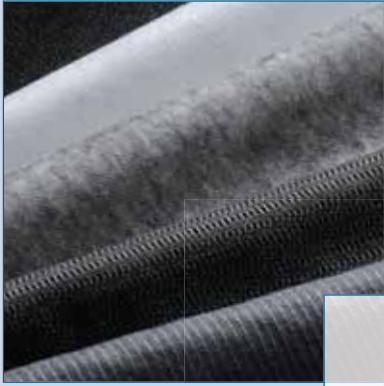
cunda Türkiye hazır giyim sektörüne bu yıl yaklaşık 250 milyon dolar civarlarında ek girdi sağlandığı tahmin ediliyor. 2012 yılında iki kez düzenlenecek olan CPI fuarlarının ihracatımıza 1 milyar dolar civarında katkı sağlayacağı öngörülmüyor. Bu konuda CPI'nin, Türk hazır giyim sektörü için sağlayacağı katkıların altını çizen CNR Holding Fuarçılık Grup Başkanı Ali Bulut, "15 milyar dolarlık bir hacime sahip olan Türkiye hazır giyim sektörü, 2023 yılına kadar yurtdışında 20 bin mağaza açarak, sektöre 20 milyar dolarlık perakende geliri sağlayabilir. Hazır giyim sektörümüzün markalaşma ve mağazalaşma sürecine büyük katkı sağlayan CPI için, başta yakın coğrafya olmak üzere dünyanın çok sayıda ülkesinden department store'ları, yerel zincirleri, butik sahiplerini ve franchise almak isteyen girişimcileri davet ettik.

Amacımız şu anda bin civarında olan mağaza sayısının her yıl katlanarak büyümesi. Özellikle çevre ülkelerde Türk markalarını olan yoğun ilgi perakende mağazacılık sürecini olumlu etkileyen çok önemli bir etmen" diyerek görüşlerini belirtti.

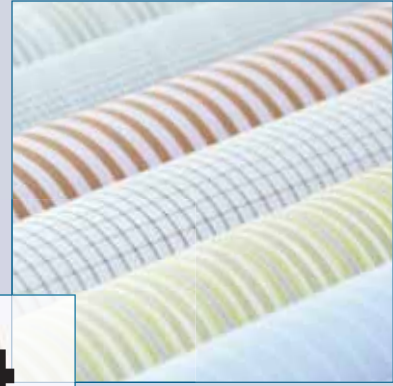
Defileler fuara renk kattı

CPI'da bu yıl gerçekleşen ilklerden biri de defilelerdi. Fuar alanının içine kurulan podyumda organizasyona katılan Caldonna, Formenti, Doramafi, Bonesta gibi markaların yanı sıra moda tasarımcısı İpek Tohumcu'nun ürünlerinin yer aldığı karma defileler yapıldı. Koreografisini eski mankenlerden olan Yaşar Alptekin'in üstlendiği ve ilk günden itibaren büyük bir ilgiyle izlenen defiler, üç gün boyunca devam etti. Yetkililer fuara aynı bir hareket kazandıran defilelerin önümüzdeki sezonlarda olacağını haberini verdiler. ❖

Tela



Ceplik



mh Paket

Vatka



Bant



FİRMALARIN ULUSLARARASI BULUŞMA NOKTASI OLDU

ÜÇ GÜN BOYUNCA YERLİ VE YABANCI PEK ÇOK MİSAFİR AĞIRLAYAN CPI, TOPLAMDA 150 FİRMAYA EV SAHİPLİĞİ YAPTI. **FRANSA, ALMANYA, KANADA, ROMANYA, YUNANİSTAN GİBİ ÜLKELERİN YANI SIRA TÜRKİYE'DEN DE BİRÇOK FİRMANIN YER ALDIĞI FUARDA, KATILIMCI FİRMALARIN ORTAK GÖRÜŞÜ, FİRMALAR İÇİN ÇOK YARARLI BİR ULUSLARARASI PLATFORM OLUŞTURDUĞU YÖNÜNDE.**

ORGANİZASYON İLERLEME KAYDETMİŞ Angel Circle

Jina Loegaqer Firma Yetkilisi / Yunanistan

Bu bizim CPI'a ikinci katılımımız. Bir önce katıldığımız sezonu bu sezonla kıyaslamak gerekirse, burada çok daha fazla uluslararası firmanın yer aldığı söyleyebilirim. Organizasyon bu sezon çok daha başarılı. Ayrıca Alman Fuar Danışma şirketi IGEDO ile işbirliği yapılımasını da oldukça yerinde bulduk. Burada genellikle Ortadoğu, Afrika ve Rusya, Kazakistan gibi ülkelerle tanışmayı umuyorduk ve bunu gerçekleştirdik. Fakat katılım oranını biraz az bulduğumu da belirtmek istiyorum.



YENİLİKLER YAPILABİLİR

Seda Zoroğlu

Moda Tasarımcısı

Geçtiğimiz sezonda IFW'ye de katılmıştım. Öncelikle belirtmek istiyorum ki IFW'deki tüm defileler çok güzeldi. Etkinlik bizim için çok heyecanlı ve eğlenceli geçti. Ben altı senedir kendi hazır giyim markamla iş yapıyorum ve IFW'de de yeni yeni bir şeyler yapmaya çalışıyorum. Tabii ki bu defilenin ardından yapacağım işler olacak. Çünkü nihayetinde bu ürünleri satışla buluşturmamız gerekiyor.



IFW'ye katılmamın ardından yapacağım işler benim için oldukça önemli. Perakende tarafında da durduğum için, benim açımdan işin alıcıyla örtüşmesi çok önemli. Bizim tasarımlarımızda aloe vera ve jojoba yağları var. Bu tamamen aslında bizim alıcıya sunduğumuz bir hediye. Aslında bu bir wellnes ürünü. CPI ise alıcı ve ürünleri tanıtmak anlamında önem taşıyor. Fuarla İtalya ve İspanya gibi bu alandaki önemli ülkelerden iyi alıcılar geliyor. CPI'ın organizasyon olarak geçen senelere oranla çok farklı olduğunu düşünmüyorum. Fuar organizasyonlarına genel anlamda birkaç tavsiyede bulunmak gerekirse, fuarda hangi markaların yer alacağı çok iyi bir şekilde süzgeçten geçirilmeli. Çünkü böyle yapıldığı takdirde marka standardı yükselir, bu da fuarın kalitesini yükseltir. Fuarla katılmak her marka için hedef olmalı. Firmaların kolayca parasını verebilecekleri bir fuar olmasındansa rekabet edip katılabilecekleri bir fuar hazırlanmalı. Ayrıca markaları stant tasarımlarında özgür bırakmak gerekiyor. Marka elemesi dediğim gibi süzgeçten geçirilirse böyle bir şey zaten kendiliğinden olur. Yurtdışındaki örneklerin iyi incelenmesi, farklı bir şeyler yapılması gerekiyor.

TÜRKİYE ÜRETİM VE İHRACATTA ÇOK İYİ

Fabrice Raoul

DP Jeans Satış Direktörü / Fransa

BCPI'a ilk defa katılıyoruz. Türkiye'nin tekstil, İstanbul'un da moda alanında gün geçtikçe yükselen bir çizgisi, Türk markalarının oldukça iyi tasarımcıları ve ürünleri var. Türkiye üretimde ve ihracatta çok iyi ancak burada yabancı firmalar açısından dağıtım sorunu yaşıyor. Türkiye'de çok fazla yabancı tasarımcı görmüyorum. Her ülkenin diğer ülkelerden etkileneceği ve bu anlamda da hazırlayacağı koleksiyonlar olduğunu düşünüyorum.





KATILIM BEKLENTİMİZİN ALTINDA KALDI

Büşra Karaer
Avva Yurtdışı Müşteri
Temsilcisi

Daha önce bu fuara, geçen sene de İstanbul Fashion Week'e katılmıştık. Ancak belirtmek isterim ki burada çok fazla beklediğimiz şeyi bulamadık. Öncelikle çok kalabalık günler yaşamadık. Yabancı alım heyetleriyle görüşüp anlaşsak da genellikle insanlar gelip fikir alıp gittiler. Ancak sanıyorum ki kalabalık, yurtdışında da aynı dönemlerde gerçekleştirilen bu tarz organizasyonlar nedeniyle azdı. Avustralya ve İngiltere'den alım heyetleri ile anlaşma yaptık, ama bunların haricinde de çok ciddi bir ilişki kurulmuş olmadı.



TAŒITIMA DAHA ÇOK AĒIRLIK VERİLMELİ

Nejat Gider
Clutchaccessory Firma Ortağı

CPI'a ilk defa katılıyoruz. Öncelikle belirtmek istediğimiz konu, fuara katılımın az olması yönünde. Rusya ve Arap pazarından müşteriler vardı, ancak yerel müşteriler azdı. Örneğın Antalya, Rus pazarı için çok büyük bir şehir, ama buraya Antalya'dan kimse gelmedi. Organizasyonu yaparken bu firmaların da buraya getirilmesi gerek. Buraya gelmek için insanlar çok ciddi anlamda yatırım yapıyorlar ve kimsenin bugünkü ekonomik koşullarda bin TL'sini bile sokağa atacak hali yok. CPI organizasyonunun genel anlamda daha iyi olabileceğini düşünüyorum.



ÖNÜMÜZDEKİ SEZON DA CPI'DAYIZ

Yusuf Men
Men Anorak Firma Sahibi

CPI'a her defasında katıldım. Bu sezonda katılımcı firmaları geçen yıllara oranla daha az buldum. Ancak fuar alanı olarak çok güzel, hatta mükemmel; bir karmaşası yok. İrani alım heyetleri stantımızı ziyaret ettiler ve satışa da başladık. Ancak bu fuara iç piyasa müşterilerini de çekebilseydik daha güzel olurdu; iç piyasadan kimsenin buradan haberi yok. Bu konuda bilgilendirme çok iyi yapılamadı. Bu sene ilki gerçekleşen defileler de fuara ayrı bir hareketlilik kazandırdılar; özellikle mayo defilesi iyi oldu. Fuarın devam etmesini istiyoruz, önümüzdeki sezon için de kayıtlarımızı şimdiden yapacağız.





İSTANBUL'UN MODA BAŞKENTİ OLACAĞINA EMİNİM

Steffen Mueller

Joseph Ribkoff Satış Müdürü / Kanada

Biz Joseph Ribkoff olarak CPI'a ilk defa katılıyoruz. Burada farklı ülkelerden gelen birçok firma var ve bu da çok iyi hazırlanmış bir içeriğin olduğunu gösteriyor. CPI çok iyi düzenlenmiş bir organizasyon ve burada bulunduğumuz için çok mutluyuz. Fuarda birçok marka ve perakendecilerle tanıştık, bizim ürünlerimizin distribütörlüğünü yapmak isteyen insanlarla bir araya geldik. Ayrıca belirtmek istiyorum ki İstanbul'da kaldığım bir kaç gün içerisinde şehri keşfetme fırsatı yakaladım ve gördüklerim karşısında oldukça etkilendim. Bu konuda öncelikle İstanbul'un çok güzel bir şehir olduğunu belirtmek istiyorum. Ben İstanbul'un önümüzdeki dönemlerde bir moda başkenti olacağına eminim.



DAHA RAFİNE BİR TOPLULUK

Rıdvan Demirkol

ABBARA BY Ridvan Demirkol Firma Ortağı

CPI'a daha önce de katılmıştık. Geçen sezonlara oranla bu sezon daha çok alıcı olan kişiler geldi. Önceki fuarlar daha kalabalıktı, ama direkt alıcı firmalarla görüşmemiştik. Burada daha az kalabalık var. O nedenle direkt olarak alıcılarla temaslar kurduk. Fransa, Mısır, Fas, Afrika, Rusya, Yunanistan ve Türkiye'den alıcılar vardı. CPI vesilesiyle yurtdışındaki diğer müşterilerimizin yanı sıra yeni yabancı firmalarla tanışma fırsatı yakaladık. Ancak organizasyonda gördüğüm birkaç eksikliğe de değinmek istiyorum. Fuarın ilk günü henüz stantların temizliği tam olarak yapılmamıştı. Ayrıca ışıklandırmaları da yetersizdi. Biz ekstra ışıklandırma talep ettik. Onlar stand takılırken gelen müşterilerimizle de maalesef ilgilenemedik.



DÜNYANIN ÖNEMLİ FUARLARI ARASINA GİREBİLİR

Luigi Zavan

Suprema Satış Müdürü / İtalya

CPI'a ilk defa katılıyoruz. Organizasyon çok iyi hazırlanmış. Birçok yabancı firma aynı platformda toplanmış ve bu da bizim aradığımız bir özellikti. Tekstil sektöründe Türkiye'nin hızla yükselen ve büyüyen bir pazar olduğu gördüğümüz için CPI'a katıldık. Bu durumu biliyorduk, ama burada bu büyümeyi ve Türkiye'nin komşuları olan İran, Suriye ve Ortadoğu ülkelerinin de pazarlarını keşfetmeye geldik. İstanbul'un bu ülkeler için de bir moda merkezi olduğunu düşünüyoruz. Bence Fashion Week söz konusu olduğunda Milano ya da Paris'in önüne kimse geçemez, ama İstanbul CPI gibi ticari fuarlarda dünyanın en önemli fuarlarından biri haline gelebilir. İnsanlar Fashion Week'leri izlemek için Milano ve Paris'e gidip, satın almak için de Türkiye'ye gidebilirler.



Yaka altı keçesi

Yaka altı keçesinde uzman



- 40°C veya 60°C de yıkanabilir
- PES / CV / WO
- 170 - 265g/m²
- geniş renk yelpazesi
- baskılı desenler



Dudullu Organize San. Bol. 3.Cadde no: 18/1
34776 Esenşehir / Ümraniye / İstanbul

Tel : +90 216 527 37 10 • Fax: +90 216 527 37 78
info@lupoteks.com



Textil Group

in cooperation with

www.nh-textil.com

YABANCI BASIN CPI'DAN MUTLU

TÜRKİYE'DEN OLDUĞU KADAR YURTDIŞINDAN DA BİRÇOK BASIN MENSUBU CPI'YI TAKİP ETTİ. FUARA 10 FİRMA İLE YÜKSEK ORANDA KATILIM SAĞLAYAN ALMANYA'DAN GELEN VE FUARLA İLGİLİ GÖRÜŞLERİNİ ALDIĞIMIZ BASIN MENSUPLARI, TÜRK MARKA VE TASARIMLARINI ÇOK BEĞENDİKLERİNİ DİLE GETİRİRKEN, CPI'IN DA İLERİKİ DÖNEMLERDE DAHA DA BÜYÜK BİR ORGANİZASYON HALİNE GELECEĞİNE İNANDIKLARINI SÖZLERİNE EKLEDİLER.

CPI'IN DAHA DA BÜYÜYECEĞİNE İNANIYORUM

Tays Köper

TM Magazine Editörü

BCPI'a ilk defa katılma fırsatı yakaladım ve burada olduğum için mutluyum. Fuarda Avrupa ve Türkiye'den bildiğim markaların yanı sıra, yeni markalar da bulmak oldukça hoşuma gitti. Burada farklı koleksiyonlar gördüm ve oldukça beğendim. CPI'ın çok yüksek bir potansiyeli olduğunu düşünüyorum. Ayrıca bu organizasyonun ileriki dönemlerde çok daha büyüyeceğini düşündüğümü de belirtmek isterim.



İSTANBUL MODAYA DÜŞKÜN

Anja Probe

Textil Wirtschaft Editörü

CPI'a ilk defa katılıyorum. Fuarı biraz sakın buldum, çok fazla katılımcı göremedim. Bu yıl CPI'da bir Alman pavyonunun açılması ve 10 firmanın katılması oldukça güzel bir durum. Burada firmalar açısından da oldukça yüksek bir potansiyel var. Ayrıca diğer ülkelerden de firmaların burada olması oldukça önemli ve güzel. İstanbul'da özellikle gençlerin moda düşkünlüklerini gördüm ve bu da çok hoşuma gitti.



TÜRK MARKALARINI İYİ BİR GELECEK BEKLİYOR

Margit Jandali

Jandali PR Ajansı Sahibi

Bunla birlikte CPI'a üçüncü kez katılıyorum. Bir önceki sezonda da IFW'ye katılmış ve çok beğenmiştim. CPI'ın geçmiş sezonları ile kıyaslarsak, daha çok katılımcının olduğunu söyleyebilirim. Daha önce görmediğim, ancak çok ilgi çekici bulduğum ve Avrupa pazarında çok iyi bir geleceğe sahip olacaklarını düşündüğüm Türk markaları gördüm. Ayrıca buraya Fransa, İtalya, Ürdün, Suriye gibi ülkelerden alım yetlerinin gelmeleri çok güzel. Bence İstanbul moda için çok uygun bir şehir. Burada çok büyük ve görkemli markaların mağazaları var. Ayrıca tasarımcılarınızın da çok iyi olduğunu söylemek istiyorum. Örneği Hakan Yıldırım yurtdışında oldukça tanınmış bir isim ve koleksiyonları çok güzel. Arzu Kaprol ve Özlem Süer de başarılı tasarımcılar arasında yer alıyor. Bunların yanı sıra Almanya'da oldukça popüler olan Sarar ve Damat&Tween gibi markalarınız var. Bence İstanbul moda açısından oldukça iyi bir konumda yer alıyor ve zaten bir moda merkezi olmuş durumda.



MARKALARINIZ YÜKSEK KALİTEYE SAHİP

Maximilian Fuchs

Fashion Today Editörü

CPI'a ilk defa katılıyorum ve oldukça yüksek bir potansiyele sahip olduğunu gördüm. Bence Türk tasarımcıları gerçekten çok iyi. Türkiye bu anlamda çok iyi şekilde büyüyen bir market. CPI yurtdışından pek çok markayı bir araya getiren uluslararası bir platform olmuş. İstanbul'un ileride bir moda merkezi haline geleceğine kesinlikle eminim. Çünkü bu şehrin oldukça yüksek bir enerjisi var ve tasarımcılarınız doğu ve batı tasarımlarında oldukça güzel kombine ediyorlar. Türk markalarının mağaza konseptlerine ve ürünlerine bayılıyorum, oldukça yüksek kalitede olduklarını görüyorum. Özellikle Sarar markasının koleksiyonlarını oldukça beğeniyorum.



The Original is back.


helsa®
FASHION SHAPING

helsa nh Vatka Tekstil Ürün San. Tic. LTD. ŞTİ.
Dudullu Organize San. Bol. 3. Cadde no: 18/1
34776 Esenşehir / Ümraniye / İstanbul
Tel: +90 216 527 37 10
Fax: +90 216 527 37 78
Email: info@lupoteks.com

helsa.com



Textil Group

LupoTeks
TEKSTİL SANAYİ VE TİCARET LTD. ŞTİ.

in cooperation with

www.nh-textil.com

AKVARYUMDA MODA

HAZIR GIYİM SEKTÖRÜNÜN ÖNEMLİ ORGANİZASYONLARI ARASINDA YER ALAN CPI'İN GALASI 21 EYLÜL TARİHİNDE, İSTANBUL AKVARYUM'DA GERÇEKLEŞTİ. AÇILIŞIN 2011 YILI AVRUPA BİRLİĞİ KALİTE ÖDÜLÜ SAHİBİ ULUSLARARASI TASARIMCI EROL ALBAYRAK'IN, SPLASH 2012 İLKBAHAR/YAZ DEFİLESİ İLE YAPILDIĞI GALADA, PODYUMDA TUĞÇE KAZAZ, HANDE SUBAŞI, ÖZGE ULUSOY GİBİ ÜNLÜ MANKENLER DE VARDI.

CPI Uluslararası Moda Markaları ve Tasarımcıları Fuarı'nın galası, dünyanın en büyük tematik akvaryumu olan İstanbul Akvaryum'da Poddyum.Com'un ana sponsorluğunda düzenlenen Erol Albayrak Splash 2012 İlkbahar/Yaz hazır giyim defilesi ile yapıldı. İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri, CPI'a des-

tek veren dernek, birlik ve organizasyon yetkililerinin de katıldığı galaya ilgi oldukça büyüktü. Erol Albayrak'ın sualtı yaşamından esinlenerek hazırladığı koleksiyonunun defilesinde, denizin dibinden gelen şeffaflıkla transparan şekillerin bütünlüştüğü bir moda şöleni yaşandı. Denizaltındaki doğanın renk ve desenlerinden etkilenen Albayrak,

bu koleksiyonda mavinin suyla birlikte aldığı tonlardan, mercan pembesinin tonlarına, siğ denizin yansıttığı su yeşiliinden mercan kayalıklarının sarı tonlarına doğru kayan bir renk skalası içinde muhteşem bir koleksiyon sundu. İpek şifon, ipek saten, organza, ipek-keten alaşımları, deri ve ketenin tüm çeşitleriyle harmanlanarak kullanıldığı giysilerin

renk armonisi oldukça başarılıydı. Podyumda Tuğçe Kazaz, Hande Subaşı, Merve Büyüksaraç, Özge Ulusoy gibi modellerin taşıdığı koleksiyon, mercan kayalıklarındaki yosun yeşilleri, balık sırtındaki doku ve renk karmaşası, deniz canlılarının, kabukluların doku ve şekil itibarıyla kumaşlarda desen olarak yansımaları ile tiyatral bir armoni içinde podyumdaydı. ❖



CPI'n İstanbul Akvaryum'da gerçekleşen gala gecesine İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi ve İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri de katıldı.



Geceye katılan ünlü isimler arasında ünlü manken ve oyuncu Çağla Kubat da vardı.



Tasarımlara imza atan Erol Albayrak, İHKİB Başkan Yardımcısı Kemalettin Güneş ile koyu bir sohbete daldı.



MODANIN YENİ RENGİ KÜLTÜRÜMÜZÜN İZLERİ

Moda dünyasının motto-su olan "farklılık" sahip olduğumuz derin kültürün tasarımlara yansımalarıyla değişik bir alana taşıyor. Eylül'de gerçekleşen IFW'de de kültürümüzün izlerini daha yakından görmek mümkün oldu. Örneğin organizasyonda defile gerçekleştiren tasarımcılardan Şafak Tokur'un koleksiyonunun çıkış noktası "Mevlevî kültürü", Niyazi Erdoğan'ın ise "sünnet" ritüeli oldu. Bu koleksiyonların yanı sıra IFW'de hem teması hem de defilenin gerçekleştirildiği atmosfer bağlamında kültürümüzün izlerini taşıyan bir çalışma daha vardı: Gül Ağış'ın, Tarihi Galatasaray Hamamı'nda moda-severlerin beğenisine sunduğu Hammam Decadence adlı koleksiyonu... Ağış, hamamı, haremde esaret altında yaşayan kadının yalnızca bedenlerini değil, ruhlarını da arındırdıkları bir ibadethane, kırık dökük hayatlarını bir su dökünme süresince unuttuklarını kayıp bir cennet olarak yorumladı. Özgün motifleri ipek kumaşlar ve ıslak yüzeylerle bütünleştirerek, modernize ettiği formları sofis-

tike aksesuarlarla harmanlayarak hayali bir imparatorluğa ait kıyafetleri, büyüü bir şölenle izleyicilerin beğenisine sunan Ağış'ın bu defilesi, yabancı basın ve alıcılar tarafından da oldukça beğenildi.

