

İTKİB HEDEF 215

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

15 KASIM - 15 ARALIK 2011

DERİ TANITIM ATAĞINDA

BİRİNCİ AYAKKABI TASARIM
YARIŞMASI'NDA GÖRKEMLİ FİNAL

HALI SEKTÖRÜ GENÇ
TASARIMCILARINI BULDU

İHKİB'DEN İBB BAŞKANI
TOPBAŞ'A VEFA ZİYARETİ

HEIMTEXTİL'E TÜRKİYE'DEN
REKOR KATILIM OLACAK

1. İDMİB
Ayakkabı
Tasarım
Yarışması

İDMİB

Penyede en çok tercih edilen 3'ü!

YAĞ
LEKELERİNE
SON!



DDL-9000B

Direct Drive Yüksek Devirli Elektronik Düz Dikiş Makinası



MO-6714D

Yağsız Teknoloji Overlok Makinası



MF-7823-H21-B56

Elektronik Regula Bıçaklı Reçme Makinası



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

astasjuki@astasjuki.net | www.astasjuki.net



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, Okyay MİZRAK, Şahin DOĞAN, İdris AKDOĞAN, Efsane TURAN, Özcan SÜMER, Sultan TEPE, Ömer ÖZPEHLİVAN, Derya YARANGÜMELİ, Muammer AKÇAY, Riva PINTO, Didem SÜMER, Vehbi CANPOLAT, Cengiz ÖZMEN, 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

Çobançeşme 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 MUCİZELER

Küçük Mucizeler Yayıncılık ve İletişim Hizmetleri Ltd. Şti.

YAYIN DİREKTÖRÜ

Tolga TOPÇU
tolgatopecu@kucukmucizeler.com

YAYIN YÖNETMENİ

Erkan ERSÖZ
erkanersozi@kucukmucizeler.com

SORUMLU YAZI İŞLERİ MD.

Hüsnüye PAMUK
husnepamuk@kucukmucizeler.com

GRAFİK TASARIM

Uğur KARAGÜL

EDİTÖR

Ceyda GÜVEN
ceydaguveni@kucukmucizeler.com

FOTOĞRAFLAR

İFA - www.ifatolye.com

PAZARLAMA

İLETİŞİM DİREKTÖRÜ

Özgür SEYHAN
ozgurseyhan@kucukmucizeler.com

BASKI İLT

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 yazarna aittir.

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

İLETİŞİM

Şehit Ertuğrul Kabataş Cad. Bozkır İş Merkezi No:12 Kat:2 D.6 Mecidiyeköy İstanbul
[0212] 211 68 53 - 73

6 KISA KISA

14 PAZAR

İHKİB G. Afrika Heyeti'ni ağırladı

16 SEKTÖR

Halıcılar Şangay yolcusu

20 İFW

İFW desteğine şükranla

26 PAZAR

Tekstil ve hazır giyimcilerin Stuttgart çıkarması

28 KONFERANS

Pamukta yeni uygulamalar

30 TREND

2013 sezonu farklı trendlerle geliyor

32 FUAR

Türkiye'den Heimtextil'e yüksek katılım

50 TASARIM

Halılar tasarımcılarını buldu

58 SEKTÖR

Tekstil makinelerine yerli parça ürettiler

60 SEKTÖR

İstihdama çare tekstil sektörü

64 KONGRE

Tekstil geleceğe bakıyor

68 MAKALE

Modelistler sertifikalı olacaklar

70 SEMİNER

İTKİB BM Örgütleri'yle el ele

72 SEMİNER

Kayıtdışı istihdam ile topyekun mücadele



34 PAZAR

Kolombiya'ya gitme vakti

36 SEKTÖR

Deri tanıtım atağna geçti

40 TASARIM

Tasanmlar ayaklandı

48 SEKTÖR

Geleceğin trendleri AYMOD'da buluştu

78 SEMİNER

Başarının anahtarı sürdürülebilirlik

80 BRÜKSEL MEKTUBU

Haluk Özelci

84 SEKTÖR

İTKİB İTA'dan kesimhanelerde tasarrufun kilit noktaları

86 TREND

Geçmişin izleri yeni sezon'a yansıyor





**free
nickel**



**free
black**



**free
gold**

ZIPEX®



*free gold - free black
free nickel
zippers*

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

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

+90 212 547 10 99



Miki House Nişantaşı'na indi

Çocuk kreasyonlarında şıklık ve ayrıcalığın çizgilerini, birbirinden farklı modelleriyle birleştiren, dünya starlarının çocukları için tercih ettiği Miki House, Nişantaşı'nda açıldı. Japonya'da 300'ün üzerinde mağazası olan, Paris ve Milano gibi önemli moda merkezlerinin yanı sıra, New York'un tanınmış katlı mağazalarından Bloomingdale'de de bir satış noktası olan markanın, alışverişin ünlü caddelerinden St. Honore Paris ve Via Montenapoleone Milano'da da mağazaları bulunuyor. Miki House, şık çizgilerden oluşan animasyonları ile koleksiyonlarında 0-10 yaş erkek ve kız çocuklarına hitap ediyor. Miki House, minik bayanlara ve baylara, şık giysilerden çantaya, birbirinden farklı ayakkabılardan oyuncaklara, şapkalarından müthiş aksesuarlara kadar pek çok alternatif sunuyor.



Mavi'de kadifeler renklendi

Mavi, kışın karalara bürünmek istemeyenlere sezonun moda silüetleri arasında yer alan rengarenk kadifeleri öneriyor. Kışın vazgeçilmezi ince fitilli kadifeler; kırmızı, yeşil, lacivert, gri, ekru ve bej alternatifleriyle önce Mavi kızının gardırobunu, ardından sokakları renklendiriyor. Kadife sıcaklığını ve yumuşaklığını sevenler, Mavi'nin modelleri Lindy, Beth, Sophie, Cora ve Molly ile düşük ya da yüksek bel, skinny ya da bol paça fit seçeneklerine sahip oluyor.

Kışın da keyifle koşmak mümkün

Nike, kışın da dışarıda koşmanın keyfini yaşamak isteyenler için ürettiği yeni koşu ayakkabısı LunarGlide+ 3 Shield'i piyasaya sundu. Çok iyi bir destekleme ve rahatlık sağlayan yumuşak Lunarlon köpük tabanı ve kavrayışı güçlendiren orta bantlarıyla rahat bir koşu sunan ayakkabı, kışın dışarıda koşmak için ihtiyaç duyulan birçok özelliği kapsıyor. Kadın ve erkeklerin koşu tarzındaki farklılıklarını gözetenerek tasarlanan ayakkabı, "Dynamic Support" dolgu desteğiyle, özellikle ıslak veya kaygan zeminlerde gücün etkin kullanılmasını ve ayağın yere sağlam basmasını sağlıyor.



Kiğili'dan yeni ceket koleksiyonu

Abdullah Kiğili, koleksiyonuna yeni yeni bir ceket koleksiyonu ekledi. Henüz bir yaşına gelmemiş lama tüyünden elde edilen elyafı doku nan ceketler, hem çok doğal hem de çok şık görünüm sağlıyor. Eski dönemlerin geleneklerine göre sadece Inca Kraliyet Ailesi için dokunan bu çok değerli elyaf, şimdi ise Abdullah Kiğili koleksiyonu ürünlerinden biri oluyor. Bebek Alpaka ismi ile anılan elyaf, başka hiçbir elyaf ile karşılaştırılmayacak derecede yumuşak ve ayırt edici şekilde dokunaklı bir yapıya sahip olmasıyla dikkat çekiyor..



Benetton'dan yılbaşı şıklığı

Benetton, "yeni yıla nasıl girerseniz öyle devam eder" mottosuna inananları, bu yılbaşında Benetton'dan giyinerek yıl boyu şıklığı garantilemeye davet ediyor. Eşarp yakalı bluzlar, midi boy etekler, renk blokeli hırkalar ve şık kolsuz elbiselerde vücut bulan zarif 70'ler şıklığı, yeni bir yıla merhaba derken, eskiye de bir selam vermek isteyenleri bekliyor. Dantelli bluzlar, püsküllü hırka ve deri ceketler ile kontrast detaylı gömleklerin öne çıktığı koleksiyon, aynı anda hem seksi, hem de masum olabilen Benetton kadınının favorisi oluyor.



brother®

T8752C

En son teknoloji

YENİ

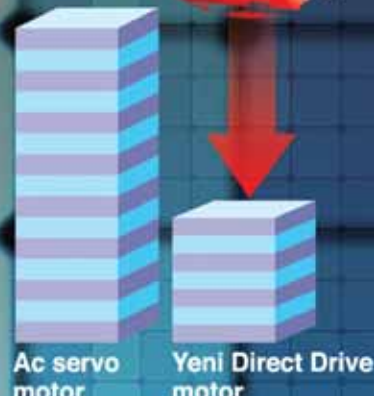
Daha iyi
tepkime ve
Mükemmel
dikiş kalitesi

Sızdırmaz
yağ tankı ile
yağ lekesi
ihtimali
ortadan
kaldırılmıştır

Çok düşük
ses ve
yüksek
dikiş hızı
ile kullanıcı
dostu



%61
ENERJİ
TASARRUFU



brother 'DAN YENİ
DIRECT DRIVE ÇİFT İĞNE SERİSİ

0 212 495 00 00 mail: uguras@brothertr.com web: www.brothertr.com

Türkiye Distribütörü
UĞUR
MAKİNA



Journey'den anneler ve kızlarına özel

Journey Night koleksiyonunda yer alan elbise, pantolon, etek ve ceketler, yılbaşında da şıklığından ödün veremeyenlere hitap ediyor. Gündüzü geceye taşıyan, şifon ve satenin ağırlıkta olduğu Journey koleksiyonunda, genelde düz hatlara sahip elbiseler, yaka ve omuz detayları, kabarcık kollar, fiyonk, pile, kup ve kesitler ile zenginleştiriliyor. Hem siz hem de minik kızınız için şık parçalar bu koleksiyonda yer alıyor. Yeni yılda zarif çizgilerin hakim olduğu koleksiyon ile 2-8 yaş arası kız çocukları da şıklığı yakalıyor.



Neo-preppy, Beymen Blenderlar'da

Trend takipçileri tarafından sezonun favorisi gösterilen, renkleri ve rahatlığı ön planda tutan "Neo-preppy" tarzını yakalamak isteyen erkekler, Beymen Blender'ı tercih ediyor. "Neo-preppy", 80'lerin modası süveterler, denimler, kravatlar, papyonlar ve stilin tamamlayıcısı dağcı botlarıyla, tarzını kıyafetine yansıtmak isteyen erkekler için seçenekler sunuyor. Moncler, D&G, Rag & Bone, ACNE, Band of Outsiders, Hartford, Redwing, Alexander Olch gibi markaların koleksiyonlarında yer alan yeni tarzın takipçileri arasında; David Beckham ve Chris Pine, Kanye West gibi dünyaca ünlü isimler bulunuyor.



Sevdikleriniz için farklı bir hediye

Matras, yılbaşı için sevdiklerinize kullanışlı ve fark yaratan armağanlar vermenizi sağlıyor. Bu seçenekler arasında yer alan markanın deri cüzdanları; renk seçenekleri, şık tasarımları ve taşıdıkları mesajlarla yakınlarınıza bereketi getiriyor. Gerçek deri cüzdanlar kadın, erkek ve unisex olmak üzere üç farklı kategoriye sahip

oluyor. Ayrıca hediye vermek üzere seçtiğiniz cüzdanlara istediğiniz mesajı kalıcı olarak yazdırarak, ürünleri unutulmayacak bir yeni yıl anısı haline de getirebiliyorsunuz.

Yılbaşı gecesine özel stil önerileri

Yılbaşı gecesine özel stil önerilerinde bulunan NetWork, hem kadın hem de erkekler için gösterişli kombinler sunuyor. Koleksiyonda bulunan transparan trikolar, payetli ve tek omuz detaylı elbiseler bu özel gecede göz alıcı olmak isteyen kadınların tercihi oluyor. Kruvaze ve şal yakalı trikolar, saten detaylı militer gömlekle sezonun gözdesi pelerinle kombinlenen smokinler ise yeni yıl ruhuna uygun şık bir stil arayan erkekler için hitap ediyor.



Levi's çizme ve botlarıyla güçlü adımlar

Güçlü ve dayanıklı Levi's çizme ve botları, stil sahibi bir duruş sergiliyor. İş botu tarzı, yıpranmış görüntü ve ince tokalı detaylar, hem kadın hem de erkekler için öne çıkan trendler arasında yer alıyor. Erkekler için temel stillerden biri, tokalı ve modern motorcu botları oluyor. Eskitilmiş deri ve tokalar, Levi's ile özdeşleşen modern fakat yıpranmış görüntü yaratıyor. Yüksek bağcıklı botlar ile kısa vintage motorcu botları da kadınlar için yeni bir trend başlatıyor ve topuklu botlar, iş botu tarzına feminen bir dokunuş getiriyor.

“Etikette çözümler ortağınız®”

www.akmazbarkod.com



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

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



akmaz®

AKMAZ BARKOD SANAYİ VE DİŞ TİCARET LTD.ŞTİ.

Doğu Sanayi Sitesi 6.Blok No:2 P.K. 34197 Yenibosna - İSTANBUL
Tel: + 90 212 652 25 50 (pbx) Faks: + 90 212 652 09 90

www.akmazbarkod.com - barkod@akmazbarkod.com





Çevre dostu Coats

Faaliyetlerinin çevreyi etkilediğinin bilincinde olan Coats, ayak izlerinin çevre üzerindeki etkisini en aza indirmek için önlemler almak üzere bir dizi yeni girişim içerisine bulunuyor. Firma, enerji ve su tüketimini azaltmak ve geri dönüşümlü hammaddeden üretilen dikiş ipliği geliştirmek gibi çeşitli çalışmalar yapıyor. Coats Türkiye, iplik boyahanesinden atılan ve normalde Organize Sanayi Bölgesi'nde arıtılmak üzere kanalizasyona deşarj edilen kirli suyun yüzde 67'lik kısmının da Ters Osmos- RO teknolojisini kullanan arıtma tesisi sayesinde, tekrar temiz proses suyu olarak işletmede kullanılabilceğinin haberini veriyor.

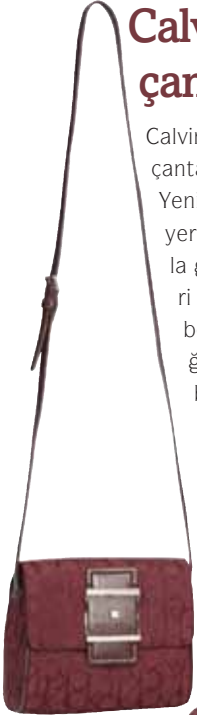


Telamor'la 2012 ev tekstili modası

Ev tekstili markası Telamor, trend belirleyen kumaşlarıyla 2012 modasını evlere taşıyor. Döşemelik kumaşlarda titizlikle hazırladığı tasarımları özenli bir şekilde evlere uygulayan marka, koltuk ve sandalye kaplamalarında bu sene toprak tonları gibi sade ve göz yormayan renklerin kullanılacağına işaret ediyor. Ayrıca country çiçek desenli kumaşların 2011'de olduğu gibi, bu sene de sıklıkla kullanılması bekleniyor. 2012'de hem berjer tipi koltuklarda hem de sandalye kaplamalarında ekose desenli kumaşların moda olacağını ifade eden marka, bu yolla evlere karakteristik bir hava verilebileceğinin de altını çiziyor.

Calvin Klein'dan çanta koleksiyonu

Calvin Klein, 2011-2012 sonbahar-kış çanta koleksiyonunu beğeniye sunuyor. Yeni sezonun önemli trendleri arasında yer alacak modeller, rahat tasarımlarıyla günlük kullanımların da vazgeçilmezleri arasında yer alıyor. Kahverengi, siyah, bordo ve beyaz renklerin hâkim olduğu çanta koleksiyonu, klasik çizgileriyle beğeni topluyor. İş hayatındaki kadınlar için çok kullanışlı olan çantalar, metal aksesuarlarla süsleniyor. Farklı boy ve genişlikteki çantalar hem günlük hem de gece kullanımları alternatif oluşturuyor.



Astaş'tan çalışanlarına eğitim

Astaş JUKI, 19 Kasım tarihinde Polonezköy Leonardo Restaurant'ta çalışanları için "Pazarlama Destek Eğitim Programı" adı altında geniş kapsamlı bir eğitim verdi. Eğitimde teşvik mevzuatı, dış ticaret, hukuk ve faiz hesaplamaları detaylı olarak anlatıldı. Yönetim Kurulu Üyeleri Kaya Aşçı ve Turgay Aşçı'nın açılış konuşması ile başlayan eğitime 70 civarında genel merkez çalışanları katıldı.

444 1 POL



üretim



Servis



Kalite



Fiyat

**"Bütün Dünyayı
İlikliyoruz"**

Tel : 00 90 216 488 87 87
Fax : 00 90 216 387 52 22
E-mail : cem@polsanbutton.com.tr
Web : www.polsanbutton.com.tr

www.polsanbutton.com.tr



Broche Brode'den yeni koleksiyon

İç giyim, dış giyim, gelinlik ve ev tekstili alanlarında hizmet veren ve en son teknolojiye sahip 19 kasnak brode makinası bulunan Estar Tekstil, Broche markası adı altında çıkarmış olduğu koleksiyonlarına bir yenisini daha ekledi. 2012-2013 Sonbahar & Kış iç giyim brode ve gipür trendlerini yansıtan bu koleksiyon, Koza Plaza'da ki showroom'da üreticilerin beğenisine sunuldu.

Yüksek performans, ergonomik tasarım

Uğur Tekstil Makineleri'nin distribütörlüğünü yaptığı VIBEMAC 4650 EV8R köprü takma otomatı 2800 rpm devir ve dört farklı modelde köprü takabilme özelliği (patentli) ile jean chino ve spor giyim imalatçıları için fark yaratmaya devam ediyor. Spor giyim/yarı klasik, klasik sistem, double köprü ve normal köprü takma sistemi olan makine, tam tur çağanoz sistemi sayesinde jean ve dokuma kumaşlarda iyi bir performans sağlıyor. Ham ve

simli iplik ile çalışabilme özelliğine sahip

olan makine, yeni nesil dokunmatik grafik panel sayesinde ayar ve özelliklerin kısa yoldan sağlıklı olarak değiştirilmesine elverişli oluyor.

Kaliteli parça ve sistemler sayesinde uzun yıllar teknik sıkıntı yaşamadan verimlilik sağlayan VIBEMAC 4650 EV8R, enerji tüketimi minimum düzeye indiren motor teknolojisine sahip. Tüm bunların yanı sıra rulman yataklı köprü katlama sistemi sayesinde uzun ömürlü teknik çalışma ve problemsiz performansı hakim otomatın, yeni nesil ergonomik tasarımı göze çarpıyor.



WOW İstanbul'da eğlenceli bir yılbaşı

WOW Istanbul Hotels & Convention Center, bu yıl da özel bir yılbaşı gecesi düzenliyor. Gecede WOW İstanbul'da eğlence, yılbaşı kokteyli ile başlayacak. Türk pop ve fantezi müziğinin ünlü iki ismi Seda Sayan ve Fatih Ürek repertuarları ve eğlenceli sahne showları ile sevenlerine keyifli dakikalar yaşatacak. Tüm bunların yanı sıra, WOW Istanbul Hotels & Convention Center'da çocuklar da yeni yılı kendileri için hazırlanan parti ile kutlayacaklar. Özel sürprizler ve çocukların en favori yemeklerinden oluşan mönü ile yeni yıla küçük konuklarda eğlenerek girecekler.



JoDockers soğuğa kalkan oluyor

Smart casual tarzı benimseyen modern erkeklerin markası Dockers atkı, bere ve eldivenleriyle soğuklara kalkan oluyor. Marka, yüzde 100 yün atkı, bere ve eldivenleriyle bu soğuk kış günlerinde ısınmak için gerekli desteği sağlıyor. Maskülen görünümünden ödün vermeyen markanın atkılarında soluk griler, donuk indigo mavileri, çimen yeşili, açık kiremit ve sütlü espresso rengi ile çizgili modeller göze çarpıyor. Berelerde siyah, gri ve indigo maviler ağırlıkta yer alırken, eldivenlerde de siyah ve gri öne çıkıyor.

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

İHKİB GÜNEY AFRİKA HEYETİ'Nİ AĞIRLADI



GÜNEY AFRİKA'NIN GAUTENG EYALETİ EKONOMİK GELİŞME İDARE MECLİSİ (GAC) ÜYESİ QEDANI MAHLANGU VE BERABERİNDEKİ YEDİ KİŞİLİK HEYET, İŞBİRLİĞİ KURMAK AMACIYLA 2 KASIM'DA DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ'NDE İHKİB'İ ZİYARET ETTİ. TÜRKİYE'Yİ POLİTİK, SOSYAL VE EKONOMİK AÇIDAN ÖNEMLİ BİR ÜLKE OLARAK GÖRDÜĞÜNÜ SÖYLEYEN HEYET, SEKTÖRÜN YAKALADIĞI BAŞARIYI TAKİP ETTİĞİNİ DE DİLE GETİRDİ.

Güney Afrika'nın Gauteng eyaleti Ekonomik Gelişme İdare Meclisi (GAC) Üyesi Qedani Mahlangu ve beraberindeki yedi kişilik heyet, Türk işadamlarını ve sanayi sektörlerini Güney Afrika'nın ekonomik ve ticari merkezi Gauteng bölgesine yatırım yapmak konusunda işbirliği yapmaya davet etmek amacıyla 2 Kasım'da Dış Ticaret Kompleksi'nde İHKİB'i ziyaret etti. Toplantıda Türkiye'de tekstil ile deri sanayisi, moda endüstrisinin gelişimi ve bu sektörlerde Güney Afrika ile Türkiye arasında gelecekte olabilecek işbirliği imkanları konuşuldu. İHKİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Kemalettin

Güneş başkanlığında gerçekleştirilen ve İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri Nilgün Özdemir ve Efsane Turan'ın da katıldığı görüşmede, Türk tekstil ve konfeksiyon sanayi açısından Güney Afrika Cumhuriyeti'nin önemli bir pazar olarak görüldüğüne, bu ülkeye yönelik resmi ziyaretlerde de hazır giyim ve konfeksiyon sektörünü temsilen yer alındığına ve Güney Afrika Cumhuriyeti'nde mevcut pazar koşullarını yerinde görme şansı yakalandığına değinildi. Ülkedeki ithalat gümrük vergilerinin yüksekliliği ise iki ülke arasındaki hazır giyim ve konfeksiyon ticaretinin gelişiminin önündeki en ciddi engel olarak dile getirildi.