"Gizemli ve derin tasarımlar"

Tasarımcı, yaptığı çalışmalarda hep gizemli, derin, düşündürücü, dark bir olgu çıktığını ve Hammam Decadence'in de böyle olduğunu belirtiyor. Bu proje için IFW'nin defalarca organizasyonunu yapmış ciddi ve profesyonel bir ekip ile çalıştıklarını belirten Ağış, yapılan hazırlıkları şöyle anlatıyor: "Defile için hamam iki gün öncesinden kapatıldı. Bir backstage kullanmadık, mankenler soğuma odaları denilen yerlerde hazırlandılar. Defile sırasında akmayan profesyonel makyaj malzemeleri kullanıldı." Kültürümüzün izlerini canlandıran Ağış'ın defilesi moda hafızasına gelen yabancı konuklar tarafından da oldukça beğenildi. "Yabancı basın mensupları ve alıcılar defileye büyük ilgi gösterdiler. Hatta İngiltere'de yayınlanan

MODA TASARIMINDA, KÜLTÜRÜMÜZÜN ÖGELERİNİ BARINDIRAN KOLEKSİYONLAR DÜNYADA OLDUKÇA SES GETİRİYOR. GÜL AĞIŞ'IN EYLÜL AYINDAKİ İSTANBUL FASHION WEEK KAPSAMINDA, TARİHİ GALATASARAY HAMAMI'NDA MODASEVERLERE BULUŞTURDUĞU "HAMMAM DECADENCE" ADLI KOLEKSİYONUNUN, YABANCI ALICILAR VE BASIN MENSUPLARI TARAFINDAN OLDUKÇA BEĞENİ TOPLAMASI, BU DURUMU KANITLIYOR.



Koleksiyonlarını hazırlarken farklı sanat dallarından esinlendiğini belirten Gül Ağış "Sinema, modern dans, resim, müzik, çağdaş sanat, grafiti gibi pek çok konudan ilham alıyorum. Eski ve yeniyi harmanlamayı, iki farklı zıt konuyu birleştirmeyi ve yeni bir şey sunmayı seviyorum. Bu süreç benim yaşama sevincim" diyor.

Another Magazine ile yaptığım röportaj sırasında, Türk tasarımcılarının bu tip değişik mekanlar ve konseptlerle tarihi konuları ele almalarının oldukça merak uyandırdığını söylediler" diyen Ağış, defile hakkında yapılan yorumları dile getiriyor. Ayrıca tasarımcı, IFW kapsamında İstanbul'a gelen yabancı alıcılar ve basın mensuplarının şehre yayılmış farklı pro-

jeleri görmekten mutluluk duyduklarını ifade ettiklerini belirtiyor. "Yabancı bir satın almacıyla sohbet ederken Galatasaray Hamamı'nın İstanbul'un fethinden 20 sene sonra yapıldığını söylediğimde yaşadığı şaşkınlığı anlatamam. Biz tasarımcılar bir nevi rehberiz aslında" diyerek kendilerinin ülkele-rinin tanıtımı için önemini vurgulayarak sözlerini noktalıyor. ❖

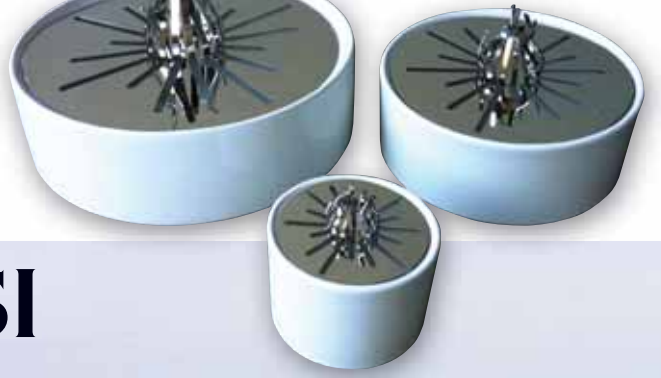
KAYRA®

www.kayra.com.tr

facebook.com/kayratekstil

www.kayrashop.com





TASARIM DÜNYASI DESIGN WEEK'TE BULUŞTU



ŞEHİRİN EN ESKİ ULUSLARARASI TASARIM ETKİNLİĞİ OLAN İSTANBUL DESIGN WEEK, 28 EYLÜL - 2 EKİM TARİHLERİ ARASINDA, YURTIÇİ VE YURTDIŞINDAN ÖNEMLİ KONUKLAR AĞIRLADI. TASARIM, TREND, MODA, BİLİM, MİMARLIK VE TEKNOLOJİ HAKKINDA YENİ PROJELER VE ATÖLYE ÇALIŞMALARıyla DOLU PROGRAMI ESKİ GALATA KÖPRÜSÜ'NDE BİR ARAYA GETİREN ETKİNLİĞİ 40 BİN KİŞİ ZİYARET ETTİ.

Istanbul'un tasarım alanında yükselen çıtası, uluslararası bağlamda düzenlenen etkinliklerle daha hızlı bir ivme kazanıyor. Tasarım alanında önemli bir yere sahip olan ve 28 Eylül-2 Ekim tarihleri arasında Eski Galata Köprüsü'nde gerçekleşen İstanbul Design Week (IDW) de bu ivmeyi yükselten etkinlikler arasında yer alıyor. Geçtiğimiz sene 35 bin ziyaretçisi ve Karim Rashid, Massimiliano Fuksas gibi dünya çapında ünlü konuşmacılarıyla oldukça ses getiren etkinlik, bu sene de Türkiye'nin ve dünyanın önde gelen moda ve endüstriyel tasarımcıları ile tasarım sektöründeki teknoloji, yaratıcılık ve son trendleri aynı plat-

formda buluştu. dDf'in organize ettiği, İstanbul Büyükşehir Belediyesi ve İSTAV'nin (İstanbul Sanat Tanıtım Araştırma Vakfı) proje ortağı olduğu IDW'nin altıncı senesinde yine çok sayıda sergi, konferans ve seminer gerçekleşti. IDW bu sene de geleneğini bozmayarak tasarım dünyasından ünlü isimler ağırladı. Toplamda 18 konferansın düzenlendiği etkinlikte İF Design Awards Başkanı Ralph Wiegman, trend tasarımcısı Lidewij Edelkoort ve İngiltere'nin en ünlü mimarlarından Amanda Levete, konferans veren ünlü isimlerden bazıları oldu. Bu isimlerin yanı sıra İstanbul Design Week koordinatörü Arhan Kayar ile birlikte Helsinki Design Week Koordinatörü Kari Korkman, London Design Festival Koordinatörü Ben Evans ve Dutch Design Week Koordinatörü Hans Robertus konuşmacılarıyla tarihi köprüyü renklendirdiler.

IDW renkli sergilere ev sahipliği yaptı

Etkinlikte 11 ulusal ve uluslararası sergi gerçekleşti. Bu sene ikincisi düzenlenen ve seçici kuruluğunu Arhan Kayar, Ela Cindoruk, Oya Akman, Sertaç Ersayın, Murat Tabanlıoğlu gibi önemli isimlerin oluşturduğu Design Spirit sergisinde yine 40 yaş altı, 40 Türk tasarımcının, İstanbul ile ilgili hikayesi olan 40 tasarımı gözler önüne serildi. Aralarında Hakan Gencol, Adnan Serbest, Erdem Akan, Defne Koz gibi 20 ünlü tasarımcının buluşmasıyla oluşan Barbar Grubu bu yıl ilk defa, kitap tasarımlarıyla IDW'ye katıldı. BarbarBook sergiyle tek bir kütüphane üzerinde, kitap kavramına farklı yaklaşımlar sergilendi. IDW'yi temsil eden pembe renkli tasarım ürünlerinin sergilendiği "Pink Design" sergisinde, 6 önemli tasarımcının (Aziz Sanyer, Akın Nalça, Şule Koç, Tamer Nakışçı, Fatih Alkan ve Ayla Turan) yeniden yarattığı "İstanbul Zilleri"nden oluşan tasarım sergisinin yanı sıra, yurtdışından Design

Miami'de en iyi ilk üçten biri olan Juju Studio, Dutch Design Awards'da ödül almış tüm ürünler, Hollanda'dan Brainport ve İtalya'dan Good 50 x 70 poster sergileri etkinlikte gerçekleşen sergilerden bazıları oldu. W Hotel İstanbul ve Gaia&Gino işbirliği ile düzenlenen "Genç Tasarımcılar Yanışması"nda ilk 3'e giren öğrencilerin tasarımları da Eski Galata Köprüsü'nde ödüllendirildi. Ayrıca, Derin Sanyer'in küratörlüğünde yapılan sergi alanı tasarımı ile öğrencilerinin projeleri, prototipleri, maketleri ve modellerinin yer aldığı Üniversiteler Sergisi de etkinlik kapsamında gerçekleşen çalışmalar oldu. Tüm bunların yanı sıra, 55 katılımcı firmanın ve 500'den fazla tasarımcının 1280 tasarım ürününün sergilendiği IDW'yi, 100'den fazla yerli ve yabancı basın mensubu takip etti. ❖



1995 yılında kurulan Kamer Grup, 17 yıllık bilgi birikimli, uzman kadrosu, pro-aktif ekip çalışması, hızlı ve güvenilir yollardan sonuca ulaşması, kaliteli müşteri portföyü ve dürüstlük ilkelerine bağlılığıyla sektöründe ki seçkin kuruluşlardan biri olmuştur. Hizmet verdiği alanda en iyi olma amacıyla tükenmeyen arayışları ve yeni çözümler üreten yapısıyla güvenini kazandığı müşterilerinin kendisine devretmiş olduğu sorumluluğun sınırlarını genişletmeyi misyon edinmiştir. Kamer Grup bünyesinde barındırdığı Kamer Gümrük Müşavirliği ve Kamer Lojistik olarak Gümrükleme de olduğu kadar Lojistikte de kendini, ispatlamış bir firmadır.

- Gümrük Müşavirliği
- Kota ve Ön İzin Belgesinin Alınması
- Uluslararası Nakliye
 - Teşvik açma/kapama işlemleri
 - Geçici Kabul
 - Aktarma İşlemleri
 - Transit işlemler
 - Fuar İşlemleri
 - Paket Posta İşlemleri
 - Teminat Çözümleri
 - İç Nakliye / Depolama
 - Sigortalama



OSMANBEY KALİTESİ TEK MARKA ALTINDA

**DÜNYANIN DÖRT BİR
YANINA İHRACAT
YAPAN OSMANBEYLİ
SANAYİCİLER, 'OSMANBEY'
İSMİNİ KORUMAK İÇİN
HAREKETE GEÇTİ. BU
KAPSAMDA OSMANBEY
MARKASINI TESCİL
ETTİREN OSMANBEY
TEKSTİLCİ İŞADAMLARI
DERNEĞİ (OTİAD),
ÜRETİMDE BELLİ KALİTE
VE ETİK KURALLARA GÖRE
ÇALIŞAN SANAYİCİLERİN
ETİKETLERİNDE BU
MARKAYI KULLANMASINA
İZİN VERECEK.**

Sayıları 4 bini aşan işletmenin faaliyette olduğu ve 90'a yakın ülkeye ihracat yapan Osmanbeyli sanayiciler, 'Osmanbey' ismini yurtdışında markalaştırmak için harekete geçti. Uluslararası moda endüstrisinde parlak bir geleceği olan ve bölge olarak markalaşma yolunda emin adımlar atan "Osmanbey" OTİAD sayesinde markasına kavuşuyor. 1970'lerde ortaya çıkan Osmanbey imajının hem iç piyasada hem de uluslararası piyasada tekrar oluşabilmesi için semt üzerine bir kurgu yapmaya karar veren OTİAD, "Osmanbey" ismini tescil ettirme kararını aldı. Marka oluşturma sürecinde logo çalış-

maları başladı. İlerleyen günlerde "Osmanbey" etiketi somut olarak ürünlere de taşınmış olacak. İstanbul'un toptan ve perakende anlamında en canlı alışveriş merkezlerinden biri olan Osmanbey, binlerce irili ufaklı firması ile adeta açık hava moda fuarını andırıyor. Çoğu kendi markasıyla üretim yapan toplamda 4 bin firmanın yer aldığı Osmanbey'de binlerce kişi istihdam ediliyor. Hazır giyim bütünü segmentlerini bünyesinde barındıran Osmanbey, giyimden aksesuara tam anlamıyla entegre bir hazır giyim bölgesi olma niteliği taşıyor. Moda yaratan, tasarlayan, üreten, pazarlayan ve hızlı terminlerle çalışan bir merkez olması

nedeniyle diğer piyasalardan kendini farklı kılan Osmanbey, üretim kalitesi, kapasitesi, sağladığı istihdam ve katma değeri yüksek ürünleriyle birçok ülkede adından söz ettiriyor.

Önkoşul: Üretimde kalite

Osmanbey'in yurtdışında daha da iyi tanınması için bir markalaşma süreci başlattıklarına dikkat çeken OTİAD Başkanı Ali Ulvi Orhan, "Önce marka tescilini aldık. Ardından da logo çalışmalarına başladık. Birkaç ay içinde bu çalışmalar tamamlanınca belli kalitede ve etik kurallarda üretim yapan firmalar etiketlerinde Osmanbey ismini kullanabilecek"

diyor. Yurtdışında ihracat yaptıkları ülkelerdeki müşterilerin zaten Osmanbey'in imajını çok iyi bildiğini söyleyen Orhan, bölgenin markalaşma yönünde atacağı adımların buradaki firmalara olumlu yansıtacağını dile getiriyor. Böylece yurtdışındaki güçlerini daha da artırmayı hedeflediklerini belirten Orhan, "Önümüzdeki aylardan itibaren tanıtım ve reklam kampanyalarına başlayacağız. Örneğin havayollarında bu marka imajını güçlendirmek için reklam yapacağız. Ardından 'Osmanbey Moda Günleri' düzenleyeceğiz" diyerek sezonu sokak defileleri ile karşılayacaklarının mesajını veriyor. Osmanbey markasını kullanmak isteyen firmalardan herhangi bir ücret talep etmeyeceklerini kaydeden Orhan, bu çalışmayla marka imajını yükselterek, kaliteli üretim yapan firmaları da ayrıştıracaklarını vurguluyor.

"Osmanbey imajı 25 yıl önce de vardı"

Türkiye'de markaların ortaya çıkabilmesi için her şeyden önce Türkiye'nin marka olması gerektiğini belirten Orhan, sözlerine şöyle devam ediyor, "Bir ülkenin markası olduğu zaman söz konusu ülkede özel anlamda markaların ortaya çıkması çok daha kolay olur. Bunun en iyi örneklerini; İtalya, Fransa ve Amerika gibi, ülkelerde görebiliriz. Bu ülkelerden çıkan firmalar markalarını daha kolay oluşturabiliyor." Orhan, OTIAD olarak kendilerinin de bu teoriden yola çıkarak, Osmanbey'i genel olarak tek başına marka haline getirebilmek için her şeyden önce Osmanbey ismini tescil ettirmeye karar verdiklerini söylüyor. Bundan 25 yıl önce iç piyasada Osmanbey malı imajının söz konusu olduğunu belirten Orhan, o dönemlerde daha moda malı üretiyoruz diyen firmaların Osmanbey'e kaydığını söylüyor. Gelen firmaların katma değeri yüksek moda ürünler yapmaya başladığını dile getiren Orhan,

daha o zamanlardan Türkiye'de Osmanbey malı imajının ortaya çıktığına işaret ediyor.

Moda festivali Osmanbey'e renk katacak

Markayı korumak ve büyütmek için son dönemde bir dizi proje hazırlığı içerisinde olduklarını söyleyen Orhan, mal sattıkları coğrafyada Osmanbey malının zaten prestijini ifadesi olduğunu belirtiyor. Türk malı ile ilgili çok uzun yıllar önce bir imaj sorununun söz konusu olduğunu belirten Orhan, bugün bu sorunların aşıldığını dile getiriyor. Orhan, "Bugünün Türkiye'sine bakıldığında her tarafı tasarım kokan, katma değeri yüksek ürünler yapıldığını görürsünüz. Aynı şekilde Osmanbey piyasasına çıkıp baktığımızda da bunu görürsünüz. Bu piyasada dünya modası günü gününe takip ediliyor. Müşterilerimiz bizim tasarımlarımıza ve kalitemize güvendiği için mal sattığımız coğrafyadaki imajımız ayrı bir yere sahip" diye-



OSMANBEY İMAJ TAZELİYOR

Ali Ulvi Orhan

OTIAD Başkanı

Osmanbey etiketini ürünlerinde kullanmak isteyen firmaların birtakım kriterlere sahip olması gerekecek. Firmadan OTIAD üyesi olması şartı aranırken, üretimde etik kullaralara uyan firmalar ürünlerinde "Osmanbey" markasını taşıyabilecek. OTIAD Başkanı Orhan, Osmanbey'i temsil edebilecek kapasitede olan üyelere bu markayı kullanılmak istediklerini ifade ediyor. Orhan, "Firmaların ihracat rakamlarında bir kota belirlemiyoruz. Burada firmaların büyüklüğünden ziyade, söz konusu firmaların iş yapış biçimi ve mallarının kalitesi ile ilgileniyoruz" diyor. Bu girişimin orta ve uzun vadede firmalara önemli faydalar sağlanacağını dile getiren Orhan, "Söz konusu adımla firmaların ürünlerine ayrı bir katma değer vereceğimizi düşünüyoruz. Bu da Osmanbey'in en büyük avantajı olacak. Firmaların marka bilinirliğini daha prestijli hale getirmeyi hedefliyoruz. Bu çalışma, diğer taraftan kaliteli üretim yapan firmaları da diğerlerinden ayırtmış olacak" şeklinde konuşuyor.

rek Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün bu değeri yaşatması gerektiğini önemle vurguluyor. Hayata geçirecekleri projelerle Osmanbey'in dış tanıtım faaliyetlerine önem vereceklerini söyleyen Orhan, bu anlamda Osmanbey'de bir moda fes-

tivali yapmayı düşündüklerini dile getiriyor. Orhan, "Bu çalışmamız henüz proje aşamasında olmakla birlikte, hayata geçtiğinde Osmanbey piyasasına ayrı bir renk katarak, bölgenin daha da hareketlenmesine vesile olacak" diyor. ❖

Uluslararası moda endüstrisinde imajını güçlendiren Osmanbey, 4 bin firması ile İstanbul'un açık hava pazarı olma özelliğini taşıyor. Tasarımlarını kendi bünyelerinde yapıp 85 ülkeye ihraç eden bölge, tekstil ve hazır giyim standartlarını belirleyen bir merkez olma yolunda ilerliyor.



GÜRCİSTAN'DAN YATIRIM ÇAĞRISI



KÜÇÜK KOMŞUMUZ GÜRCİSTAN, SANAYİ YATIRIMI İÇİN DAVET EDİYOR. CPI FUARI'NA KATILAN GÜRCİSTAN ULUSAL YATIRIM AJANSI, TÜRKİYE'DEN HAZIR GİYİM ÜRETİCİLERİ ARASINDA BİR YIL İÇERİSİNDE YENİ YATIRIM YAPACAK İLK BEŞ FİRMAYA; ARAZİ TAHSİSİ, ELEKTRİK, YOL, SU VE DOĞALGAZ ERİŞİMİ, İŞ ORTAKLIĞI GİBİ KONULARDA ÇEŞİTLİ AVANTAJLAR SAĞLIYOR.

Collection Prémère İstanbul (CPI) Fuarı, yerli yabancı birçok firma, katılımcı, alım heyeti ve basın mensubunu ağırlarken, katılımcıların arasında hazır giyim üreticilerine ülkelere yatırım yapmaları çağrısında bulunmak için gelen Gürcistan Ulusal Yatırım Ajansı da vardı. Yaptıkları çalışmaları Hedef dergisiyle paylaşan ajans direktörü Keti Bochorishvili, "CPI'ya ilk defa katıldık. Birbirinden farklı birçok firmaların bir arada olduğu bir platformda bulunup ajansımızı tanıtmak ve çeşitli firmaları tanımak çok güzel" diyerek organizasyon hakkındaki görüşlerini dile getirdi. Hazır giyimin Türkiye'deki en büyük sektörlerden biri olduğunu söyleyen Bochorishvili, Türkiye'nin tekstil, materyal ve moda alanında lider ülkeler arasında yer aldığını belir-

tiyor. Ülkemizde bu alada hizmet veren şirketlerden öğrenecekleri çok şey olduğunu inandığını söyleyen Bochorishvili, "Ülkemiz son yedi yıldır birçok reform gerçekleştirdi. Her sektörde iyi yönde adımlar attı. Gürcistan'da işgücü ve elektrik maliyeti komşu ülkeler ve bulunduğu bölgeyle oranla çok daha ucuz. Bunun yanı sıra, Gürcistan stratejik olarak da önemli bir konumda yer alıyor. Puma, Zara gibi firmalar Gürcistan'a yatırım yapıyorlar" diyerek ülkesinin yatırım koşulları hakkında bilgi veriyor.

Özellikle enerjide avantajlar var

Gürcistan'da yatırımcılar için birçok avantaj olduğunu belirten Bochorishvili, bunu Gürcistan'da bürokratik işlerin diğer pek çok

ülkenin aksine çok kısa zamanda halledilmesini örnek vererek açıklıyor. Gürcistan Hükümeti'nin gerçekleştirdiği bir projeye, bir yıla kadar hazır giyim alanında ülkeye yatırım yapacak yeni beş firmaya bazı ayrıcalıklar sağlanacağını belirten Bochorishvili, "Bu projeye birlikte Gürcistan Hükümeti yatırımcılara bütün ülke genelinde çeşitli alanlarda ve özellikle Guria Bölgesi'nde bir yer sağlıyor. Arazi herhangi bir ön yeterlik kriteri ya da özel ihale prosedürü aranmadan sembolik bir fiyata sunuluyor. Erişilebilir arazinin tek koşulu, sonraki yedi yıl içerisinde önerilen arazide sadece bu alanda iş geliştirme amacına hizmet edilmesi üzerine oluyor. Daha sonra hükümet firmalara, en yakın altyapı ağı, yol, elektrik, su temini ve doğalgaz dahil olmak üzere

tam erişim sağlıyor. İşçileri eğitmek için harcanan para ise bir yılın sonunda şirkete geri ödeniyor. Tüm bunların yanı sıra tek başına şirket kurmak istemeyen yatırımcılara devlet belirli şartlarda ortak olabiliyor ve beraber yatırım yapabiliyorlar" diyerek firmaları konu hakkında bilgilendiriyor. Ajanslarının lokasyon, diğer şirketlerle iletişim, müşteri hizmetleri gibi pek çok alanda destek sağladığını belirten Bochorishvili, Türk yatırımcılarının Gürcistan'a gitmeleri için vizeye ihtiyaçları olmadığını ve iki ülkenin ulaşımının çok kolay olduğunu söylüyor. Bochorishvili, Gürcistan'ın Türkiye ile süren ticaret ve dostluk ilişkilerini artırarak devam ettirme kararlılığında olduğunu belirterek sözlerini noktallıyor. ❖

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

GÖRÜNMEYEN ÜRÜNDE GÖRÜLMEMEYEN TEHLİKE



KONFEKSİYON YAN SANAYİNİN GÖRÜNMEYEN KALEMİ TELADA GEREKEN TEKNOLOJİ, KNOW-HOW VE JEOPOLİTİK AVANTAJA SAHİP OLAN TÜRKİYE, ÇİN'İN YARATTIĞI HAKSIZ REKABETLE KARŞI KARŞIYA. UCUZA ÜRETİLEREK SAHTE ETİKETLE PİYASAYA SÜRÜLEN BU TELALARDA İNSAN SAĞLIĞINI TEHDİT EDEN 'FENOLİK FORMALDEHİT' ADLI KİMYASALLAR KULLANILYOR. SEKTÖRÜN TÜRKİYE'DEKİ ÖNCÜ FİRMALARINDAN TELASİS, TELADAKİ SAHTECİLİK VE SAĞLIKSIZ ÜRETİMİN İTHALİ SORUNUNU ÇÖZMEK İÇİN ÜST DÜZEYDE ÇALIŞMALAR SÜRDÜRÜYOR.