Türkiye'nin global başarıları örnek oluyor
Aynı zamanda görüşmede, Bölgesel Bakan olan Bayan Qedani Mahlangu tarafından Türkiye'yi politik, sosyal ve ekonomik açıdan önemli bir ülke olarak gördükleri, Türkiye'nin tekstil ve konfeksiyon sektörleri açısından global pazarlarda elde ettiği başarıları dikkatle takip ettikleri, sektörün kendi ülkelerinde de gelişen bir sanayi olduğu ancak yeterli görülmediği, bu çerçevede tekstil sektörüne nasıl pazar potansiyeli oluşturulabileceği konusunda görüş alışverişinde bulunmak istedikleri ifade edildi. GAC Heyeti'ne İTKİB ve faaliyetlerini tanıtan, Türk tekstil ve konfeksiyon sektörünün güncel durumu ile ilgili bilgi aktarımı yapılan sunumun ardından İstanbul Fashion Week organizasyonu ve Genç Stilistler Yarışması hakkında da bilgi verildi ve görüşme, iletişimin sıcak tutulması ve verimli işbirlikleri temennileri ile sona erdi. Heyet, İHKİB Yönetim Kurulu ile yaptığı görüşmenin ardından İstanbul Moda Akademisi'ni de ziyaret etti. ❖



1931

HARMANCI

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

HALICILAR ŞANGAY YOLCUSU



İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz 24 Mart'ta düzenlenen Domotex Şangay Fuarı'na katılarak karşılaştırmalı ve tanımlama çalışmaları yürütmüştü.

ÇİN, HALI İHRACATÇILARININ GÖZDE PAZARLARINDAN BİRİ HALİNE GELİYOR. TÜRKİYE HALI SEKTÖRÜ 2012'DE İHİB ÖNCÜLÜĞÜNDE ÇİN İÇ PAZARINA HITAP EDEN VE ÜLKEDEKİ HAREKETİ YAKALAMAK İÇİN ÖNEMLİ BİR ETKİNLİK OLARAK GÖSTERİLEN DOMOTEX ŞANGAY'A KATILMAYA HAZIRLANIYOR.

Çin'deki yoğun nüfusun ekonomik gelirinin yükselmesiyle hızlanan yapılanma faaliyetleri yeni yaşam alanlarını ve ihtiyaçları kaçınılmaz kılarken, bu gelişme üreticilerin de iştahını artırıyor. Ülkedeki potansiyelin farkında olan üreticiler son yıllarda bu pazara yönelirken, tüm dünyanın gözünü korkutan Çin, halı ihracatçılarından da yeni gözde pazarlardan biri haline geliyor. Buradan hareketle Türkiye halı sektörü 2012'de İHİB öncülüğünde Çin iç pazarına hitap eden ve her yıl 40 bin ziyaretçinin katıldığı Domotex Şangay Fuarı'na (Domotex Asia/Chinafloor) katılımın hazırlıklarını yapıyor. Önümüzde yıl 27-29 Mart tarihleri arasında düzenlenecek fuara Türk pavyonu ile milli katılım gerçekleştirecek olan Birlik, halıcıları bu fuara katılmaya davet

ediyor. Halı sektörünün yeni hedef pazarı olarak Çin'i belirleyen İHİB, fuara katılımı Türk halı üreticilerini ülke pazarında başrol oyuncusu haline getirmeyi planlıyor.

Çin halıcıları cezbedi

Çin'in en büyük kenti olan Şangay, ticari hayatının yanı sıra son dönemde yaptığı küresel etkinliklerle de öne çıkıyor. Her yıl düzenlenen etkinliklerin sayısı artarken Şangay giderek uluslararası bir fuar şehri olarak anılıyor. Örneğin dünyanın farklı yerinden üretici ve alıcıları buluşturan, halı sektörünün en önemli fuarı Domotex, 1999 yılından bu yana Çin'in Şangay kentinde de düzenleniyor. Gelişen ekonomisiyle büyük bir potansiyeli barındıran Çin ve Asya Pasifik ülkelerine ulaşmanın yolu ise Domotex Şangay fuarına katıl-

maktan geçiyor. Her yıl 40 bin ziyaretçinin katıldığı Domotex Şangay profesyonellerden oluşan bir ziyaretçi profiline sahip. Asya Pasifik'in en büyük ticari halı ve yer döşemeleri fuarı Domotex Şangay, düzenlenmeye başladığı günden bu yana her yıl büyüyor. Katılımcıların yüzde 30'unu Çinli alıcıların oluşturduğu fuara katılımı ülke pazarında etkinliğini artırmayı hedefleyen Türkiye halı sektörü ise 2012'de İHİB, koordinatörlüğünde fuara katılımın hazırlıkları içinde. Önümüzde yıl 27-29 Mart tarihleri arasında düzenlenecek fuara Türk pavyonu ile milli katılım gerçekleştirecek olan Birlik, hazırlıklara aylar öncesinden başladı.



Potansiyel yükseliyor

Ekonomik gücü, nüfus yoğunluğu ve ticaret hacmi Çin pazarını en çekici yapan üç ana neden olarak sıralanıyor. Ayrıca, Çin'in kırsal kesimlerinde yaşayan 350 milyonluk nüfusun 2025 yılına kadar ülkenin şehirlerine yerleşmesi bekleniyor. Bu süreye kadar Çin'deki 6 şehirde nüfusun 20 milyonun üzerinde olması beklenirken aynı sürede ülkedeki 221 şehirde ise 1 milyonun üzerinde bir çalışan nüfus oluşacağı öngörülmüyor. Çin'de bina inşaatı da giderek artıyor. Bu da özellikle ev tekstili ve halı sektörü için ciddi bir potansiyel anlamına geliyor. ❖

afa

444 20 61

www.afafermuar.com.tr
www.afadugme.com

afa

fermuar / düğme



TEK YÜREK OLDUK



Ülkemizi derin üzüntüye boğan Van Depremi'nde kardeşlik duygularımız dayanışmanın en anlamlısıyla kendini gösterdi.

İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği olarak,

depremzedeler için başlattığımız kampanya için,

kışlık çorap ve giyim eşyası, çocuk ve yetişkin ayakkabısı, deri ceket, bebek maması, çocuk bezi, temizlik maddesi, halı, battaniye, elektrikli soba ve hububat yardımlarını esirgemeyen destekçilerimize Van halkı adına

Teşekkürler

Aber Çorap, Acarlar Ayakkabıcılık, Akren İplik, Aksoy Brunelli Prova Gömlek, Antik Tekstil, Ayaks Ayakkabı, Billkont Dış Ticaret, Bilteks Çorap, Cms Spor Malzemeleri, Danışlar Tekstil, Desna Tekstil, Dilek Çorap, Ecem Tekstil, Eken Tekstil, Ekoteks Laboratuvarı, Elit İç ve Dış Ticaret, Erak Giyim, Erenko Tekstil, Erkul Kozmetik, Eser Ayakkabıcılık, Etem Triko, Festa Tekstil, Görkem Giyim, Gümüş Spor Giyim, Hassan Tekstil, Hazal Tekstil, İclal Giyim, İnci Tekstil, İstanbul Tekstil, İşnar Moda Aksesuarları, İTKİB Muhasebe Şubesi, Junior Giyim, Kaner Tekstil, Kareks Deri, Limboz Tekstil, Mat Tekstil, Mehmet Karatekin, Mehmet Öztoroman, Mert Tekstil, Modavizyon Tekstil, Momeks Tekstil, Motor Tekstil, Naz Örmek Kumaş, Nero Tekstil, Ne-Saç Tekstil, Öksüzler Giyim, Ömer Faruk Varoş, Öz-Şan Triko, Pağı Pamuklu Örmek, Pameks Giyim, Remutex, S.A.R. Tekstil, Sade Moda Tasarım, Seçen Hamile Giyim, Sentez Gümrük, Sibel Tekstil, Suteks Su Örmek, Şahinler Mensucat, Talu Tekstil, Tekcan Tekstil, Teksim Giyim, Teksko Tekstil, Trendy Giyim, Turan Tekstil, Üçöz Giyim, Venüs Giyim, Yakamoz Giyim, Yenidoğan Tekstil

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 İŞ DÜNYASINA HİZMET VEREN ELMADAĞ HUKUK'UN KURUCU ORTAKLARINDAN AV. DR. RAMAZAN ARITÜRK, İHRACATÇILARIN SIK KULLANDIKLARI FAKTÖRİNG SİSTEMİNE İLİŞKİN MERAK EDİLENLERİ YANITLIYOR.



Sayın Av. Dr. Ramazan Arıtürk, Elmadag Hukuk Ofisi'nde faktöring konulu birçok davaya bakılıyor. İhracatçılar açısından önem arz eden faktöring şirketlerinin, Türkiye'deki hukuki statüsü, yapısı ve işleyişi açısından bizi bilgilendirir misiniz?

Türk Ticaret Kanunu'nda faktöring işlemlerine ilişkin herhangi bir hüküm bulunmamasıyla birlikte, satıcıların faturaya

bağlı alacaklarının devir ve temliki, Borçlar Kanunu'nda düzenlenmiş bulunan "alacağın temliki hükümleri"ne tabidir. Hukuki anlamıyla faktöring şirketleri, mal satımı veya hizmet arzı ile uğraşan ihracat şirketlerinin bu satışları sonucu doğan veya doğacak alacaklarını devralarak tahsilini üstlenen, bu alacaklara karşı peşin ödemelerde bulunarak finansman sağlayan, aynı zamanda bu ihracat şirketlerine bu yönde verilen hizmetler

karşılığı faiz, komisyon ve ücrette hak kazanan kuruluşlar olarak tanımlanmaktadır. Faktöring şirketlerinin teminat, hizmet ve finansman işlevi bulunmaktadır. Faktöringin ihracatçılara sunduğu en önemli avantaj ise vadeden önce peşin ödeme sağlamasıdır. Sistem ulusal ve uluslararası faktöringler diye ikiye ayrılırken; bunlar içinde ihracatçılarımız açısından önem arz eden ihracatçı faktöringli uluslararası faktöring kategorisinde değer-

lendirilir. İhracat faktöringi de kendi içerisinde, gayrikabil-i rücu ve kabil-i rücu olmak üzere iki alt gruba ayrılmaktadır. Gayrikabil-i rücuda faktöring şirketi, sözleşme hükümleri çerçevesinde borçlunun ödememe riskini üstlenir. Taraflar arasındaki temel ilişkiden ya da sair sebeplerden kaynaklanabilecek ihtilaf halleri garanti kapsamı dışındadır. Kabil-i rücuda ise faktöring şirketleri borçlunun ödememe riskini üstlenmez.

İFW DESTEĞİNE ŞÜKRANLA



İHKİB 27 EKİM'DE ÇİRAĞAN SARAYI'NDA GERÇEKLEŞTİRİLEN DAVETLE, İFW'NİN BEŞİNCİ SEZONUNDA EMEĞİ GEÇENLERE VE SPONSORLARA TEŞEKKÜRLERİNİ SUNDU. HİKMET TANRIVERDİ ÖNCÜLÜĞÜNDEKİ İHKİB HEYETİ, KADİR TOPBAŞ'I DA ZİYARET EDİP FASHION WEEK'E İSTANBUL BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ'NİN VERDİĞİ DESTEKTEN ÖTÜRÜ ŞÜKRANLARINI BİR PLAKETLE İLETTİ.

Geçtiğimiz Eylül ayında İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), Moda Tasarımcıları Derneği (MTD), Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) ve İstanbul Moda Akademisi (İMA) tarafından organize edilen İstanbul Fashion Week (İFW), beş gün boyunca moda ile dünya basının gündeminde yer aldı. Profesyonelce hazırlanan ve İstanbul'u moda merkezi haline getirmeyi amaçlayan organizasyon için birçok kurum, kuruluş ve kişi oldukça yoğun bir şekilde çalıştı. İFW'nin destekçi ve sponsorlarından, başta İstanbul

Büyükşehir Belediyesi ve Beyoğlu Belediyesi organizasyona omuz verirken, İFW'nin ulaşım sponsorluğunu Türk Hava Yolları, online moda sponsorluğunu Markafoni üstlendi. Organizasyonun içecek sponsorluğunu San Pellegrino, illy ve Perrier gerçekleştirirken, catering sponsorluğunu Divan yaptı. Organizasyonun makyaj sponsoru ise, geçtiğimiz sezonlarda olduğu gibi, New York-Londra-Milano-Paris moda haftalarına da sponsor olan, ünlü makyaj markası M.A.C. idi. Tüm bu özverinin bir ifadesi olarak da İHKİB, etkinliğe destek veren İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı

Kadir Topbaş ile diğer destekçi ve sponsorlara plaket takdim ederek teşekkürlerini iletti.

İBB'nin desteği devam edecek

İFW için TRT önündeki otoparkın tahsisini yapan, ayrıca şehir içinde billboard, elektrik direği ve ışıklı panolarda ilanların yayınlanmasını sağlayan İstanbul Büyükşehir Belediyesi için İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, 27 Ekim günü İstanbul Büyükşehir Belediyesi Başkanı Kadir Topbaş'ı makamında ziyaret etti. Tanrıverdi'ye bu ziyaretinde İFW İcra Komitesi Başkanı Cem

Kaprol, İTKİB Genel Sekreter Yardımcısı Cemal Beyazıt ve İMA Direktörü Seda Lafçı eşlik etti. Topbaş'a plaket veren Tanrıverdi, Birlik adına Büyükşehir Belediyesi'nin İFW'ye sağladığı katkılardan dolayı teşekkürlerini iletti ve İstanbul'u moda merkezi haline getirmek için ileriki dönemde de verilen bu destek ve katkılarının devam etmesini istediğini dile getirdi. Topbaş da her türlü desteği vermeye hazır olduklarını ifade etti ve Tepebaşı'ndaki her iki otoparkı da İFW ve Genç Moda Tasarımcıları Yarışması için sunacağını belirtti. İFW gibi etkinliklerin şehre çok önemli katma

değer yaratacağını ve bu tür etkinlikler için imkanlar yaratma yönünde düşünceleri olduğunu dile getiren Topbaş, bir yıl içerisinde bu tür sosyal ve kültür-sanat etkinlikleri için de ciddi imkanlar yaratılacağını altını çizdi.

Çırağan Sarayı'nda plaket takdimi

Aynı gün akşam saatlerinde, İFW'nin diğer destekçi ve sponsorlarına plaketlerini sunmak için Çırağan Sarayı'nda bir yemek daveti düzenlendi. İHKİB Yönetim Kurulu üyeleri, İFW Komitesi'nde yer alan isimler, organizasyonda koleksiyonlarını sergileyen tasarımcılar ve dünya çapında pek çok moda haftasının organizasyonunda yer alan IMG yetkililerinin de bulunduğu gecede öncelikle, İFW İcra Komitesi Başkanı Cem Kaprol, konuklara İFW'nin vizyonunu hakkında bilgi verdi. Kaprol, "İFW'ye emeği geçen paydaşlarımıza teşekkür etmek ve onlarla gelecek vizyonumuzu paylaşmak için bugün burada bir araya geldik. Son 25 yılda moda ve tekstil endüstrisi çok önemli aşamalar kaydetti. Bu aşamalarda İhracatçılar Birliği'nin rolü çok büyük. Kısaca kronolojiye baktığımızda, 92 yılında bu yıl 20.'sini gerçekleştirdiğimiz Genç Moda

Tasarımcıları Yarışması'nı başlattık. 2 Şubat 2012'ye kadar aralarında Bahar Korçan, Hakan Yıldırım, Arzu Kaprol, Bora Aksu ve Hatice Gökçe'nin de bulunduğu isimleri sektöre kazandırdık. Turquality projesi de İhracatçılar Birliği'nin vizyonu çerçevesinde ilk adımlarını attı ve daha sonra Türkiye'deki tüm diğer sektörler bu kapsama alındı. 2008 yılında sadece moda tasarımcılarını değil Türkiye'deki tüm tasarım disiplinlerini içine alan bir Tasarım Tebliği gerçekleştirdik. Son iki yıldır gerçekleştirdiğimiz İFW'de de çok önemli mesafeler kaydettik ve bu anlamda daha ileriye gitmek istiyoruz" diyerek konuşmasını gerçekleştirdi.

"Organizasyonu daha ileri taşıyacağız"

İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi ise yaptığı konuşmada "Bu organizasyon dışarıdan bakıldığında kolay görülebilir belki ama neticede zor bir iştir. Bu komitede yer alan arkadaşlar, her hafta en az bir kere işlerini güçlerini bırakıp çalıştılar ve bu işe emek harcadılar. Sonuçta ortaya güzel bir eser çıktı. Biz bu işe başlarken, onu daha büyük noktalara götürmeyi kendimize hedef olarak belirledik. Her defasında daha iyiye gidiyoruz ama bu organizasyonu daha da ileriye götür-



cek adımları atmamız gerekiyor. İlk döneme baktığımızda İFW ile başlangıç yaptık, sonra beraberinde ticareti getiren Alman IGEDO firmasıyla birlikte yaptığımız çpi, daha sonra da yerli ve yabancı tüketiciye hitap eden shopping fest geldi. Sonuçta bu organizasyonların hepsi hem İstanbul hem de Türk moda sektörünün imajını yukarıya taşımaya yönelik çabalar. Bundan sonra da daha neler yapabileceğimize yönelik olarak kendi içimizde bir takım çalışmalar ve görüşmeler yapıyoruz. Amacımız bu işi uluslararası platformda daha büyük bir yere taşıyabilmek ve 2023 yılında İstanbul'u dünyanın beş moda merkezinden biri olarak ilan etmek. Hedefimizi belirledik, yolumuza çıktık ve onu gerçekleştirmek için hep beraber çalışacağız. Benim buradaki arkadaşlardan isteğim, bu birlikteliğimizi bir güzel yolculuğumuzu yoldaşlığımızı bozmamamız. Sonuç olarak bu sektörü ayağa kaldıracak olan tasarımcı arkadaşlar ve sektörün mensup-

larıdır. Bu işin içinde emeği olan herkese teşekkür etmek istiyoruz" diyerek yapılan işin önemine değindi.

Türk tasarımcıları iyi yol alıyor

Gecede konuşma yapan Moda Tasarımcıları Derneği Başkanı Bahar Korçan ise "Ben hep birlikte keyifli bir iş yaşadığımızı inanıyorum. Bu, ülke için doğru bir iş. 2006 yılında kurulan derneğimizde yaptığımız ilk işlerden biri 2007 yılında bugünkü İFW'nin temeli olan Istanbul Fashion Days'i yapmak oldu. Birlikten kuvvet doğacağına inandık ve bu ülkenin sektörü, ihracatçıları, Birleşmiş Markalar Derneği, Deri Tanıtım Grubu ve İMA ile hep birlikte bir masanın etrafında oturup bir konsorsiyum yaptık. Amacımız İstanbul'da dünyanın da izlediği bir moda haftası yaratmaktı. İstanbul bir merkez, bunu biliyoruz. Türk tasarımcıları olarak gerçekten iyi yol alıyoruz. Öğreneceğimiz şeyler tabii ki var ama biz iyiyiz. Buna inandığımız için İFW'de çalıştık.



İFW destekçileri plaketlerini İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi ve MTD Başkanı Bahar Korçan'dan aldı.



İFW'nin beşinci sezonunda koleksiyon sergileyen tasarımcılar da davette yer aldılar.



Herkesin bu organizasyonda çok emeği var. Buradayız, işimize inanıyoruz ve onu korumak bizim görevimiz. Biz varsak IFW de var. Yolumuza devam edeceğiz. Çünkü iyi tasarımcılar olduğumuzu ve yolu iyi kat ettiğimizi biliyorum. Ayrıca tuhaf bir savaşı ruhumuz var, işte ben onu seviyorum. Bu heyecan bizi dünyada farklı bir yere getiriyor. Emeği olan herkese çok teşekkür ediyorum” diyerek düşüncelerini dile getirdi.

Plaketler sahiplerini buldu

Yapılan konuşmaların ardından destekçi ve sponsorlara plaketleri İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi ve gecede plaket alan isimler ara-

sında yer alan Bahar Korçan tarafından takdim edildi. Geceye katılıp plaketlerini alan isimler Markafoni Yönetim Kurulu Başkanı Pazarlama Müdürü Sina Afra adına markanın Pazarlama Müdürü Hakkı Arıkan, San Pellegrino Marka Müdürü Deniz Orbay, illy Marka Müdürü Burçin Salihlioğlu oldu. Tim Başkanı Mehmet Büyükekşi, IFW Danışma Kurulu Başkanı Süleyman Orakçioğlu, IFW Danışma Kurulu Üyesi ve Birleşmiş Markalar Derneği Başkanı Yılmaz Yılmaz, 1111 restoran sahipleri Tangun Gençel ve Orçun Göçgün, Mac Marka Müdürü Berrin Beksaç, Divan Restoran Genel Müdürü



İFW destekçi ve sponsorlarına plaket takdim edilen geceye Dilek Sabancı da katıldı.

Marcos Bekhit, Türk Hava Yolları Yönetim Kurulu Başkanı Hamdi Topçu, İstanbul Büyükşehir Belediyesi İletişim Koordinatörü

Burcu Topbaş ve Beyoğlu Belediye Başkanı Ahmet Misbah Demircan da plaket alan diğer isimler oldu. ❖

Hong Kong'da dünya çapında moda etkinlikleri



Hong Kong Fashion Week for Fall/Winter **Asya'nın 1 numarası**

Hong Kong Moda Haftası Sonbahar/Kış Dönemi



World Boutique, Hong Kong

16-19 Ocak 2012 • Hong Kong Kongre ve Sergi Merkezi

- 2,000 tedarikçiden en yeni giysi ve aksesuarlar
- Hong Kong Moda Haftası'nın tematik bölümleri: Denim Pasajı, Seçkin Çantalar, Aksesuar Dünyası, İç Giyim ve Mayo, Bebek ve Çocuk Kıyafetleri, Gelinlik ve Gece Kıyafetleri
- World Boutique kapsamında dünya markalarının yer aldığı 20'den fazla göz alıcı defile
- Tanınmış moda tahminçileri ile moda trendleri seminerleri

www.hktdc.com/ex/hkfashionweekfw/08 www.hktdc.com/ex/worldboutiquehk/08

Fuarı ilk defa ziyaret edecek firmalara 2,100 Hong Kong Doları'na kadar (yaklaşık 196 Euro) otel sponsorluğu sağlanmaktadır – detaylar için lütfen HKTDC ofisi ile temasa geçiniz: Tel: (212) 287 46 78 • Faks: (212) 287 01 20 • Email: istanbul.consultant@hktdc.org

Ücretsiz giriş için hemen başvurun!

Ticari ziyaretçiler aşağıdaki kanallardan ücretsiz giriş kartı için kayıt yaptırabilirler:

Akıllı telefonlar – HKTDC FAIRS uygulamasını iPhone App Store, BlackBerry App World veya Android Market'ten indirebilirsiniz;
Mobil Telefon Bilgi Sitesi - hktdc.com/wap/en adresini ziyaret edebilirsiniz

Resmi Havayolu: CATHAY PACIFIC

Resmi Taşıma Şirketi: Speed Post
特快專遞
SPEED POST

Your business · Our mission |

HKTDC
香港貿發局

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

TEKSTİL VE HAZIR GİYİMCİLERİN STUTTGART ÇIKARMASI



**24-26 EKİM TARİHLERİ
ARASINDA DÜZENLENEN
STUTTGART SEKTÖREL TİCARET
HEYETİ'NE, 11'İ HAZIR GİYİM,
BEŞİ DE TEKSTİL OLMAK ÜZERE
TOPLAM 16 FİRMA KATILDI.**

**FİRMALARIN, HUGO BOSS VE
KAUFF GİBİ SEKTÖRDEKİ ÜNLÜ
İSİMLERLE YÜZ YÜZE GÖRÜŞME
FIRSATI YAKLADIKLARI HEYETTE,
TÜRKİYE'DEKİ SEKTÖRE İLİŞKİN
YAŞANAN GELİŞMELER, BÜYÜK
YANKI UYANDIRDI.**

Belirli dönemlerde çeşitli ülkelere düzenlenen ticaret heyetleri, sektörü farklı coğrafyalara taşıyor. Hem ülkemizde hem de heyet düzenlenen ülkelerde yaşanan gelişmelerin paylaşıldığı bu programlarda, yüz yüze görüşmeler yapılarak sektörün geleceği için önemli adımlar atılıyor. Bu yönde atılan adımlardan biri de 24-26 Ekim tarihleri arasında düzenlenen Stuttgart Sektörel Ticaret Heyeti oluyor. T.C. Stuttgart Başkonsolosluğu Ticaret Ataşeliği ile Alman sektör birlikleri Südwesttextil ve Gesamtmasche arasındaki görüşmeler sonucunda gönderilen resmi davetler üzerine, İHKİB tarafından düzenlenen heyete İHKİB Yeni Hedef Pazarlar ve Pazarlama Stratejileri Komitesi Başkanı Mustafa Gültepe, Ekoteks Laboratuvarı İcra Kurulu Başkanı ve İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Nilgün Özdemir katıldı. Aralarında Ağaoğlu Tekstil, Ankan Mensucat ve Dapa Tekstil gibi firmaların yer aldığı heyette her türlü örme, dokuma ve baskılı kumaşlarla birlikte düğme, etiket, çitçit ve fermuar gibi konfeksiyon yan sanayi ürün-

lerine yönelik üretim yapan firmalar da katıldı. 11'i hazır giyim, beşi de tekstil olmak üzere toplam 16 ihracatçı firmayı Alman hazır giyim perakendecileri ile bir araya getiren heyet hakkında görüşlerini aldığımız İHKİB Yeni Hedef Pazarlar ve Pazarlama Stratejileri Komitesi Başkanı Mustafa Gültepe "Bu ticaret heyetiyle birlikte Almanya pazarında var olan potansiyelimizi, oranlarımızı, cirolarımızı daha da artırmak, karşılıklı ilişkileri oradaki alıcılarla beraber belirli bir seviyenin üzerine çıkarmak ve Türkiye'de sektöre ilişkin yaşanan gelişmeleri onlara aktarmak istedik" diyerek heyetin amacını açıklıyor. Stuttgart'ta özellikle otomotiv sektöründe kullanılan tekstil teknikleri açısından çok büyük bir potansiyel olduğunu belirten Gültepe, tüm Almanya'nın ülkemizdeki sektör adına çok önemli olduğunu da dile getiriyor.

Sektör, Stuttgart'ta büyük yankı uyandırdı

Heyette Türk tekstil sektörüne ilişkin genel bilgilerin anlatıldığı bir panel düzenlendiğini belirten Gültepe, bu çerçevede Türkiye ile İTKİB'in sahip

olduğu kapasite ve yapılabilişlik konularına değindiklerini söylüyor. Ayrıca panelde ülkemiz tekstil ve konfeksiyonunun Türkiye ve dünya açısından önemini açıkladıklarını da belirten Gültepe, sektörde yapılan son çalışmaları, 2023 yılındaki stratejileri, en son yapılan tasarımları ve Türkiye'deki mağazalaşma çalışmalarını anlattıklarını da sözlerine ekliyor. Heyet kapsamında önemli firmalarla yüz yüze görüşme fırsatı yakalandığını belirten Gültepe, Hugo Boss ve Kauff gibi önemli firmaların heyeti ziyaret ettiğinin altını çiziyor. Son olarak heyetin sektöre kazandırdığı olumlu gelişmelere değinen

Gültepe, Stuttgart'taki platformda bulunanların Türkiye'ye çok sıcak baktıklarını dile getiriyor. Gültepe, o bölgedeki üniversitelerin, kurumların Türkiye ile ne şekilde bir işbirliği yapabileceklerini sorduklarını ve bundan sonra yapılacak olan herhangi bir organik koton, tekstil teknik ya da moda sektörü gibi konuları kapsayan çeşitli konferans ve sempozyumlarda işbirliği yapılmasını istediklerini anlatıyor. Gültepe, karşı tarafın İTKİB ile iletişim halinde olmak ve üniversite öğrencilerinin staj yapmak için Türkiye'ye gelmek istediğini de belirterek sözlerini nokt alıyor. ❖



Heyete katılan tekstil ve hazır giyimciler, önemli firmalarla yüz yüze görüşme yaptılar.

TEXWORLD



13-16 Şubat 2012
Paris Le Bourget, Fransa

Ücretsiz giriş

www.texworld.messefrankfurt.com

 messe frankfurt

PAMUKTA YENİ UYGULAMALAR



DÜNYA ÇAPINDA PEK ÇOK YETKİLİ İSMİ AĞIRLAYAN "İSTİKRARSIZ DÜNYADA TEDARİK" KONFERANSI, 27 EKİM TARİHİNDE SAKIP SABANCI MÜZESİ'NDE GERÇEKLEŞTİ. KONFERANSTA PAMUK PAZARINDAKİ YÖNELMELER, AMERİKAN PAMUĞU ALIMINI İÇİN KREDİ PROGRAMLARI, ALTERNATİF FİYATLAMA STRATEJİLERİ GİBİ KONULAR MASAYA YATIRILDI.

ABD pamuğu tedarikçileri, Türk tekstil endüstrisi markaları ve perakende sektörlerindeki müşterileri, 27 Ekim tarihinde Sabancı Müzesi'nde düzenlenen COTTON USA'nın "İstikrarsız Dünyada Tedarik" başlıklı konferansında bir araya geldi. COTTON USA ve Cotton Incorporated'in sponsorluğunda gerçekleşen konferans, Kuzey Yarımküre'de hasat dönemi sona erdiği için, ABD ve dünyanın yeni sezon pamuk üretimine dair en son raporların değerlendirilmesine elverişli bir tarihte yapıldı. Cotton Council

International (CCI) İcra Direktörü Allen Terhaar ve ABD'nin Türkiye Büyükelçisi Francis Ricciardone Jr.'in açılış konuşmalarının ardından, katılımcılar oldukça önemli konuda bilgilendirildiler. Buhler Quality Yarns'ın Başkan ve İcra Kurulu Başkanı Werner Bieri, Bossa Demim&Sportswear Pazarlama Müdürü, Cargill Cotton Bölge Müdürü John D Mitchell gibi isimlerin bulunduğu konferansta, "pamuk pazarındaki yönelmeler, Amerikan pamuğu alımı için kredi programları, alternatif fiyatlama stratejileri, geleceğin tüketicileri için tekstiller, etkinlik ve fiyatlanmayı tedarik zinciri boyunca

özümsemek" konferansta ele alınan konular oldu. Diğer bir yandan konferansta pazarın mevcut durumunun ve değişen hammadde fiyatlarının, tüm tekstil ve hazır giyim endüstrisini müşterileriyle, yeni iş yapma yöntemlerini aramaya zorlaması, tartışılan konulardan biri oldu.

Risk yönetimine çok önem verilmeli

Pamuk pazarı için beklentiler ve tedarik stratejileri konulu panelde günümüzün istikrarsız global ekonomik ortamında, Amerikalı tedarikçiler ve alıcılar, ABD pamuğu tedarikleriyle ilgili zorlukları ve alternatif çözümleri tartıştı. Rekor düzey-

de pamuk fiyatı hareketleri, kısıtlı arz ve tedarik zorluklarının yaşandığı dönemlerde işletmelerin nasıl daha verimli bir pamuk tedarik zinciri oluşturabileceklerini ele aldılar. Panelde şartlar karşısında alıcıların riskten kaçtığı ve spot pazarlara yöneldiği belirtildi. Firmaların bu bağlamda karar verirken daha geniş bir risk yönetiminin yapılması, enerji verimliliği ve nakliye maliyetlerine dikkat edilmesi gerektiğinin altı çizildi. Konferansa katılan 120'yi aşkın yönetici arasındaki canlı tartışmalar yeni iletişim zemini, iş fırsatları ve iş ilişkilerini teşvik ederken, mevcut dostlukları ve iş ortaklıklarını da güçlendirdi. ❖

COTTON COUNCIL INTERNATIONAL

National Cotton Council of America'nın (Amerika Ulusal Pamuk Konseyi/NCC) denizaşırı pazarlama kurumu olan Cotton Council International (CCI), 1956 yılında, ABD pamuğu, pamuk tohumu ve ürünleri ihracatını artırmak amacıyla kuruldu. Ardından 1989 yılında, bu amaca ulaşmak için COTTON USA markası oluşturuldu. Merkezi Washington D.C.'de bulunan CCI, dünya çapında 50 ülkede faaliyette bulunuyor.



www.ispo.com

Messe München
International

2012 yılında da ISPO MUNICH ağına dahil olun,

29 Ocak ile 1 Şubat 2012 arasında

Biletinizi hemen alın ve % 50'nin* üzerinde tasarruf edin

Print@home-Ticket ile çevrimiçi olarak daha rahat ve bekleme sırası olmaksızın ISPO MUNICH 2012 biletinizi alabilirsiniz. www.ispo.com/ticket



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

*İndirimli fiyatlar sadece 15.12.2011 tarihine kadar
çevrimiçi alınan biletler için geçerlidir.

 ISPO MUNICH

absence

2013 SEZONU FARKLI TRENDLERLE GELİYOR

COTTON INCORPORATED VE COTTON COUNCIL INTERNATIONAL 1 KASIM TARİHİNDE, 2013 İLKBAHAR-YAZ SEZONUNUN KUMAŞ, RENK VE SİLÜET TRENDLERİ İLE İLGİLİ BİR SUNUM GERÇEKLEŞTİRDİ. TÜRK TEKSTİL VE HAZIRGIYIM SEKTÖRÜNDEN 130'DAN FAZLA YÖNETİCİNİN KATILDIĞI SUNUMDA SPACE AGE, HUMBLE CONSERVATION, ABSENCE VE HACKTIVISM ELE ALINAN TEMALAR OLDU.

Trend seminerinde ilk olarak ele alınan Space Age (Uzay Çağı) Galactic, Quantum, Solar Wind, Pluto, Blue Moon, Orb, Crator alt başlıklarında şekilleniyor. Parlayan altın renginin aydınlattığı havai mavisi, buğulu grilerin paleti, menekşe, can göbeği, derin mavi ve kömür grisinin öne çıktığı tema, ilham yaratıcı outlet olan sestem, rüzgarın gücünden ve diğer doğal medyadan esinleniyor. Space Age'in kumaş trendlerinde cesurca renklendirilmiş ve abartılı şantuklar içeren örgülerin parlama etkisi meydana getirdiği, baskı ve lazer kesimlerin gökyüzüne ait desenler ortaya çıkardığı ve pamuk dimiyle ince ipek çizgilerin beklenmedik yapıda art arda sıralandığı görülüyor. Diğer bir tema olan Humble Conservation (Mütevazı Muhabbet)'in alt başlıkları Reef, Green, Thumb, Green Thumb, Sunny-Side Up, Hopeful, Mellow,

Trenchcoat ve Poetic Pink şeklinde sıralanıyor. Temanın rengi olarak yumuşak sarıların ve kadife çiçeği rengi spektrumunun yanından ışıldayan gür yeşillerin taze paleti, çiğ damlası pembesi ve tam buğday rengi göze çarpıyor. Trend eğiliminde ise yenilikle kombine edilmiş kendi bütünlüğümüz odak noktası oluyor. Pamuklu örgülerde hafif ve çift taraflı opsiyonlar, pamuk/poliamid gömlekliklerde yansıtıcı görünüm ortaya çıkaran tonal baskılar ve pamuk satenlere yapılan mum kaplamalar Humble Conservation'ın kumaş trendlerini oluşturuyor. Alt başlıkları Corrosion, Daylight, Burst, Stained Wood, Heavy-Hearted ve Thorn olarak belirlenen Reckless (Umursamaz) teması, içimizdeki karanlık anları kucaklamamız için bizi sessizce zorlayan gizemli bir hikaye niteliği taşıyor. Kankırmızı, toprak, port ve yanık boz renklerin yer aldığı temanın trendi, kısa süre

umursamaz ve iç kırılmalı anları ile daha derin sezgisel bilinci ve büyütülmüş var olmayışta eden kıyıda yaşamaktan ilham alıyor. Temanın kumaş trendlerinde de dökümlü dokumalarda pamuk/ipek karışımları, hassas bayan giyim kumaşlarında dikilmemiş kenarlar ve dantelde gazelenmiş efektler ön plana çıkıyor.

Hayatın temelleri trendlere yön veriyor

Absence (Yokluk) adlı temada alt başlıklar Shy, Glossy, Static, Fragile, Vellum, Voiceless ve Blank Stare olarak isimlendiriliyor. Kum rengi, beyaz ve gri temanın renkleri olurken; trend eğilimi söz konusu olduğunda "Hayatın Temelleri" daha organik, minimal var olma, kaotik hayatımızı menteşelerinden çıkarırken tecrübe arka koluğa oturuyor. İki iplikte abartılmış dokusal efektler, pamuklu dokumalarda ince ve

kalin ipliklerin oluşturduğu kontrast doku ile doğal, ağartılmamış ipliklerindenime taze görünüm kazandırması temanın kumaş trendlerini oluşturuyor. Sunumda son tema olarak ele alınan Hacktivism (Sanal Korsanlık)'de Upbeat, Remix, Digital Glow, Tried and True, Red Tie, Candy Coated ve Penny alt başlıkları oluşturuyor. Sisli yeşilde batan ateşli kırmızılar, koyu mavi, şeker pembesi ve açık cam göbeği temanın renk paletini oluşturuyor. Hacktivism'in trend eğilimigeleniği döverek, kimlik oluşturmakla, alışılmadık mekan ve çıkış noktaları sayesinde yenilikçi iş modelleri benimsemenin temellerine dayanıyor. Temanın kumaş trendlerinde iseerkekteki klasik çizgili pamuk gömleği kesme kumaşlar güncelleniyor, karışık çiçek baskılar yıkanmış denimi bir adım ileri götürüyor ve trikodaki rib örgülere yapılan ağartma, boyut vurgusu yapıyor. ❖

Tüm dünyada
tek karteladan ortak
renk servisi

Verimlilik artırma
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

Dikiş ipliğinde
sınırsız ürün
çeşitliliği

Güçlü
satış
ekibi

Uzman
teknik destek

Global hizmet,
güvenilir
tedarik zinciri

Her iplik cinsinde
en kısa üretim
terminleri

Çevre koruma ve
kaynak tasarrufu
bilinci ile üretim

250 Yıllık Deneyimin Gücü



Size Yakıdır...



TÜRKİYE'DEN HEIMTEXTİL'E REKOR KATILIM

MESSE FRANKFURT
TARAFINDAN
ORGANİZE EDİLEN
EV TEKSTİLİ
FUARI HEIMTEXTİL
FRANKFURT,
17 KASIM'DA
YAPTIĞI BASIN
TOPLANTISINDA
2012'YE YÖNELİK
GÜNDEMİNİ
AÇIKLADI. 11-
14 OCAK 2012
TARİHLERİ ARASINDA
ALMANYA'DA
DÜZENLECEK OLAN
VE 60 ÜLKEDEN 2 BİN
600'ÜN ÜZERİNDE
KATILIMCI FİRMANIN
YER ALACAĞI FUARA,
TÜRKİYE'DEN 200
TEKSTİL FİRMASI
KATILYOR.

Messe Frankfurt tarafından organize edilen ve çok geniş kapsamda ev tekstili ürün gamını aynı çatı altında birleştiren Heimtextil Frankfurt Uluslararası Ev Tekstili ve Ticari Tekstil Ürünleri Fuarı'nın, 17 Kasım'da İstanbul'da yapılan basın toplantısıyla önümüzdeki döneme ilişkin gündem maddeleri ele alındı. 11-14 Ocak 2012 tarihleri arasında Almanya'da düzenlenecek olan fuarın toplantısına Messe Frankfurt Başkan Yardımcısı/Tekstil Fuarları Sorumlusu Olaf Schmidt, Messe Frankfurt İstanbul Genel Müdür Yardımcısı Tayfun Yardım ve Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği Başkanı (UTİB) İbrahim Burckay katıldı. Heimtextil Frankfurt'un Türkiye'den en büyük katılımın gerçekleştirildiği tekstil fuarlarından biri olduğunu belirten Messe Frankfurt İstanbul Genel Müdür Yardımcısı Tayfun Yardım, geçtiğimiz yıl katılımı sayısına göre Türkiye'nin beşinci sırada yer aldığını söyledi. Ülkemizin tekstil sektöründe, özellikle son yıllarda dünyanın önemli ülkelerinden biri olma yönünde ilerlediğini belir-



Messe Frankfurt İstanbul Genel Müdür Yardımcısı Tayfun Yardım ve Messe Frankfurt Başkan Yardımcısı/Tekstil Fuarları Sorumlusu Olaf Schmidt fuar hakkında güncel bilgiler verdi.

ten Yardım, Türkiye'nin sektördeki ihracat hacmine dikkat çekti. Yardım, "Türk ev tekstili sektörü, her yıl ürünlerini dünyanın dört bir yanına ihraç ediyor. Dünya ev tekstili pazarının önemli oyuncularından biri olan Türkiye için Heimtextil fuar, Türkiye'nin pazardaki önemi ve hakimiyetini artırmak açısından oldukça büyük önem taşıyor" diyerek düşüncelerini belirtti. Messe Frankfurt Başkan Yardımcısı/Tekstil Fuarları Sorumlusu Olaf Schmidt, fuarın her geçen yıl artan katılımı ve ziyaretçi sayısı ile tekstil sektörü için önemli bir platform olduğunu anlattı. Schmidt, bu büyümede Türk tekstil sektörünün etkin

ekonomisinin en büyük sektörlerinden biri olan tekstilin, dünya pazarına açılmasındaki önemine değindi.

Ev tekstili tasarımındaki gelişmeler Heimtextil'de

Mobilya kumaşlarından perdeye, nakış tasarımlarından termal baskılara, yastıktan, yatak takımına, duvar kağıdından halıya, mutfaktan banyo tekstili ürünlerine kadar ev tekstilinin birçok yönünün yansıtıldığı Heimtextil Frankfurt, dört gün boyunca üreticileri, tasarımcıları, sektör profesyonelleri ve ziyaretçileri bir araya getirmeye hazırlanıyor. Trend sunumları ve gelecek senelerdeki ev tekstili tasarımındaki gelişmelerin tartışılacağı Heimtextil Frankfurt 2012'ye 60 ülkeden 2 bin 600'ün üzerinde katılımcı firma ve 136 ülkeden yaklaşık 73 bin ziyaretçinin katılacağı belirtiliyor. Her yıl Türkiye'den çok sayıda firmaya ev sahipliği yapan fuara, bu yıl 200'e yakın Türk firması katılıyor. Tüm bunların yanı sıra Türkiye'den 2 bin 500'ü aşkın profesyonelin Heimtextil Frankfurt'u ziyaret etmesi bekleniyor. ❖

payı olduğunun altını çizdi. Fuarın sürdürülebilirliğe odaklandığını da sözlerine ekleyen Schmidt, Ekoteks'in de bu anlamda oldukça önemli olduğunu dile getirdi. Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği Başkanı (UTİB) İbrahim Burckay ise Heimtextil Frankfurt'un, Türk



EV TEKSTİL TRENDLERİNDE MONTAGE ESİNTİLERİ

**HEIMTEXTİL TRENDTABLE GRUBU, 2012/2013
EV TEKSTİL TRENDLERİNİ MONTAGE TEMASI
ALTINDA RENKLERİN İSYANI, KOYU LÜKS, EL
SANATI ENDÜSTRİSİ VE AYRIŞAN NETLİK
OLARAK BELİRLİYOR. CESUR RENKLERİN,
FARKLI DOKU VE KONSEPTLERİN
ESİNTİLERİYLE OLUŞAN TRENDLERDE
ANA TEMA, VAR OLAN ELEMENTLERİ
BİRBİRİYLE KARIŞTIRARAK, KENDİMİZE
AİT YENİ BİR ŞEY YARATMAK OLUYOR.**



Sadece iç dekorasyon ürün ve konseptlerini sergilemekle kalmayan Heimtextil Frankfurt, aynı zamanda sonraki 18 ayda trendlerini ön plana çıkarıyor. Var olan elementleri yeniden birbiriyi karıştırarak, daha önce var olmayan ve kendimize ait bir şey yaratmak anlamına gelen Montage başlığında şekillenen Heimtextil Trend kitabı, 2012/2013 sezonunun renk, şekil, doku ve materyallerine ışık tutacak olan trendleri belirliyor. Bu kapsamda oluşturulan temalardan ilki Renklerin İsyanı'nda taze, cesur ve dinamik renk tonları göze çarpıyor. Çok parlıtlı materyaller, renkli lameler, akışkan ve esnek kumaşlar, monokrom renklerin parlaklığını vurguluyor. Optik lifler,

geri dönüşümlü materyaller, renk değiştiren efektler sezon yenilikleri arasında yer alıyor. Yüksek kaliteli, dayanıklı ve uzun ömürlü materyaller kullanılıyor. Bu temada desenler söz konusu olduğunda trend uzmanları geniş çizgili, tamamen geometrik desen kaplamalı ve grafik motifler kullanılacağını öngörüyor. Bunlar bilgisayar dünyası, dijital desenler, fotografik baskılar ve hologram efektleriyle temsil ediliyor. Koyu Lüks adlı temada gecenin gölgeleri derin siyahın domine ettiği karanlık, mistik ve zarif renk serileri yaratır ve özellikle parlak materyallerde kendini belli ediyor. Renk dünyasını çevreleyen koyu, renkli vurgular, metalik şampanya ve altınla daha kuvvetleniyor. Likit görünümler ve parlak yüzeyler kürk ve uzun tüylü, yumuşak derilerle bir arada kullanılıyor. Netlik ve sertlik görkemli kumaşlara modern bir görünüm kazandırıyor. Parıldayan ve transparan özellikler hareketli yüzeylerle bir arada kullanılarak mistik bir hava yaratıyor. Parlak yıldızlar, metalik ışıklar, payetler ve süslü materyaller tüm segmentlerde görülüyor.