Nihai tüketici çok farkında olmasa da stilistler ve üreticiler için tela, vazgeçilemeyecek bir ürün. Tela, şapkadandan ayakkabıya, diğer bir deyişle tepeden tırnağa kadar her yerde kullanılıyor. Ürünün duruşunu belirleyen temel bir girdi olan tela, bu özelliği sayesinde başta hazır giyim olmak üzere birçok alanda kendine yaşam alanı buluyor.

Üretimi için pahalı ve ileri bir teknolojinin kullanıldığı telada üretim için milyon dolarlık yatırımlar gerekiyor. Yüksek yatırımlar gerektirdiği için de merdiven altı üretime rastlanmıyor. Bu nedenle sektörde genel olarak sağlıklı bir rekabet hüküm sürüyor. Rekabeti bozan ise birçok sektörde olduğu gibi yine Çin. Coğrafi avantajlarıyla beraber Türkiye, fiyat-kalite denge-

si açısından Çin'in önünde. Fakat Çinli firmalar tarafından sahte etiketle piyasa sürülen ve ucuz maliyetle üretilen telalar, hem sektördeki firmaları baltalıyor, hem de kullanılan kimyasallar nedeniyle insan sağlığını tehdit ediyor.

Çin hükümeti duyarsız

Tela konusunda Türkiye'deki sayılı firmalardan biri olan Telasis,

hem teknolojisi, hem kimyası, hem de üretim kapasitesi ile bu alanda hakim firmalardan. Yıllık 100 milyon metrekaarelik tela üretimine sahip olan Telasis, şu günlerde sektörün de karşı karşıya olduğu iki önemli sorunla mücadele ediyor. Bunlardan biri Çin'de üretilen ve özellikle Ukrayna ve İran'da piyasaya sürülen sahte etiketli mallar. Diğeri ise içerisinde olması

gerekenden çok daha fazla “fenolik formaldehit” barındıran insan sağlığına zararlı telaların varlığı. Sahte mallarla ilgili Çin Hükümeti'nin hiçbir şekilde yardım elini uzatmadığını belirten Hassan Group Yönetim Kurulu Üyesi Ahmet Şişman, “Uluslararası ticarete tamamen para kazanmaya dayalı bir organizasyon söz konusu. Dolayısıyla bu sahte malları şikayet ettiğimiz hiçbir yerden olumlu bir geri dönüş alamadık” diyor.

“Rekabete her zaman hazırız”

İşlerini doğru yollardan en iyi şekilde yapmaya çalıştıklarını ifade eden Şişman, yeteri kadar destek göremediklerinden şikayet ediyor. Şişman, “Hükümet belli bir çaba içinde fakat biz Gümrük Bakanlığı ile de iç içe olmak istiyoruz. Çünkü; elyafta anti dumping var, kumaşta anti dumping var, konfeksiyonda koruma var, bunların arasında kullanılan bizim malzememizde ise herhangi bir koruma önlemi yok. Bu sektörü, Türkiye'ye fayda sağlaması için kullanmalıyız. Türkiye'ye bizim ürettiğimiz bir kalitede başka bir malzeme giriyorsa rekabete her zaman hazırız. Ama dumping yapılarak ve sağlıksız bir vaziyette geliyorsa bunun önlemini muhakkak almamız gerekiyor” şeklinde konuşuyor.

Fenolik formaldehitte yasal oran yüzde 20

Firmaların Avrupa'daki “Hohenstein Textile Testing Institute” tarafından verilen Ekoteks 100 sertifikasına sahip olabilmeleri için teladaki “fenolik formaldehit” oranının yüzde 20 olması gerekiyor. Fakat Çin'den gelen oranların çok daha yüksek olduğunu belirten Şişman, bu ürünlerin insan sağlığına son derece zararlı olduğuna dikkat çekiyor. Telasis olarak Türkiye'ye gelen bu tür telaların girişini durdurmak adına bir takım çalışmalar için-



Telasis olarak insan sağlığını tehdit eden telaların Türkiye'ye girişini durdurmak adına çalıştıklarını ifade eden Ahmet Şişman, telalardaki fenolik formaldehit oranlarını tespit etmek için Gümrük Bakanlığı'nın azo boyarda gerçekleştirdiği gibi bir çalışma yapması gerektiğine dikkat çekiyor.

de olduklarını ifade eden Şişman, “Telalardaki fenolik formaldehit oranlarını tespit etmek için Gümrük Bakanlığı'nın azo boyarda gerçekleştirdiği gibi bir çalışma yapması gerektiğini düşünüyoruz” diyor.

Ekoteks Laboratuvarı takipte

Nonwoven üreticileriyle yaptıkları görüşmeler sonrasında özellikle Çin'den gelen, aralarında Avrupa menşeli ürünlerin de yer aldığı malları test yapılmak üzere Ekoteks Laboratuvarı'na götürdüklerini söyleyen Şişman, şimdiki çıkacak sonuçları beklediklerini söylüyor. “Eğer düşündüğümüz gibiyse hemen bir çalışma başlatacağız. Çünkü Uzakdoğu, teladaki yapışkanlık özelliğini fenolik formaldehit ile elde ediyor. Aynı şekilde ayakkabıda da tela kullanılıyor. Hatta bu ürünlerde daha yoğun bir şekilde kullanılıyor. Bu ürünler doğrudan tenle temas ediyor, insanın ayağı bütün gün ayakkabının içinde olduğu için ikisi de insan vücudunun rahatça emebi-

leceği şeyler” diyen Şişman, bu ürünlerin hammaddesinde kullanılan ürünlerin mercerize edilmesinin önemli bir konu olduğunu vurguluyor.

“Ukrayna pazarı sahte Çin mallarıyla dolu”

Özelde firmanın, ama genel çerçevede bakıldığında tela sektörünün önemli sorunlarından biri olan sahte mallar, sektörün önünde aşılması gereken önemli bir problem olarak duruyor. Her türlü hammaddelerini en doğru şekilde, dünyanın en iyi şirketlerinden temin ettiklerini dile getiren Telasis Genel Müdür Yardımcısı Hüseyin Cevahiroğlu da Çin'deki sahte malların varlığına dikkat çekiyor. Cevahiroğlu, “İlk derdimiz; Çin'deki bazı firmalar tarafından sahte malların yapılması. Hatta bu malların Almanya Teknik Tekstiller fuarında “King Safe” adında Çinli bir firma tarafından alıcılara sunulduğuna tanık olduk. Bunu görünce onların standını kapattırdık. Kısacası Çinli firmalar sahtecilik yaparak kendi

ürünlerinde bizim markamızı kullanılıyor” şeklinde konuşuyor. Firmaların “Hohenstein Textile Testing Institute” giderek, ürünlerinin sağlığa zararlı olmadığını gösteren bir bandrol ve kod aldığını belirten Şişman ise bandrolü ürünün üzerinde gören konfeksi-



Türkiye'nin tekstilde artık hakim bir ülke olduğunu ifade eden Telasis Genel Müdür Yardımcısı Hüseyin Cevahiroğlu, sektörün bu gücünü markaya dönüştürmesi gerektiğini söylüyor.



Dünyanın kabul ettiği "Japon Kanunları 112" ye göre; telada kullanılan azo boyar oranı 0,05 ile 16 ppm arasında ise kimyasal madde yok deniliyor. Bu oran aynı zamanda Class 1 versiyonu oluyor. Class 2 versiyonunda ise bu oran 75 ppm'e kadar çıkıyor.

yon üreticilerinin söz konusu ürünün insan sağlığına zararlı olmadığına dair emin olduğunu belirtiyor. Fakat Çinlilerin hem kendi markalarını taklit ettiğini hem de o kodu ürünlerinin üzerine koyduğunu kaydeden Şişman, "Bu durumda da sanki piyasada biz bu ürünü satıyormuşuz gibi bir algı yaratılıyor. Evet bu konuda Türkiye'de sıkıntı yaşandı, ama dünyada çok daha ciddi sorunlar yaşanıyor. Mesela bütün Ukrayna pazarı bizim markamızı sahte yollarla üreten Çinlilerin elinde" diyor.

Çözüm Türkiye'nin kendi etiketini oluşturmasında

1998 yılından bu yana ürünlerinin insan sağlığına zararlı olmadığını gösteren "Ekoteks 100" belgesine sahip olan Telasis, böylece ürünlerinin kalitesine de belgelemiş durumda. Cevahiroğlu bazı firmaların Class 4x4 markasının yanında bu etiketi de kullandığına dikkat çekiyor. Bu konuyu belgeyi verme yetkisine sahip olan Hohenstein Textile Testing Institute'ne ilettiklerini söyleyen Cevahiroğlu, fakat buradan olumlu bir sonuç alamadıklarını söylüyor. Son günlerde

"Ekoteks 100" belgesinin sahte yollarla çok fazla markanın üzerinde olmaya başlamasıyla tekrar konunun üzerine giden firma, bu sorunun Türkiye'nin kendi etiketini oluşturmasıyla çözülebileceğini düşünüyor.

Fenolik tozuna Avrupa duyarlı yaklaşıyor

Fenolik formaldehit denilen toz şeklindeki ve insan sağlığına zarar veren kimyasal maddenin telaya yapışkanlık özelliği verdiğini belirten Şişman, bu maddenin kullanıldığı telalarda fiyatın üçte bir daha uygun olduğunu söylüyor. Şişman, "Bu konudaki çözüm bizim de Çinliler gibi üretmemiz değil, onların bizim gibi üretmesi" diyor. Avrupa'nın şu anda içinde hiç fenolik tozu olmayan ürünlerde bile fenolik formaldehit testleri istediğini dile getiren Şişman, "Islak mendiller sade elyaftan yapıldığı için içinde kimyasal madde bulunmaz. Ama elyafın kendi prosesinden kaynaklanan şeyler oluyor. İşte Avrupa bunu da göz önüne alarak bu ürünlerde de test yapıyor. Çinli firmalar ise telaya yapışkanlık özelliği kazandırmak için ürünün üstüne direk fenolik tozu koyuyor" diyerek bu ürünlerde de azo boyarlarda olduğu gibi testler yapılması gerektiğine dikkat çekiyor.

"Telada son teknolojileri kullanıyoruz"

Telayla ilgili Türkiye'nin yeterli alt yapıya sahip olduğunu vurgulayan Şişman, "Türkiye bu konuda Avrupa'dan bile çok daha ileride. Bu alana Avrupa'dan daha geç başladı, ama en yeni, en hızlı makinalarla başladı. Dolayısıyla kısa zamanda Avrupa'yı geçti. Mesela bizim nonwoven zemini yapan makina 5 metre 10 cm genişliğinde ve dakikada 300 metrelik üretim yapıyor. Bu dünyanın en önemli makinalarından bir tanesi. Biz bu makinada telanın yanında hijyen sektörüne çocuk bezleri ve kadın pedleri

gibi tenle direk temas eden ürünler de üretiyoruz" diyor.

İşin ustası kolay bulunmuyor

Piyasada üretilen ürünlerle değil, dışarıdan gelen ithal ürünlerle ilgili şikayetlerinin olduğunu altını çizen Cevahiroğlu, esas hedeflerinin ise sektörü bu konuda bilinçlendirmek olduğunu kaydediyor. Eğitimi sonu olmayan bir yolculuk olarak tanımlayan Cevahiroğlu, "Biz kendi çalışanlarımızı zaten sürekli eğitiyoruz. Ama içerideki çalışanları eğitmekten öte, dışarıyı da eğitmek zorundasınız. Bu amaçla bir eğitim cd si



oluşturduk. Bugüne kadar nonwoven ile ilgili 70'e yakın seminer verdim. Bu eğitimleri neden verdiğimizimize gelince; bilgi paylaşımı bizim için önemli. Çünkü bilgiyi paylaştıkça daha da güçleniyoruz" diyor. İşgücü bakımından sektörü değerlendiren Cevahiroğlu, hem eğitim düzeyi açısından hem de bu işin ustası olan elemanlar açısından çalışanların kolay kolay bulunmadığına dikkat çekiyor. Bu nedenle bir meslek okulunda branş olarak nonwoven (dokunmamış ürünler) bölümünü açtıklarını kaydeden Cevahiroğlu, bölü-

mün önümüzdeki yıl eğitim öğretim yılına başlayacağını haberini veriyor.

Doğumdan ölüme bir yolculuk

Nonwoven denildiğinde inanılmaz derecede büyük bir denize düşüyorsunuz. Çünkü ortada doğumdan ölüme kadar her yerde kullanılan bir ürün var. Ayakkabıdan çantanıza, elbisenizden yorganınıza, pedden çocuk bezlerine, ıslak mendillerden, ameliyat önlük ve başlıklarına kadar geniş bir yelpazede kendine kullanım alanı buluyor nonwoven. Dolayısıyla bu üründe çok farklı teknolojiler

de söz konusu. Nonwoven içinde; spunbonded, su jeti, kimyasal bağlı, ısıyla bağlı, iğnelemeli, keçe, elyaf vatka, gibi birçok teknolojiler var. Bu teknolojilerin Türkiye'de son derece ilerlediğini belirten Cevahiroğlu, bunlardan spunbonded ve su jeti teknolojisiyle üretilenlerin ağırlıklı olarak Gaziantep'te olduğunu aktarıyor. Türkiye'deki telacıların hemen hemen hepsinin İstanbul'da konumlandığını belirten Cevahiroğlu, yapışkan tela alanında Anadolu'da üretim yapılmadığını bu konuda sadece İstanbul'un söz sahibi olduğunu ifade ediyor. ❖



SENATUS
HOTEL

Konuklarınızı ve sizi
ağırlamak için
ayrıntıları
bize bırakın...



+90 212 458 58 66 (pbx)
www.senatushotel.com

ÜRETİMDE YENİ TEHDİT: GÜNDELİK İŞÇİLER

TÜRKİYE’NİN İSTİHDAM DEPOSU SEKTÖRÜ HAZIR GIYIM, ŞİMDİLERDE YENİ BİR TEHLİKE İLE KARŞIYA. SON DÖNEMLERDE SAYILARI İYİCE ARTMAYA BAŞLAYAN, “GÜNLÜK İŞÇİ BULMA KOMİSYONCULARI” SEKTÖR İÇİN ÖNEMLİ BİR SORUN YARATIYOR. SON DÖRT YILDIR YÜKSELEN BİR TREND OLAN BU YÖNTEM, MEVCUT ÇALIŞANLARIN DA İŞTEN AYRILMASINA VE KALİFİYE ELEMAN BULMAKTA SIKINTI YAŞANMASINA NEDEN OLUYOR.



İstihdam ihtiyacını bugüne kadar çıraklıktan ustalığa giden bir süreçle karşılayan hazır giyim üreticilerinin teknik eleman bulmada yaşadığı zorluk, herkes tarafından biliniyor. Şimdilerde ise ortaya çıkan “günlük işçi bulma komisyoncuları” personel bulmaya çalışan işyerlerine günlük personel göndererek, firmaların eleman ihtiyacını karşılıyor. Son dönem-

de sayıları iyice artmaya başlayan, günlük işçi bulma komisyoncuları sektör için önemli bir sorun olarak değerlendiriliyor. Son dört yıldır başta tekstil olmak üzere birçok sektörde yükselen trendini sürdüren yöntem, üretimde önemli problemleri de beraberinde getiriyor. Tamamen kayıt dışı çalışan bu kişiler her şeyden önce kayıtlı olan üretim atölyeleriyle yasal olmayan

yollarla bu işi yürüten firmalar arasında haksız rekabetin doğmasına neden oluyor. Konunun bir başka boyutu da günlük işçilerde aidiyet ve disiplin kavramının olmamasından dolayı verimsiz çalışmaları. Bu kişiler ertesi gün aynı işyerinde çalışmayacaklarını bildiklerinden düşük bir performansla ve verimsiz bir şekilde üretim yapıyor. Atölyecilerin

sürekli eleman aradığına dair ilanları asılı olduğu halde, işe başvuru sayısının her geçen gün azaldığı göz önüne alınırsa konunun ciddiyeti daha belirgin şekilde ortaya çıkıyor.

Çalışan sosyal güvenceden, işveren kaliteden yoksun

Bu yöntemde işçiler sosyal güvenceden yoksun olarak çalış-



Günlük işçi sistemiyle küçük işletmelerde verimliliğinin kalmayacağını söyleyen İHKİB YK Üyesi Murat Delibalta, “Bu yöntem daha kolay ve ucuz bir çalışma şekli olarak algılansa da verimsizlik ve kalitesiz üretim sebebiyle hiç hesaba katılmayan maliyet artışları ortaya çıkacaktır” diyor.

şirken, işverenler ise yapılan işin niteliğinin ve kalitesinin düşmesi sebebiyle kalite ve verimlilik kaybına uğruyor. Yevmiye sistemi kuşkusuz işverenin yeni elemanlar yetiştirmesi için de zaman kaybetmesi anlamına geliyor. Durum böyle olunca üretici firmalar, gereken vasıflı çalışanı bulabilmek için İstanbul dışına çıkmaya çalışıyor. Bu durumun uzun vadede işletmelere zarar vererek, müşteri ve iş kaybını da beraberinde getireceği söyleniyor.

Günlük işçi bulma komisyoncularının varlığını sektör için ciddi bir tehlike olarak değerlendiren Burcu Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı ve İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Murat Delibalta, bu yöntemin ilk olarak el ilanları ile başladığına dikkat çekiyor. Günlük işçi bulma komisyoncularının bilinen, kayıtlı bir ticaret hanelerinin olmadığını söyleyen Delibalta, bu kişilerin sadece bir cep telefonu ile işlerini yaptıklarını aktarıyor. Delibalta, “İşçi, komisyoncu ve işveren birbirlerini referans yoluyla buluyor. Her sabah işe gitmeden belli yerler-

de toplanıyorlar ve küçük işletmeler oraya gidip vasfına göre yeterli sayıda işçiyi alıp işyerine götürüyor. Bu işçilere günlük veya haftalık ücret ödeniyor” diyor.

Bu çalışma şeklinin beraberinde çok ciddi üretim problemlerini de beraberinde getirdiğini ifade eden Delibalta, her şeyden önce günlük işçinin yaptığı işle ilgili hiçbir sorumluluğunun bulunmadığını söylüyor. “Bu kişiler işyerine gidip, verilen işi bildiği kadarıyla dikkatsiz bir biçimde yapıp, günü tamamlamayı düşünüyor. Ürettiği ürün kaliteli olmuş veya olmamış günlükçü için hiç önemli değil” diyen Delibalta, işte bu durumun üretimde kalite standartlarını düşürdüğünü önemle vurguluyor.

Üretimdeki süreçlerin zincir halkası gibi birbirine bağlı olduğunu söyleyen Delibalta, üretimden doğan herhangi bir aksamanın anında siparişlere yansımada dile getiriyor. Bu durumun kuşkusuz işverenin yeni elemanlar yetiştirmesi için zaman kaybetmesi anlamına geldiğini söyleyen Delibalta, “Her gün değişik işçilerin gelip gittiği bir üretim atölyesinde işverenin uzun vadeli bir kalite standardını yakalaması pek de mümkün olmuyor” diyor.

Günlük işçi, küçük işletmeler için cazip

Bu yöntem, daha çok işçi sayısı dönem dönem artan bazen de azalan yani sürekli ve düzenli işi olmayan işletmelerce kullanılıyor. Gayri resmi olduğu için de küçük işletmeler açısından SSK ve vergi yükünü ortadan kaldırması bu sistemi daha cazip hale getiriyor. Murat Delibalta ise, bu durumun önüne geçilebilmesi için en büyük görevin hükümete düşüğünü söyleyerek, “Devletin resmi yetkilileri bu sorunu en hızlı şekilde gündemlerine alıp gerekli denetimleri yapma-

sı gerekiyor. Gündelikçilerin ve bunları çalıştıran işverenlerin bu çalışma şeklinin kendilerine getirdiği ciddi zararın farkına varmalarını sağlamak için bilinçlendirilmeleri de önemli. Bu konuda en önemli görev Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı'na düşüyor” diyor. Günlük işçilerin varlığının devam etmesi halinde uzun vadede sektör için karamsar bir tablo çizen Delibalta, “Bu sistemle birlikte küçük işletmelerde kalite ve verimlilik kalmayacaktır. Ayrıca bu yöntem kağıt üstünde daha kolay ve ucuz bir çalışma şekli olarak algı-lansa da verimsizlik ve kalitesiz üretim sebebiyle hiç hesaba katılmayan maliyet artışları ortaya çıkacaktır. En önemlisi ise düzgün ve resmi çalışan büyük işletmelerin bu şekilde gayri resmi çalışan firmalara karşı haksız rekabete uğraması nedeniyle, bu durum işletmelerin ileride sektöre daha fazla yatırım yapma isteğini de azaltacaktır” diye anlatıyor.