Yaratıcı teknikler, şık desenler

Bir yanda geleneksel ve el işinin kombinasyonu, diğer yanda endüstriyel ve mekanik metodlar El Sanatı Endüstrisi trendini domine ediyor. Sıcak ve canlı bir renk serisi, gökyüzü, dağlar, göller ve ormanlarla doğal bir görünüme doğru yöneliyor. Bu doğallık endüstriyel, metalik antrasit, bakır ve eski altın tonlarıyla zıtlık yaratıyor. El Sanatı Endüstrisi trendi, canlı yüzeyleri düzensiz dokular ve yapısal öğelerle tanımlıyor. Vintage karakteri olan otantik görünümlü materyaller ve tahrip olmuş görüntüler bu temada ön plana çıkıyor. Yaratıcı teknikler kullanılarak elde edilmiş şık desenler dikkat çektiği temada, alışılmadık dışında patchwork desenler, çizgiler, pilli efektli, parçalı desenler, el işi dikişler ve ekose desenler yer alıyor. "Az daha çoktur/ Less is more" düşüncesinden yola çıkan Ayrışan Netlik basit, sade, fonksiyonel ve gerekli elementlere konsantre oluyor. Farklı bir şekilde ifade etmek gerekirse, bu trendin odak noktaları arasında sürdürülebilirlik, kalite, ileri teknoloji ve

yeni materyaller yer alıyor. Sonuç olarak ortaya çok net, muntazam ve modern estetik unsurlar çıkıyor. Netlik, doğadan ilham alan renklerle yansıtılıyor. Minimalist kompozisyonlar güçlü bir gölgeyle kesiliyor. Materyalin çok yönlü olması büyük önem taşıyor. Metalik ve yansıma yapan yüzeyler, yarı-sade desenler ve şeffaf materyaller kullanılıyor. Çizgisel, yüksek kontrastlı ve keskin grafik desenler net vurgular yaratıyor. ❖



KOLOMBİYA'YA GİTME VAKTİ

**TÜRKİYE İLE KOLOMBİYA
ARASINDA VİZELERİN KARŞILIKLI
OLARAK KALDIRILMASI
"COLOMBIATEX FUARI"NA
KATILMAYA HAZIRLANAN
TEKSTİLCİLERİN YÜZÜNÜ
GÜLDÜRDÜ. İTHİB'İN
İKİNCİ KEZ MİLLİ KATILIM
GERÇEKLEŞTİRECEĞİ FUAR
ARIFESİNDE YAŞANAN BU
GELİŞMEYLE İKİ ÜLKE ARASINDAKİ
TİCARİ İLİŞKİLERDE YENİ BİR
SÜRECE GİRİLMESİ BEKLENİYOR.**



Sili ve Brezilya'ya düzenlediği ticaret heyetiyle Latin Amerika pazarının kapılarını ihracatçılar için aralayan İTHİB, bu projenin temelini 24-26 Ocak 2012 tarihinde gerçekleşecek "Colombiatex De Las Americas Tekstil Ürünleri Fuarı"na ikinci kez milli katılım düzenleyerek sağlamlaştırıyor. Latin Amerika pazarına açılan en önemli kapılardan biri olan "Colombiatex Fuarı" bu dönemde de dünyanın dört bir yanından gelen firmaların katılımı ile renkli etkinliklere sahne olması bekleniyor. Güney Amerika hazır giyim üretiminin en önemli tedarik merkezi olan fuar bu özelliğiyle Türk tekstili için yeni fırsatları da beraberinde getiriyor. Pazardaki bu fırsatı değerlendirmek için etkinliğe geçtiğimiz yıl ilk defa milli katılım gerçekleştiren İTHİB ise fuar ile ilgili hazırlıklara tam hız devam ediyor. Önümüzdeki yıl 24'üncüsü düzenlenecek Colombiatex'e ikinci defa milli katılım gerçekleştirecek olan

Birlik, Kolombiya ile vizelerin karşılıklı olarak kaldırılmasıyla da ticari ilişkilerin artmasını bekliyor. Latin Amerika'nın Türk tekstili için potansiyel bir pazar olduğunu ifade eden İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Tamer Pala, bu pazara adım atmanın en önemli yollarından birinin de Colombiatex Fuarı'na katılmaktan geçtiğini söylüyor. Türk tekstilcileri olarak önümüzdeki yıl fuara daha hissedilir bir şekilde katılmayı hedeflediklerini dile getiren Pala, tekstilcilerin sergiledikleri ürünlerde çeşitlilik ve kalite açısından tam anlamıyla Türk kültürünü aktaracak bir pozisyonda katılım gerçekleştirmeyi düşündüğünü söylüyor.

Kolombiya ile vizeler kalkıyor

Ekonomik ilişkilerinde yükselen bir trend izleyen Türkiye ve Kolombiya arasındaki dış ticaret hacmi yarım milyar doları geçiyor. Geçtiğimiz günlerde iki ülke arasındaki vizele-

rin karşılıklı olarak kaldırılmasıyla da iki ülke arasındaki ekonomik ilişkilerin yeni bir sürece girecek, ivme kazanması bekleniyor. Ülkede konumlanmak için en doğru yollardan biri olarak gösterilen Colombiatex Fuarı, bulunduğu pazarda rakipsiz bir etkinlik olarak adından söz ettiriyor. Özellikle Kolombiya ve çevre ülkelerin büyük üreticilerin uzun yıllardan bu yana katıldığı bir etkinlik olan Colombiatex, bu yönüyle Latin Amerika pazarındaki güçlü konumu ve tutarlılığıyla da dikkat çekiyor.

Ağırlıklı olarak konfeksiyon yan sanayicilerinin ilgi gösterdiği, dünyanın değişik yerlerinden kumaş ihracatçıları, iplik ve elyaf üreticilerinin katıldığı fuarda, Bolivya, Peru, Panama, Şili, Meksika, Arjantin ve Brezilya gibi ülkeler mal tedariklerinin büyük bir bölümünü buradan sağlıyor. Yüzde 60'ı yerel, yüzde 40'ı ise uluslararası nitelikte katılımcılardan oluşan etkinlikte sergilenen başlıca



Colombiatex'i kaçınılmaması gereken bir sektör randevusu olarak değerlendiren İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Tamer Pala, Birlik olarak Güney Amerika pazarına girmek ya da bu pazardan daha fazla pay almak isteyen tekstil firmalarını bu fuara katılmaya davet ettiklerini söylüyor.

ürün grupları arasında; hazır giyim yönelik her türlü kumaş, iplik ve elyaf, konfeksiyon yan sanayi, teknik tekstil ürünleri ve ev tekstil ürünleri yer alıyor. ❖



iç giyim



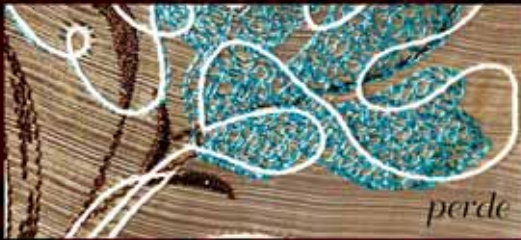
dış giyim



masa örtüsü



gelinlik



perde

Brode ve gipür üretiminde öncü

*Son teknoloji 19 kasnak
makina parkuru*

Hızlı servis hizmeti

Broche®

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

FABRİKA

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

DERİ TANITIMI ATAĞINA GEÇTİ

**TÜRK DERİSİNİ DÜNYAYA
TANITMAK İÇİN BÜYÜK
BİR KAMPANYANIN
HAZIRLIĞI İÇİNDE
OLAN "DERİ TANITIM
GRUBU ÜÇ YILLIK
BİRİKİMİNİN MEYVESİNİ
2012'DE ALACAK.
"2012 DERİCİLERİN YILI
OLACAK" DİYEREK TÜRK
DERİSİNİN KALİTESİNE
DİKKAT ÇEKMEK İÇİN
TANITIM ATAĞINA GEÇEN
DTG, ÖNÜMÜZDEKİ YIL
BAŞLATILACAK REKLAM
KAMPANYASI İÇİN
MARKA YÜZÜNÜ ARIYOR.**

Belki Çin'de daha geniş bir ürün spektrumuna gireceğiz, ama İtalya'da doğrudan üst segmente (A ve A plus) hitap edeceğiz" şeklinde konuşuyor. Kampanya için 3 yıllık bütçelerini biriktirdiklerini söyleyen Tolunay, şu sıralar kampanya yüzlerinin kim olacağı konusunda fikir birliğine varmaya çalıştıklarını söylüyor. Türk derisinin kaliteli imajını dünya starı bir isimle tanıtmak istediklerini belirten Tolunay, "Biriktirdiğimiz bütçe ile çok büyük bir tanıtım kampanyasına başlayacağız. Kampanya konusunda THY'nin Kevin Costner'lı reklamlarına da danışmanlık yapan Brand Age şirketinden danışmanlık alıyoruz. Derideki tanıtım yüzümüz bir film yıldızı, sanatçı, hatta bir politikacı bile olabilir" diyor.

"Made in Turkey" etiketleri hazır

Kampanya çerçevesinde hazırlanan "Made in Turkey" etiketlerinin hazır olduğunu, bunların 2012 yılında ürünlerle buluşacağına dikkat çeken DTG Yönetim Kurulu Üyesi Erdal Matraş, "Firmaların bu etiketi ürünlerinde kullanabilme için çok katı şartlar getirmedik. Zaten burada katı bir mekânizma kurmamız mümkün değil. Türkiye'de üretilmiş, deriden yapılmış ürünlerde bu etiketle

Türk derisini dünyaya tanıtmak hedefi ile kurulan Deri Tanıtım Grubu (DTG) şimdilerde önümüzdeki yıl başlayacak büyük reklam kampanyası üzerinde çalışıyor. Türk derisini dünyaya tanıtmak için büyük bir kampanyanın hazırlığı içinde olan DTG, çalışmalarının meyvesini 2012'de alacak. Bu kampanya üzerinde uzun zamandır çalış

şan DTG, Türk derisinin kaliteli imajını dünya starı bir isimle tanıtmak için planlarını yapıyor. Gerçekleştireceği tanıtım kampanyası ile belirli bir ürün grubunu değil, Türk derisinin kalitesini öne çıkarmayı planlayan DTG, böylece Türk derisi algısını uluslararası bir boyuta taşımış olacak. Bu hedefe ulaşmak için de 2012 yılında bir takım çalış

malar yapacaklarını kaydeden İDMİB ve DTG Başkanı Lemi Tolunay, çeşitli ürün gruplarına göre belirli ülkeler seçtiklerini dile getiriyor. Bunlardan birinin Çin, bir diğerinin ise İtalya olduğunu söyleyen Tolunay, "Çin'i seçmemizin nedeni dev bir pazar olması ve iç tüketiminin giderek artması. Bir deri ülkesi olan İtalya'da ise Türk derisi algısını yaratmaya çalışacağız.



rin kullanılması-
nı istiyoruz. Firmalarla
gereken seminerleri düzenle-
dik, zaten onlar da bu konu-
nun oldukça bilincindedir. Bu
girişimle Türk derisinin kalite-
sini etiketlere taşımış olaca-
ğız. İlerleyen yıllarda da 'Made
in Turkey'in ne kadar aranan
bir cümle olacağını hep birlikte
göreceğiz" şeklinde konuşuyor.

Deriye kimlik kartını Chermayeff verdi

2005 yılında kurulduktan son-
raki ilk hedef olarak bir logo
çalışmasına başlayan DTG, bu
logoyu tasarlamak için ulusla-
rarası çapta bir çalışma ger-
çekleştirdi. Amerikalı tasarımcı
Ivan Chermayeff'e logosu-
nu dizayn ettiren DTG, böy-
lece Türk derisinin uluslara-
rası boyutta algılanması için
ilk adımı atmış oldu. Daha o
dönemlerde kendilerine bir
takım hedef pazarlar belirledik-

lerini söyleyen Tolunay, fakat
2008 kriziyle dünya ekono-
misinin dalgalanmasıyla
bu projede de bir gecikme
olduğunu söylüyor.

2012 yılındaki hedeflerinin
de Türk derisi algısını uluslara-
rası bir boyuta taşımak oldu-
nu ifade eden Tolunay, "Burada
bizim yapmaya çalıştığımız,
belirli bir ürün grubunu değil,
Türk derisinin kalitesini öne
çıkarak, Türk derisinden imal
edilmiş ürünlerin algısını yuka-
rıya taşımak" diyor. Böylesi
bir algıyı yukarıya taşımak için
de dünyaca tanınmış bir kişi-
nin burada aktif bir şekilde yol
alması gerektiğine dikkat çeken
Tolunay, sözlerine şöyle devam
ediyor: "Örneğin hedef pazar
olarak Amerika'yı belirlediğimiz
zamanda buna benzer bir çalış-
ma başlatmıştık. Bu pazara
girerken bir Amerikalıyı marka
yüzümüz olarak kullanmanın
uygun olduğunu düşündük ve
Cindy Crawford'u seçmiştik.

Derinin marka yüzü kim olacak?

Dünyaya açılıma başlarken
marka yüzü için en doğru ismin
kim olması gerektiği sorusu-
na da yanıt arayan DTG, bu

İDMİB ve DTG
Başkanı Lemi
Tolunay, 2012
yılı başında DTG
olarak Türk
derisinin kalitesine
dikkat çekmek için
dünya çapında
bir kampanya
yapacaklarını
duyurdu.



konuda henüz bir karar vermiş
değil. Şu anda doğru isim ara-
yışı içerisinde olduklarını söy-
leyen Tolunay da bu nokta-
da karar verebilmek için pera-
kende sektörüne ve medyaya
da sorarak isim arayışlarını
devam ettirdiklerini aktarıyor.
Tolunay, "Üzerinde hem fikir
olunan bazı isimler var, fakat
bunlar kesinleşmiş isimler değil.
Bu isim, sinema ve sanat dünya-
sından, hatta politika çevrelerin-

den de olabilir. Biliyorsunuz eski
Amerika başkanları bile bazı rek-
lam filmlerinde yer alıyor. Bizim
tanıtım kampanyamızda da
böyle bir sürpriz olabilir. 2012
yılına kış sezonu start aldığında
yani uluslar arası moda rüzgarları
esmeye başladığında bu ismi
açıklamış olacağız" diyor.

**Türk derisinin kalitesi-
ni uluslararası bir plat-
forma taşımak için ta-
nıtım atağına geçen
DTG, hedef ülke ola-
rak Çin ve İtalya'yı be-
lirledi. DTG'nin Çin'i
seçmesinin nedeni
dev bir pazar olması
ve iç tüketiminin gide-
rek artması. Bir deri ül-
kesi olan İtalya'da ise
Türk derisi algısını ya-
ratmak isteyen sektör,
İtalya'da doğrudan üst
segmente hitap etmeyi
planlıyor.**





Milano ve Hong Kong Türk derisinin şovuna sahne olacak

2012 yılındaki tanıtım atağı kapsamında kendine hedef ülkeler belirleyen deri sektörü, İtalya ve Hong Kong'da düzenlenecek fuarlarda farklılığını ortaya koyacak. Sektör, Mart ayında Hong Kong'da yapılacak APLF (Asya Pasifik

Leather Fair) fuarında "Türkiye Focus Country" çalışması kapsamında birçok aktivite gerçekleştirilecek. Fuarda Türk tasarımcılarından



muhtelif deri ürünlerinden tasarlanan ürünler bir defile ile sergilenirken böylece Türk derisinden neler yapılabildiğini tüm dünyaya gösterilmiş olacak. Fuar sırasında Türk standına gelen ziyaretçilere bir takım hediyelerin verileceğini söyleyen Tolunay, hazırlanan bannerlarla da fuar boyunca Türk derisinin tanıtılacağını dile getiriyor.

İtalya'da ise Türk deri sektörünün öne çıkacağı iki fuarın var olduğuna dikkat çeken Tolunay, bunların birbirleriyle eş zamanlı olarak düzenlenen Micam ve Mifur fuarları olduğunu aktarıyor. Her iki fuarda da APLF'de

yapacakları çalışmaları tekrarlamak istediklerini söyleyen Tolunay, "İtalya zaten bir deri ülkesi. Dolayısıyla bu pazardaki işimiz biraz daha zor. Türk derisinin bu kadar afişe edilerek öne çıkarılması İtalyanları rahatsız edebilir. Ama APLF'de büyük bir showumuz olacağı kesinleşti" diyor.

"Sinerjik birleşim sağlamamız gerekiyor"

Bugün ayakkabı denildiğinde aklı ilk gelen ülkenin İtalya olduğunu söyleyen Tolunay, halbuki İtalya'da artık ayakkabı üretimi yapılmadığını vurguluyor. Tolunay, "Fakat İtalyan ayakkabısı marka olarak öylesine öne çıkmış vaziyetteki, ayakkabının tek adresiymiş gibi algılanıyor. Bizim de heyecanımız Türk derisini bu noktaya taşımak. Türkiye deri üretimi ve deri ürünleri konusunda zaten iyi bir noktada. Deri teknolojisini iyi biliyorsak neden biz de Türk derisi algısını öne çıkarmayalım" diyerek asıl hedeflerinin Türk derisini marka haline getirmek olduğunu ifade ediyor. Endüstrileşmesi mümkün olmayan bir alan olan deri, insan elinin değmesi şart olan bir sektör. Türkiye'nin bu alanda oldukça güçlü bir yapıya sahip olduğunu söyleyen Tolunay, derinin istihdam kapasitesi yüksek, emek yoğun bir sektör olduğunu aktarıyor. Tolunay, "Türkiye'nin geleceğinde her ne kadar markayı öne çıkarmak önemli olsa da üretim özelliğimizi de bir avantaj olarak kullanmamız gerekiyor. Bu noktada sinerjik bir birleşim sağlamamız gerekiyor. Biz de sadece marka olmak değil, bunu üretimle desteklemek istiyoruz" şeklinde konuşuyor.

Türkiye süper ligde oynuyor

Sektörün geldiği noktayı da değerlendiren Tolunay, Türk

deri sektörünün artık tamamen üst segmente doğru yöneldiğini söylüyor. Türkiye'nin Hindistan, Pakistan ve Çin gibi daha ekonomik mallar üreten ülkelerle aynı ligde olmadığını söyleyen Tolunay, ülkenin süper ligde oynayan bir konumda olduğuna dikkat çekiyor.

Dericilik sektörünü yalnızca ihracat rakamları üzerinden anlamaya çalışmanın büyük bir yanılgı olduğunu dile getiren Tolunay, sektörün küresel çapta ciddi yapısal sorunlarla boğuştuğunun su geçirmez bir gerçek olduğunu söylüyor. Türkiye'yi deri ve deri ürünleri konusunda rakipsiz gördüğünü ifade eden Tolunay, sözlerine şöyle devam ediyor: "Fakat ufak bir sorumuz var. O da Türkiye'de başta ÖTV, KDV ve enerji gibi üretim maliyetlerinin oldukça yüksek olması. Üretim maliyetlerinin yüksek olması, Türk derisini de pahalı bir konuma getiriyor. Bu gibi nedenlerden dolayı sektör olarak uluslararası rekabette kalite anlamında değil, fiyat anlamında çok zorlanıyoruz" diyor.

2012 dericilerin yılı olacak

DTG tarafından başlatılan tanıtım kampanyasını sektörün gelecek yıllarını da kurtaracak gelecekle ilgili bir çıkış yolu olarak nitelendiren Tolunay, bu düşünceden yola çıkarak bu işe başladıklarını belirtiyor. 2010 yılını sektör için kayıp bir yıl olarak değerlendiren Tolunay, bunun Türkiye'nin başarısızlığından değil, dünya trendinden kaynaklandığını kaydediyor. Tolunay, "Derinin Türkiye'deki tüketimi çok sınırlı. Çünkü Türkiye



Bu girişimle Türk derisinin kalitesini etiketlere taşıyacaklarını dile getiren DTG Yönetim Kurulu Üyesi Erdal Matraş, "İlerleyen yıllarda 'Made in Turkey'in ne kadar aranan bir cümle olacağını hep birlikte göreceğiz" diyor.

bir Akdeniz ülkesi ve ılıman bir iklime sahip. Deri ayakkabı ya da deri konfeksiyon giyiliyor, ama yeteri kadar giyilmiyor. Dolayısıyla Türkiye ihtiyacının çok daha fazlasını üreten, ürettiğini de ihraç etmek zorunda olan bir ülke. 2010 yılında

biraz vakit kaybettik. Bizim heyecanımız 2012 yılında geçtiğimiz yılın açığını kapatmak. 2011 verileri itibari ile biz altın bir yıl olan 2008'i aşıyoruz. 2008 yılındaki ihracatımız 1.3 milyar dolarıydı, bu yıl sonunda ise sanırım 1.5 milyar dolara çok yaklaşmış olacağız" diyerek sözlerini tamamlıyor. ❖





TIK YOK



TIK VAR

Daha fazla müşteri için doğru adres Yellow Medya!

Devir değişti. Artık tüketiciler, sahip olmak istedikleri ürün ve hizmetleri nereden alacaklarını bulmak için dijital ve mobil platformları kullanıyor.

Bu yüzden rakiplerinize göre daha bulunur olmak, aramalarda üst sıralarda yer almak, online haritalarda doğru noktada bulunmak markalar için büyük önem taşıyor.

Yellow Medya markanızın online, mobil , harita platformlarındaki ve sosyal medyadaki varlığını ve görünürlüğünü artıran ürünler geliştiriyor. Lokasyon bazlı pazarlama ve yerel arama çözümleri sunuyor.

Bu sayede aranınca bulunuyor, buldukça daha çok müşteriye ulaşıyor ve daha çok kazanıyorsunuz.



t. 0216 538 3919 | info@yellow.com.tr | www.yellowmedya.com





TASARIMLAR AYAKLANDI

ÜRETİMDE DÜNYA DEVLERİ İLE YARIŞAN AYAKKABI ENDÜSTRİSİ, TASARIM GÜCÜNÜ GELİŞTİRMEDE ÖNEMLİ BİR ADIM ATTI. GENÇ YETENEKLERİ ORTAYA ÇIKARMAYI AMAÇLAYAN VE İDMİB EV SAHİPLİĞİNDE DÜZENLENEN "1. AYAKKABI TASARIM YARIŞMASI" GÖRKEMLİ BİR ÖDÜL TÖRENİ İLE SONUÇLANDI. "HAMMAM" TEMALİ TASARIMIYLA RECEP SERDAR BOZOK BİRİNCİ OLDU.



Ekonomiye 5 milyar doların üzerinde katkı sağlayan ayakkabı sektörü, 1. Ayakkabı Tasarım Yarışması ile bu alandaki gücünü geliştirerek Türkiye'yi dünyanın ayakkabı üssü yapmayı hedefliyor. Finali 16 Kasım Çarşamba günü Sabancı Müzesi The Seed'de

yapılan yarışma, İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) ev sahipliğinde, Ekonomi Bakanlığı, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ve Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği'nin (TASD) desteği ile gerçekleştirildi. Birbirinden ilginç ve çığgın tasarımlarıyla dokuz tasarımcının yarış-

tığı final gecesinde "Hamam" temalı çalışmasıyla birinci olan Recep Serdar Bozok ödülünü TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi'den, "Cesur ve Cüretkar Kadın" temasıyla ikinci olan Nilgün Altınbaş İDMİB Başkanı Lemi Tolunay'dan, "Futuristik Tasarımlar" çalışmasıyla üçüncü olan Yağmur Caner





ise ödülünü Jüri Başkanı Ali Murad Kızıltaş'tan aldı.

“Üretimden çok tasarım”

Açılış konuşmasını yapan İDMİB Başkanı Lemi Tolunay, ilkini düzenledikleri “Ayakkabı Tasarım Yarışması”nın başarılı ve kalıcı olarak gelenekselleşmesini umut ettiklerini belirtti. 2023 yılında deri ve deri mamulleri sektörü olarak hedeflenen 5,2 milyar dolarlık hedefi gerçekleştirmek için üretimin yetmeyeceğini söyleyen Tolunay, bundan böyle ağırlığın modadan

ve markadan yana olacağını açıkladı. Tolunay, yarışmayı düzenleme amaçlarıyla ilgili olarak; “Bugün bu yarışmayı yapmamızın nedeni Türkiye'nin dış satımının doğasının tıpkı ayakkabı ve deri ürünlerinde olduğu gibi değişmesidir. “Yüksek katma değerli Türk derisinden yapılmıştır” etiketli ürünlerle küresel piyasalarda var olma amacındayız. Bunun için de yaratıcı yenilikçi kanalların açılması ve geliştirilmesi gereklidir. Bugüne kadar endüstriyi merkeze alan anlayışın yanı sıra, tasarımı Ar-Ge'yi ve Ür-Ge'yi merkeze alan anlayışın geliştirilmesi şart.

Üretici, ihracatçı konumundaki tüm sektörlerin bu açılımı yapabilmesi için öncelikle bir tasarım yarışması, tasarımcı yetiştiren bir kurumsallaşma sağlamaları gerektiği görüşündeyiz” açıklamasında bulundu. Dünyada yaşanan ekonomik krizlerin deri ve deri ürünleri sektörünü etkilemediğini belirten Lemi Tolunay; “Geçtiğimiz son on yılda toplam ihracatımız 550 milyon dolardan 1,3 milyar dolara çıktı. Hatta 2011 yılı beklentimiz 1,5 milyar dolar. Diğer bir ifade ile 11

yılda deri ve deri ürünleri ihracatımız yüzde 300 arttı. Bugün Türkiye'nin yılda 500 milyon çift ayakkabı üretme potansiyeli var. Kurulu kapasitenin potansiyeli bunun da üzerinde. Ama artık tüketici tercihleri ve daha birçok geline noktada kapasite tek başına bir anlam taşımıyor. Artık



“SIRADA DERİ KONFEKSİYON VAR”

Yarışma öncesi konuştuğumuz İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi ve Tasarım Yarışması'nın Jüri Başkanı Ali Murad Kızıltaş, deri konfeksiyon ve ayakkabı sektöründe mutlaka marka ihracatının artırılması gerektiğini söyledi. 2023 yılında deri sektörünün ihracat hedefi olan 5,2 milyar dolara sadece ürün satarak ulaşamayacaklarını belirten Kızıltaş; “Markalaşmanın temelinde de özgün tasarımlar ve farklılaşma yatmaktadır. Bu nedenle ayakkabı ile başladık, deri konfeksiyon ile devam etmeyi planlıyoruz” dedi. Kızıltaş; yarışmanın amacıyla ilgili olarak,

“Ayakkabı koleksiyonlarındaki yaratıcılığı ortaya çıkarabilmeyi, moda okullarında okuyan öğrencilerin konfeksiyonun yanı sıra ayakkabı sektörüne bakmalarını sağlamayı, gençleri sektörden ve sektörü gençlerden haberdar etmeyi ve özgün tasarımları sektöre kazandırmayı hedefliyoruz” şeklinde konuştu.

Tasarımların tamamının giyilebilir olduğunu söyleyen Kızıltaş; “Özgünlük, yenilik, uygulanabilirlik ve seçilen malzemeye uygunluk kriterlerini göz önünde bulundurduk. Özgünlük ve yenilikçiliğe ise ağırlık verdik. Bunun yanında ticari hayata döndürülebilir olması da bizim için önemliydi” dedi.

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.



AYAKKABIDA OSMANLI İZLERİ

Recep Serdar Bozok / Birinci

Yarışma birincisi Recep Serdar Bozok, 30 Mart 1987'de Sinop'ta doğdu. Lise eğitimini Kırklareli Atatürk Lisesi'nde



tamamlayan Bozok, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü'nde eğitimine devam ediyor. Moda tasarımcısı Ümit Ünal'ın estetik danışmanlığını ve asistanlığını yapan Bozok şu anda Hakan Yıldırım

(Hakaan)'da tasarım asistanı olarak çalışıyor. Hammam temalı çalışmasıyla birinci olan yarışmacı, tasarımıyla ilgili şunları söyledi: "Hammam, klasik Osmanlı hamamlarının kültürel ve tarihi yapısından, hamamlarda kullanılan nalın adı verilen takunyalar ve bakır tas gibi geleneksel hamam eşyalarından etkiler taşıyor. Koleksiyonun en önemli detaylarından biri, yıldız motifli deriler. Osmanlı mimarisinde süsleme olarak en çok rastladığımız motiflerden biri olan yıldız biçimini, lazer kesimle derilere uyguladım. Bakır kaplama toplukların üzerine gelen lazer kesim derilerle, katman etkisi yaratarak geleneksel motiflerin bir adım daha öne çıkmasını sağladım. Kültürümüzde yıllardır var olan geleneksel ve alaturka unsurlardan yola çıkarak son derece modern, yalın ve minimal bir koleksiyon oluşturmaya çalıştım."



kapasite ve üretim gücüyle birlikte tasarımı da bu sürece katarak yeni bir endüstriyel tanım geliştirmemiz gerekiyor. İşte Ayakkabı Tasarım Yarışması da bunun ilk adımı" şeklinde konuştu.

"Alaylı ve mektepliği birleştirdik"

Final gecesinde konuşan TİM Başkanı Mehmet Büyükeşçi, yarışmanın İDMİB çatısı altında ilk defa düzenlendiği-

ni, Türkiye Ayakkabı Sanayiciler Derneği'nin ise 1997 yılında böyle bir organizasyon yaptığını söyledi. Büyükeşçi, yarışmanın kurumsallaşarak, İDMİB tarafından her yıl düzenlenmesi gerektiğini belirtti. Tasarım yarışmaları düzenlenmesi için bütün sektörlerle maddi ve manevi destek vermeye hazır olduklarını belirten Büyükeşçi, katma değeri yüksek ürünler üretme ve ihracatın inovasyon, Ar-Ge ve tasarımdan geçtiğinin altını çizdi.

İPLİK BİZİM İŞİMİZ

**Polüester - Viskon
iplik çeşitleri**

BİLİCİ
BİTEKS

BİTEKS İPLİK SAN. VE TİC. A.Ş.

www.biteksiplik.com

İstanbul Ofis / Satış:

Maçka Cad. Aziziye Palas No: 20 K:1 D: 1
Teşvikiye / İstanbul
Tel: +90 212 343 97 40 Faks: +90 212 343 97 45

Osmaniye Fabrika:

Osmaniye Organize San. Böl. 126 Ada
Toprakkale / Osmaniye
Tel: +90 328 826 82 10 Faks: +90 328 826 82 13

İŞ HAYATINDA ÇILGIN AYAKKABILAR

Nilgün Altınbaş / İkinci

Yarışmada "Cesur ve Cüretkar Kadın" temalı tasarımıyla ikinci olan Nilgün Altınbaş 1988 yılında Sinop'ta doğdu. Sinop İMKB Anadolu Güzel Sanatlar Lisesi'nde Resim bölümünde okudu. Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi'nde Tekstil Sanatlar Bölümü'nden mezun olan Altınbaş, Öner Evez ve Yakup Biçer'in asistanlığını yapıyor.



Yarışma sürecinin çok heyecanlı olduğunu söyleyen Altınbaş, tasarımı yaparken cesur ve cüretkar kadından etkilendiğini belirtti. Altınbaş tasarımıyla ilgili olarak; "Ayakkabı kadının gücünü ve karakterini yansıtan en önemli unsurlardandır. Günümüz kadının iş hayatına girmesiyle birlikte rekabetin arttığı kadınlar arası ilişkilerde zirveyi oynayan modern ve cüretkarkadını ortaya çıkarmak istedim" açıklamasında bulundu.

Sektörde tasarımdan ziyade çıraktan ustaya bir çalışma şekli olduğunu söyleyen Mehmet Büyükekeşi; "Tasarım yarışmaları ve yapmış olduğumuz okul sayesinde alaylı ile mektepliği birleştirdik. Şu anda bunun emarelerini sektörümüzde görüyoruz" dedi. Büyükekeşi; "Dünyada kapital ikinci, bilgi teknolojileri ise birinci planda.

Türkiye'de de bundan sonra bilgi teknolojisine geçilecek. Bu nedenle gençlerimiz ve bu yarışmalar çok büyük önem arz ediyor" diyerek sözlerini noktaladı.

Yarışmada ünlüler geçidi

Ece Vahapoğlu'nun sunuculuğunu yaptığı gecede finale kalan Azer Bayındır, Elif Gözde An,

Funda Pehlivan, Ilgın Ütin, Nilgün Altınbaş, Recep Serdar Bozok, Sema Çağlar, Sinem Avcı, Yağmur Caner'in birbirinden ilginç ve benzersiz tasarımları, Uğurkan Erez'in koreograflığında Özge Ulusoy, Merve Büyüksaraç, Tuğçe Sarıkaya, Serkan Tan, Gökhan Albayrak, Sema Şimşek, Ebru Güzel, Merve Karan, Gökberk Çalın ve Kadir Korkmaz gibi Türkiye'nin önde gelen modelleri tarafından sergilendi.

Ali Murad Kızıltaş'ın yanı sıra jüride Arzu Kaprol, Gamze Saraçoğlu, Sertaç Delibaş, Ezra-Tuba Çetin, İvana Sert, Mehtap Elaidi, Simay Bülbül ve Ertan Kayıtken gibi tasarımcılar ile İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi ve TASD Başkanı İslam Şeker, İDMİB Başkan Yardımcısı Mustafa Şenocak, İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi Ruken Mızraklı, Cahit Ayakkabı Yönetim Kurulu Başkanı Cemil Cahit Özlü, MarcoBenetti Yönetim Kurulu Başkanı Ferhat Tanrıverdi, Papsan Yönetim Kurulu Başkanı Metin Maden, Elle Ayakkabı Yönetim Kurulu Başkanı Fehmi Akar, tasarımcı ve eğitmen Leyla Kanber, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil Bölümü Araştırma Görevlisi Zeynep İrem Sabanuç Gönül, İzmir Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Öğretim Görevlisi Canan

Erdönmez, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü Öğretim Görevlisi Duygu Ergör, Aydın Üniversitesi Anadolu Bil Meslek Yüksek Okulu Öğretim Görevlisi Cengiz Kastan yer aldı.

Tasarımcılar Milano'ya gidiyor

Barkın, Cabani, Cahit Ayakkabı, Carine Lavoro, Elle, İnci, Karabacak Ayakkabıcılık, StudioRain, Sultani Ayakkabı ve Kuzu Deri'nin sponsor olduğu yarışma zenne (kadın), merdane (erkek), filet-bebe (çocuk) ve çanta (ayakkabı tasarımı ile kombin edilmesi gereken) olmak üzere dört kategoride gerçekleşti. Yarışma birincisi Recep Serdar Bozok 10 bin TL, ikinci Nilgün Altınbaş 6 bin TL, üçüncü Yağmur Caner ise 3 bin TL para ödülünün sahibi oldu. İlk üç giren tasarımcılar 4-7 Mart 2012 tarihlerinde İtalya'nın Milano kentinde düzenlenecek dünyanın en büyük ayakkabı organizasyonu olan MICAM Fuarı'na katılacaklar. Tasarımcılar ayrıca, İstanbul Moda Akademisi'nde ayakkabı ve çanta konusunda verilecek seminare de katılma hakkı elde ettiler. Finalistlerin koleksiyonları 16-19 Kasım tarihleri arasında gerçekleşen Uluslararası Ayakkabı Moda Fuarı AYMÖD'da sergilendi. ❖

GELECEĞİN AYAKKABILARI

Yağmur Caner / Üçüncü



"Futuristik Tasarımlar" temalı çalışmasıyla üçüncülük ödülünün sahibi olan Yağmur Caner 1988 yılında Ayvalık'ta doğdu. Ankara Atatürk Anadolu Meslek Lisesi Ayakkabı Tasarım Bölümü'nü ikincilik ile bitirdi. İstanbul Aydın Üniversitesi Ayakkabı ve Saraciye Tasarımı Bölümü'nden 2010 yılında mezun olan Caner, Lotto ve Hotiç gibi firmalarda staj yaptı. "Futuristik" kelimesinin nedeninin kendi zamanına göre ileriye görebilen, ilerici, modern çizgiler taşıyan anlamına gelmesi olduğunu belirten Caner; "Ayrıca mimarlık, tasarım ve moda gibi alanlarda özellikle son yıllarda sıkça kullanılan bir terim haline geldi. Futuristik tasarımlara verilebilecek en iyi örnekler ise Hüseyin Çağlayan ve Alexander McQueen'dir. Hemen hemen herkesin gözünde canlandırabileceği Lady Gaga ayakkabıları ise kuşkusuz en iyi futuristik tasarımlardandır. Ben ise tasarımlarımda futuristik etkilerle, geleceğe yönelik alışılmış ayakkabı formları dışında sıra dışı ve cesur moda severler tarafından kullanılacak tasarımlar yapmayı amaçladım. Ayakkabıların tabanları, üst kısımlarındaki detaylarda ve ayakkabılarda kullandığım canlı renklerle, modelleri birbirine bağlantılı hale getirirken koleksiyonda bir bütünlük olmasını sağladım. Tasarımlarımı yaparken her ne kadar alışılmamış formlarda olsalar da üretilebilirliği ve kullanılabilir olması tasarım aşamasında dikkat ettiğim en önemli noktalar oldu" açıklamasında bulundu.

BOSSA

BOSSA DIŞ GIYİM İŐLETMELERİ

BOSSA DENİM VE SPOR GIYİM İŐLETMELERİ

BOSSA GÖMLEKLİK İŐLETMELERİ

www.bossa.com

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

GELECEĞİN TRENDLERİ AYMOD'DA BULUŞTU

2012 İLKBAHAR-YAZ AYAKKABI VE SARACİYE MODASININ İLK KEZ SERGİLENDİĞİ AYMÖD ULUSLARARASI AYAKKABI MODA FUARI, 16-19 KASIM'DA CNR EXPO'DA GERÇEKLEŞTİ. ÇEŞİTLİ ÜLKELERDEN FİRMALARIN KATILDIĞI FUARI ALMANYA, BELÇİKA, BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ, İRAN VE HOLLANDA GİBİ ÜLKELERDEN ALIM HEYETLERİ ZİYARET ETTİ. KATILIMCI FİRMALARIN BÜYÜK ORANDA SİPARİŞ ALDIĞI FUAR, SEKTÖRÜN GELECEĞE EMİN ADIMLARLA YÜRÜDÜĞÜNÜ BİR KEZ DAHA KANITLADI.



2012 İlkbahar-Yaz ayakkabı ve saraciyeye modasının ilk kez sergilendiği AYMÖD Uluslararası Ayakkabı Moda Fuarı 16-19 Kasım'da CNR Expo'da gerçekleşti. Kalkınma Bakanı Cevdet Yılmaz'ın katılımıyla gerçekleşen TASEV (Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma, Geliştirme ve Eğitim Vakfı), TASD (Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği), TUAF (Türkiye Umum Ayakkabıcılar Federasyonu), İAESO (İstanbul Ayakkabı Esnaf ve Sanatkarlar Odası), Ekonomi Bakanlığı ve KOSGEB desteğiyle düzenlenen AYMÖD Fuarı, 46'ncı kez ayakkabı dünyasının öncü firmalarını binlerce alıcı ile buluşturdu. Kalkınma Bakanı Cevdet Yılmaz'ın açılışını yaptığı fuara Türkiye İhracatçılar Meclisi

(TİM) Başkanı Mehmet Büyükekşi ve TASD Başkanı İslam Şeker'le birlikte sektörün önde gelen isimleri katıldı. Bakan Yılmaz yaptığı konuşmada kalite, tasarım ve Ar-Ge faaliyetlerine verilen önemin artırılması gerektiğini söyleyerek, ayakkabıcılara Çin ve Avrupa örneğini gösterdi; Japonya ile ABD gibi alım gücü yüksek ülkelere ihracatın artırılmasını istedi. Büyükekşi ise yurtdışında yaşanan ekonomik dalgalanmalara rağmen, Türkiye ihracatının iyi durumda olduğunu belirtti. Büyükekşi, 2010'da 400 milyon dolar ihracat yapan ayakkabı sektörünün hedefinin 2023'te 1,5 milyar dolar olduğunu vurguladı. TASD Başkanı İslam Şeker de konuşmasında cari açık nedeniyle ithalatta artış

yaşandığını, 98 milyar dolarlık büyüklüğe sahip ayakkabı sektörü pazarından Türkiye'nin aldığı payın artırılması gerektiğini belirtti.

Yabancı ziyaretçi sayısı oldukça fazlaydı

60 bin metrekare alanda gerçekleştirilen fuara 1500'e yakın marka, temsilcilikler dahil olmak üzere 332 firma katıldı. İtalya, Yunanistan, Almanya, Hindistan, Pakistan, Brezilya ve İspanya fuarın katılımcı ülkeleri oldu. Brezilya Konsolosluğu bu ülkedeki sektörün en öncü ayakkabı kuruluşları ile fuarda yer alırken, Hindistan'dan da ülke düzeyinde katılım sağlanarak pavyon oluşturuldu. Çeşitli ülkeler-

den misafir ağırlayan AYMOD'a Ekonomi Bakanlığı, CNR ve TASD işbirliğinde yurtdışından 30'u aşkın ülkeden alım heyeti getirildi. Organizasyona alım heyeti gönderen ülkelerden bazıları Almanya, Belçika, Bulgaristan, Brezilya, Birleşik Arap Emirlikleri, Cezayir, Çin, Fas, Hollanda, İran, Irak, İsrail, İtalya, Libya, Makedonya, Mısır, Pakistan, Ukrayna, Rusya, Sırbistan, Tunus ve Türkmenistan olarak sıralandı. Tüm bunların yanı sıra İDMİB fuara Tunus, Gürcistan ve Almanya'dan toplam altı alım heyeti getirdi. Yapılan görüşmeler sonucu firmalar birçok sipariş aldılar. Fuarın öne çıkan grupları ise bayan ayakkabı, erkek ayakkabı, çocuk ayakkabı, spor ayakkabı, iş ayakkabıları, çanta, bavul ve saracıye oldu.

AYMOD'da sosyal sorumluluk

Fuarda tüm bu yaşananların dışında sosyal sorumluluk çerçevesinde bazı gelişmeler oldu. Fuarda deprem felaketinin yaşandığı Van'ı da unutmadığını açıklayan ayakkabı sektörü, bölgeye 20 bin çift ayakkabı göndereceklerinin haberini verdi. TASEV öncülüğünde TASD, TUAF ve AYSAD destekleriyle başlatılan yardım kampanyası kapsa-

mında toplanan ayakkabılar, kısa bir süre önce bölgeye ulaştırıldı. Sektörün yaşanan felakete karşı göstermiş olduğu duyarlılık, fuara katılan Kalkınma Bakanı Cevdet Yılmaz'dan da takdir gördü. Depremzedelere yapılan yardımın yanı sıra, son yıllarda artan ve basın organlarında geniş yer alan kadına yönelik şiddet olayları toplumsal duyarlılık gösteren İstanbul Aydın Üniversitesi öğrencilerin tasarımlarına yansıdı. Her yıl farklı bir konseptte çalışan ve çalışmalarını fuarda görücüye çıkaran öğrencilerin bu yılki teması "Kadına Şiddete Hayır" oldu. Ayakkabılara şiddeti işleyen öğrenciler, AYMOD'da kamuoyunun dikkatini bir kez daha bu yöne çekti. 44 öğrencinin yer aldığı proje kapsamındaki tasarımlar, CNR'daki ana fuayede ziyaretçilerin beğenisine sunuldu. Diğer bir taraftan da üniversitenin Ayakkabı Tasarım ve Üretimi Programı ikincisi sınıf öğrencileri de "Dünya Dışı Uygarıklar" konsepti ile fuarda yer aldı. Bu konseptten hareketle fütür-



Bakan Cevdet Yılmaz, TİM Başkanı Mehmet Büyükeksi, İDMİB YK Üyesi Hüseyin Çetin, TASD Başkanı İslam Şeker ve Mahmut Ziyilan AYMOD'u birlikte gezdi.



rizm, uzay, dünya dışı canlılar ve ileri teknoloji konularını kombine ederek ayakkabı tasarımları yapan öğrencilerin, geleneksel olmayan

malzemeler kullanarak yaptıkları tasarımları, oyuncu İlker Aynık ve Selim Gülgören ile manken İrem Altuk fuarda giydi. ❖



Sektörün daha da büyüyeceği kanıtlandı

Hüseyin Çetin, İDMİB YK Üyesi

Türkiye genelinde yapılan son fuarlara baktığımızda, AYMOD'u en verimli fuar olarak görüyoruz. Fuar yabancı katılımcılar açısından oldukça ilgi gördü. Dünyanın hemen her tarafından ziyaretçiler fuara katılımda bulundu. Özellikle İran'dan çok sayıda alıcı kitlesi vardı. Ayrıca TASD

aracılığıyla fuara otuz kişilik bir alım heyeti getirildi. Ülkemizin bu anlamda öne çıkması Türkiye şu anda katma değeri yüksek ve kaliteli ayakkabı üretiminde Avrupa'ya yakın olmanın avantajını kullanıyor. Bana kalırsa Türkiye'nin, katma değeri yüksek ürünlerde çok başarılı olacağı ve bu ürünlere olan talebin günden güne artacağına sinyalleri görülüyor. Bunun yanı sıra Türkiye'deki tekstil firmaları koleksiyonlarını tamamlamak için, örneğin takım elbisenin yanında ayakkabıyı eşantıyon ya da artı bir partner olarak vermek için

ayakkabı sektörüyle ciddi çalışmalar yapmak istiyorlar. Bu anlamda da tekstil firmaları fuarda çeşitli ayakkabı firmalarıyla temasa geçti. Bu da bize önümüzdeki dönemlerde tekstil sektörünün ayakkabı sektöründen çok daha ciddi alımlar yapacağı izlenimini veriyor. Fuarda yer alan ayakkabıların trendlerine baktığımızda, Türkiye şu anda dünyada önde gelen trendleri takip ettiği için fuarda da süet ve keten, deri ruğan karışımı olan ayakkabılar ön plana çıktı. Bunların da gereken ilgi ve talebi gördüğüne inanıyorum çünkü TASD olarak fuarda yaptığımız istatistiklere katılan firmaların büyük bir çoğunluğu, fuarın verimli geçtiğini ve aldıkları siparişten çok memnun olduklarını belirtiyor. Ayrıca İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB), Ekonomi Bakanlığı, TİM ve TASD desteği ile gerçekleştirilen 1. Ayakkabı Tasarım Yarışması'nın ürünleri ve İstanbul Aydın Üniversitesi'nin tasarımlarının fuarda sergilenmesi, AYMOD'a renk kattı. Bu ürünler tasarım sektörü açısından önümüzdeki dönemler için de ne kadar önemli olduğunu gösterdi. Son olarak Avrupa'da özellikle fuarların kan kaybetmesi, Türkiye'deki fuarın değer kazanması, metrekare olarak da yüze 10'luk bir paydada alanının artması nedeniyle, Türkiye'nin ayakkabı konusunda önünün açık olduğunu görüyoruz. Ben bu durumun önümüzdeki dönemlerde sektör olarak daha büyük gelişmelere yol açacağını düşünüyorum.

HALILAR

TASARIMCILARINI BULDU

TÜRKİYE HALI SEKTÖRÜNÜN GELECEĞİ, GENÇ TASARIMCILARLA GÜVENCE ALTINDA. İHİB TARAFINDAN BU YIL BEŞİNCİSİ DÜZENLENEN "HALI TASARIM YARIŞMASI" NIN FİNALİNDE KAZANANLAR ÖDÜLLERİNE KAVUŞTU. MİNE BEŞEN, "SERÜVEN" TEMALİ ÇALIŞMASIYLA BİRİNCİLİK ÖDÜLÜNÜN SAHİBİ OLDU.