Kadrolu elemana ihtiyaç büyüyor

Hazır giyim üreticilerinin teknik eleman bulmakta yaşadığı zorluğun herkes tarafından bilinen bir gerçek olduğunu belirten Uluışık Tekstil Firma Ortağı Yaşar Uluışık ise sektörün istihdam ihtiyacının bugüne kadar çıkrılıktan ustalığa giden bir süreçle karşılandığına dikkat çekiyor. Fakat mecburi okul süresinin ilkokuldan liseye uzatılmasıyla sektörün çıkrak bulmada zorluk yaşamaya başladığını dile getiren Uluışık, “Sektörün ihtiyacı olan overlokçu, singerci, ütücü, kalite kontrolcü, makastar, metocu gibi teknik elemanlar yetiştirmeye başladı. Mevcut meslek liselerinde bu branşlarda bölümlerin olmaması sektörün uzun vadede personel bulamamasına ve dolayısıyla üretim yapamaması-



Bir telefonda başka maliyeti olmayan günlük işçi bulma komisyoncularının kayıtlı olarak üretim yapan atölyeleri kapanma noktasına getirdiğini söyleyen Uluışık Tekstil Ortağı Yaşar Uluışık, üretim yoğunluğuyla kapasite artırmaya yönelmek isteyen atölyecilerin istihdam edecek personel bulamayacakları endişesiyle harekete geçemediğini aktarıyor.

na neden olacaktır” diyor. Sektördeki sivil toplum kuruluşlarının mevcut liselerde söz konusu bölümlerin açılması için girişimlerini sürdürürken tekstilciler olarak yeni problemlerle karşı karşıya kaldıklarını söyleyen Uluışık, “Ortaya çıkan bazı araçlar personel bulmaya çalışan atölyelere günlük personel göndermeye başladı. Fakat bu araçların sayılarının artması sektörün düzenli ve kadrolu eleman ihtiyacının daha da büyümesine neden oldu” diyor. Tamamen kayıtdışı çalışan bu grubun haksız rekabet ortamına zemin hazırladığını aktaran Uluışık, bir telefonda başka maliyeti olmayan bu kişilerin kayıtlı olarak üretim yapan atölyeleri kapanma noktasına getirdiğini söylüyor. Uluışık, diğer taraftan ise üretim yoğunluğuyla kapasite artırmaya yönelmek isteyen atölyecilerin istihdam edecek personel bulamayacakları endişesiyle harekete geçemediğini aktarıyor.



Günlük işçiler, daha çok çalışan sayısı dönem dönem artan bazen de azalan yani sürekli ve düzenli işi olmayan işletmelerce kullanılıyor. Yöntemin resmi olmaması sebebiyle küçük işletmeler için SSK ve vergi yükünü de ortadan kaldırması, sistemi daha cazip hale getiriyor.



Türkiye'de çok fazla kaçak işçi çalıştırıldığını vurgulayan İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Cevdet Karahasanoğlu, sektörün çaresizlikten günlük işçi metoduna başvurduğunu, sorunu Çalışma Bakanlığı'nın çözmesi gerektiğini belirtiyor.

Dört yıldır virüs gibi yayılıyor

İstanbul'da özellikle de konfeksiyonun yoğunlaştığı bölgelerde kendine yaşam alanı bulan günlük işçi komisyoncuları, son dört yıldır sektörün içinde bir virüs gibi yayılıyor. Son dönemlerde sayıları giderek artmaya başlayan, günlük işçi bulma komisyoncularını sektörün karşısında duran önemli bir sorun olarak değerlendiren Pameks Giyim Yönetim Kurulu Başkanı ve İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Cevdet Karahasanoğlu da, konfeksiyonun yoğunlaştığı bölgelerde yevmiyeci diye bir şeyin türediğini ifade ediyor. Bu yevmiyecilerin ise günlük işçi bulma komisyoncuları

aracılığıyla sektörde kendilerine iş bulduğunu belirten Karahasanoğlu, "Bu işçilerin maliyetleri daha az oluyor. Biz bu tür işçileri çalıştırmıyoruz. Bunları daha çok merdinvenaltı üretim yapan firmalar tercih ediyor" diyor.

Sektör zamanla yarışıyor

Bugün İstanbul'daki konfeksiyon firmalarında ciddi anlamda işçi sorunu yaşandığını dile getiren Karahasanoğlu, beyaz yakalı çalışan bulunduğunu, fakat mavi yakalı işçi bulmada sıkıntı yaşandığını söylüyor. Karahasanoğlu bu eksikliğin nedenini ise şu cümleleriyle anlatıyor: "Konfeksiyon sektörünün artık gelecek vaat etme-

diği düşüncesi ile gençler bu alana girmiyor. Çünkü konfeksiyon sektörünün aleyhine çok fazla propaganda var. Örneğin sektörün illegal çalıştığı söyleniyor. Halbuki ihracatçılar yüzde 100 kayıt altında ve Türkiye'nin düzgün firmaları yine konfeksiyon sektöründen çıkıyor. Durum böyle olunca gençlerde bu sektörden uzak durmaya başlıyor. Günlükçülerde günde 20 TL daha fazla kazandıkları için illegal çalışma yolunu tercih ediyor.

"Bir taraftan bu konu ilgili şikayetler devam ederken, diğer taraftan da yine bu yöntem devam ediliyor. Buradaki çelişkili durumu nasıl açıklayabilirsiniz?" sorusuna ise Karahasanoğlu'nun yanıtı oldukça net: "Sektörün başka çaresi yok." Konfeksiyon sektörünün sipariş üzerine kurulu bir sistem üzerinde üretim yaptığını söyleyen Karahasanoğlu, "Müşteriye belirlenen tarihte teslim etmeyi belirttiğiniz ürünü o tarihte teslim etmeniz gerekiyor. Firma mevcut çalışanıyla bu siparişleri zamanında yetiştiremeyeceğini anlayınca ya da çalıştıracak eleman bulamadığında istemeyerek de olsa bu yöntem başlıyor" şeklinde konuşuyor. Günlük işçi bulma komisyoncuları, üretimde önemli problemleri de beraberinde getiriyor. Nedir problemler? Makineci, kalite kontrolcü, ütücü, el işçileri yevmiye sisteminde daha fazla para kazandıkları için normal aylıkçı olarak çalışmak istemiyor. Firma günlük işler için ütücü, el işçisi ya da overlokçu alabiliyor. Fakat singerci ya da reşmecinin bu işi yapabilmesi için tecrübeli olması gerekiyor. Bu durum kuşkusuz işverenin yeni elemanlar yetiştirmesi için zaman kaybetmesi anlamına geliyor. Durum böyle olunca üretici firmalar gereken vasıflı çalışanı bulabilmek için İstanbul dışına çıkmaya çalışıyor. ❖

“Etikette çözüm ortağınız®”

www.akmazbarkod.com



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



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



akmaz®

AKMAZ BARKOD SANAYİ VE DİŞ TİCARET LTD.ŞTİ.
Doğu Sanayi Sitesi 6.Blok No:2 PK. 34197 Yenibosna - İSTANBUL
Tel: + 90 212 652 25 50 (pbx) Faks: + 90 212 652 09 90
www.akmazbarkod.com - barkod@akmazbarkod.com

İPLİK YOKSA KATMA DEĞER YOK



CANPOLAT AİLESİNİN KURDUĞU VE 750 KİŞİYE İSTİHDAM SAĞLAYAN MİGİBOY, İPLİK İLE HER TÜRLÜ ÖRME VE DOKUMA KUMAŞ ÜRETİMİYLE İÇ PAZARA VE İHRACATA ÜRÜN SUNUYOR. ÜLKE EKONOMİSİNE KATKIDA BULUNMAK İÇİN ÜRETİMİN ÇOK ÖNEMLİ OLDUĞUNU SÖYLEYEN MİGİBOY TEKSTİL YK BAŞKANI VEHBİ CANPOLAT, “HAMMADDESİ OLMAYAN BİR ÜRÜNÜ ÜRETMEK MÜMKÜN DEĞİL. O NEDENLE BİZ İPLİKTE GÜÇLÜ OLMALI VE KENDİMİZİ GELİŞTİRMELİYİZ” DİYOR.

Alanında 40 yılı aşkın tecrübesi ile Türkiye tekstil sektörünün lider kuruluşlarından biri olan Migiboy'un, ülkenin çeşitli illerinde iplik ve örgü-baskı-boya fabrikaları bulunuyor. İplik üretimine konfeksi-

yondan geçiş yapan firma, kısa bir süre önce Kırklareli'nde 36 bin iğlik bir ring iplik işletmesi satın aldı. Burada daha çok ithal edilen katma değerli iplik ve Türkiye'de yapımı daha zor olan iplikler üretiliyor. Türkiye'de endüstriyel alt-

yapının bu alanda halen tam anlamıyla yeterli olmadığını belirten Migiboy Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı Vehbi Canpolat, katma değerleri ürün yapmak için önce ürünün hammaddesi olan ipliğe ihtiyacımız olduğunun altını çiziyor.

“Taşıma suyla değirmen döndüremezsiniz ve hep dışardan getiremezsiniz” diyen Canpolat, yeni fabrikalarındaki amaçlarının ürettikleri ipliğin yüzde 40'ını yurtdışına ihraç etmek olduğunu söylüyor.



“Şirketler ülkenin kalkınma askerleridir”

Daha kuruluşunda güçlü bir sanayi yaratma hedefiyle yola çıkan Migiboy, 1997 yılında kumaş sektörüne giriş yaptı. Canpolat, “Bizim bir sloganımız var: “Durmak yok! Üretmeye, istihdam sağlamaya, ihracat yapmaya ve sosyal sorumluluk projelerine devam” şeklinde kuruluş mantıklarını açıklayarak, şöyle devam ediyor: “Ülkeleri geliştirecek varlıkların, şirketler olduğuna inanıyorum. Ekonomik sistemlerde devlet eliyle büyüme yoktur, özel sektör eliyle büyüme vardır.

Şirketler bilerek ya da bilmeyerek ülkeye hizmet ederler. Şirket ve şirket sahipleri bir ülkenin aslında kalkındırma askerleridir. Bu anlamda firmaların hem kendilerine hem de ülkelerine faydalı olabilmek için kendilerini sürekli geliştirmeleri gerekir.”

Atılan ikinci büyük adım ise hammadde kısmını geliştirmek olmuş. Vehbi Canpolat burada sanayileşmenin ucuz mal üretmek anlamına gelmediğinin üstünde duruyor. “Amacımız sanayileşmek. Ancak hiçbir zaman ucuz segmentteki malı yapalım ve birileriyle rekabet edelim diye bir hayat felsefemiz olmadı. Hep daha yapılmayana, daha zor olanı yapmak istedik. Standart malı üretmek sanayide daha az risk taşır, satması daha kolay, üretmesi ise risksizdir. Ama katma değerli ürünleri üretmek zordur. Hem sektöre hem de ülkeye hizmet etmek istediğimiz için biz zor olanı seçtik”.

Fuarlar firmayı büyütür

Tekstil ve konfeksiyon sektörü, dünyada gerek üretim sürecinde gerekse de ihracat gelirleri içindeki yüksek payı nedeniyle ekonomik kalkınma sürecinde önemli roller üstleniyor. Bu bağlamda, dünyadaki gelişmeleri yakından takip etmenin yanı sıra, ürünü yurtdışına sunmanın önemi gündeme geliyor. Fuarların bu noktada çok önemli bir işleve sahip olduğunu belirten Vehbi Canpolat; “Dünyanın en güzel malını yapıp, en iyi fiyata satıyor olabilirsiniz. Ancak bundan dünyanın haberi olmazsa hiçbir şeye yaramaz. Fuarlar bu ihtiyacı karşılıyor. Eğer daha fazla gelişmek istiyorsanız, ihracata ağırlık vermelisiniz. Yaptığınız malı başkalarına sunmalı ve onu tanıtmalısınız. Kumaşımızın İtalya'nın Prato şehrinde satış mağazası var. Burada ürettiğimiz kumaşın belirli bir miktarını orada satıyoruz. Ürettiğimiz malın yaklaşık yüzde 25-30'unu ağırlıklı olarak Avrupa ülkelerine ihraç ediyoruz. En büyük pay İtalya ve Hollanda'ya



Migiboy Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı Vehbi Canpolat, üretmeyen bir toplumun ayakta kalmasının mümkün olmadığını belirterek, tekstil hammaddelerinde büyümenin ülke çıkarına olduğunu söylüyor.

ait olmak üzere Fransa, İngiltere, İspanya, Kanada gibi Avrupa ülkelerine, aynı zamanda Çin ve Endonezya'ya da ihracat yapıyoruz. Ürettiğiniz ürünü dışarıya açmak, Türkiye'nin gelişmesine büyük katkılar sağlayacaktır” açıklamasında bulunuyor.

Korunma önlemleri geç bile kaldı

Vehbi Canpolat, ithalatta korunma önlemlerinin ülke sanayisinin gelişmesi adına geç alınmış bir karar olduğunu düşünüyor. Ona göre; olay kişisel olarak ya da firma menfaatlerinden ayrı düşünülmesi ve ülke menfaati açısından bakılmalı. “Bugün, Avrupa dâhil olmak üzere tüm dünya üretmenin gerekliliğine vurgu yapıyor. Üretme ve sanayi ile ayakta kalabileceklerinin farkına vardılar. Çünkü üretmeyen bir toplumun ayakta kalması mümkün değil. Bizim ülkemizde de üretebileceğimiz her şeyi üretmemiz gerekiyor. Türkiye, Brezilya'ya toplamda 80 mil-

yon dolar miktarında iplik satıyordu. Şimdi ise onlar tarafından Türkiye'ye anti dumping soruşturması açılmış durumda. Bunun temel sebebi ise kendi ülkesindeki sanayiye korumak.” Türkiye'nin önümüzdeki 10 sene içinde dünyanın en büyük ekonomisine sahip 10 ülke arasına gireceğini söyleyen Canpolat, 2023 yılı için hedeflenen 500 milyar dolar ihracatın gerçekleştirilebileceğine inanıyor. “Bu ülkelerde üretmek adına nelerin yapılması gerekiyorsa, onlar yapılmalıdır. Çünkü dünyada tekstil hiçbir zaman bitmeyecek bir sektör. Türkiye'nin coğrafi konumuna baktığımızda, bu anlamda şanslı olduğunu görüyoruz. Bir üretici olarak Avrupa'ya ve Sovyet ülkelerine yakın başka bir ülke yoktur. Aynı zamanda Türkiye kadar know-how'a sahip, altyapısı ve bilgi birikimi olan ikinci bir ülke göremezsiniz. Yeni ülkelerde de konfeksiyon gelişebilir. Ancak, kumaş kısmının çok gelişebileceğini düşünüyorum.”



“2012’de ilk 500’e gireceğiz”

2010 yılında İstanbul Sanayi Odası ikinci 500 büyük sanayi kuruluşu arasında 318. sıraya yükselen Migiboy Tekstil, 2012’de ilk 500 içerisine girmeyi hedefliyor. Vehbi Canpolat, bu hedeflerini iplik fabrikasında üretecekleri ipliğin büyük bir kısmını yurtdışındaki fuarlar kanalıyla başta İtalya olmak üzere tüm dünyaya satarak, daha çok üreterek ve daha çok istihdam sağlayarak gerçekleştireceklerini söylüyor. Bunun da ülke yönetiminin ve yetkililerin tekstil için ülke ekonomisine katkısını görerek, tekstile daha sıcak bakmaları ile gerçekleşeceğine inanıyor. ❖

Firma iplikte büyüyor

Migiboy’un Kahramanmaraş’ta ve Kırklareli’nde olmak üzere iki tane iplik fabrikası var. 2007 yılında kurulan Kahramanmaraş’taki iplik fabrikasında open-end iplik ve örgü yapılıyor. 12 bin m² arazi üzerine kurulan fabrikanın 8.500 m²’sinde üretim yapılıyor. Open-end makinelerinde iplik ölçme sensörü sayesinde iplik kalitesi sürekli kontrol altında tutuluyor ve fizik laboratuvarında periyodik kontroller yapılarak kaliteden ödün verilmiyor.

Kırklareli OSB’de kurulan iplik fabrikası ise 24 bin m² kapalı alana sahip. Fabrika 36 bin iğ ve 700 ton aylık üretim kapasitesi ile hizmet veriyor. Bu yeni fabrikada daha ince numaralı karışımaya sahip, miktarı çok olmayan ama katma değeri yüksek ürünler üretiliyor.

Canpolat, iplik üretiminin öneminden şu şekilde bahsediyor: “İplik çok önemli bir hammadde. Hammaddesi olmayan bir ürünü üretmek mümkün değildir. Bu

nedenle biz iplikte güçlü olmalı ve ipliği geliştirmeliyiz. Türkiye’de yapılmayan iplikleri yapmalıyız. Çünkü Türkiye’de günlük üretilen iplik kadar, yurtdışından ithalat yapılıyor. Büyük miktarı da Vietnam’dan geliyor. Bu nedenle Vietnam’daki iplik sanayinin Türkiye ile gelişip büyüdüğünü söylüyorlar. Bana kalırsa bu olması gereken bir durum. Çünkü orada işçilik ve enerji çok daha ucuz. Bu da bize rakip oldukları takdirde onlarla yarışamayacağız anlamına gelir. Türkiye’de ihtiyaçlar iyi bir şekilde tespit edilip, çok hızlı bir şekilde yatırım yapılmalıdır. Kadınlar ve vasıfsız eleman istihdamı sağladığı için aynı zamanda sosyal bir sorumluluk olan tekstilin geliştirilmesi için iplikten yola çıkmalı. İplikçilerin dünyadaki gelişmeleri takip ederek polyester de dahil olmak üzere katma değeri yüksek ürünlerin üretilebileceği ana hammadde üretmeleri gerekiyor. Bizim rekabet edeceğimiz ürünleri yapmalıyız.”



Migiboy 40. yılında

1971 yılında kurulan Migiboy Tekstil, 1997 yılında Çorlu-Tekirdağ bölgesinde kurulan örgü fabrikasında boya ve emprime baskıya başladı. Migiboy’un yine aynı bölgede bir baskı-boya terbiye fabrikası bulunuyor. İplik üretimine çok önem vererek, yurtdışına iplik ihracatını artırma hedefinde olan firmanın Kahramanmaraş ve Kırklareli’de olmak üzere iki iplik fabrikası var. Merter, Zeytinburnu, Osmanbey ve Bursa’daki mağazalarının yanında İtalya’da bir satış mağazası olan Migiboy, fabrika bahçesinde bulunan arıtma tesisi ile günde ortalama 2.500 m³ sıvı atığı arıtarak doğaya zararsız hale getiriyor. Üretimde en son teknolojiyi kullanan ve işletme modernizasyonu dünya standartlarında bir kuruluş olan Migiboy, İTKİB 2010 yılı tekstil ihracat ödüllerinde altın ödüle layık görüldü.



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

ÜRETİMİN OLDUĞU YERLER TOPLUMUN ORTAK DEĞERİDİR

SEKTÖRDE UZUN YILLARDIR PERDELİK KUMAŞ ÜRETİMİ YAPAN BAYRAM TEKSTİL, ÜRETİMİN YÜZDE 75'LİK ORANINI İTALYA, ALMANYA, POLONYA VE İSPANYA'YA İHRAÇ EDİYOR. ÜLKELERİN ÜRETİM YAPARAK AYAKTA KALDIĞININ ÖNEMİNİ VURGULAYAN FİRMA SAHİBİ HASAN BAYRAM, TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN ÜLKEYE BÜYÜK ÖLÇÜDE KATMADEĞER SAĞLADIĞINI VE FABRİKALARIN BU ÜLKENİN MİLLİ DEĞERLERİ OLDUĞUNU VURGULUYOR.



Lüks perdelik kumaş üretiminde dünyada birinci sırada yer alan Türkiye, yurtdışına önemli ölçüde ihracat yapıyor. Eski Fransız güpüründen, zeminli mallara kadar çeşitli perdelik kumaşların üretimini yapan Bayramlar Tekstil bu anlamda önemli bir ihracatçı konumunda yer alıyor. Yurtdışından çoğu ülkenin Türkiye'de üretilen perdelik kumaşı tercih ettiğini belirten firma sahibi Hasan Bayram, üretim yapmanın bir ülke için çok önem-

li olduğunu vurguluyor. Perde sektöründen, döviz kuru ve ilave gümrük vergilerine kadar önemli konuları konuştuğumuz Bayram, tekstilcilerin sonuç olarak ülkesinin elektrikliğini, iş gücünü, ambalaj malzemesini, nakliyesini kullanarak katma değer ve istihdam yaratan insanları olduğunu ve kurulan fabrikaların, bu ülkenin milli kuruluşları olduğunu dile getiriyor. Bayram, toplum olarak böyle hissederek daha fazla kalkınıp refaha ulaşabileceğini sözlerine ekliyor.

Hasan Bey, firmanız sektörde oldukça tanınıyor ancak biz firmanızı bir de sizden dinlemek istiyoruz...

Bayramlar Group 1990'lı yılların başında kuruldu. Bizim ana şirketimiz olan Bayramlar Tekstil ise 1955'li yıllardan beri var olan bir aile şirketi. Tekstilde yarım yüzyıldır hizmet veriyoruz. Şu anda yine ağırlıklı bir şekilde ihracat firması olarak yolumuza devam ediyoruz. Eski Fransız güpüründen, zeminli mallara kadar çeşitli perdelik kumaşlar

üretiyoruz. Hammaddemize değinirsek; Brode ipliğimizi İsviçre'den alıyoruz. Çünkü belirli bir kalitemiz var ve bu kaliteden ödün vermek istemiyoruz. Onun dışında dokuma fabrikamız var. Oradaki hammaddelerimizi iç piyasadan elde ediyoruz. Bu manada çok da dışa bağımlı değiliz. Bundan önceki senelerde iç piyasamız yüzde 25 oranındaydı. Yaklaşık 15 senedir yüzde 75 oranında ihracat yapıyoruz. Artık iç piyasayı bıraktık. Tamamıyla ihracat olarak devam işlerimize devam ediyoruz.

Perde ihracatı söz konusu olduğunda Türkiye nerede yer alıyor?

Türkiye lüks perde üretimi ve ihracatı söz konusu olduğunda birinci sırada yer alıyor. Avrupa'da üretim ve ihracat yapılıyor ama onların üretimi yüzde 5-10 civarında konumlanıyor. Ayrıca bu ülkelerde daha çok nostaljik işler yapılıyor. Türkiye gibi 24 saat, 365 gün üretim yapan yerler yok. Ancak basic dediğimiz ve fiyatı öne koyduğumuz mallarda Çin ilk sırada bulunuyor. 15 sene önceye bakarsak pastanın yüzde 60'lık dilimi Çin'e gitti. Bize yüzde 40'lı bir pay kaldı. O pastanın da yüzde 25-30'u Türkiye'nin elinde.

Siz hangi ülkelere ihracat yapıyorsunuz?

Biz İtalya, Almanya, Polonya ve İspanya'yı içeren Avrupa bölgesinde ihracat yapıyoruz. Sicilya'dan başlayıp Milano'ya kadar şehir şehir geziyoruz. Almanya'yı, İspanya'yı çok iyi biliyoruz ama Yunanistan'a gitmiyoruz. Her sene portföyümüzün bir bölümünde Yunanistan vardı. Ama şu anda yok. Çünkü bir ülkenin üretmesi ve çalışması lazım. Eğer bir ülke üretmiyorsa o ülkenin insanların mutlu ve refah olması mümkün değil. Ülkelere zaman zaman hatalar yapabiliyor tabii ki... Bizde de bazı hatalar var.

Bunlar nelerdir kısaca bahsedebilir misiniz?

Ülkede ihracat yapan insanların büyük enstrümanı döviz kuru oluyor. İhracatçı yurtdışına malını satıyor, oradan para alıyor. O parayı da Türkiye'de bozduruyor. Daha sonra elektriğini, personelinin maaşını, SSK'sını ödüyor. Doların arttığı yönünde yapılan spekülasyonlar, ihracatçıları zor duruma sokuyor. 2005-2007 yılları arasında yapılan yanlışlar umarım bundan sonra yapılmaz. Çünkü firmalarının kar etmesi, bundan da kimsenin gocunmaması lazım. Çünkü bir firma kar etmiyorsa, o firmanın ayakta kal-

ması mümkün olmaz. Döviz kuruyla oynanmaması da bizim için esas konuyu oluşturuyor. Örneğin; Çin'in para birimi olan yuanın değeri asla değişmiyor. Biz ise kendi paramıza yüzde 100 değer katıyoruz. Bu çok yanlış bir politikadır. Bunların yanı sıra sektörde ilave istihdam yaratabiliriz. Bunun için de üretmeli ve çalışmalıyız. Şimdiki hükümetlerin bunun üstüne çalışmalar yapması gerekiyor.