Müsteşar Yrd. İbrahim Şenel, İHİB Yönetim Kurulu Başkanı İbrahim Yılmaz ve yarışma birincisi Mine Beşen aynı karede yer aldı.



Geleceğe yatırım yapmak ve ülkemizdeki genç yeteneklere fırsat kapılarını aralamak amacıyla, İstanbul Halı İhracatçıları Birliği'nin (İHİB) düzenlediği Halı Tasarım Yarışması beşinci kez yapıldı. Ödül töreni 2 Kasım tarihinde Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleşen yarışmada, sekiz eser son finale kaldı. Gecede, Mine Beşen "Serüven" isimli çalışmasıyla birinci olurken, "Bambu" adlı tasarımıyla Şenel Genç ikinci, "Koku" isimli çalışmasıyla Şeyma Nur Köseoğlu üçüncü oldu. Başarılı gençler ödülleri İHİB Yönetim Kurulu Başkanı İbrahim Yılmaz, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkan Vekili Tahsin Öztiryaki ve Ekonomi Bakanlığı Müsteşar Yardımcısı İbrahim Şenel'den aldılar.

"2023'te 3,5 milyar doları aşacağız"

Halı sektöründe tasarım ve markalaşma amacıyla düzenlenen yarışmanın final gecesine iş dün

yasından çok sayıda isim katıldı. Törende yaptığı konuşmada İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz, sektörün ciddi bir yeniden yapılanma sürecinde olduğunu ve profesyonel bakış açısı ile yönetim, markalaşma, tasarım unsurlarının geleneksel bir sektör olan halıcılığa entegre edilmekte olduğunu altını çizdi. Türk halıcılığının dünyada zaten bir marka olduğunu kaydeden İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz, "Alt kurumsal markalarla ve kendi içimizden yetiştirdiğimiz tasarımcılarımızla, makine halıcılığımızı Belçika, Hollanda, İran halıcılığının önüne geçirmeyi hedefliyoruz. Firmalarımız kurumsal ve finansal altyapılarını güçlendiriyor. Artık kendi markalarımızla, daha yüksek katma değerli ürünlere yöneliyoruz. Bunun önemli temel taşlarından biri de, kendi tasarımcılarımızı yetiştirmek. Üniversite-sektör işbirliği sayesinde, bu yıl Halı Tasarım Yarışması'nın beşincisini gerçekleştiriyoruz" dedi. Yılmaz, küresel rekabet ortamında varlığını



İbrahim Yılmaz yaptığı açılış konuşmasında küresel rekabet ortamında tasarımın öneminden bahsetti.

törünün yüzde 22,1'lik bir artışla önemli bir başarı sağladığını belirten Yılmaz, sene sonu itibariyle 1,5 milyar dolar ihracat hedefine ulaşacaklarını söyledi. Yılmaz; "Suudi Arabistan'a yüzde 64, ABD'ye yüzde 24, Irak'a yüzde 35, Almanya'ya yüzde 32, İngiltere'ye yüzde 67, BAE'ye yüzde 42, Fransa'ya yüzde 70, Rusya'ya yüzde 28, Japonya'ya yüzde 62 oranında ihracat artışı sergiledik. İHİB olarak 2023 yılı 500 milyar dolar ihracat hedefindeki 3,5 milyar dolarlık hedefimizi bu performans sayesinde aşacağımızı düşünüyorum" dedi. Yılmaz, çoğunluğu aile şirketlerinden oluşan halıcılık sektörünün ciddi bir yeniden yapılanma ve kurumsallaşma sürecinden geçtiğini belirtti.

"Hedefe ulaşmanın yolu tasarım ve markalaşma"

TİM Başkan Vekili Tahsin Öztiryaki de yaptığı konuşmada tasarımın öneminden bahsetti. İhracatın gelişmesi için tüm ihracatçı birliklerine destek olmaya çalıştıklarını belirten Öztiryaki, 2023 için hedeflenen 135 milyar dolar ihracat konusunda; "Bu hedefe ulaşmanın altında tasarım ve markalaşma yatıyor" şeklinde konuştu. Sadece halı,

endüstriyel ürünler ve tekstilde değil, her alanda tasarım yapılması gerektiğinin altını çizen Öztiryaki, "Ülkemiz, tasarımcıların yetiştirildiği bir yer olmalı. Bizler bunun için Endüstriyel Tasarım Meslek Lisesi kurma yolunda bir adım attık" dedi.

"Tasarım kullanıcıya duyarlılıktır"

Ekonomi Bakanlığı Müsteşar Yardımcısı İbrahim Şenel ise yaptığı konuşmada, Türkiye'nin son 10 yılda özellikle dış ticaret alanında büyük değişim gösterdiğini belirterek, hem ürün ve pazar çeşitliliğinin sağlandığını hem de pazar bağımlılığı konusunda temel sorunların çözüldüğünün altını çizdi. "Küresel ekonomide rekabet çok önemlidir. Yüksek katma değerli, yenilikçi ürün üreterek insanların yaşamlarına ayrıcalık katmak, uluslararası arena da ön plana çıkmanın koşullarıdır. Bunun yolu da tasarımdan geçer" diyen Şenel; sözlerine şu şekilde devam etti: "Tasarım, kullanıcıya duyarlılıktır. Çevreye ve topluma katkıdır. Katma değer ve rekabetçi kültürün anahtarıdır. Tasarım algı ve anlayışı da desteklenmelidir. Sergi, bienal ve tasarım yarışması gibi organizasyonlarla bu konuya destek vermeyi sürdüreceğiz."

sürdürmenin önemine değinerek; "Bu nedenle halılarımız, görsel sanatların en önemli kollarından biri olmasının yanı sıra, ev dekorasyonunun en belirgin ögesi ola-

rak Türkiye ekonomisi ve ihracatı için çok büyük bir önem teşkil ediyor" açıklamasında bulundu. Genel ihracatın yüzde 10,6 artış gösterdiği ekim ayında, halı sek-



Halı Tasarım Yarışması'nda jüri başkanlığını İHİB Yönetim Kurulu üyesi Hazım Evrengil (Sol başta) yaptı.

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

Şenel Genç'e ikincilik ödülünü Ekonomi Bakanlığı Müsteşar Yardımcısı İbrahim Şenel verdi.



Yarışma üçüncüsü Şeyma Nur Köseoğlu'na ödülünü TİM Başkan Vekili Tahsin Öztiryaki verdi.



Yarışmada bir ilk

Bünyesinde 500 civarında halı ihracatçısı firma bulunan İHİB; özgün tasarım ürünü halılarla Türkiye'nin halı ihracatını artırmak ve üniversite-sanayi işbirliği kapsamında gençleri halı tasarımı alanında motive etmek üzere bu yarışmayı düzenliyor. Ancak bu yıl yarışmada farklı bir uygulamaya gidildi. Bugüne dek çeşitli üniversitelerin tasarım bölümlerinden çok sayıda gencin katıldığı Halı Tasarım Yarışması'nda geç-

miş yıllarda hazırlanan tasarımlar sanayiciler tarafından uygulanarak son aşamaya getiriliyordu. Bu yıl ise yarışmacıların uygulamayı da öğrenmesi açısından tasarımın prototip uygulamasını da kendilerinin yapması öngörüldü. Böylece genç tasarımcılar hayallerinin somut hale gelme sürecinin her aşamasını bizzat yaşamış oldular.

Halı ihracatı hızla büyüyor

2011 yılı Ekim ayı itibarı ile 1,5 milyar dolar ihracat gerçekleştiril-

rek geçen yılın rakamlarını ilk 10 ayda yakalayan Türkiye halı sektörü, ülkenin toplam ihracatı içerisinde yüzde 1,13'lük bir paya sahip. Genel ihracatın üzerinde bir hızla büyüyen halı ihracatının, 2023 yılı ihracat hedefi olan 3,5 milyar doları daha önce yakalaması bekleniyor. El dokuması ve makine halıcılığında toplam 325 milyon metrekareden fazla üretim kapasitesine sahip olan sektörün, ihracat potansiyeli ve performansını katma değeri yüksek, tasarım ürünleri ve markalaşma yoluyla artırmayı hedeflediklerinin altını çizdi.

ı ile beraber 2 milyar doları aşan bir ihracat hacmi var. Sektörde; 500 civarında İHİB'e bağlı, 350 civarında da Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birliği'ne bağlı olmak üzere yaklaşık 850 civarında ihracatçı firma olduğunu vurgulayan İbrahim Yılmaz, makine halıcılığında dünyada 3. büyük tedarikçi konumuna gelen sektörün, ihracat potansiyeli ve performansını katma değeri yüksek, tasarım ürünleri ve markalaşma yoluyla artırmayı hedeflediklerinin altını çizdi.

TASARIMCILAR İHİB İLE ALMANYA'YA GİDECEK

Başvuruları 30 Ocak'ta başlayan Halı Tasarım Yarışması'nın ilk olarak 20 katılımcısı 24 Mayıs'ta belirlendi. İlk elemeyi kazanan öğrencilerle 6 Haziran'da yapılan sözlü mülakat sonucu 8 tasarımcı finale kaldı. Geleneksel ve modern çalışmaların harmanlandığı birbirinden farklı sekiz tasarımın yarıştığı finalde "Serüven" isimli çalışmasıyla birinci olan Mine Beşen 2.000 TL, "Bambu" isimli çalışmasıyla ikincilik elde eden Şenel Genç 1.500 TL, "Koku" adlı çalışmasıyla üçüncü olan Şeyma Nur Köseoğlu ise 1.000 TL para ödülü kazandı. İHİB, aynı zamanda ilk üç dereceyi paylaşanların 6 aylık dil kursu bedelinin yüzde 75'ini ödeyecek. Ayrıca sekiz finalistin tamamı 11-14 Ocak 2012 tarihleri arasında Almanya'nın Frankfurt şehrinde düzenlenecek Heimtex Tekstil Fuarı ve yine Almanya'nın Hannover kentinde 14-17 Ocak 2012 tarihlerinde düzenlenecek olan Do-motex Halı ve Yer Kaplamaları Fuarı'na, tüm masrafları İHİB'e ait olacak şekilde katılma fırsatı yakaladı.



Sürdürülebilir hizmet



“Otomatik Veri Toplama ve Tedarik Zinciri Yönetimi” yani bilinen adıyla “Barkod Sistemleri”nin şirket içi ve dışı ürün takip ve raporlamada sağladığı verim tartışılmazdır. Sağlanan verimin sürekliliği ve sisteminizin gelişen teknoloji karşısında yetersiz kalmaması ise, **doğru çözüm ortağı** ile mümkün olur.



LÜTFEN BARKODU TARATINIZ

- >> ERP Yazılımları
- >> Network Güvenlik Yazılımları
- >> Barkod Yazıcılar
- >> El Terminaleri
- >> Barkod Okuyucular
- >> Barkod Etiketleri
- >> Teknik Destek Hizmetleri

AVEG DIŞ TİCARET TEKS. LTD. ŞTİ.

A. Nafiz Gürman Mh. Mete Sk. No: 59/1 C Merter 34173 Güngören - İSTANBUL

T +90212 539 28 68 F +90212 556 35 77 E info@barkodturk.com W www.barkodturk.com

 **barkod** **TURK**[®]

“Türkiye'nin Barkod Sistemi Danışmanı”

GELENEKSEL ÇAĞDAŞLA BİRLİKTE



Mine Beşen Birinci

Yarışmaya "Serüven" isimli çalışmasıyla katılan ve birinci olan Mine Beşen, 1981 Osmaniye doğumlu. 2002 yılında Mersin Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil bölümüne giren Beşen, 2006 yılında mezun oldu. 2008 yılında Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Tekstil bölümünün Doküma Ana Sanat dalında Yüksek Lisans eğitimine başladı. 2011 yılında İTHİB tarafın-

dan düzenlenen 6. İHİB Kumaş Tasarım Yarışması'nda ikincilik ödülü alan Beşen, aynı yıl Gaziantep'te düzenlenen II. Halı Desen Tasarım Yarışması'nda beşincilik ödülünün sahibi oldu. Beşen, yarışma süreci ve çalışmasıyla ilgili olarak şunları söyledi: "Şu an eğitimimde tez aşamasındayım. Tezim halılarla ilgili. Konusu; "Geleneksel Halıların Çağdaş Halıya Etkisi". Bu konu üzerinde çalışırken evde bazı tasarımlar yaptım. Serüven de bunlardan bir tanesiydi. Yarışmaya katılmaya bu şekilde karar verdim. Keçe ve yün kullanarak geleneksel çağdaş ile birleşimini ön plana çıkarmak istedim. Halımı diğerlerinden ayıran şey, geleneksel motifleri kullanmış olmam. Yarışmaya katılma amaçlarım arasında yurtdışında fuara gidebilmek de var. Ancak asıl amacım; yaptığımı sergilenmesi, yaptığım bu çalışmayı daha geniş kitlelere ulaştırabilmektir. Amacıma ulaştığım için çok mutluyum."

BAMBU VE KEÇENİN DANSI



Şenel Genç İkinci

"Bambu" isimli çalışmasıyla katıldığı yarışmada ikinci olan Şenel Genç, 1975 yılında Tunceli'de doğdu. 2005 yılında Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil Bölümü'nden mezun olan Genç, aynı bölümde yüksek lisansına devam ediyor. Giyim sektöründe çalışan Şenel Genç, yarışmaya iki yıl önce de katıldı. O zaman daha tecrübesiz olduğunu dile getiren Genç, bu

sene çok daha fazla hazırlandığını söyledi. Tasarımında keçe ve bambuyu birleştirerek bir yenilik oluşturan Genç; "Antistatik ve antialerjik bir malzeme olan bambu, günümüzde birçok alanda kullanılıyor. Bambu doğada yetişirken kimyasal katkılara ihtiyaç duymaz, pamuğa göre daha az su tüketir, doğa ve çevre dostu bir malzemedir. Bu özelliklerinden dolayı yaptığım halı tasarımlarında bambuyu kullandım. Bambuyu kendisi gibi doğal bir malzeme olan yün ile bir araya getirerek daha sıcak bir yüzey oluşturmayı amaçladım. Bu iki malzemeyi bir araya getirmek için de öz kültürümüze ait keçe tekniğini kullanarak tasarımlarımı oluşturdum" şeklinde konuştu. İHİB aracılığıyla Almanya'daki fuarlara katılmalarının çok güzel bir olay olduğunu söyleyen Genç; "Yurtdışındaki fuarlara gidebilme imkânımız her zaman olmuyor. Bu sayede dünyada olan yenilikleri yakından görme fırsatımız olacak" dedi.

HALI, KOKUYLA BULUŞTU

Şeyma Nur Köseoğlu / Üçüncü

"Koku" temasıyla katıldığı yarışmada üçüncü olan Şeyma Nur Köseoğlu 1989 yılında İstanbul'da doğdu. İlk, orta ve lise öğrenimini Çorlu'da tamamlayan Köseoğlu, 2006 yılında Çorlu Anadolu Meslek Lisesi Tekstil Boya/Baskı/Desen bölümünden mezun oldu. 2007 yılında Okan Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Moda ve Tekstil Tasarımı bölümünü kazanan Köseoğlu, şu anda 4. sınıfta okuyor. Tasarımını "The Perfume" filminden esinlenerek yaptığını söyleyen Köseoğlu, isminin bu nedenle "Koku" olduğunu belirtti. "Unutulmamak için bırakın kokunuzu sevdiğiniz şeylerin üstüne. Çekin içinize iyice. Ne siz unutun kokunuzu, ne de başkaları unutsun kokunuzu" diyen Köseoğlu, yarışma sayesinde yurtdışındaki fuara katılabilecekleri için çok mutlu olduğunu söyledi. Bambu doğada yetişirken kimyasal katkılara ihtiyaç duymaz, pamuğa göre daha az su tüketir, doğa ve çevre dostu bir malzemedir. Bu özelliklerinden dolayı yaptığım halı tasarımlarında bambuyu kullandım. Bambuyu kendisi gibi doğal bir malzeme olan yün ile bir araya getirerek daha sıcak bir yüzey oluşturmayı amaçladım. Bu iki malzemeyi bir araya getirmek için de öz kültürümüze ait keçe tekniğini kullanarak tasarımlarımı oluşturdum" şeklinde konuştu. İHİB aracılığıyla Almanya'daki fuarlara katılmalarının çok güzel bir olay olduğunu söyleyen Genç; "Yurtdışındaki fuarlara gidebilme imkânımız her zaman olmuyor. Bu sayede dünyada olan yenilikleri yakından görme fırsatımız olacak" dedi.





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

TEKSTİL MAKİNELERİNE YERLİ PARÇA GELİŞTİRDİLER

**DOKUMA
MAKİNELERİNDE
KULLANILAN
KARBON KOMPOZİT
RAPİERLERİN
İMALATINI
GERÇEKLEŞTİREN
PERFORMANS
KOMPOZİT, İTHAL
ÜRÜN ALIMININ
ÖNÜNE GEÇİLMESİNİ
HEDEFLİYOR. FİRMACA
ÜRETİLEN KARBON
RAPİERLER; DORNIER,
SAURER VE VAN DE
WIELE GİBİ DOKUMA
MAKİNELERİNDE, HALI,
KADİFE VE HER TÜRLÜ
KUMAŞ ÜRETİMİNDE
KULLANILYOR.**



Performans Kompozit
Pazarlama Yöneticisi
Adem Koştü

Türkiye'de ilk kez kompozit profil ve plakaların üretimini yapan Performans İleri Teknolojiler Üretimi firması, 2008 yılında Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından verilen "Tekno Girişim Sermaye Desteği" ile kuruldu. Geleceğin yapı malzemesi olarak adlandırılan karbon kompozit malzemeler; çelik, alüminyum ve titanyum gibi bilinen metalik malzemelerin dayanamadığı zorlanmış mühendislik uygulamalarda kullanılıyor. Performans Kompozit, hafiflik ve mukavemetin istendiği depreme karşı yapı güçlendirme ve ortopedik implantların dış destekleri gibi yapısal parçalardan, yüksek devirlerde hafiflik ve düşük sürtünme katsayısının istendiği dokuma makinelerinin rapierlerine kadar birçok sektöre karbon kompozit ürünler ürettiyor.

Çelikten beş kat daha dayanıklı

Karbon kompozit ürünlerin çeliğe oranla beş kat daha yüksek çekme dayanımına sahip ve çeliğin dörtte biri ağırlıkta olduğunu söyleyen Performans Kompozit Pazarlama Yöneticisi Adem Koştü, bu ürünlerin günlük hayatımızda giderek daha fazla yer sahibi olduğunu belirtti. Koştü, konuyla ilgili olarak; "Depreme karşı yapı güçlendirme malzemesi ile karbon kompozit üretimine başladık. Karbon kompozit plaklar, depreme karşı yapı güçlendirmede yapıya ekstra yük getirilmeden uygulanabilen ve en iyi sonuç alınan yöntemdir" açıklamasında bulundu.

Tamamı ithalata dayalı olan kompozit ürünlerin ülkemizde üretimini gerçekleştirme amaçlı Ar-Ge odaklı bir firma olduklarını belirten Adem Koştü, tekstil sektöründen gelen talep üzerine, dokuma makinelerinde kullanılan karbon kompozit rapierlerin imalatına yöneldiklerini söyledi. Koştü, sözlerine şu şekilde devam etti: "Ar-Ge çalışmalarımızı tamamlamamızın ardından, 2011 yılı ocak ayından itibaren mekik taşıyan karbon kompozit rapierlerin imalatını gerçekleştirmeye başladık. Firmamızca üretilen karbon rapierler; Dornier, Saurer ve Van de Wiele dokuma makinelerinde,

halı, kadife ve her türlü kumaş üretiminde, dakikada 650 devir hızlarda bile başarı ile kullanılıyor."

Karbon şerit üretimine de geçiliyor

Firmanın ürettiği ürünler, İTÜ'de yapılan testler sonucu 0,007 sürtünme katsayısı ile yurtdışından gelen malzemelerden daha düşük bir değere sahip. Fiyat avantajının yanında, kendinden yağlanmayı sağlayan nano katkılar sayesinde ithal ürünlere oranla daha yüksek verim sunuyor. Her boyda ve şekilde karbon profil ürettiklerini söyleyen Koştü; "Yaptığımız test sonuçlarına göre, Dornier'de bulunan orijinal parçadan daha iyi sürtünme katsayısına sahibiz. Tüm makinelerin ölçülerine göre parça üretebiliyoruz. Üstelik yaklaşık yarısı fiyatına. Kalite, fiyat, ürün garantimiz ve üretim kabiliyetimizle tekstil sektöründe yurtiçi ve yurtdışı pazarlarda hızlı bir şekilde yer edindik" şeklinde konuşuyor. Dokuma makinelerinde kullanılan karbon kompozit şeritlerin imalatı ile ilgili çalışmaların İTÜ'de ve firma bünyesindeki Ar-Ge bölümlerince gerçekleştirildiğini belirten Koştü; 2012 yılı içinde dokuma makinelerinin en çok değişen parçalarından biri olan ve ağırlıklı olarak İtalya'dan ithal edilen karbon şeritlerin yerli üretimine başlamayı planladıklarını söylüyor.

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

İTHİB'DEN İSTİHDAMA TEŞVİK ÇAĞIRISI

**TEKSTİLİN GELECEĞİ
İÇİN SEKTÖRDEKİ
FARKLI KURUM VE
KURULUŞLARLA
İŞBİRLİKLERİNİ
SÜRDÜREN İTHİB,
3 KASIM'DA İŞKUR'LA
BİRLİKTE DÜZENLEDİĞİ
TOPLANTIYLA MESLEKİ
EĞİTİM PROJELERİ VE
İSTİHDAM TEŞVİKLERİNİ
AYRINTILI OLARAK ELE
ALDI. TOPLANTIDA AÇILIŞ
KONUŞMASI YAPAN İTHİB
BAŞKANI İSMAİL GÜLLE,
SEKTÖRÜN YAŞADIĞI
SIKINTILARA KARŞI HEP
BİRLİKTE YENİ FKİRLER
ÜRETMEK GEREKTİĞİNİN
ALTINI ÇİZDİ.**

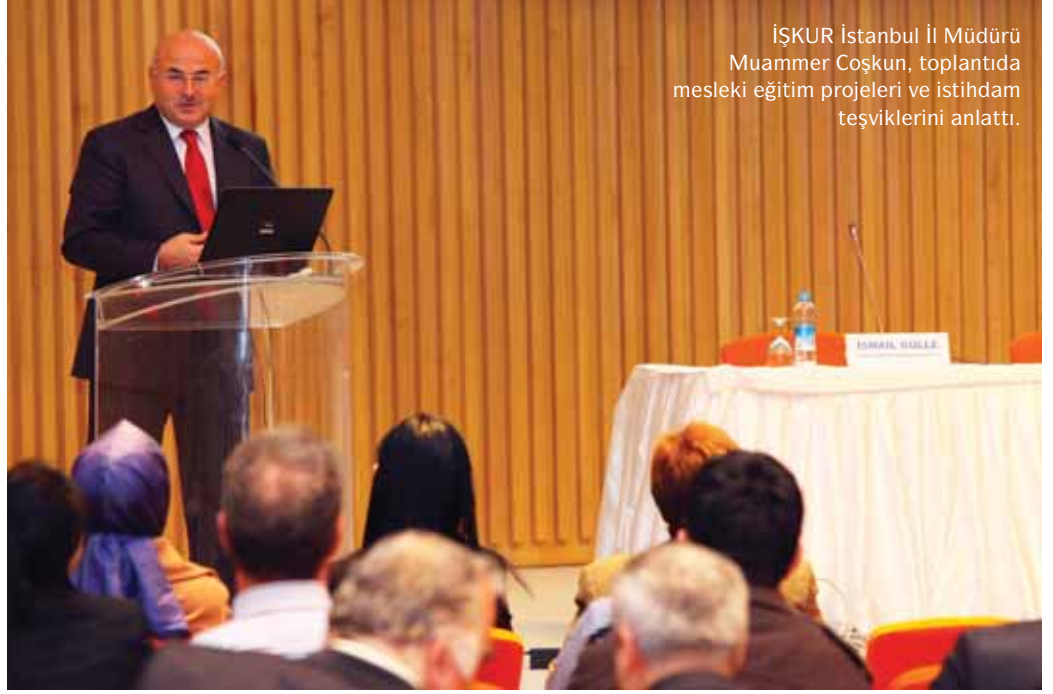
Türkiye'de çoğu sektörde olduğu gibi tekstil sektöründe de yaşanan sıkıntılar arasında işsizlik önemli bir yer tutuyor. Olumlu gelişmeler yaşanmasa da sektöre karşı zaman zaman yapılan olumsuz yorumlar, istihdamın azalmasına yol açıyor. Oysaki devlet tarafından yapılan teşvikler sektör temsilcilerine bazı avantajlar sağlıyor. İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB), bu soruna çözüm oluşturmak adına 3 Kasım tarihinde İŞKUR'la birlikte mesleki eğitim projeleri ve istihdam teşviklerini anlatan bir toplantı düzenledi. İŞKUR



İstanbul İl Müdürü Muammer Coşkun'un konuşmacı olarak yer aldığı toplantıya çok sayıda sektör temsilcisi katıldı. Toplantıda öncelikle İTHİB Başkanı İsmail Gülle bir konuşma gerçekleştirdi. Gülle yaptığı konuşmada "Bildiğiniz gibi Türkiye, son birkaç yıldır arka arkaya önemli miktarda büyüme kaydediyor. Krizden sonraki yıllar sektörümüz açısından olumlu gelişmelere sahne oldu. Ancak istihdam açısından açıklar olduğunu görüyoruz. Belki de bir bakıma süreç bizi bu noktaya getirdi. Zaman zaman tekstile yönelik son derece olumsuz yazılar yazıldı, düşünceler dile getirildi. Sektör de bu nedenle imaj kaybına uğradı. Bunun sonucunda da eğer iş için bir alternatif varsa, en son tekstil sektörü tercih edilir oldu. Bu sorunun çözümünü yaratacak olanlar bizleriz. Zaten sektörün geleceği açısından hepimiz etrafımıza pozitif bir sinerji vermek durumundayız ki bu sinerji işlerimizin tamamlanmasında, çalışanlarımızın daha iyi motive olmasında, devletle ilgili sorunlarımızın çözümünde ve ticaretimizde bir faydaya dönüşsün. Ayrıca bu sorunun çözümünde devletin de birçok teşviki var. Bugün işte bunları size aktarmak için burada toplanmış bulunuyoruz. Ümit ediyorum ki bunun devamında yapacağımız, hatta sizlerin de bizi yönlendireceği diğer aktivitelerle birlikte, sektörün bu sorununu çözecek gelişmeleri ele alacağız. Bu işlere biraz daha kafa yormamız ve bu sorunları çözme yönünde hep birlikte fikirler ve projeler üretmemiz gerekiyor" diyerek sektörün yaşadığı işsizlik sorununa ve çözümlerine değindi.

Türkiye'deki işsizlik oranı 9,1

Gülle'nin konuşmasından sonra İŞKUR İstanbul İl Müdürü Muammer Coşkun, İstihdam Teşvikleri hakkında



İŞKUR İstanbul İl Müdürü Muammer Coşkun, toplantıda mesleki eğitim projeleri ve istihdam teşviklerini anlattı.

bilgi vermek için sözü devraldı. Sunumuna İŞKUR hakkında genel bilgiler vererek başlayan Coşkun, "İŞKUR'un stratejik amaçları işgücü piyasasının ihtiyaçları doğrultusunda istihdam hizmetlerini çeşitlendirmek ve işe yerleştirmede aktif rol oynamak, işgücünün istihdam edilebilirliğini artırmaya yönelik aktif işgücü programları geliştirmek, yaygınlaştırmak ve etkinliğini artırmak, işgücü piyasasını etkin bir şekilde izlemek, değerlendirmek ve güçlü bir kurumsal yapı oluşturmaktır" dedi. Daha sonra iş ve işgücü piyasalarını ele alan Coşkun, Türkiye'deki istihdamın dağılımını rakamlarla belirtti ve bu istihdamın yüzde 46,7'sinin hizmet, yüzde 18,9'nun sanayi, yüzde 7,5'inin inşaat ve yüzde 26,9'nun tarım sektöründe çalıştığını açıkladı. Buna karşılık İstanbul'daki istihdamın yüzde 59,9'nun hizmet, yüzde 32,8'nin sanayi, yüzde 6,9'nun inşaat ve yüzde 0,4'ünün de tarım sektöründe çalıştığını ifade etti. Daha sonra Türkiye'deki işsizlik oranının 2008 yılında yüzde 11, 2009 yılında yüzde 14, 2010 yılın-

da 11,90, 2011 yılında ise 9,1 olduğunu ifade etti.

Aktif istihdam hizmetleri

Coşkun "İŞKUR, işverenlerimizin ihtiyaç duymuş olduğu nitelikli işgücü ihtiyacının karşılanması için meslek edindirme, meslek geliştirme ve mesleğini değiştirmek isteyenlere yönelik mesleki eğitim projeleri yapıyor. Bu projelerden İstanbul'da 2009 yılında; 34 bin 126, 2010 yılında; 29 bin 633 kişi yararlandı. 2011 yılında ise Türkiye genelinde 400 bin, İstanbul'da 60 bin kişinin Aktif İşgücü Programları (AİP)'nden yararlanması hedefleniyor. Bu bağlamda ödenek miktarı da Türkiye'de 1 milyar 410 milyon TL, İstanbul'da 135,5 milyon TL'dir. Bu ödeneğin 110 milyon 771 bin 632 TL'si Mesleki Eğitim Faaliyetleri, 19 milyon 890 bin 222 TL'si Toplum Yararına Çalışma Programları (TYÇP), 4 milyon 838 bin 146 TL'si ise kurullar için tahsis ediliyor" diyerek aktif istihdam hizmetlerine değindi. Daha sonra bu kapsamda kurum kaynaklı eğitimleri anlatan Coşkun, bu eğitimleri Doğrudan Temin (Hizmet Satın Alma), İşbirliği

Kapsamında Mesleki Eğitim, Uzmanlaşmış Meslek Edindirme Merkezleri (UMEM) Projesi ve İşbaşı Eğitim Programları olarak sıraladı. Coşkun, Doğrudan Temin kapsamında eğitici, eğitim yeri giderleri (kira, elektrik, su vb.), danışmanlık, temrin ücretleri (eğitim esnasında kullanılan ve dönüşümü olmayan malzeme) ve rehabilitasyon giderleriyle yüklenicinin karından oluşan, giderlerin ödenmesi ile yapılan alımlar olduğunu belirtti. "Kişi başı birim saat ücreti" üzerinden sözleşme imzalanacağını dile getiren Coşkun, hizmet alımlarının kalite bazlı değerlendirme sistemine göre en az 60 ve üzerinde puan alan kurumlardan, en yüksek puanı alan kuruluştan yapılacağını ifade etti.

Eğitimler avantaj sağlıyor

Coşkun, İşbirliği Eğitimleri'nin sadece kursiyer cep harçlığı, genel sağlık sigortası ve iş kazası meslek hastalığı sigorta prim gideri ödenerek; İstihdam İçin Mesleki Eğitim Projesi (İMEP) kapsamında Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı okullarda ve İMEP kapsamında olan eğitimlerde eğitici ve öğreticilerle

re, MEB tarafından belirlenmiş gündüz ek ders saat ücretinin iki katına kadar ücret ödenerek yapılan eğitimleri kapsadığını belirtti. Coşkun ayrıca işyerleri ile yapılan eğitimlerde en az yüzde 50 istihdam garantisi, diğer kurum ve kuruluşlarla yapılan eğitimlerde ise en az yüzde 20 istihdam taahhüdü aranacağını altını çizdi. UMEM Projesi'nin sanayi sektöründe faaliyet gösteren özel sektör işyerlerinin ihtiyaç duyduğu nitelikli işgücü ihtiyacının karşılanması amacıyla düzenlenen mesleki eğitim projesi olduğunu söyleyen Coşkun, İşletmelerde İşbaşı ve İşbirliği Eğitim Programı, teknik ve meslek liseleri/işletme işbirliğinde yapılan eğitim programının bu kapsamda yer aldığını belirtti. Coşkun, bu eğitim kapsamında en az beş çalışanı bulunan işyerlerinin, programın başlama tarihinden önceki altı aylık dönemde işyerine ait prim ve hizmet belgelerinde bildirilen sigortalı sayısının ortalamasına ilave olarak yüzde 5 (1/20) oranında, en az lise ve lise sonrası eğitimini tamamlamış ve kuruma kayıtlı olan işsizlerden, öğrenci olmamak ve yararlanıcıların başvurduğu mesleklerde çalıştırmak şartıyla- işbaşı eğitimini fiilen uygulayabileceklerini sözlerine ekledi.



İşsizlik Sigortası Fonu'ndan yararlanılıyor

Coşkun, istihdam teşvikleri kapsamında ilgili kanun hükmünde yapılan düzenleme ile 31 Aralık 2015 tarihine kadar özel sektör işverenlerince, çalıştırdıkları son altı aylık işgücüne ilave olarak, son altı ay işsiz olan kişiyi işe aldıklarında ilgili kanun uyarınca belirlenen prime esas kazançları üzerinden hesaplanan sigorta primlerinin işveren

hisselerine ait tutarın, işe alındıkları tarihten itibaren İşsizlik Sigortası Fonu'ndan karşılanacağını dile getirdi. Bu anlamda farklı kistaslar olduğunu belirten Coşkun, "Belirtilen maddelerle sağlanan destek unsurundan aynı sigortalı için bir kez yararlanılabilir. Sigortalı, destek süresini tamamlamadan işsiz kalması halinde, kalan süreden yeniden yararlanamaz. Ancak 29 yaşından küçük erkekler ve yaş sınırı olmadan kadınların yeniden işe alınmaları, mesleki yeterlilik belgesini bu dönemde temin etmeleri veya mesleki okuldan mezun olmaları halinde destekten yeniden yararlanabilirler. Bu durumda ilk yararlanma süresi, ikincisinden düşülür. Toplam yararlanma süresi destek için maddede öngörülen süreyi aşamaz" diyerek uygulama esaslarına yönelik bilgi verdi. İşveren hissesine ait primlerin fondan karşılanması için işverenlerin çalıştırdıkları sigortalılarla ilgili aylık prim ve hizmet belgelerini, yasal süre içerisinde SGK vermesi, sigorta-

lıların tamamına ait sigorta primlerinin sigortalı hissesine isabet eden tutarını yasal süresi içinde ödemesi, kapsama giren sigortalının işe alındığı yerinden dolayı SGK prim, idari para cezası ve gecikme zammı borcu bulunmamasının şart olduğunu dile getiren Coşkun, borçlarını tecil ve taksitlendirilmiş veya yeniden yapılandırılmış olanların, bu kapsamdan yararlanabileceğini de belirtti. Coşkun son olarak ilgili kanun gereğince yapılan kontrol ve denetimlerde, çalıştırdığı kişileri sigortalı olarak bildirmedigi tespit edilen işverenlerin, bir yıl süreyle bu maddeyle sağlanan destek unsurlarından yararlanamayacağını, bu desteğin sosyal güvenlik destek primine tabi çalışanlar ve yurt dışında çalışan sigortalılar hakkında uygulanamayacağını ve fondan karşılanan prim tutarları, gelir ve kurumlar vergisi uygulamalarında gider veya maliyet unsuru olarak dikkate alınmayacağını da altını çizerek sözlerini noktaladı. ❖

İTKİB'de gerçekleşen ve katılımcıların Coşkun'a sektöre yönelik sorular sorduğu toplantıya katılım oldukça yüksekti.



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





TEKSTİL GELECEĞE BAKIYOR

TEKNOLOJİK GELİŞMELERE BAĞLI OLARAK, KENDİNİ YENİLEMEK AMACIYLA YATIRIMLARINI DÜZENLİ OLARAK SÜRDÜREN TEKSTİL SEKTÖRÜ, ARTAN AR-GE ÇALIŞMALARıyla DA YENİLİKÇİ GİRİŞİMLERE AĞIRLIK VERİYOR. SEKTÖR BU ÜRÜNLERİN ÖNEMİNE ÜNİVERSİTE-SANAYİ İŞBİRLİĞİ ÇERÇEVESİNDE DÜZENLENEN KONFERANSLARLA DİKKAT ÇEKİYOR.

Gerek istihdam gerekse ihracat rakamları bakımından Türkiye'nin lokomotif sektörü olarak nitelendirilen tekstil sektörü, geçen yıllar içinde üretim ve ihracatında nitelik açısından önemli değişimler yaşadı. Sektörde ilk yıllarda basit teknolojilerle yapılan üretim, ileri teknolojilere dayalı ve katma değeri yüksek ürünlere doğru kaymaya başlarken, tekstil alanındaki gelişmelere ise "yenilikçi" ve "teknik tekstiller" dam-

gasını vurdu. Geçen yıllar içinde kendine birçok yerde yaşam alanı bulan teknik tekstil ürünleri, bugün havacılıktan savunma sanayine, tıptan inşaata, otomotiv sanayinden spor giysilere, tarımdan inşaata kadar hayatın her alanına girmiş durumda. Halen dünya tekstil pazarında yüzde 25 olan teknik tekstillerin payı, kullanım alanlarının sürekli gelişmesiyle artışı sürdürüyor. Bu artış çerçevesinde 2005 yılında 20 milyon ton

olan dünya teknik ve akıllı tekstiller ticareti 2010 yılında 24 milyon tona yükselerek 120 milyar doların üzerinde bir pazar büyüklüğüne ulaştı. Bu konuda önemli bir mesafe alan Türkiye'de de son yıllarda hızla artan Ar-Ge çalışmalarıyla sektörde yenilikçi girişimlere ağırlık verildi. Teknolojik gelişmelere bağlı olarak, kendini yenilemek amacıyla yatırımlarını düzenli olarak sürdüren Türk tekstil sektörü, bu gelişmeler kapsamında 1980 yılında

670 milyon dolar düzeyinde olan ihracatını 2010 yılında 6,5 milyar dolara taşıdı. Teknik tekstil ürünlerinde yıllık 1 milyar dolarlık ihracat gerçekleştiren Türkiye'de son yıllarda yoğunlaşan Ar-Ge çalışmalarıyla teknik tekstiller ihracatının katlanarak artacağına inanılıyor.

ICONTEX 2011'den tekstildeki son gelişmeler
Gelişmiş teknolojileri ve inovasyonu teşvik etmek amacıyla

gerek sanayi, gerekse de akademi kanadında çalışmalarını sürdüren tekstil sektörü, üniversite-sanayi işbirliğinden doğan sinerjiyle bu alandaki gücünü pekiştiriyor. Bu işbirliğinin son örneklerinden biri de 20-22 Ekim tarihlerinde düzenlenen "Uluslararası Yenilikçi Tekstiller Kongresi (International Congress of Innovative Textiles- ICONTEX 2011) oldu.

Namık Kemal Üniversitesi, Tekstil Mühendisliği Bölümü tarafından düzenlenen ve sektörün önde gelen temsilcilerinin bilgi ve deneyimlerini öğrencilerle paylaşmasını sağlayan ICONTEX 2011, 20 farklı ülkeden gelen bilim insanlarını ve araştırmalarını Türk tekstil sektörü ile buluşturdu. Tekstil alanındaki son gelişmeleri takip etmek ve tüm dünyadan araştırmacı, akademisyen ve mühendisleri bir araya getirmek amacıyla düzenlenen kongre, böylece üç gün boyunca tekstil sektörünün tüm paydaşlarının bulunduğu bir ortam oldu. Özel oturumlarla bilgi ve deneyimlerin paylaşıldığı kongrede, global tekstil endüstrisindeki son gelişme ve eğilimler masaya yatırıldı. Tekstil kongre serisinin ilkini ICONTEX 2011 ile başlatan Namık Kemal Üniversitesi, kongreye gösterilen ilgiden dolayı bu etkinliği periyodik aralıklarla düzenleyerek geleneksel bir kimliğe büründürmeye karar verdi.



Tekstil alanında gelişmiş teknolojiler ve inovasyonla ilgili son çalışmaların konuşulduğu kongrede, Japonya'dan Hong Kong'a, İngiltere'den ABD'ye kadar 20 farklı ülkeden toplam 139 bildiri katılımcılarla paylaşıldı.

Tekstil sektör temsilcileri ICONTEX 2011'de

Silivri Klasis Otel'de üç paralel oturum halinde gerçekleşen kongre boyunca Japonya'dan Hong Kong'a, İngiltere'den ABD'ye kadar 20 farklı ülkeden toplam 94 sözlü bildiri, 45 poster bildiri katılımcılarla paylaşıldı. Sektörün tüm paydaşlarının bulunduğu ideal bir platform olarak değerlendirilen etkinliğe 200'e yakın akademisyenin yanında tekstil sektöründen de çok sayıda temsilci ilgi gösterdi. Kongrenin 20 Ekim Perşembe günü yapılan açılış töreninin ardından yapılan özel oturumda İTHİB Başkanı İsmail Gülle, TOBB Tekstil Sektör Meclis Başkanı Abdülkadir Konukoğlu ve Türkiye Tekstil İşverenleri Sendikası Başkanı Halit Narin konuşmacı olarak yer aldı. Kongrenin son gününde gerçekleşen özel oturumuna ise TEMSAD Başkanı Adil Nalbant ile Türkiye Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği Başkanı Dr. Ahmet Temiroğlu konuşmacı olarak katıldı.

Prof. Ray Baughman'dan eğrilemeyi eğirme

İkinci gününde de birbirinden önemli konu ve konukları ağırlayan ICONTEX 2011'in özel oturumunun konuğu ise Dallas Texas Üniversitesi Nano Tech Enstitüsü Direktörü Prof.Dr. Ray Baughman oldu. Profesör Baughman, "Eğrilemeyi eğir-



Üniversite Rektörü Prof. Dr. Osman Şimşek, İTHİB Başkanı Gülle ve TOBB Tekstil Sektör Meclis Başkanı Abdülkadir Konukoğlu'na kongreye desteklerinden dolayı teşekkür plaketi verdi.

me: karbon nanotüplerden iplik eldesi ve ipliklerde fonksiyonel misafirler" başlıklı sunumuyla birlikte bilim dünyasının en saygın yayınlarından Science Dergisi'nde de yayınlanan araştırmaları hakkında bilgi verdi. Kongrenin 22 Ekim 2011 tarihindeki kapanışında ise ünlü tasarımcı Ümit Ünal "2013 ve Sonrası: Yaşam Stilleri ve Eğilimler" başlıklı sunumuyla katılımcıların karşısına çıktı.

İTHİB kongrenin sponsorlarından

İTHİB'in sponsorluğunu yaptığı kongrenin açılış konuşması ise İTHİB Başkanı İsmail Gülle tarafından yapıldı. Yaptığı konuşmada tekstil sektörünün kendini yenilemek amacıyla yatırımlarını düzenli olarak sürdürdüğünü dile getiren İTHİB Başkanı Gülle, "Bu gelişmeler kapsamında tekstil sektörü, imalat sanayinde yüzde 14'lük payıyla gıda sektöründen sonra ikinci büyük sektör konumuna ulaştı" dedi. Bu süreçte Türk tekstil ve konfeksiyon ürünlerinin üretim ve ihracatında nitelik açısından da önemli değişimler yaşandığını dile getiren Gülle, ilk yıllarda basit teknolojilerle yapılan

üretimin zaman içinde ileri teknolojilere dayalı ve katma değerli yüksek ürünlere doğru kaydığını söyledi.

Yenilikçi ürünlere doğru yoğunlaşmanın sektörün uzun dönemli stratejilerinin de temel noktalarından biri olduğunu söyleyen Gülle, "Cumhuriyetimizin 100. kuruluş yılı olan 2023'e yönelik ihracat stratejisi çerçevesinde, tekstil sektöründe ihracat hedefi 20 milyar dolar olarak belirlendi. 2010 yılında 6,5 milyar dolarlık ihracat gerçekleştiren ve 2011 yılı sonunda 8 milyara yakın ihracat hacmine ulaşması beklenen sektörümüzün bu hedefi yakalaması, hatta geçmesi bekleniyor" diye konuştu.

"Teknik tekstillere dayalı üretim artıyor"

2023 yılı ihracat stratejisinde tekstilin temel hedeflerinden birinin de, yenilikçi ürünlere yönelmek olduğunu söyleyen Gülle, bu anlamda sektörün, teknik tekstillere dayalı üretim kapasitesinin geliştirilerek bu alanda dünya liderleri arasında yer almayı planladığını söyledi. Sektörün yenilikçi ürünlere yönelik dönüşümünde üniversitelerle işbirliğinin geliştirilmesinin önem

Namık Kemal Üniversitesi
Tekstil Mühendisliği
Bölüm Başkanı
Prof. Dr.
Fatma Göktepe



taşıdığını ifade eden Gülle, bu işbirliği doğrultusunda, teknik tekstiller alanındaki akademik projelerin sanayiye aktarılabilmesi ve uyarlanabilmesi gerektiğini kaydetti. "Yenilikçi Tekstiller" temalı kongredeki katılımcıların sunumlarıyla sektöre katkı sağlayacağını belirten Gülle, sektörün yenilikçi ürünlere yönelik dönüşümünde üniversitelerle işbirliğinin geliştirilmesinin büyük önem taşıdığını ifade etti. Bu bakımdan, İTHİB olarak üniversitelerle kurdukları işbirliklerine önem verdiklerini söyleyen Gülle, "Bu tür toplantılar sektörümüze vizyon ve açılım sağlarken, üniversite-sanayi ilişkilerini de geliştiriyor. Özellikle bugünkü kongrede yurtdışında sektörle ilgili temel araştırmalar yapan, konusunda uzman akademisyenlerin aramızda bulunması sektörümüz açısından büyük bir şans" dedi.