Tekstil sektöründe gördüğünüz diğer eksikler nelerdir?

Genele baktığımız zaman sektörde yüzde 60-70 her şey doğru. Ancak hayatın kendisinde eksik olmadan olmaz. Maalesef yöneticiler bazı şeylerin farkında değil. Türkiye tekstile minimum 150 milyar dolar yatırdı. Bu ciddi bir rakam. Böyle bir yatırım yaptysak tabii ki bunun hakkını alacağız. Bunun en az 5 katını Türkiye'ye getirmemiz lazım. Onun için tekstilde iddialıyız. Türkiye'deki tekstilde alt yapı var. Ana sıkıntımız karlılık oranının düşük olması. Döviz kuru bunda büyük etkendi. Şimdi doğruya geçildi. Firmalarımız karlı olacaklardır. Kısa bir süre önce yaşanan bir gelişmeyi örnek vermek istiyorum. 22-29 Eylül tarihlerinde Barselona'da Uluslararası Tekstil Makinaları Fuarı düzenlendi. Ziyaretçi ve katılımcı olarak bir numara yine Türkiye'ydi. Fuara en fazla katılan Türklereydi. Türkiye'de bu köklü bir çınar oldu. Bizim bu çınarı büyütmemiz lazım.

Katma değer de sektörde önemli yer tutuyor. Bu açıdan nasıl değerlendirmeler yapıyorsunuz?

Tekstil bugün dünyada en fazla katma değer yaratan sektördür. Diğer ihracat kollarımıza bakalım. Örneğin otomotiv sektörünü ele alalım. Onda 20 milyar dolar ihracat var. İthalat ise 16 milyar dolar. Tekstile baktığımızda ise, 20 milyar dolar ihracat olduğunu görüyoruz. Girdiler 5-6 milyar doları geçmi-



yor. Böylece en büyük katma değer yaratılmış oluyor. Belirli bir oranda hammadde alıyorsunuz. 10 liraya alıyor, 100 liraya satıyorsunuz. Türkiye'de tekstilin öncelikli olması lazım. Çünkü örtünmeden yaşamak mümkün değil. İçinde bulunduğumuz dünyada bunun başka bir formülü yok. 80'li yıllarda hatırlarsanız binaların alt katları hep konfeksiyon atölyeleri dolmuştu. İnsanlar bu şekilde iş buldu, evlerine para götürdüler. Tekstil bu anlamda Türkiye'ye pek çok katkı sağladı.

Biliyorsunuz son dönemlerde ilave gümrük gündemi oldukça meşgul etti. Sizin bu konudaki düşünceleriniz nelerdir?

Bu ek vergiler ithalatçılar açısından handicap gibi gözüküyor. Ancak bir şey anlatmak istiyorum; kısa bir süre önce konfeksiyon piyasasına kumaş temin eden ve Çin'in

aylık ithalatçısı olan bir arkadaşım-la birlikte Bursa'daydık. Burada konfeksiyon kumaşı yapan firmaları gezdiğimizde arkadaşım "Üretimin yüzde 70'ini getirme gerek yok. Çünkü burada var" dedi. Bence bu çok büyük bir mutluluk. Milyonlarca metre kumaş Türkiye'de yapılacak. Bizim insanımız çalışacak. Paramız bizde kalacak. O nedenle bu ek vergiyi getirenlere teşekkür etmek gerekiyor. Vatanserverce ve doğru bir iş yaptılar. Çünkü üretimi ülkemizde yapmamız lazım. Bu arada tabii ki bazı üretimlerini yapamadığımız stratejik ürünlerin ithalatını elbette yapmalıyız. Ona karşı değilim.

Son olarak eklemek istediğiniz bir konu var mı?

Evet, son olarak 2003-2008 yılları arasında tekstile beni rahatsız eden farklı bakış açısına değinmek istiyorum. Bu dönemde tekstilci için farklı ve yanlış bir imaj oluş-

turuldu. Bu imajın süratle silinmesi lazım. Tekstil yapan insanlar, bu ülkenin düzgün insanlarıdır, ülkesini seven vatanserver insanlardır. Bu ülkede katma değer yaratırlar. Ülkesinin elektriğini, iş gücünü, ambalaj malzemesini, nakliyesini kullanarak katma değer ve istihdam yaratan insanlardır. Tekstilciler bu ülkenin vatanserver ve çilekeş insanlarıdır. Çünkü üretim; dünyanın en zor işidir. Ne iş yaparsanız yapın, akşam eve gittiğinizde uyursunuz, ama tekstilci uyuyamaz. Çünkü bizim işletmelerimiz, fabrikalarımız 24 saat çalışıyor.

Saniyorum ülkenin kalkınması açısından sektörün önemini bir kez daha vurgulamak istiyorsunuz...

Elbette, bizim fabrikalarımız aslında 74 milyonundur. Fabrikalar, bu ülkenin milli kuruluşlarıdır. Toplum olarak böyle hissederseniz daha

fazla kalkınır, daha fazla refaha ulaşırsınız. 74 milyon bir fabrikanın önünden geçerken gurur duymalıdır. Üretimin olduğu yer toplumun ortak değeridir, ortak malıdır. Onun için hepimiz buraya sahip çıkmalıyız. Bize düşen, bu şirketlerin hakkını, hukukunu koruyarak ileriye taşımaktır. Yılgınlığa düşmemeliyiz. Çünkü geçmişte çok zor günler yaşadık. Bu ülkeyi yönetenlerin de bu ülkenin vatandaşlarının da bu tesislere sahip çıkması lazım. Çünkü 150 milyar dolarlık bir yatırımdan bahsediyoruz. Bu değerleri biz ortak yarattık. Bunları baştan yapmak imkansız. Bu kurulan fabrikaları sahipleri bile artık kuramaz. Çünkü karlılıklar çok fazla minimize oldu. Onun için kıymetini bilmemiz lazım. Ülkemize ne kadar döviz getirirsek, ülkede yaşayanlar o kadar mutlu olur, dışa bağımlılığımız o kadar azalır. Bunun altındaki sihirli kelimeler ise üretmek ve ürettiğimizi ihraç etmektir.



HER ÜLKENİN TERCİHİ FARKLI

Yaptığımız görüşmelerde Fransa'daki orta ve üst gelir grubuna hitap eden markalarla bir araya geldik. Bu ticaret heyetiyle daha önceden Türkiye ile çalışmamış ya da çok az oranda iş yapan firmaları hedef aldık ki bu ülkedeki pazar payımızı artırabilelim. Şu anda Fransa hazır giyim sektöründeki payımız yüzde 6,5 kısa vadede bu oranı yüzde 10'a orta vadede ise yüzde 20'lere çıkarmayı hedefliyoruz. Zaten hem kalite hem de hizmet açısından çalışmalarımız bu yönde devam ediyor. Komite olarak 2012 Mart ayında İtalya'ya ticaret heyeti düzenlemeye karar verdik. Bu pazarda biraz daha farklı çalışmalar içine girerek üretim ve tasarıma ağırlık vereceğiz. Bu tür çalışmaların niteliği taşıyor. Gerçekten gitmediğiniz yer sizin olmuyor. Güney Amerika ve siyasi gerilimin düşmesi halinde Akdeniz Çanağı da ticaret heyeti düzenlemeyi planladığımız bölgeler arasında yer alıyor.

Perakendede ölçeklerin büyüdüğü, verimliliğin arttığı yepyeni bir dönem başlıyor.

Satın almadan üretime, planlama ve bütçeleden satışa, finans yönetiminden mağaza yönetimine, tüm uygulamaların birbiriyle entegre çalıştığı, kapsamlı, büyümenize kolaylıkla uyum sağlayabilecek yepyeni bir ERP çözümü, Nebim V3 ile verimliliğin gizli gücünü keşfedin.

NEBİM

V3

Daha fazla bilgi için:
www.nebim.com.tr/nebimv3

NEBİM

İHRACAT İÇİN ÜRETİMDE YAPISAL DÖNÜŞÜM ŞART

TÜRKİYE İMALAT SANAYİSİNDE BASKIN OLAN SEKTÖRLERİN KARLILIĞI HIZLA DÜŞÜYOR. DELOITTE DANIŞMANLIK'IN HAZIRLADIĞI RAPORA GÖRE, ANCAK KÜRESEL GELİŞMELERİN TETİKLEDİĞİ YAPISAL DÖNÜŞÜME AYAK UYDURANLARIN İHRACATI ARTIYOR.



Deloitte Danışmanlık'ın hazırladığı "İmalat sanayinde yapısal dönüşüm: Performans analizine dayalı bir değerlendirme" raporu, Türkiye'deki imalat sanayisini karlılık, ihracat ve verimlilik açısından detaylı biçimde analiz ediyor. Rapor, 1993-2009 dönemine ait İstanbul Sanayi Odası tarafından yayınlanan en büyük 1000 şirket verilerinden yararlanılarak, ayrıntılı sektör ayrımları oluşturularak ve firmaların sektörlere göre ayrıştırılmasıyla elde edilen verilerden meydana getirilmiştir. Bu rapor için veri tabanında yer alan 56 sektör içinden, imalat sanayindeki ağırlıkları göz önünde bulundurularak inceleme için 16 sektör seçilmiş durumda. Bu sektörler: Demir çelik, ilaç ve medikal, demir dışı metaller, kağıt, elektrikli ekipmanlar, kimyevi maddeler, elektrikli ev aletleri, metal ürünler, elektronik, mobilya, elyaf-iplik, otomotiv ve

yan sanayi, endüstriyel gıda imalatı, plastik, hazır giyim ve tarım ürünleri.

Metaller dışında karlılıklar düştü

"Karlılık oranlarına bakıldığında ortak bir eğilim görülebilmektedir. Birçok sektörde inceleme dönemi içinde karlılık oranı düşmüştür. Bunun istisnası demir çelik ve demir dışı metaller sektörüdür. Ancak bu sektörlerin genel trend dışında kalmalarının temel nedeni bu ürünlerde son yıllarda küresel düzeyde görülen ve kalıcı olup olmadığı belirsiz fiyat artışlarıdır" denilen raporda, "Sektörel ortalamalara bakıldığında küreselleşmenin sanayi sektörü üzerindeki etkisinin beklenebileceği üzere; toplam satışlar içinde ihracatın payının artması, karlılık oranlarının düşmesi ve emek verimliliğinin artması şeklinde gözüktüğü görülmektedir" ifadelere yer veriliyor. Yapısal uy-

mun daha hızlı gerçekleştiği sektörlerde performans göstergelerinin sektörel ortalamaların üzerine çıktığı belirtilen raporda, ihracat yoğunluğu açısından değerlendirildiğinde; inceleme döneminin başı olan 1993 yılında toplam satışları içinde dış pazar payının yüzde 6 olduğu otomotiv ve yan sanayi sektöründe inceleme dönemi sonunda (2009) ihracat yoğunluğunun yüzde 69 seviyesine ulaştığı kaydediliyor.

İplik ve hazır giyim ihracat yoğunluğu düşüyor

Elyaf ve iplik sektörünün Türkiye ortalamasına oranla daha yüksek bir ihracat yoğunluğuna sahip olduğunun belirtildiği raporda şu ifadeler yer veriliyor: "Elyaf-iplik sektörünün ihracat yoğunluğunun genel ihracat yoğunluğu arasındaki fark Gümrük Birliği'nin yürürlüğe girdiği 1996 yılından 2001 yılına kadar düzenli biçimde artış göster-

miştir. O dönemde yüzde 50 seviyesine ulaşan ihracat yoğunluğu zaman içinde yüzde 40 seviyesine kadar gerilemiştir. Emek verimliliği açısından da bakıldığında elyaf iplik sektörünün Türkiye ortalamasının oldukça altında bir performans sergilediği görülmektedir." Hazır giyim sektörünün ihracat yoğunluğu en yüksek olduğu sektörler arasında yer aldığı belirtilen raporda, ihracatın toplam satışlar içindeki payının 1993 yılından 2005 yılına kadar düzenli biçimde artarak yüzde 70 seviyesine ulaştığı ancak Çin'e yönelik korumacı tedbirlerin yürürlükten kaldırıldığı yıl olan 2005'den sonra bu eğilimin tersine döndüğünü ve 2009 yılı sonunda yerli şirketlerin ihracat yoğunluğunun yüzde 60'a düştüğü belirtiliyor. Buna karşılık hazır giyim sektöründe yabancı sermayeli şirketlerin ihracat yoğunluğunun 2006-2008 arası yüzde 90 seviyelerine ulaştığının belirtildiği noktada dikkat çekiyor. ❖

*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



Doğan ERDEM
Yeminli Mali Müşavir
doganerdem@istanbulymm.com

YENİ BİR VERGİ İNCELEME SİSTEMİ GELİYOR



1961'de çıkarılan Vergi Usul Kanunu'ndaki düzeltilmesi gereken konular için yapılan çalışmaların neticesinde Vergi Konseyi tarafından bir taslak hazırlandı. Konseyin yeni çalışması, vergi incelemesine dair önerileri de kapsıyor.

Yapılan çalışmalar yükümlü açısından önemli noktalar getirmekle birlikte vergi denetimcilerin bağımsızlıkları açısından sıkıntılar içerir yapıda.

Vergi incelemelerinin nasıl yapılacağını düzenleyen Vergi Usul Kanunu (VUK) 1961 tarihlidir. Kanun günümüze değin pek çok değişikliğe uğramış, ama hep eksik kalmış, düzeltilmesi gereken konular da süregelmiştir. Bu gereksinimi karşılamak üzere çalışmalar da yapılmaktadır. Çalışmaların neticesinde de Vergi Konseyi tarafından bir taslak hazırlanmış ve kamuoyunun önüne çıkarılmıştır. Amaçlarından birini "vergi mükellefinin haklarının açıkça tanımlanması ve mükellef haklarının korunmasına öncelikler arasında yer verilmesi" olarak ortaya koyan Vergi Konseyi'nin

yeni VUK çalışması, vergi incelemesine dair önerileri de içermektedir. Vergiye dair iki usul yasasından biri olan VUK'un nasıl tanzim edileceği ve içinde de vergi incelemelerinin nasıl yer alacağı kuşkusuz vergi yükümlülükleri açısından önemlidir. Elinizdeki sayıdaki yazımızda ana hatlarıyla yeni vergi incelemesi düzenlemelerine dair düşünülen yenilikleri ana başlıklarıyla irdeleneceğiz.

Vergi denetimi tek çatı altında

İlk göze çarpan yenilik kuşkusuz şu anda yürürlüğe giren denetim örgütlerinin birleştirilmesi

sonucu ortaya çıkan durumdur. Vergi incelemesi vergi müfettişleri ve yardımcılarının oluşturduğu bir grup tarafından yerine getirilecektir. Vergi müfettişleri dışında Maliye Bakanlığı Gelir İdaresi Başkanlığı'nın merkez ve taşra teşkilatında müdür kadrolarında görev yapanlar ve vergi daireleri müdürleri ile ilin en büyük mal memuru da vergi inceleme yetkisine sahip olmaktadır. Vergi incelemesine tabi olanlar ise (incelenecekler) VUK'a ve diğer kanunlara göre defter ve hesap tutmak, belgeleri saklamak ve ibraz etmek zorunluluğunda olan gerçek ve tüzel kişiler olarak tanım-



lanmıştır. Bu tanımlama yalnızca “vergi yükümlülerini” değil, aslında vergi yükümlüsü olması gereken ve adına vergi tarh ve tahakkuk ettirilecek ancak bu işlemin gerçekleştirilemediği gerçek ya da tüzel kişileri de kapsamaktadır. Şimdi ana başlıklarıyla konuyu irdeleyelim:

- Vergi incelemesinin ne zaman yapılacağından önceden haber verilmesi zorunluluğu olmadığı gibi incelenecek dönem olarak da henüz sonucu alınmamış hesap dönemi de dâhil olmak üzere, tarh zamanaşımı süresi sonuna kadar her zamanı içerebilecektir. Hatta bir yükümlü nezdinde yapılacak

incelemenin bir kez ile sınırlandırılması da olası değildir. Önceden inceleme yapılmış veya matrahın re’sen takdir edilmiş olması yeniden inceleme yapılmasına ve gerekirse tarihyatın tamamlanmasına engel olmamaktadır.

- Vergi incelemelerinin yapılacağı yer yükümlünün incelemeğe uygun olarak göstereceği kendi işyeridir. Ancak yükümlü kabul ederse ya da işyerinin uygun olmaması, ölüm, işin terk edilmesi gibi zorunlu nedenlerle incelemenin yerinde yapılması imkânsız olursa, inceleme o halde dairede yapılabilir. İnceleme dairede yapılacaksa, incelemeğe tabi olanın gerekli defter ve belgelerini daireye getirmesi kendisinden yazılı olarak istenilecektir. Mazeretsiz daireye defter getirmeme vergi hukuku bakımından suç oluşturmaktadır. Haklı mazereti olanlara ise ilave süre verilebilecektir. Kanunda “haklı mazeret” tanımı yapılmamış, bu husus idarenin (vergi incelemesi yapacakların) takdirine bırakılmıştır.

İnceleme yükümlünün bazı haklarının da teslimi suretiyle yapılmak zorundadır. Şöyle ki;

- Vergi müfettişleri incelemeğe tabi olana, incelemenin konusunu işe başlamadan önce açıklar.

- Vergi incelemesine başlanıldığı hususunu bir tutanağa bağlayarak bir örneğini, nezdinde vergi incelemesi yapılana verirler. Ayrıca, tutanağın bir örneğini bağlı olduğu birime, diğer örneğini de ilgili vergi dairesine gönderirler. İncelemeye başlama tutanağında; incelemenin dönemi, nerede yapılacağı, incelemeğe konu verginin türü, incelemenin dayanağı ve konusu açıkça yer alır.

- Nezdinde inceleme yapılmasının izni olmadıkça resmi çalışmaları dışında vergi müfettişleri inceleme yapamazlar veya buna devam edemezler. (Tutanak düzenlenmesi ve inceleme ile ilgili güvenlik önlemlerinin alınması bu hükmün dışındadır. Ancak bu gibi önlemler, incelemelerin yapıldığı yerdeki faaliyeti sekteye uğrat-

mayacak şekilde yapılır.) İnceleme bitince, incelemenin yapıldığını gösteren bir belge, nezdinde inceleme yapılana verilir.

- Vergi müfettişleri vergi kanunlarıyla ilgili kararname, tüzük, yönetmelik, genel tebliğ ve sirkülere aykırı vergi inceleme raporu düzenleyemezler. Ancak, bu düzenlemelerin vergi kanunlarına aykırı olduğu kanaatine varırlarsa, bu hususu bağlı oldukları birimler aracılığıyla Maliye Bakanlığı Gelir İdaresi Başkanlığına düzenleyecekleri bir rapor ile bildirirler.

- İncelemeye başlanıldığı tarihten itibaren, tam inceleme yapılması halinde en fazla bir yıl, sınırlı inceleme yapılması halinde ise en fazla altı ay içinde incelemeleri bitirmeleri esastır. Bu süreler içinde incelemenin bitirilememesi halinde ek süre talep edilebilir. Bu talep vergi incelemesine yetkili olanların bağlı olduğu birim tarafından değerlendirilir ve altı ayı geçmemek üzere ek süre verilebilir. Bu durumda, vergi incelemesi yapmaya yetkili olanların bağlı olduğu birim tarafından incelemenin bitirilememesi nedenleri yazılı olarak nezdinde inceleme yapılana bildirilir.

- Tam incelemelerde, incelenen konuya ilişkin olarak bir vergi türünde eksiklik, buna karşılık diğer bir vergi türünde fazlalık olması, işlemin bir vergi türü yerine başka bir vergi türüne tabi tutulmuş olması veya dönemsel kaymalar olması gibi durumların iddia veya tespit edilmesi halinde, eleştiriye konu hususlar ile birlikte mükellef lehine olan hususlara ve düzeltme konularına da düzenlenecek vergi inceleme raporlarında yer verilir.

- İnceleme raporlarının, denetimin de denetimi olan komisyonlarda okunması öngörülmektedir. Ayrıca bu komisyonlar yükümlülere verilen özelgelerin de dikkate alınmasını temin etmekle yükümlü kılınmaktadır.

- İnceleme esnasında gerekli görülen hallerde, vergilendirme ile ilgili olaylar ve hesap durumlara

rı ayrıca tutanaklar ile tespit olunup belgelendirilebilir. İlgililerin itiraz ve değerlendirmeleri ile ibraz ettikleri özelgeleri varsa bunlar da tutanağa geçirilir. Bu şekilde düzenlenen tutanakların birer örneğinin mükellefe veya nezdinde inceleme yapılan kişiye bırakılması zorunludur.

- İlgililerin talebi halinde, inceleme görüşmelerinde ve tutanakların imzalanması aşamasında muhasebecileri, mali müşavirleri ya da yeminli mali müşavirleri de bulunabileceklerdir.

- En son inceleme tutanakları düzenlenmeden önce inceleme sonucunda ortaya çıkan eleştiriye konu edilecek tespitler ilgililere bildirilir. İlgililerin talebi halinde, eleştiriye konu tespitlerin değerlendirilmesi ve tutanakların imzalanması için üç gün süre verilir.

- İlgililerin tutanakları imzalamaktan kaçındıkları hallerde, tutanaktan bahis konusu edilen olaylar ve hesap durumlarını içeren defter veya belgeler, nezdinde inceleme yapıldan onayı gerekmeksizin alınır ve inceleme sonucunda tarh edilen vergiler ve kesilen cezalar kesinleşinceye kadar geri verilmez. İlgililer her zaman bu tutanakları imzalayarak defter ve belgeleri geri alabilirler. Ancak bu defterlerin suç delili olmaması şarttır.

Yeni süreç sıkıntılı olacak

Yukarıda ana hatlarıyla izaha çalıştığımız vergi incelemesine dair yenilenme olarak ortaya konan düzenlemelerin bir kısmının yükümlü hakları açısından önemli olduğunu kabul etmek gerekir. Ancak düzenlemeler bir bakımdan da yeni adlarıyla vergi müfettişi olan denetimcilerin bağımsızlıkları açısından sıkıntılar içerir yapıdadır. Henüz tartışmaya açılan bu VUK taslağının kanaatimizce hem vergi ödevini önemseyen kesimlerde hem de verginin yükünün önemli kısmını üstünde taşıyan iş insanlarınınca daha ayrıntılı değerlendirme zorunluluğu vardır. ❏



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

AB Komisyonu'nun Türkiye İlerleme Raporu'nda, karşımıza her zamanki gibi Kıbrıs çıkıyor.

**Komisyon'un, "Biz bir
hata yaptık, aslında
G. Kıbrıs'ın değil
Topluluğa alınması,
çözümü karşı çıktığı
için cezalandırılması
gerekirdi" demesi
beklenirken, büyük bir
pişkinlikle bize dönüp
yükümlülüklerinizi
yerine getirin diyor.**

YİNE YENİ YENİDEN KIBRIS

AB Komisyonu, 2011 yılı Türkiye İlerleme Raporu'nu geçtiğimiz günlerde açıkladı. Her zaman olduğu gibi biraz havuç, biraz sopadan ibaret, renksiz, ruhsuz bir rapor. Heyecan yaratmayan, ümit vermeyen sade suya tirit diye niteleyeceğim bir belge. Son bir yıl içinde ilişkilerde hiçbir ilerleme olmadı. Tek bir fasıl bile açılmadı. Bu olumsuz tablonun içinde, önümüzdeki yıl Fransa'da başkanlık, Almanya'da genel seçimlerin yapılacağı olmasının büyük rolü var. Sarkozy, tedavisi imkansız bir bunalım içinde Türkiye karşıtlığını sürdürüyor. Şimdilerde Ermeni seçmenlere

şirin görünme peşinde. Merkel ise, Türkiye'ye yönelik hiçbir olumlu davranış göstermemekte kararlı. Böylesine bir ortamda daha ne beklenebilir ki?

Dönüp dolaşip aynı nokta

Rapor için ruhsuz dedim. Türkiye'yi öven paragrafları bir tarafa bırakıp, ama diye başlayan ifadelere bakınca, karşımıza her zamanki gibi Kıbrıs çıkıyor. Komisyon, Türkiye'nin Kıbrıs'a karşı tehditkar bir dil kullanmasından endişe ediyormuş! Katma Protokol hükümleri uyarınca limanlarımızı ve havaalanlarımızı G. Kıbrıs'a açmalıymışız!

AB Komisyonu'nun, "Biz bir hata yaptık, aslında G. Kıbrıs'ın değil Topluluğa alınması, çözüme karşı çıktığı için cezalandırılması gerekirdi" demesi beklenirken, utanmadan, büyük bir pişkinlikle bize dönüp, yükümlülüklerinizi yerine getirin diyor.

Ben bu yapılanın hata değil, kasıt olduğuna inanıyorum. AB, çözüme kavuşmamış haliyle G. Kıbrıs'ı Topluluğa dahil ederken, "Ben zaman içinde nasıl olsa Türkiye'yi ikna ederim, gerekirse baskı bile uygulayım" diye düşünüydü. Ama şimdi, döndük, dolaştık aynı yere geldik. AB tarafı, kara kara "Ben ne yaptım aday, fiilen ikiye böldüm" diye düşünüyor.

YEŞİL ÜRETİM İÇİN YENİ VERGİ GELİYOR

AB Komisyonu, Topluluk ülkelerini uluslararası krizden çıkartacak ve 2020 yılına kadar olan süreçte daha yeşil ve bilgi temeline dayalı ekonomik yapı haline getirmeyi öngören stratejik planını (EU 2020 Strategy), 2009 yılında açıklamıştı. Geçtiğimiz günlerde, Avrupa'da kaynakların daha etkili kullanılması için yol haritası, (Roadmap to a Resource Efficient Europe) başlığı altında bir bildiri daha yayımlandı. Yol haritasında, 2050 yılına kadar olan süreçte, tüketim alışkanlıklarının değiştirilmesi, daha etkili üretim metotları kullanılması, atıklardan kaynak olarak yararlanılması, Ar&Ge çalışmalarının desteklenmesi, etkisini yitirmiş teşvik mekanizmalarının kaldırılması isteniyor. Ayrıca, tabiat varlıkları ve ekosistemin yeniden değerlendirilerek hesaplanmasına, mineral ve metallerin kullanımının etkinleştirilmesine dikkat çekiliyor. Su kalite-

tesi ve tedarikinin garanti altına alınmasının, hava kalitesinin artırılmasının, tarım alanı üzerinde oluşan negatif etkilerin azaltılmasının ve toprağın korunmasının önemi vurgulanıyor. Çok önemli bir ayrıntı daha var. Vergi politikasının değiştirilerek, istihdam yerine, çevreden vergi alınması öneriliyor. AB Komisyonu, önerdiği yol haritasıyla özellikle, gıda, inşaat ve ulaşım sektörlerinde önümüzdeki beş yıl içinde somut sonuçlar alınabileceği görüşünde. Bu yol haritasının (Road Map), Avrupa Konseyi tarafından 2011 yılı sonuna kadar onaylanması bekleniyor.



HİNDİSTAN İLE AB STA'SI BİZE ZARAR VERECEK

AB'nin bugüne kadar sonuçlandırdığı en kapsamlı Serbest Ticaret Anlaşması (STA), G. Kore ile yapılmış ve 1 Temmuz 2011 tarihinde yürürlüğe girmişti. Şimdi ise gündemde, çok önemli başka bir ülke var. AB Komisyonu, belki G. Kore Anlaşmasından bile önemli bir STA'nın müzakerelerini Hindistan'la sürdürüyor.

Görüşmelerin yavaş ilerlemesinin birçok nedeni var. Bir kere Hindistan çok büyük bir ülke. Ayrıca, bu ülkenin, uluslararası müzakerelerdeki ustalığı ve tecrübesi, pazarlık gücünü artırıyor. Bugüne kadar yapılan görüşmelerde bazı konularda görüşler belirlendi. Hindistan tarafı, tüm gümrük tarifelerini en fazla 7 yılda sıfırlamayı düşünüyor. AB, tarifelerdeki hedefin, simetri ve karşılıklılık olduğu görüşünde.

Hindistan yetkilileri, menşe kurallarında tekstilde, ikili değişimden yana olmalarına karşılık, hazır giyimde, tek değişimi gündemde tutuyorlar. Ancak, bu konuda ortaya henüz resmi bir talep koymuş değil. Hindistan tarafı, AB ve G. Kore arasındaki STA'da olduğu gibi, Duty Draw Back (ithal girdideki gümrük tarifesinin ihracatta geri alınması) uygulamasının Anlaşmada yer almasında ısrarlılar.

AB tedirgin ilerliyor

Avrupa Birliği, üye ülkelerin görüşlerini almadan adım atmamak istemiyor. Hindistan'la yapılacak STA'nın, Topluluk sanayi açısından yararlı sayılabilmesi için nereye kadar taviz verilebileceğini anlamaya çalışıyor. Komisyon özellikle tarife dışı engeller kapsamında, mensucatta etiketleme, azo boyalar ve hammaddelerde ihracat kısıtlamaları konusunda STA'na bir ek konulmasını istiyor. Hindistan bu önerilere hiç yanaşmıyor ve geri adım atmamakta kararlı. Ama yine de, zaman içinde pazar-



lıkların sonunda nasıl bir sonuca ulaşılır şimdiden kestirmek zor. AB-Hindistan dış ticareti 2010 yılında, 67,9 milyar avro olarak gerçekleşti. Bu dönemde AB'nin ihracatı 34,8 milyar avro, ithalatı ise 33,1 milyar avro olmuştu. Bunun içinde AB'nin, Hindistan'dan yaptığı tekstil alımları 2,2 milyar avro, hazır giyim dışı alımı 4,7 milyara ulaşmıştı. Bu rakamların da ortaya koyduğu gibi Hindistan, Türkiye'nin ardından AB'nin üçüncü en büyük tedarikçisi konumunda. G. Kore ile yapılan anlaşmanın ardından eğer, Hindistan STA'sı da tamamlanırsa, AB ile aramızdaki Gümrük Birliği'nin (bize sağladığı tavizler açısından) hiçbir önemi kalmayacak. Bunu görmek için, anlaşmanın uygulamaya başlamasını, taraflar arasındaki ticaretin istatistiklere yansımalarını beklemeye gerek bile olmadığı kanısındayım.



AVRUPA'NIN YENİ PARTNERİ GÜNEY AMERİKA

Mercosur ile AB arasındaki STA müzakereleri de devam ediyor. Brezilya, bu grubun (Arjantin, Brezilya, Paraguay, Uruguay) en önde gelen ülkesi konumunda. Bu yılın ilk altı ayında AB-Brezilya dış ticareti en üst düzeye ulaştı. Taraflar arasındaki toplam dış ticaret 2010 yılında, 63,7 milyar avro (31,3 milyar avro AB ihracatı, 32,4 milyar avro AB ithalatı) olmuştu. 2011 yılının ilk altı ayında AB'nin Brezilya'ya yönelik ihracatı, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 14 artarak 14,8 milyar avrodan, 16,9 milyar avroya yükseldi.

Yine 2011 yılının ilk altı ayında, Brezilya'dan yapılan ithalat, 2010 yılının ilk ayına kıyasla yüzde 24 artarak, 14,9 milyar avrodan 18,5 milyar avroya ulaştı. AB ülkeleri içinde 2011 yılının ilk altı ayında Brezilya'ya en fazla ihracatı 5,4 milyar avro Almanya, 2,3 milyar avro İtalya, 1,9 milyar avro Fransa ve 1,4 milyar avro İspanya gerçekleştirdi. Brezilya'dan en çok ithalat yapan ülkeler ise, 4,5 milyar avro Hollanda, 3,6 milyar avro Almanya, 2,1 milyar avro İtalya ve 1,7 milyar avro Fransa ve İspanya. Taraflar arasındaki dış ticarette AB Brezilya'ya, taşıt araçları/yedek parçaları, uçak/ uçak parçaları, ilaç gibi mamul mallar ihraç ediyor ve demir cevheri, kahve, kütüpe, soya, kağıt hamuru ve petrol alıyor. Brezilya son dönemlerde oldukça korumacı bir ticaret politikası izliyor. Nitekim geçtiğimiz günlerde, Türkiye ve Vietnam'dan yapılan viskoz iplik ithalatına yönelik anti-damping soruşturması başlattı.

İMA YENİ DÖNEME HIZLI BAŞLADI



MODA EĞİTİMİNE YENİ BİR SOLUK GETİREN İMA, ENDÜSTRİNİN İHTİYAÇLARINA GÖRE KURGULANAN EĞİTİM İÇERİĞİ İLE MODA ALANINDA KARİYER YAPMAYI HEDEFLEYEN YENİ NESİL YETENEKLERİ SEKTÖRE KAZANDIRIYOR. İMA MEZUNLARININ ÇALIŞMALARINI İSTANBUL DESIGN WEEK ORGANİZASYONUNDA DA SES GETİRDİ.



3 Ekim Pazartesi günü yeni eğitim dönemine başlayan İMA, İstanbul Design Week'te yoğun ilgi gördü.

Dünyanın en saygın moda okulları ile işbirliği içerisinde geleceğin moda profesyonellerini yetiştiren, Türkiye'nin en yetkin moda eğitim platformları arasında yer alan İstanbul Moda Akademisi, 3 Ekim Pazartesi tarihi itibarıyla yeni eğitim dönemine merhaba dedi. İMA Akademik Direktörü Eda Dorman ile İMA eğitmenleri arasına yeni katılan Raf Stesmans, yeni dönem öğrencileriyle buluşarak eğitim dönemini başlattı. Royal College of Antwerp'de Moda Tasarımı eğitiminden sonra Freelance Moda

Tasarımcısı olarak çeşitli markalarda görev alan ve hala C&A, Lacroix, Art of Vanity, Channel için tasarımlar yapan Stesmans, 2011-2012 eğitim dönemi süresince İMA eğitmeni olarak görev yapacak. Dünyanın en seçkin moda eğitim kurumlarının başında yer alan, yüz yıllık köklü bir geçmişe sahip London College of Fashion (LCF) ile işbirliği içinde yürütülen İMA'nın, yeni dönemde modaserverlerle buluşturacağı eğitim programları arasında yer alan Moda Tasarımı ve Teknolojisi Lisans Programı, lisans eğitiminin ilk iki

yılına eşdeğer olup programdan mezun olanlara İMA ve LCF olmak üzere çift diploma hakkı kazanarak dilerse eğitimlerine LCF bünyesinde Londra'da devam edebilme fırsatı sunuyor. "Moda Tasarımı ve Teknolojisi Lisans Programı" hafta içi her gün ve tam zamanlı olarak devam ederken "Moda Tasarımı, Moda Yönetimi, Moda Perakendesinde Merchandising ve Satın Alma, Görsel Mağazacılık ve Vitrin Tasarımı, Moda Editörlüğü gibi sürekli eğitim programları hafta arası ve hafta sonları devam ediyor.

İMA, Design Week'te

İMA, moda sektörüne bir yandan yeni yetenekler kazandırmak için yeni eğitim dönemine başlarken, diğer bir yandan da mezunlarının hızlı bir şekilde sektörde yer almasını sağlıyor. 28 Eylül -2 Ekim tarihleri arasında, Eski Galata Köprüsü'nde, tasarım dünyasının yurtiçi ve yurtdışından en önemli isimlerini ağırlayan İstanbul Design Week (IDW)'te, İMA Moda Tasarımı Bölümü mezunlarının tasarımlarını da bulunması bu duruma örnek gösterilebilecek çalışmalar arasında yer aldı. Tasarım, trend, moda, bilim, mimarlık ve teknoloji hakkında en yeni projeler, sergiler ve atölye çalışmalarıyla dopdolu bir program sunan İstanbul Design Week'te, uluslararası tasarımcılar ve yabancı medyanın ilgiyle Türkiye ve tasarım kültürünün tüm dünyaya tanıtıldığı bu hafta boyunca moda, tasarım ve sanatı her koldan kucaklayan İMA da standında birçok konuğu ağırladı. Dopdolu bir program sunan IDW'de İMA'nın Moda Tasarımı Bölümü mezunlarının tasarımları büyük ilgi gördü. ❖

360° MODA

Moda Tasarımı

Moda Yönetimi

Moda Perakendesi

Satın Alma ve Merchandising

Görsel Mağazacılık

Moda Fotoğrafçılığı

Moda Editörlüğü

Styling



İMA

**Eğitim programları ile ilgili
detaylı bilgi ve tanıtım randevusu için:**

İstanbul Moda Akademisi

Teşvikiye Caddesi No: 10/1

Nişantaşı 34365 İstanbul

T: 0212 219 4141

**www.
istanbul
moda
akademisi.
com**

İTKİB OKULLARI İÇİN DERS ZİLİ ÇALDI



1995 YILINDA AÇTIĞI İLK MESLEK LİSESİ İLE MESLEKİ EĞİTİMDE ÇİĞİR AÇACAK FAALİYETLERE ADIM ATAN İTKİB OKULLARI, 19 EYLÜL'DE YENİ EĞİTİM YILINA BAŞLADI. AVCILAR, KÜÇÜKÇEKMECE, KAĞITHANE, YENİBOSNA VE ZEYTİNBURNU'NDA FAALİYET GÖSTEREN BEŞ MESLEK LİSESİ 2011-2012 EĞİTİM DÖNEMİNE START VERİRKEN ÖĞRENCİLERİ İTKİB TEMSİLCİLERİ DE YALNIZ BIRAKMADI

Üretim için eğitim, üretim içinde eğitim sloganıyla bundan 16 yıl önce yola çıkan ve gösterdiği olağanüstü çabalarla mesleki eğitimde yeni bir dönem açan İTKİB Okulları, 2011-2012 eğitim yılına 19 Eylül'de başladı. Kağıthane İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi, Yenibosna İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi, Avcılar İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi, Zeytinburnu İDMİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi ve Küçükçekmece Nahit Menteşe Erkek Teknik ve Endüstri Meslek Lisesi / İHKİB Konfeksiyon Makineleri Bakım ve

Onarım Bölümü'nün 19 Eylül'de gerçekleşen açılış törenine okulların yönetim kadrosuyla birlikte öğrenci velileri ve İTKİB temsilcileri de katıldı. Bugüne kadar 3 bin 577 öğrenciyi öğrenciyi mezun ederek iş dünyasına uğurlayan İTKİB okullarından Kağıthane İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi'ne 326, Avcılar İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi'ne 175, Zeytinburnu İDMİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi'ne 250 ve Küçükçekmece Nahit Menteşe Erkek Teknik ve Endüstri Meslek Lisesi İHKİB Konfeksiyon Makineleri Bakım ve

Onarım Bölümü'ne ise 624 yeni öğrenci kayıt yaptırdı.

Avcılar İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi

Üretimdeki kalitenin rekabetteki en önemli avantaj olduğunu bilen İTKİB, 1995 yılında kurduğu Avcılar İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi'nde dokuma, örme ve triko konfeksiyon yapan işletmelerin; kesimhane, modelhane gibi üretim bölümlerine uzman ara eleman yetiştiriyor. 2010-20101 eğitim yılında 112 öğrencinin mezun olduğu okula 2011-2012 eğitim yılında 175

öğrenci kayıt yaptırdı. Bu yılki açılışta bir konuşma yapan Okul Müdürü Canan Ertekin, yeni eğitim yılında öğrencileri yorucu bir maratonun beklediğini söyleyerek, "Bu maratonda okulumuz, İHKİB Eğitim Şubesi ve öğretmenlerimiz tüm varlığıyla yanınızda olacak. Yeni yılda işimizi, severek ve performansımızı sürekli yüksek tutarak yapmamız gerektiğinin bilincindeyiz" şeklinde konuştu. Gerçek başarının elde edilebilmesi için öğrenci-öğretmen-veli işbirliğinin sağlanmasının şart olduğunu dile getiren Ertekin, bu üçgenin oluş-

turulması halinde gerçek başarının yakalanabileceğini belirtti. Ertekin, "Eğitimin amacı bütün öğrencileri aynı biçimde düşündürmek, aynı biçimde yetiştirmek değil, her bireyin kendi kişiliğini en iyi ortaya koyacak biçimde yetiştirmektir. Bugün artık eğitim, bireyin kişisel gelişimine ön plana çıkararak ve ona göre yönlendirme yapan bir anlayış içinde olduğu da açık bir şekilde ortada" diye konuştu.

Zeytinburnu İDMİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi

Teknolojiyi ve bilgiyi içine almayan üretim tarzıyla dünya deri pazarında yer alma imkanı olmadığı gerçeğinden hareketle kurulan Zeytinburnu İDMİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi, deri ve deri mamulleri işletmelerine meslek elemanı yetiştirmeye devam ediyor. 2002 yılında bölüm olarak açılan, 2006 yılında da meslek lisesine dönüştürülen okulda diğer İTKİB okullarında olduğu gibi eğitim, sektör ile işbirliği içinde yürütülüyor. Deri giyim, saraciye modelistliği, saraciye üretimi ve pazarlama dallarında mes-



Zeytinburnu İDMİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi'nin açılış töreninde İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi Mehmet Ali Dinç de bir konuşma yaptı.

leki eğitim verilen Zeytinburnu İDMİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi'nde verilen eğitimlerin yanı sıra sektörel seminerlerle öğrencilerin deri sektörünü tanımasını da sağlanıyor. Okul, ilk mezunlarını iki yıl önce verdi. Bugün 507 öğrencinin eğitim gördüğü okulda 2011-2012 eğitim yılında yeni kayıt yaptıran öğrenci sayısı ise 250. Okul, veliler ve İDMİB temsilcilerinin katıldığı bir törenle 19 Eylül'de kapılarını yeni öğretim yılına açtı.

Bugüne kadar 3.577 öğrenciyi mezun ederek iş hayatına kazandıran İTKİB Okulları, geçtiğimiz yıl başlattığı pazarlama ve perakendecilik dersleriyle birlikte, eğitimde tasarım ve satış odaklı yeni bir anlayışla hareket ediyor.

bilinçli bireylerin yetişeceğini vurgulayarak sözlerine şöyle devam etti, "Bu alanda eğitimli elemanların yetişmesi, bu sektörün geleceğine yatırım yapılması anlamına geliyor. Biz de İDMİB'in desteği ile birlikte deri sektörünün geleceğine yatırım yapılmasında ön ayak oluyoruz.

Yenibosna İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi

Çağdaş teknolojinin tüm olanakları ile donatılmış olan okulda "kadın ve erkek modelisti" ve "model makinacı", çorap sektörü için "çorap operatörü" ve "desen operatörü" yetiştiriliyor. Ayrıca okuldaki yaygın eğitim kursları ile bilgisayarlı modelistlik Gerber, Assyst, Tetra-Cad, modelistlik, çorap makineleri operatörlüğü ve desen operatörü bölümlerinde vasıfsız kişiler eğitilerek sektöre kazandırılıyor.

Hazır giyim işletmelerinin can damarı olan modelhanelerine modelist ve model makinacı yetiştiren Yenibosna İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi de diğer dört İTKİB Okulu gibi yeni eğitim yılına 19 Eylül'de start verdi. Okulun açılış töreninde konuşan Okul Müdürü Nebahat Ataç, ülkelerin gelişmişlik düzeyinin bilimsel düşünceyi bir yaşam biçimi haline getirmeleri ve ileri teknolojiyi üretmeleriyle ilgili olduğunu söyledi. Ataç, bunun da ancak eği-



Zeytinburnu İDMİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi Müdürü Nermin Akçay

Konuşmasında eğitimin sadece okuldan ibaret olmadığını belirten Okul Müdürü Nermin Akçay, bu sürecin bir ayağında da velilerin olduğuna dikkat çekti. Bu nedenle öğrencilerin başarıya da başarısızlıklarında ailenin rolünün önemli bir yerde durduğunu belirten Akçay, "Eğer veliler çocuklarıyla yeteri kadar ilgilenmezse, onlardan başarılı bir tablo beklememiz pek mümkün olmayacaktır. Çocuklarımızın üstlendiği ödev ve sorumlulukların ne kadar yoğun olduğu ortada. Onların bu ödev ve sorumlulukları yerine getirmesinde velilere de büyük görev düşüyor. Öğrencilerimizin sorunlarını paylaşmak bizlerin görevi olduğu kadar, velilerin de görevi" dedi. Buradan hareketle velilerin sık sık okulu ziyaret etmeleri gerektiğini ifade eden Akçay, bilinçli aileler sayesinde gelecekte



Yenibosna İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi Müdürü
Nebahat Ataç

tim yuvası olarak nitelendirilen okullarla kazanılabileceğine dikkat çekti. Eğitim kurumları arasında önemli bir yere sahip olan Yenibosna İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi'nin sektör ve okul ayağının birleştiği bir nokta olduğunu belirten Ataç, bu anlamda okulda eğitim gören öğrencilerin son derece şanslı olduğunu dile getirdi.

Kağıthane İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi

Hazır giyimin tüm disiplinlerini bünyesinde barındıran ilk ve tek mesleki eğitim kompleksi özelliğini taşıyan Kağıthane İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi de diğer

İTKİB Okulları gibi 19 Eylül'de 2011-2012 eğitim yılının açılış heyecanını yaşadı. Bu yıl 326 öğrencinin kayıt yaptırdığı okul, böylece toplam 833 öğrencisi ile yeni eğitim yılına merhaba dedi. Öğrencilerin; hazır giyim, iç giyim, sanayi nakışı, parça boya, parça baskı, tekstil ve hazır giyim makineleri mekatroniği, malzeme kalite kontrol laborantlığı alanında eğitim gördüğü okul geçtiğimiz yıl programına dahil ettiği "Pazarlama ve Perakende Alanı Satış Elemanlığı" dersi ile öğrencilerine hazır giyim sektöründe iyi bir pazarlamacı olma fırsatı sunuyor. Milli Eğitim Bakanlığı ve İHKİB işbirliğinde kurulan Kağıthane İHKİB Kız

Teknik ve Meslek Lisesi Eğitim Kompleksi'nde 20 derslik, 1 lisan laboratuvarı, 10 işlik, 2 eko-test ve mekatronik laboratuvarı, 1 fen laboratuvarı, 1 bilgisayar laboratuvarı, 1 mesleki resim atölyesi bulunuyor. Spor ve kültürel aktivite birimlerinin de unutulmadığı okulda, öğrencilerin her türlü sportif ve sanatsal faaliyetleri gerçekleştirebilmeleri için 1 tiyatro salonu, 1 çok amaçlı salon, 1 galeri, 1 kütüphane, 1 kapalı spor salonu, 1 açık basketbol sahası bulunuyor.

Yeni eğitim yılının açılış töreninde öğrencileri yalnız bırakmayan Kağıthane İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi Müdürü Neriman Ekinci, mesleki eğitime yapılan yatırımın önemine dikkat çekerek, bu yatırımın temelini de mesleki liselerin oluşturduğunu belirtti. Öğrencilerinin mesleki eğitim alacakları bir okulu tercih ederek doğru bir karar verdiklerini dile getiren Ekinci, "Okulumuzu özellikle kız çocuklarının daha fazla sayıda tercih etmesi, onların okullaşması açısından çok önemli. 2004 yılında eğitim verme-

ye başlayan ve dördüncü dönem mezunlarını veren okulumuz, tercih edilen bir meslek lisesi konumuna geldi. Buradaki en önemli faktör, öğrencilerimizin aldığı eğitimin sektörün ihtiyaçlarına cevap verebilecek düzeyde olması" dedi.

İHKİB Konfeksiyon Makineleri Bakım ve Onarım Bölümü

Teknoloji ve bilgi çağını yaşayan sektörde, kullanılan teknolojinin ve üretim ekipmanlarının lojistik desteği de hayati bir öneme sahip. Bu amaçla 1996 yılında kurulan Küçükçekmece Nahit Mentеше Anadolu Meslek ve Endüstri Meslek Lisesi, İHKİB Konfeksiyon Makineleri Bakım ve Onarım Bölümü'nde yan sanayiye teknik eleman yetiştirmeye devam ediyor. Öğrencilerine işletmelerde uzun süreli staj imkanı sunan okulda yaygın eğitimin yanı sıra konfeksiyon makinelerinin bakım ve onarımlarının öğretildiği, yetiştiklere yönelik kısa süreli kurslar da veriliyor. ❖



ITA

İTKİB İTA Eğitim
Araştırma ve Danışmanlık
Limited Şirketi



Dokunmamış Kumaş Endüstrisinde İğneleme Teknolojisi ile Teknik Tekstil Sektörüne Yönelik Kumaş Üretimi



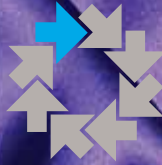
GROZ-BECKERT®

İğneleme teknolojisi ile dokunmamış kumaş üretiminin, iğneleme makinelerinin, kumaş özelliklerinin ve kullanım alanlarının anlatılacağı, Groz Beckert firması tarafından iğnelerin tanıtılacağı, ayrıca Hassan Tekstil desteğiyle Cormatex iğneleme hattı başında uygulamalı olarak üretim çalışmalarının yapılacağı seminer için sizi TEKSTİLPARK'a davet ediyoruz.

Eğitim Tarihi: 23.11.2011
Eğitim Saati: 10.00 – 17.00
Eğitim Ücreti : 200 TL + KDV

*Akademisyen ve Üniversite Öğrencilerine % 50 İndirim Uygulanacaktır.

Bilgi ve Kayıt için: Tuba Topçu
Tel: 0212 495 40 00 • Fax: 0212 495 43 00 • E-Mail: tuba.topcu@itaarge.com
Halkalı İstasyon Mah. Sarıgül Cad. 34303 Küçükçekmece / İstanbul
www.itaarge.com



ITA

İTKİB İTA Eğitim
Araştırma ve Danışmanlık
Limited Şirketi

Tekstil Sanayinde Renk ve Renk Ölçümü



argetek

**Tekstil Fabrikalarında Elyaftan Bitmiş Ürüne Kadar
Her Aşamada Renklerin Değerlendirilmesi ile İlgili Çözüm Önerileri için Sizi Tekstilpark'a bekliyoruz.**

Eğitim Tarihi: 07.12.2011
Eğitim Saati: 10.00 – 17.00
Eğitim Ücreti : 150 TL

* Akademisyen ve Öğrenciler için %50 indirim uygulanacaktır.

Bilgi ve Kayıt için: Tuba Topçu
Tel: 0212 495 40 00 • Fax: 0212 495 43 00 • E-Mail: tuba.topcu@itaarge.com
Halkalı İstasyon Mah. Sarıgül Cad. 34303 Küçükçekmece / İstanbul
www.itaarge.com



TÜRKİYE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI

	2010 EYLÜL 1000 \$	2011 EYLÜL 1000 \$	DEĞİŞİM %	2010 EYLÜL - OCAK 1000 \$	TOPLAM KONFEKSİYONDA PAY %	2011 EYLÜL - OCAK 1000 \$	TOPLAM KONFEKSİYONDA PAY %	2011 / 2010 DEĞİŞİM %
ALMANYA	273,124	257,828	-5.6	2,644,858	24.9	3,168,539	25.6	19.8
İNGİLTERE	164,757	152,425	-7.5	1,483,789	14.0	1,543,430	12.4	4.0
İSPANYA	93,652	102,070	9.0	826,010	7.8	1,081,140	8.7	30.9
FRANSA	89,047	76,911	-13.6	852,836	8.0	1,014,527	8.2	19.0
HOLLANDA	54,636	55,583	1.7	525,517	4.9	679,050	5.5	29.2
İTALYA	35,993	37,411	3.9	537,444	5.1	663,071	5.3	23.4
DANİMARKA	32,026	29,542	-7.8	305,241	2.9	359,560	2.9	17.8
ABD	45,133	39,998	-11.4	318,031	3.0	337,751	2.7	6.2
BELÇİKA	30,899	28,538	-7.6	296,838	2.8	325,874	2.6	9.8
RUSYA FEDERASYONU	24,236	26,582	9.7	214,292	2.0	244,861	2.0	14.3
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	843,503	806,888	-4.3	8,004,857	75.4	9,417,803	76.0	17.7
İSVEÇ	19,581	17,734	-9.4	208,005	2.0	232,056	1.9	11.6
IRAK	10,528	20,205	91.9	141,820	1.3	175,740	1.4	23.9
SUUDİ ARABİSTAN	5,338	9,581	79.5	70,917	0.7	135,433	1.1	91.0
ROMANYA	21,960	12,620	-42.5	135,955	1.3	124,749	1.0	-8.2
POLONYA	10,267	16,109	56.9	88,721	0.8	122,871	1.0	38.5
İSRAİL	6,902	10,060	45.8	101,972	1.0	118,980	1.0	16.7
AVUSTURYA	11,274	10,826	-4.0	109,117	1.0	118,034	1.0	8.2
İSVİÇRE	9,579	7,977	-16.7	98,184	0.9	110,210	0.9	12.2
ÇEK CUMHURİYETİ	9,841	9,901	0.6	84,969	0.8	105,773	0.9	24.5
YUNANİSTAN	15,703	12,482	-20.5	104,031	1.0	100,922	0.8	-3.0
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	964,476	934,384	-3.1	9,148,547	86.1	10,762,569	86.8	17.6
UKRAYNA	8,307	12,470	50.1	53,699	0.5	97,210	0.8	81.0
AHL SERBEST BÖLGE	7,754	9,457	22.0	74,374	0.7	82,344	0.7	10.7
KAZAKİSTAN	13,054	8,986	-31.2	84,125	0.8	75,356	0.6	-10.4
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	4,172	7,679	84.0	56,954	0.5	71,831	0.6	26.1
CEZAYİR	10,134	12,335	21.7	65,907	0.6	69,003	0.6	4.7
TUNUS	4,240	7,413	74.8	59,866	0.6	68,687	0.6	14.7
NORVEÇ	6,042	6,492	7.4	64,351	0.6	67,519	0.5	4.9
BULGARİSTAN	7,258	6,094	-16.0	56,664	0.5	61,294	0.5	8.2
İRAN	9,054	4,066	-55.1	60,652	0.6	53,092	0.4	-12.5
KANADA	4,416	4,431	0.3	44,795	0.4	49,632	0.4	10.8
İRLANDA	5,787	3,777	-34.7	55,478	0.5	48,780	0.4	-12.1
ESTONYA	5,862	2,532	-56.8	25,887	0.2	45,684	0.4	76.5
MACARİSTAN	5,990	8,569	43.0	44,650	0.4	43,021	0.3	-3.6
SLOVAK CUMHURİYETİ	4,133	2,740	-33.7	36,401	0.3	41,790	0.3	14.8
MISIR	2,464	4,548	84.5	42,483	0.4	41,736	0.3	-1.8
KOSOVA	7,984	3,423	-57.1	68,219	0.6	40,618	0.3	-40.5
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	2,146	4,247	97.9	22,558	0.2	39,524	0.3	75.2
LÜBNAN	3,810	4,266	12.0	42,823	0.4	38,779	0.3	-9.4
FİNLANDİYA	2,613	3,411	30.5	25,109	0.2	37,348	0.3	48.7
TRAKYA SERBEST BÖLGE	2,940	1,209	-58.9	41,629	0.4	37,315	0.3	-10.4
LİBYA	3,622	2,978	-17.8	39,460	0.4	36,272	0.3	-8.1
BOSNA-HERSEK	3,179	3,400	6.9	20,785	0.2	25,147	0.2	21.0
KIRGIZİSTAN	1,703	2,134	25.4	15,232	0.1	23,784	0.2	56.1
HONG KONG	1,376	3,060	122.4	15,711	0.1	23,384	0.2	48.8
AVRUPA SERBEST BÖLGE	2,533	2,653	4.8	17,866	0.2	22,417	0.2	25.5
KKTC	2,492	2,732	9.6	18,141	0.2	20,309	0.2	11.9
ÜRDÜN	765	1,163	52.1	14,781	0.1	19,429	0.2	31.4
AZERBAYCAN	2,921	3,492	19.6	28,865	0.3	19,336	0.2	-33.0
HIRVATİSTAN	2,045	2,437	19.2	12,567	0.1	17,539	0.1	39.6
GÜRCİSTAN	1,224	2,254	84.1	8,322	0.1	17,450	0.1	109.7
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	1,104,496	1,078,829	-2.3	10,366,902	97.6	12,098,197	97.6	16.7
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	28,356	33,356	17.6	253,994	2.4	300,032	2.4	18.1
AB (27) TOPLAMI	899,459	853,046	-5.2	8,483,903	79.9	9,962,209	80.4	17.4
TOPLAM HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI	1,132,852	1,112,185	-1.8	10,620,896	100.0	12,398,229	100.0	16.7

TÜRKİYE TEKSTİL İHRACATI

	2010 EYLÜL 1000 \$	2011 EYLÜL 1000 \$	DEĞİŞİM %	2010 OCAK - EYLÜL 1000 \$	TOPLAM TEKSTİLDE PAY %	2011 OCAK - EYLÜL 1000 \$	TOPLAM TEKSTİLDE PAY %	2011 / 2010 DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	80,663	84,672	5.0	608,995	13.0	760,292	12.7	24.8
İTALYA	55,134	60,613	9.9	451,116	9.6	661,837	11.1	46.7
ALMANYA	33,600	38,228	13.8	269,893	5.8	360,482	6.0	33.6
İNGİLTERE	19,993	25,086	25.5	161,477	3.5	225,359	3.8	39.6
POLONYA	21,011	24,470	16.5	168,125	3.6	220,661	3.7	31.2
ROMANYA	23,925	22,376	-6.5	195,862	4.2	220,174	3.7	12.4
İRAN	15,988	22,379	40.0	173,564	3.7	219,322	3.7	26.4
ABD	16,010	23,605	47.4	161,133	3.4	209,497	3.5	30.0
BULGARİSTAN	18,046	22,290	23.5	162,985	3.5	181,827	3.0	11.6
İSPANYA	16,933	14,104	-16.7	120,348	2.6	174,501	2.9	45.0
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	301,303	337,824	12.1	2,473,499	52.9	3,233,950	54.2	30.7
MISIR	16,434	17,924	9.1	158,284	3.4	161,874	2.7	2.3
FRANSA	13,347	15,432	15.6	110,564	2.4	142,271	2.4	28.7
TUNUS	10,418	15,473	48.5	100,226	2.1	138,844	2.3	38.5
FAS	9,827	12,630	28.5	102,995	2.2	129,038	2.2	25.3
UKRAYNA	12,408	15,445	24.5	82,095	1.8	127,020	2.1	54.7
YUNANİSTAN	10,259	11,333	10.5	85,271	1.8	119,371	2.0	40.0
HOLLANDA	10,143	11,700	15.4	86,834	1.9	118,508	2.0	36.5
BELÇİKA	8,185	8,636	5.5	82,516	1.8	102,635	1.7	24.4
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	14,653	12,787	-12.7	79,712	1.7	95,337	1.6	19.6
SURİYE	5,478	8,470	54.6	85,620	1.8	80,293	1.3	-6.2
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	412,456	467,653	13.4	3,447,616	73.7	4,449,140	74.5	29.0
PORTEKİZ	6,600	7,827	18.6	54,918	1.2	75,427	1.3	37.3
BEYAZ RUSYA	5,914	11,650	97.0	42,864	0.9	68,233	1.1	59.2
HONG KONG	5,329	6,001	12.6	38,354	0.8	67,079	1.1	74.9
İSRAİL	4,916	6,176	25.6	54,051	1.2	66,770	1.1	23.5
MERSİN SERBEST BÖLGE	4,345	5,045	16.1	36,504	0.8	66,264	1.1	81.5
SİRBİSTAN	8,294	7,756	-6.5	67,002	1.4	66,149	1.1	-1.3
BREZİLYA	5,073	6,054	19.3	53,942	1.2	56,055	0.9	3.9
MACARİSTAN	4,368	6,331	44.9	35,014	0.7	55,697	0.9	59.1
SUUDİ ARABİSTAN	3,221	3,567	10.7	36,067	0.8	46,144	0.8	27.9
CEZAYİR	5,855	3,994	-31.8	57,207	1.2	45,901	0.8	-19.8
LİTVANYA	3,013	4,847	60.9	25,737	0.6	36,979	0.6	43.7
EGE SERBEST BÖLGE	3,042	3,365	10.6	32,879	0.7	35,476	0.6	7.9
ÇEK CUMHURİYETİ	3,163	3,129	-1.1	23,301	0.5	32,577	0.5	39.8
HİNDİSTAN	1,999	2,673	33.7	22,264	0.5	29,621	0.5	33.0
AHL SERBEST BÖLGE	4,726	4,116	-12.9	32,449	0.7	28,067	0.5	-13.5
MAKEDONYA	2,118	3,040	43.5	21,628	0.5	27,402	0.5	26.7
AVUSTURYA	2,009	2,782	38.5	16,345	0.3	25,516	0.4	56.1
ESTONYA	3,189	2,666	-16.4	19,253	0.4	24,545	0.4	27.5
BURSA SERBEST BÖLG.	1,960	1,818	-7.2	15,477	0.3	24,252	0.4	56.7
GÜNEY AFRIKA CUMHURİ	2,576	2,816	9.3	19,702	0.4	23,906	0.4	21.3
ÜRDÜN	2,046	2,375	16.1	14,043	0.3	23,013	0.4	63.9
DANİMARKA	2,106	2,329	10.6	16,166	0.3	22,614	0.4	39.9
ÖZBEKİSTAN	2,321	2,856	23.1	15,961	0.3	22,408	0.4	40.4
İRAK	1,637	2,853	74.3	22,281	0.5	21,828	0.4	-2.0
İSVEÇ	1,456	1,852	27.2	12,906	0.3	21,325	0.4	65.2
LÜBNAN	2,458	2,592	5.5	21,222	0.5	20,148	0.3	-5.1
GÜRCİSTAN	1,390	2,447	76.1	9,128	0.2	18,814	0.3	106.1
SLOVAKYA	1,522	1,986	30.5	13,500	0.3	18,521	0.3	37.2
KANADA	1,810	1,713	-5.3	16,332	0.3	18,245	0.3	11.7
KAZAKİSTAN	3,075	1,442	-53.1	17,399	0.4	17,431	0.3	0.2
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	513,986	585,752	14.0	4,311,510	92.2	5,555,546	93.0	28.9
DIĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	38,469	45,495	18.3	364,178	7.8	415,984	7.0	14.2
AB (27) TOPLAMI	260,862	293,949	12.7	2,141,225	45.8	2,881,553	48.3	34.6
TOPLAM TEKSTİL İHRACATI	552,456	631,247	14.3	4,675,687	100.0	5,971,530	100.0	27.7

TÜRKİYE DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI

	2010 EYLÜL 1000 \$	2011 EYLÜL 1000 \$	DEĞİŞİM %	2010 OCAK - EYLÜL 1000 \$	TOPLAM DERİDE PAY %	2011 OCAK - EYLÜL 1000 \$	TOPLAM DERİDE PAY %	DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	80,663	84,672	5.0	608,995	13.0	760,292	12.7	24.8
İTALYA	55,134	60,613	9.9	451,116	9.6	661,837	11.1	46.7
ALMANYA	33,600	38,228	13.8	269,893	5.8	360,482	6.0	33.6
İNGİLTERE	19,993	25,086	25.5	161,477	3.5	225,359	3.8	39.6
POLONYA	21,011	24,470	16.5	168,125	3.6	220,661	3.7	31.2
ROMANYA	23,925	22,376	-6.5	195,862	4.2	220,174	3.7	12.4
İRAN	15,988	22,379	40.0	173,564	3.7	219,322	3.7	26.4
ABD	16,010	23,605	47.4	161,133	3.4	209,497	3.5	30.0
BULGARİSTAN	18,046	22,290	23.5	162,985	3.5	181,827	3.0	11.6
İSPANYA	16,933	14,104	-16.7	120,348	2.6	174,501	2.9	45.0
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	301,303	337,824	12.1	2,473,499	52.9	3,233,950	54.2	30.7
MISIR	16,434	17,924	9.1	158,284	3.4	161,874	2.7	2.3
FRANSA	13,347	15,432	15.6	110,564	2.4	142,271	2.4	28.7
TUNUS	10,418	15,473	48.5	100,226	2.1	138,844	2.3	38.5
FAS	9,827	12,630	28.5	102,995	2.2	129,038	2.2	25.3
UKRAYNA	12,408	15,445	24.5	82,095	1.8	127,020	2.1	54.7
YUNANİSTAN	10,259	11,333	10.5	85,271	1.8	119,371	2.0	40.0
HOLLANDA	10,143	11,700	15.4	86,834	1.9	118,508	2.0	36.5
BELÇİKA	8,185	8,636	5.5	82,516	1.8	102,635	1.7	24.4
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	14,653	12,787	-12.7	79,712	1.7	95,337	1.6	19.6
SURİYE	5,478	8,470	54.6	85,620	1.8	80,293	1.3	-6.2
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	412,456	467,653	13.4	3,447,616	73.7	4,449,140	74.5	29.0
PORTEKİZ	6,600	7,827	18.6	54,918	1.2	75,427	1.3	37.3
BEYAZ RUSYA	5,914	11,650	97.0	42,864	0.9	68,233	1.1	59.2
HONG KONG	5,329	6,001	12.6	38,354	0.8	67,079	1.1	74.9
İSRİL	4,916	6,176	25.6	54,051	1.2	66,770	1.1	23.5
MERSİN SERBEST BÖLGE	4,345	5,045	16.1	36,504	0.8	66,264	1.1	81.5
SİRBİSTAN	8,294	7,756	-6.5	67,002	1.4	66,149	1.1	-1.3
BREZİLYA	5,073	6,054	19.3	53,942	1.2	56,055	0.9	3.9
MACARİSTAN	4,368	6,331	44.9	35,014	0.7	55,697	0.9	59.1
SUUDİ ARABİSTAN	3,221	3,567	10.7	36,067	0.8	46,144	0.8	27.9
CEZAYİR	5,855	3,994	-31.8	57,207	1.2	45,901	0.8	-19.8
LİTVANYA	3,013	4,847	60.9	25,737	0.6	36,979	0.6	43.7
EGE SERBEST BÖLGE	3,042	3,365	10.6	32,879	0.7	35,476	0.6	7.9
ÇEK CUMHURİYETİ	3,163	3,129	-1.1	23,301	0.5	32,577	0.5	39.8
HİNDİSTAN	1,999	2,673	33.7	22,264	0.5	29,621	0.5	33.0
AHL SERBEST BÖLGE	4,726	4,116	-12.9	32,449	0.7	28,067	0.5	-13.5
MAKEDONYA	2,118	3,040	43.5	21,628	0.5	27,402	0.5	26.7
AVUSTURYA	2,009	2,782	38.5	16,345	0.3	25,516	0.4	56.1
ESTONYA	3,189	2,666	-16.4	19,253	0.4	24,545	0.4	27.5
BURSA SERBEST BÖLG.	1,960	1,818	-7.2	15,477	0.3	24,252	0.4	56.7
GÜNEY AFRIKA CUMHURİ	2,576	2,816	9.3	19,702	0.4	23,906	0.4	21.3
ÜRDÜN	2,046	2,375	16.1	14,043	0.3	23,013	0.4	63.9
DANİMARKA	2,106	2,329	10.6	16,166	0.3	22,614	0.4	39.9
ÖZBEKİSTAN	2,321	2,856	23.1	15,961	0.3	22,408	0.4	40.4
İRAK	1,637	2,853	74.3	22,281	0.5	21,828	0.4	-2.0
İSVEÇ	1,456	1,852	27.2	12,906	0.3	21,325	0.4	65.2
LÜBNAN	2,458	2,592	5.5	21,222	0.5	20,148	0.3	-5.1
GÜRCİSTAN	1,390	2,447	76.1	9,128	0.2	18,814	0.3	106.1
SLOVAKYA	1,522	1,986	30.5	13,500	0.3	18,521	0.3	37.2
KANADA	1,810	1,713	-5.3	16,332	0.3	18,245	0.3	11.7
KAZAKİSTAN	3,075	1,442	-53.1	17,399	0.4	17,431	0.3	0.2
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	513,986	585,752	14.0	4,311,510	92.2	5,555,546	93.0	28.9
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	38,469	45,495	18.3	364,178	7.8	415,984	7.0	14.2
AB (27) TOPLAMI	260,862	293,949	12.7	2,141,225	45.8	2,881,553	48.3	34.6
TOPLAM TEKSTİL İHRACATI	552,456	631,247	14.3	4,675,687	100.0	5,971,530	100.0	27.7

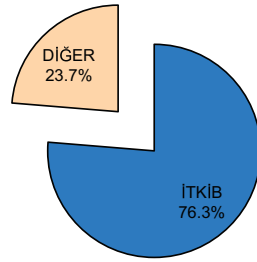
TÜRKİYE HALI İHRACATI

	2010 EYLÜL 1000 \$	2011 EYLÜL 1000 \$	DEĞİŞİM %	2010 OCAK - EYLÜL 1000 \$	TOPLAM HALIDA PAY %	2011 OCAK - EYLÜL 1000 \$	TOPLAM HALIDA PAY %	DEĞİŞİM %
SUUDİ ARABİSTAN	9,446	15,984	69.2	119,147	13.7	195,810	17.1	64.3
ABD	8,925	11,207	25.6	86,990	10.0	108,599	9.5	24.8
IRAK	14,434	22,875	58.5	58,283	6.7	73,986	6.5	26.9
ALMANYA	6,231	10,542	69.2	51,520	5.9	71,103	6.2	38.0
İNGİLTERE	2,937	4,267	45.3	23,552	2.7	38,789	3.4	64.7
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	2,288	2,550	11.5	22,878	2.6	32,441	2.8	41.8
FRANSA	1,241	895	-27.9	14,273	1.6	29,894	2.6	109.4
RUSYA FEDERASYONU	3,255	4,599	41.3	19,637	2.3	26,636	2.3	35.6
JAPONYA	2,289	3,480	52.0	15,510	1.8	25,479	2.2	64.3
POLONYA	2,814	2,838	0.9	21,648	2.5	23,525	2.1	8.7
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	53,860	79,236	47.1	433,437	49.7	626,262	54.7	44.5
İRAN	2,047	2,956	44.4	19,060	2.2	23,491	2.1	23.2
KAZAKİSTAN	3,467	2,170	-37.4	27,734	3.2	23,263	2.0	-16.1
UKRAYNA	2,536	3,630	43.2	16,782	1.9	23,084	2.0	37.6
BELÇİKA	1,820	2,842	56.2	17,219	2.0	21,877	1.9	27.1
KUVEYT	771	1,383	79.3	10,358	1.2	19,845	1.7	91.6
TÜRKMENİSTAN	1,080	2,085	93.0	11,529	1.3	17,634	1.5	52.9
TACİKİSTAN	2,132	2,083	-2.3	14,553	1.7	17,448	1.5	19.9
AZERBAYCAN-NAHÇIVAN	3,060	3,535	15.5	14,845	1.7	17,115	1.5	15.3
ROMANYA	2,418	2,125	-12.1	18,226	2.1	16,431	1.4	-9.8
AFGANİSTAN	1,302	2,139	64.3	11,948	1.4	16,406	1.4	37.3
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	74,494	104,184	39.9	595,691	68.3	822,857	71.9	38.1
İSRAİL	1,598	1,598	0.0	11,508	1.3	16,138	1.4	40.2
İTALYA	1,923	1,072	-44.3	12,005	1.4	13,809	1.2	15.0
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	626	1,408	124.8	5,244	0.6	13,041	1.1	148.7
GÜNEY AFRIKA CUMHURİYETİ	919	756	-17.7	9,279	1.1	12,034	1.1	29.7
KIRGIZİSTAN	731	1,311	79.3	5,766	0.7	11,569	1.0	100.7
YUNANİSTAN	2,963	2,221	-25.0	11,897	1.4	10,947	1.0	-8.0
AHL SERBEST BÖLGE	701	905	29.1	7,649	0.9	10,022	0.9	31.0
ÇEK CUMHURİYETİ	156	400	155.9	7,108	0.8	9,596	0.8	35.0
AVUSTRALYA	862	690	-20.0	8,249	0.9	9,137	0.8	10.8
MALEZYA	483	557	15.4	5,940	0.7	9,081	0.8	52.9
FAS	492	887	80.4	5,506	0.6	8,902	0.8	61.7
MISIR	1,618	760	-53.0	20,142	2.3	8,651	0.8	-57.1
CEZAYİR	281	332	18.0	5,330	0.6	8,294	0.7	55.6
KANADA	454	340	-25.1	4,138	0.5	8,200	0.7	98.2
PAKİSTAN	538	830	54.4	4,665	0.5	8,161	0.7	74.9
KOSOVA	698	657	-5.8	5,927	0.7	7,986	0.7	34.7
LİBYA	1,049	409	-61.1	18,411	2.1	7,512	0.7	-59.2
LİTVANYA	-	1,474	-	7,307	0.8	7,125	0.6	-2.5
BOSNA-HERSEK	1,173	547	-53.4	7,564	0.9	7,007	0.6	-7.4
İSVEÇ	188	1,233	555.1	3,991	0.5	6,261	0.5	56.9
KATAR	433	582	34.7	5,782	0.7	5,706	0.5	-1.3
AVUSTURYA	352	457	30.1	13,954	1.6	5,625	0.5	-59.7
SURİYE	304	1,353	345.3	5,308	0.6	5,493	0.5	3.5
BULGARİSTAN	620	664	7.1	3,953	0.5	4,911	0.4	24.2
HOLLANDA	720	397	-44.9	3,179	0.4	4,773	0.4	50.1
MACARİSTAN	509	916	80.1	2,433	0.3	4,605	0.4	89.2
İSVİÇRE	109	349	219.2	2,106	0.2	4,586	0.4	117.7
BREZİLYA	474	1,085	129.0	3,350	0.4	4,508	0.4	34.6
ŞİLİ	327	306	-6.4	2,956	0.3	4,493	0.4	52.0
ENDONEZYA	358	319	-10.9	2,390	0.3	4,474	0.4	87.2
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	96,153	128,999	34.2	808,730	92.8	1,065,504	93.1	31.8
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	7,124	7,747	8.7	63,093	7.2	78,992	6.9	25.2
AB (27) TOPLAMI	26,273	33,329	26.9	224,911	25.8	286,162	25.0	27.2
TOPLAM HALI İHRACATI	103,277	136,746	32.4	871,823	100.0	1,144,496	100.0	31.3

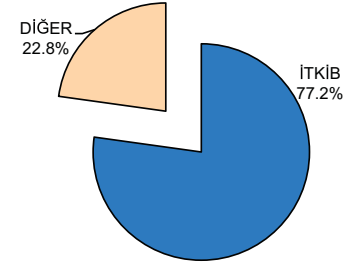
Ocak-Eylül 2011

	İTKİB	DiĞER
KONFEKSİYON	76.3	23.7
TEKSTİL	50.8	49.2
DERİ	77.2	22.8
HALI	22.4	77.6

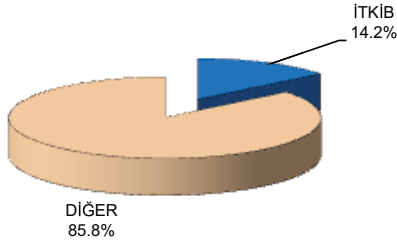
TÜRKİYE HAZIRGIYIM ve KONFEKSİYON İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-EYLÜL 2011)



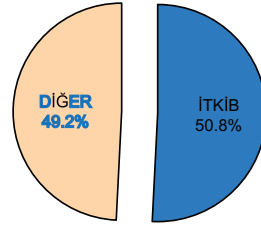
TÜRKİYE DERİ ve DERİ MAMÜLLERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-EYLÜL 2011)



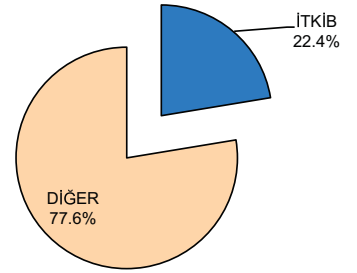
TÜRKİYE GENELİ İHRACATTA İTKİB'İN PAYI (OCAK-EYLÜL 2011)



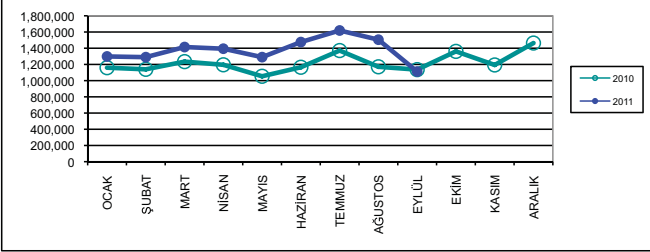
TÜRKİYE TEKSTİL ve HAMMADDELERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-EYLÜL 2011)



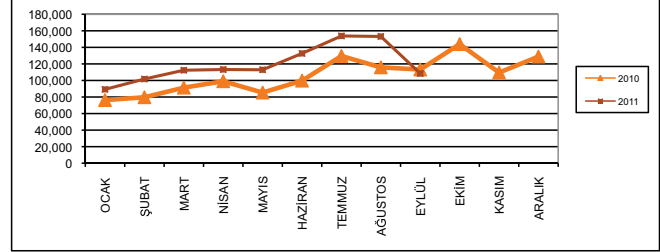
TÜRKİYE HALI İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-EYLÜL 2011)



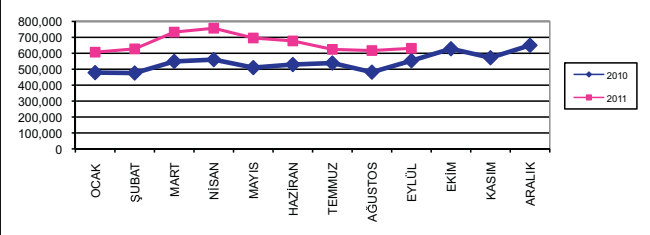
HAZIRGIYIM ve KONFEKSİYON İHRACATININ AYLIK SEYRİ



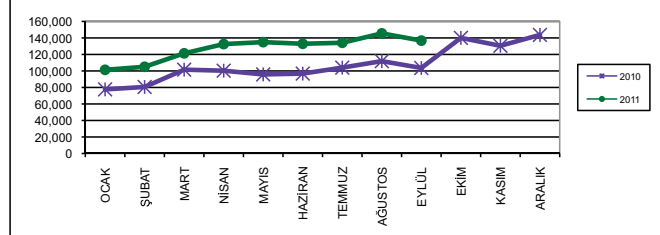
DERİ ve DERİ MAMÜLLERİ İHRACATININ AYLIK SEYRİ

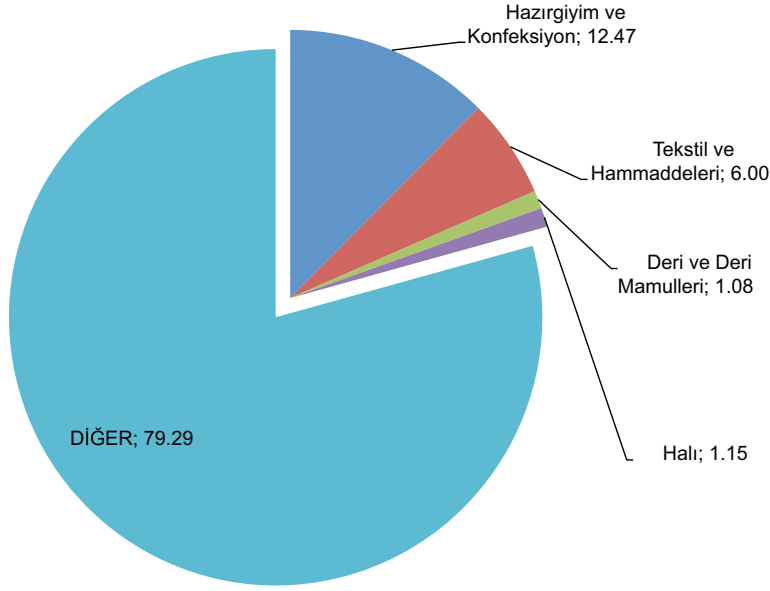


TEKSTİL ve HAMMADDELERİ İHRACATININ AYLIK SEYRİ



HALI İHRACATININ AYLIK SEYRİ





2010 AYLIK DÖVİZ KURLARI (TL)		
	Ş	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)		
	Ş	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	1.5127	2.2429
1 Haziran 2011	1.5826	2.2818
1 Temmuz 2011	1.6073	2.3323
1 Ağustos 2011	1.6669	2.4029
1 Eylül 2011	1.7363	2.4726
1 Ekim 2011	1.8568	2.4792
1 Kasım 2011		
1 Aralık 2011		

SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI - 1000 \$

	EYLÜL				OCAK-EYLÜL				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	1.311,582	1.485,816	13.28	13.86	10.417,130	12.557,243	20.54	12.63	14.519,954	17.109,287	17.83	13.00
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	1.008,110	1.089,066	8.03	10.16	7.674,952	9.065,810	18.12	9.12	10.806,368	12.484,191	15.53	9.48
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mam.	310,508	456,053	46.87	4.25	2.951,298	3.926,142	33.03	3.95	3.983,650	5.065,853	27.17	3.85
Yaş Meyve ve Sebze	126,881	119,827	-5.56	1.12	1.440,506	1.516,716	5.29	1.53	2.125,062	2.246,762	5.73	1.71
Meyve Sebze Mamulleri	101,699	116,351	14.41	1.09	783,629	824,048	5.16	0.83	1.084,799	1.158,121	6.76	0.88
Kuru Meyve ve Mamulleri	148,741	154,497	3.87	1.44	793,276	930,552	17.30	0.94	1.160,571	1.376,253	18.58	1.05
Fındık ve Mamulleri	214,029	166,092	-22.40	1.55	985,994	1.151,070	16.74	1.16	1.469,924	1.697,858	15.51	1.29
Zeytin ve Zeytinyağı	11,963	13,790	15.27	0.13	145,839	135,252	-7.26	0.14	209,774	177,524	-15.37	0.13
Tütün ve Mamulleri	90,101	54,636	-39.36	0.51	530,664	519,957	-2.02	0.52	716,640	687,724	-4.03	0.52
Süs Bitkileri	4,187	7,819	86.76	0.07	43,745	62,073	41.90	0.06	55,949	74,095	32.43	0.06
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	72,571	124,676	71.80	1.16	664,104	1.012,690	52.49	1.02	891,491	1.307,014	46.61	0.99
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	72,571	124,676	71.80	1.16	664,104	1.012,690	52.49	1.02	891,491	1.307,014	46.61	0.99
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	230,900	272,074	17.83	2.54	2.078,074	2.478,744	19.28	2.49	2.822,095	3.318,082	17.58	2.52
Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri	230,900	272,074	17.83	2.54	2.078,074	2.478,744	19.28	2.49	2.822,095	3.318,082	17.58	2.52
II. SANAYİ	7.610,452	8.914,172	17.13	83.13	67.301,662	83.447,916	23.99	83.91	90.225,735	109.149,346	20.97	82.93
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	768,801	876,439	14.00	8.17	6.437,221	8.193,624	27.29	8.24	8.672,168	10.800,460	24.54	8.21
Tekstil ve Hammaddeleri	552,456	631,247	14.26	5.89	4.675,687	5.971,530	27.71	6.00	6.269,825	7.794,268	24.31	5.92
Deri ve Deri Mamulleri	113,068	108,447	-4.09	1.01	889,710	1.077,598	21.12	1.08	1.197,924	1.455,362	21.49	1.11
Halı	103,277	136,746	32.41	1.28	871,823	1.144,496	31.28	1.15	1.204,419	1.550,830	28.76	1.18
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	964,447	1.308,090	35.63	12.20	8.982,393	12.393,464	37.98	12.46	11.743,777	16.064,947	36.80	12.21
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	964,447	1.308,090	35.63	12.20	8.982,393	12.393,464	37.98	12.46	11.743,777	16.064,947	36.80	12.21
C. SANAYİ MAMULLERİ	5.877,203	6.729,642	14.50	62.76	51.882,048	62.860,828	21.16	63.21	69.809,790	82.283,939	17.87	62.52
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1.132,852	1.112,185	-1.82	10.37	10.620,896	12.398,229	16.73	12.47	14.295,476	16.326,447	14.21	12.40
Otomotiv Endüstrisi	1.482,839	1.665,309	12.31	15.53	12.644,211	15.223,889	20.40	15.31	17.050,373	19.866,911	16.52	15.09
Gemi ve Yat	35,170	83,431	137.22	0.78	941,423	1.133,803	20.44	1.14	1.371,717	1.330,845	-2.98	1.01
Elektrik - Elektronik Mak. Bilişim	812,245	949,752	16.93	8.86	6.799,492	7.666,533	12.75	7.71	9.430,772	10.454,301	10.85	7.94
Makine ve Aksamları	500,040	653,086	30.61	6.09	4.547,184	6.113,632	34.45	6.15	6.080,797	7.878,193	29.56	5.99
Demir ve Demir Dışı Metaller	482,270	587,593	21.84	5.48	4.176,749	5.272,123	26.23	5.30	5.833,379	6.872,787	17.82	5.22
Çelik	1.080,728	1.276,597	18.12	11.91	8.890,756	11.496,984	29.31	11.56	11.389,673	14.797,870	29.92	11.24
Çimento Cam Seramik ve Toprak	254,096	278,817	9.73	2.60	2.388,555	2.458,210	2.92	2.47	3.185,084	3.272,836	2.76	2.49
Mücevher	94,389	118,794	25.86	1.11	825,125	1.038,958	25.92	1.04	1.112,410	1.413,092	27.03	1.07
Diğer Sanayi Ürünleri	2,575	4,077	58.33	0.04	47,657	58,467	22.68	0.06	60,108	70,657	17.55	0.05
III. MADENCİLİK	289,419	323,095	11.64	3.01	2.694,961	2.872,179	6.58	2.89	3.435,591	3.828,575	11.44	2.91
Madencilik Ürünleri	289,419	323,095	11.64	3.01	2.694,961	2.872,179	6.58	2.89	3.435,591	3.828,575	11.44	2.91
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat					1,300,958	575,699	-55.75	0.58	2,586,802	1,534,338	-40.69	1.17
T O P L A M (*)	9,211,452	10,723,083	16.41	100	81,714,711	99,453,038	21.71	100	110,768,082	131,621,545	18.83	100

Ketenden Doğan Kaliteli Yaşam



En modern teknoloji ile en seçkin keten üretimi...

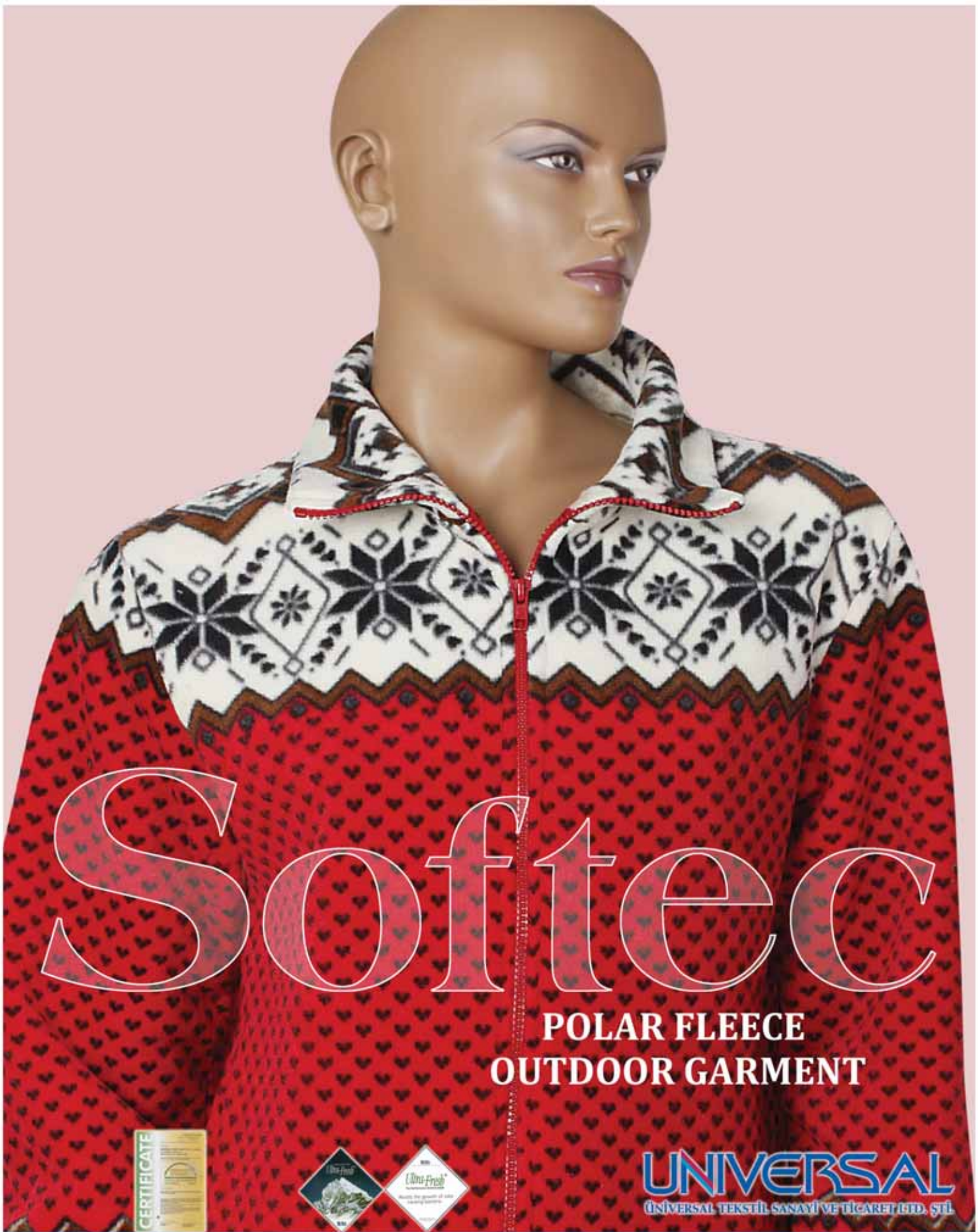
Doğanın derinlerinden gelen keten lifleri bir yanda natürel esasını korurken, diğer yandan üstün teknoloji ile dayanıklı ve düzgün iplikler haline getirilmektedir. 3 NM ile 60 NM arasında üretilen keten ipliklerimiz naturel, kasarlı, boyalı olarak temin edilmektedir.

Keten ipliğinin en büyük üreticisi Kingdom, uzun senelerdir dünyanın kaliteyi arayan dış giyim ve ev tekstili firmalarının tercihi olmuştur. Filofibra güvencesi ile İstanbul depolarımızdan anında fabrikalarınıza servis avantajı ile...

**Kingdom; ketenle
daha kaliteli yaşam.**



Levent Caddesi Sülün Sok. No: 34 1. Levent 34330 İstanbul
Tel: 90 212 283 38 60 (8 Lines) - Telefax: 90 212 283 38 59 / 283 00 21
email: flofibra@filofibra.com.tr - web: www.filofibra.com.tr



Softtec

**POLAR FLEECE
OUTDOOR GARMENT**



CONFIDENCE IN TEXTILES
CONFIDENCE IN UNIVERSAL FABRICS



ULTRA-FRESH

UNIVERSAL
ÜNİVERSAL TEKSTİL SANAYİ VE TİCARET LTD. ŞTİ.

www.polarflic.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@polarflic.com