Teknoparklar üniversite-sanayi işbirliğine güç veriyor

Kongre sonrasında ICONTEX 2001 ve yenilikçi tekstiller konusundaki görüşlerini Hedef Dergisi ile paylaşan Namık Kemal Üniversitesi Çorlu Mühendislik Fakültesi Tekstil Mühendisliği Bölüm Başkanı Prof. Dr. Fatma Göktepe, bu kongrenin üniversite-sanayi işbirliğinin güzel bir örneği olduğunu söylüyor. Türkiye'de sektör-üniversite işbirliğinin olumlu yönde bir ilerleme içinde olduğunu ifade eden Göktepe, bu olumlu gidişatın nedeni ise şu sözleri ile açıklıyor, "Bu

gelişimde TÜBİTAK Vizyon 2023 çerçevesinde ortaya konan strateji ve net hedefler ile 2008 tarihli yeni Ar-Ge yasaının açık etkisi var. Bunların yanında söz konusu işbirliğini oluşturacak en somut araçlardan birisi de üniversiteler bünyesinde kurulan teknoparklar. Şu anda ülkemizde bu şekilde kurulmuş 38 adet teknopark mevcut ve buralarda 1300'ün üzerinde firma faaliyet gösteriyor. Namık Kemal Üniversitesi bünyesinde de teknopark kurulması için resmi prosedürler tamamlanıyor. Faaliyete geçtiğinde öyle tahmin ediyorum ki Çorlu-Çerkezköy bölgesinde ülkemizin en aktif teknoparklarından birisi olacak."

"Yıllık 3.5 milyon tonluk elyaf işleme kapasitesine sahibiz"

Türkiye'nin önemli bir tekstil ülkesi olduğunu aktaran Göktepe, "Yıllık 3.5 milyon ton elyaf işleme kapasitesine sahip dev bir tekstil üretim

üssüyüz" diyerek Türkiye'nin bu alanda geldiği noktaya dikkat çekiyor. "Avrupa'da tekstil ve konfeksiyon ihracatında ikinci, dünyada ise Çin'den sonra tekstil makineleri yatırımının en fazla olduğu ülkeyiz diyen Göktepe, "Bu kadar çok birikim, emek ve yatırımın söz konusu olduğu bir alanda çıktılarımızı nasıl maksimize edebiliriz?" sorusunun cevabının ise yenilikçi ürünlerde gizli olduğunu söylüyor.

"Aynı takımın oyuncularız"

Yeni ve esaslı ürünler çıkarabilmek için ciddi kabiliyete ve bilime ihtiyaç duyulduğunu söyleyen Göktepe, bilginin üretildiği yerin ise üniversiteler olduğunu vurguluyor. Göktepe, "Bunun bir takım oyunu olduğunu unutmamız gerek, hem üniversiteler hem de sektör bu oyunda aynı takımın oyuncularları. Ülkemiz tekstil sektörünün varlığını sürdürebilmesi ve mevcut rekabetçi gücünü koruyabilmesi için izlememiz gereken stratejiyi ise üç temel başlıkta toplayabiliriz. 'Markalaşma', 'Tasarım', 'Ar-Ge ve İnovasyon' yani 'Yenilikçilik' diyor. Tasarım konusunda özellikle son 10 yılda çok sayıda üniversitede ilgili bölümlerin açıldığını söyleyen Göktepe, "Moda akademileri kuruldu, bu konuda yetenekli gençler eğitim alıyor ve bunun olumlu etkilerini görmeye başladık. Benzer şekilde Ar-Ge konusunda AB'ye uyum sürecinde ülkemizde Gayri Safi Milli Hasıla'dan Ar-Ge'ye ayrılan payın yüzde 0.30'lardan yüzde

0.87'lere gelmesi ve TÜBİTAK ve ilgili bakanlığın uygun mekanizmaları oluşturması neticesinde hem sektör, hem de üniversitelerde Ar-Ge konusunda önemli mesafeler kat edildi" şeklinde konuşuyor.

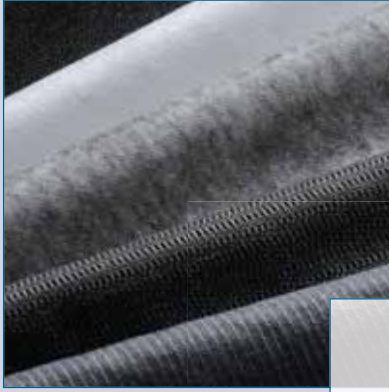
Bilgi çağı tekstille başladı

Tekstilin geçmişine şöyle bir göz atıldığında önceleri bir sanat olarak başlayan sektörün, sonraları bir zanaat ve nihayetinde dev bir teknoloji haline geldiğini görmek mümkün. İlk bilgisayarların programlanmasında kullanılan delikli kart sistemini Fransız dokuma ustası Joseph Jacquard'ın 18. yüzyılda desenli kumaşları dokumak için geliştirdiği göz önüne alındığında, esasında bugünkü bilgi çağının temelinde de tekstil sektörünün önemli bir katkısı olduğunu söylemek pek yanlış olmaz. Günümüzde tekstilin salt hazır giyim hammaddesi üreten bir sektör olmaktan çıkıp, çok daha geniş bir alanda insanlığa hizmet ettiğini belirten Göktepe ise bu gelişmenin sektörün tüm dünyadaki önemini daha da artırdığını söylüyor. Sektörün bu noktaya gelmesinin ardında yatan nedeni yoğun Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerine bağlayan Göktepe, "Bizim de tüm çalışmalarımızı buna göre yönlendirmemiz gerek. Zaten bunun için uygun mekanizmalar, platformlar oluşturulmuş durumda. Ancak bu şekilde Türk tekstil sektörü olarak artık takip eden değil, tam anlamıyla takip edilen bir sektör haline alabiliriz" diyor. ❖

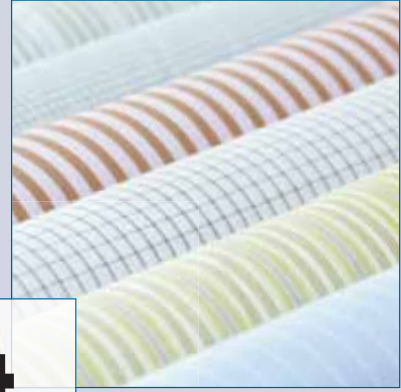


TÜBİTAK'tan, Tekstil İşverenleri Sendikası ve İTHİB'e varıncaya dek sektörden 22 farklı kurum ve kuruluşun sponsorluk desteği verdiği "ICONTEX 2011" iş ve akademi dünyasının önemli isimlerini ağırladı.

Tela



Ceplik



nh Paket

Vatka



Bant



MODELİSTLER SERTİFİKALI OLACAK



Erbil Cihangir
VOC-TEST –46 / Hazır Giyim
Proje Yöneticisi

**AB DESTEĞİYLE
BAŞLATILAN ULUSAL
YETERLİLİK SİSTEMİ
PROJESİ İLE HAZIR
GIYİM SEKTÖRÜNÜN
STANDARTLARI
BELİRLENİYOR.
SÜREKLİ ÖĞRENME,
VASIFLI ELEMAN,
GÖREV TANIMLARI
GİBİ KONULARA
AÇIKLIK GETİRİLECEK
PROJE KAPSAMINDA,
MODELİSTLER DE
SERTİFİKA SAHİBİ
OLACAK.**

Son yıllarda yaşanan ekonomik krizden en çok etkilenen sektör, ekonominin temel taşı olan imalat sanayidir. Hazır giyim sektörü de bu grubun içinde en büyük paya sahiptir. 2011 yılında bu alanda yaşanan daralma, istihdam sorununun çok yüksek boyutlara ulaşmasında önemli rol oynamıştır. En büyük etken ise uluslararası finans piyasalarında yaşanan krizin, reel sektör üzerindeki etkisinin boyutlarının çok yüksek olmasıdır.

Bu olumsuzluklara rağmen üretim, ihracat, istihdam değerleri ile Türkiye ekonomisinde önemli bir yere sahip olmayı sürdürmektedir. Ekonomik boyutu yanında sosyal boyutuyla da son derece önemli olan işsizlik sorununun çözümünde, işgücü maliyetlerinin makul seviyelere çekilmesi için yeni reformlar konuşulmaya başlanmıştır. Ancak işgücü verimliliğinin yanı-

sıra işgücünün kalifiye olmasında girdi olarak düşünülmelidir. Bu nedenle İHKİB, bir dizi çalışmalar başlatmıştır.

Belgeli işgücü piyasası yaratılacak

AB tarafından finanse edilen Çalışma Bakanlığı'na bağlı Mesleki Yeterlilik Kurumu (MYK) koordinasyonunda AB Merkezi Finans ve İhale Birimi (CFCU) hibe programı çerçevesinde başlatılan projeye birlikte Ulusal Yeterlilik Sistemi'nin oluşturulması çalışmaları başlatılmıştır. İHKİB ve MYK arasında 23 Ocak 2009 tarihinde başlatılan işbirliği çalışmalarının temel hedefi; belgeli işgücü piyasası yaratarak ekonomideki insan kaynakları temelli kayıpların önlenmesidir. Bu proje ile Türkiye'deki hazır giyim işgücü piyasasının ihtiyaç duyduğu vasıflı eleman sorununun çözülmesi, sürekli öğrenmenin teşvik edilmesi, eğitim ve belgeli işgücü arasındaki ilişkinin güçlendirilmesi, vasıflı işgücü potansiyelinin ve kariyer stratejilerinin yükseltilmesi, işveren ve işgören arasındaki görev tanımlarının aynı platformda buluşturulması konularına açıklık getirilecek ve modelistlik mesleğinin ulusal standartları ve yeterlilikleri dikkate alınarak modelistler sertifikalandırılacaktır.

1 Eylül 2011'de başlatılan "Katma Değer ve İstihdam Odaklı Belgeli İşgücü Seferberliği (KİBİS) Projesi (VOC-TEST – 46 / Hazır Giyim)" kapsamında yapılan çalışmaların tarafları bağlayacak bir takım çıktılar olacaktır. Bunlar; nitelikli işgücüne erişimi kapsayan "sektörel", yetkilerin belge-

lendirilmesine erişimi içeren "kişisel" ve uluslararası kıyaslanabilir işgücü potansiyeline erişimi kapsayan "ulusal" çıktılarıdır.

Yüzde 10'unu İHKİB karşılayacak

Avrupa Birliği tarafından dış faaliyetler çerçevesinde finanse edilen hibe projesinin süresi 24 ay olup 1 Ekim 2011-21 Kasım 2013 arasında gerçekleştirilecek olan programın toplam maliyeti 266 bin Euro'dur. Bütçenin yüzde 10'u İHKİB kaynaklarından sağlanacak olup, İHKİB bünyesinde kurulan konusunda uzman proje grubu tarafından çalışmalar yürütülmektedir. Nitelikli işgücüne erişim için yapılandırılacak olan "İHKİB Mesleki Yetenekleri Belgelendirme" merkezinin sektöre ve kişilere sağlayacağı temel hizmetler; insan kaynaklarını değerlendirme, belgelendirme ve yetiştirme olacaktır.

Meslek Yeterlilik Belgesi, 25 Şubat 2011 tarih ve 6111 sayılı kanun kapsamında prime esas kazancın işveren payının işsizlik sigortasından ödenebilirliğini sağlamaktadır. Bu yasa 1 Mart 2011 tarihinde 31 Aralık 2015 tarihine kadar işe alınan her bir sigortalı için geçerli olup, yasa da belirtilen şartlara haiz işçiler ve işverenler bu teşvikten faydalanabilir. Hazır giyim sektörünün söz konusu destekten yararlanabilmesine destek olmak için, projede meslekler etap etap çalışılarak; Türk Akreditasyon Kurumu (TÜRKAK) akreditasyonundan sonra, mesleki yeterlilik belgesi için personel/işgören ölçme-değerlendirme ve belge verme çalışmalarına hız verilecektir. ❖

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

İTKİB BM ÖRGÜTLERİ'YLE EL ELE



3 Kasım'da İTKİB'te "Türkiye'nin Tekstil Sektöründe Kobiler için Sürdürülebilir Ağlar ve İlişkiler Zinciri Oluşturulması Ortak Programı" kapsamında proje ortakları bir araya geldi.

SAHİP OLDUĞU BİLGİ BİRİKİMİNİ, YETKİYİ VE KNOW-HOW'U SEKTÖRÜN GELECEĞİ İÇİN KULLANAN İTKİB, BİRLEŞMİŞ MİLLETLER ÖRGÜTLERİ UNDP, ILO VE UNIDO'NUN SEKTÖRE İLİŞKİN YAPTIĞI PROJELERE ORTAKLIK EDİYOR. GERÇEKLEŞTİRİLEN ÇALIŞMALAR KAPSAMINDA DA SEKTÖR, GELECEĞE EMİN ADAMLARLA İLERLİYOR.

Türkiye'de tekstil sektörünün, bu sektörde de İTKİB'in önemi oldukça büyük. Sahip olduğu bilgi, yetki ve know-how doğrultusunda sektöre yönelik çalışmalar yapan kurum ve kuruluşlara ışık tutup destek sağlayan İTKİB, bu çerçevede Birleşmiş Milletler (BM) örgütlerinin tekstil sektörüyle ilişkili olan projelerinde onlarla iş birliği yapıyor. Bu projelerden biri Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO), Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) ve Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Teşkilatı (UNIDO) ile 2010 yılından bu yana Malatya, Adıyaman, Kahramanmaraş ve Gaziantep illerinde yürütülmekte olan "Türkiye'nin Tekstil Sektöründe Kobiler için Sürdürülebilir Ağlar ve İlişkiler Zinciri Oluşturulması Ortak Programı" oluyor. Diğeri ise Yenilikçi Yöntemlerle Kayıtlı İstihdamın Teşviki Hibe Programı'nda fonlanan İHKİB, UNDP ve belirli diğer kuruluşların birlikte yürüttükleri "Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Kayıtlı İstihdamın Teşviki Projesi" olarak adlandırılıyor. İTKİB sektörde, ülkeye daha yakışır büyüme ve verimlilik artışı sağlamak için proje ortaklığına giriyor. Birikimini bu dört ile de transfer eden Birlik, bu illerde fark-

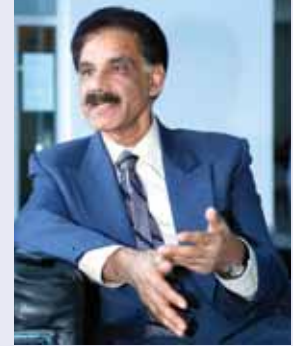
lılık yaratmayla ilgili önemli görevler üstleniyor; Batı ile bu dört ilin bütünleşmesi ve bilgi paylaşımı doğrultusunda çalışmalarını yürütüyor.

Örgütler önemli çalışmalar yürütüyor

İTKİB'in proje ortaklığı yaptığı bu örgütlere yakından bakmak gerekirse UNDP, Türkiye ile genelde üç tema üzerine çalışıyor. Bunlar çevre ve sürdürülebilir kalkınma; demokratik yönetişimin sağlanması için kapasite geliştirme ve yoksulluğun azaltılması için çaba gösterilmesi şeklinde sıralanıyor. Bu örgütlerden diğeri olan ILO, sosyal adaletin, insan ve çalışma haklarının iyileştirilmesi için çalışıyor. İnsana yakışır iş kavramı kapsamında hareket eden ILO, bu iş tanımını çerçevesinde çalışanın haklarının korunması, hak ettiği ücreti alması, örgütlenme, sosyal güvenlik ve sendikalaşma haklarının olması gerektiğini belirtiyor. UNIDO ise, uzmanlık alanı sınırainin tamamını kapsasada özellikle çevre üzerine yoğunlaşıyor. Teşkilat, Türkiye'nin çevre ve enerji alanında taraf olduğu uluslararası sözleşmelerde üstlendiği yükümlülüklerin yerine getirilmesine, uygulayıcı kuruluş olarak yürüttüğü teknik faaliyet ve projelerle destek sağlıyor. ❖

BM VE TÜRKİYE ORTAKLIĞI

3 Kasım'da İTKİB'te "Türkiye'nin Tekstil Sektöründe Kobiler için Sürdürülebilir Ağlar ve İlişkiler Zinciri Oluşturulması Ortak Programı" kapsamında durum değerlendirmesinin yapıldığı bir toplantı gerçekleşti. Bu toplantıya BM Türkiye Koordinatörü ve UNDP Türkiye Mukim Temsilcisi Shahid Najam da katıldı. BM'nin Türk Hükümeti ile ilgili yaptığı çalışmalar kapsamında görüşlerini aldığımız Najam öncelikle, demokratik ve çevresel yönetim konusuna değiniyor ve Hükümet'in iklim değişikliğinden çok olumsuz bir şekilde etkilenen ülkelerden birisi olan Türkiye için, BM ile özellikle iş birliği yapmak istediğini dile getiriyor. Diğeri bir yandan bölgesel ayrımcılık konusunu ele alan Najam, Türkiye'nin ekonomik anlamda çok gelişme kaydetse de bunun gerisinde kalan bölgelerin olduğunu ve bu bölgelerle ilgili birlikte çalışma yapılması gerektiğini belirtiyor. Cinsiyet ayrımcılığı konusunda da ülkemizin politik ve sosyo-ekonomik alanlarda henüz çok yapılacak işi olduğunu altını çiziyor. Hükümetin bu konuda bilinç yaratmaya çalıştığını belirten Najam, BM'nin de bütünüyle konu üzerinde çalışmalar yürüttüğünü söylüyor. Türkiye'deki tekstil sektörü söz konusu olduğunda ise "Türkiye'de tekstil sektörü çok rekabetçi ve gelişen bir alan. Ülkeniz Uzakdoğu ve güneydeki ülkeler için uluslararası bir pazar konumunda yer alıyor. Bu sektörde uluslararası piyasanın istediği şey kalite ve kısa sürede yapılan tedarik olarak sıralanıyor. Türkiye'de bu unsurlara sahip olduğu için avantaja sahip. İş odaklı olarak eğitim, bilgi yönetimi ve pazarlamayı kapsayan değer zinciri portalını çok iyi bir şekilde kurarsanız, bu özel sektör için oldukça yararlı olur. Sürdürülebilir işler yapmak için, sosyal sorumlulukların da bilincinde olmak gerekiyor" diyor.



Shahid Najam
BM Türkiye Koordinatörü

The Original is back.


helsa[®]
FASHION SHAPING



nh

Textil Group

LupoTeks
TEKSTİL SANAYİ VE TİCARET LTD. ŞTİ.

in cooperation with

www.nh-textil.com

helsa nh Votka Tekstil Ürün San. Tic. LTD. ŞTİ.

Dudullu Organize San. Bol. 3. Cadde no: 18/1

34776 Eseşehir / Ümraniye / İstanbul

Tel: +90 216 527 37 10

Fax: +90 216 527 37 78

Email: info@lupoteks.com

helsa.com

KAYITDIŞI İSTİHDAM İLE TOPYEKUN MÜCADELE



İHKİB, UNDP, GAP BÖLGE KALKINMA İDARESİ, GAZİANTEP TİCARET ODASI, KAHRAMANMARAŞ TİCARET VE SANAYİ ODASI VE ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ İLE BİRLİKTE YÜRÜTÜLEN "TEKSTİL VE HAZIR GIYIM SEKTÖRÜNDE KAYITLI İSTİHDAMIN TEŞVİKİ PROJESİ" KAPSAMINDA DÜZENLENEN ULUSLARARASI İŞ GELİŞTİRME SEMİNERLERİ, 19 EKİM'DE GAZİANTEP'TE, 20 EKİM'DE KAHRAMANMARAŞ'TA GERÇEKLEŞTİ. SEMİNERDE SOSYAL SORUMLULUK KAPSAMINDA PEK ÇOK KONU MASAYA YATIRILIRKEN, KAYITDIŞI İŞÇİ ÇALIŐTIRMANIN REKABETİN ÖNÜNDEKİ ENGELLERDEN BİRİ OLDUĞU BELİRTİLDİ.



IHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Nilgün Özdemir, İHKİB'in sektörde üstlendiği etkin role değindi.

Yenilikçi Yöntemlerle Kayıtlı İstihdamın Teşviki Hibe Programı kapsamında fonlanan, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP)'nin, GAP Bölge Kalkınma İdaresi, İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İHKİB), Gaziantep Ticaret Odası, Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası ve Uluslararası Çalışma Örgütü ile birlikte yürüttüğü "Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Kayıtlı İstihdamın Teşviki Projesi" kapsamında düzenlenen Uluslararası İş Geliştirme Seminerleri 19 Ekim'de Gaziantep'te, 20 Ekim'de ise Kahramanmaraş'ta başarıyla tamamlandı. Kayıtlı istihdamın ve sosyal sorumluluğun önemi, bu öğelerin Türkiye ve firmalar adına nasıl karlı ve yararlı hale getirebileceği konusunda firmaları bilgilendirmek amacıyla düzenlenen seminer, Gaziantep'te Tuğcan Otel, Kahramanmaraş'ta ise Ramada Otel'de gerçekleşti. Her iki ilde de aynı programda yürütülen ve yetkili isimlerin konuşmalarıyla başlayan seminer, İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Nilgün Özdemir'in yöneticiliğini üstlendiği "Uluslararası Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Kurumsal Sosyal Sorumluluk İlkelerine Uygun Üretim" konulu panelle devam etti. Panele

konuşmacı olarak H&M Sosyal Sorumluluk Bölge Müdürü Sibel Okan, Marks&Spencer Sosyal Uygunluk Direktörü Ebru Gökbulut, Li&Fung Sosyal Uygunluk Departman Müdürü Muazzez Siahpoush Kolyaei ile LC Waikiki Yurtiçi Tedarik Müdürü Fatma Ak katıldı. Katılımcılar, panelin ardından düzenlenen yuvarlak masa toplantılarında her konuşmacıyla birebir görüşme fırsatı yakaladılar ve kendi işlerini nasıl istenilen seviyeye getirebilecekleriyle birlikte, bu konuda merak ettiklerini konuşma fırsatı buldular. Gaziantep'te aralarında yaklaşık 30 firmanın bulunduğu 80 katılımcı, Kahramanmaraş'ta ise yaklaşık 20 firmanın bulunduğu 60 katılımcı semineri yoğun bir ilgiyle izledi.

Kayıtlı istihdam, var olmanın zorunluluklarından biri

Seminer kapsamında konuşma yapan isimler arasında öncelikle UNDP Program Uzmanı ve Koordinatörü Murat Gürsoy yer aldı. Gürsoy, konuşmasında "Türkiye'de tekstil sektörü hem istihdam yaratma hem de ihracat oranının artırması bağlamında çok önemli bir yere sahip. Bu sektörde maliyet bazında yarış sürdürülebilir olmaktan uzaklaştı ve bu anlamda orta-

ya yeni hedefler çıktı. Gaziantep ve Kahramanmaraş, elindeki imkanları farklı şekillerde değerlendirme gereken şehirler arasında yer alıyor. Bunun yanı sıra pek çoğumuz biliyoruz ki tüm işverenler, artık gerek sosyal güvenlik, gerekse iş ahlakı açısından kayıtsız işçi çalıştırmaktan memnun değil. İstihdamı

kayıt altına almak artık bir maliyet değil, var olmanın zorunluluklarından biri... Biz kurumsal sosyal sorumluluk çatısı altında birleştirdiğimiz bu tür girişimleri, firma sorumluluğunu artıran unsurlar olarak görüyor ve sizin de öyle görmeyi istiyoruz" diyerek kayıtlı istihdamın önemi belirtti.

İHKİB firmalara tam destek verdi

Seminerde konuşma gerçekleştiren İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Nilgün Özdemir ise "Bu projemizin uygulamasında İHKİB de aktif rol oynuyor. Tekstil ve hazır giyim bağlamında İstanbul olarak konuşacak olursak, birliğimizden geçen rakamlar, Türkiye ihracatının yüzde 78-80'ini kapsıyor. Bu veriyi tekstil sektörüyle birlikte ele aldığımızda ise 22 milyar dolar ihracat gerçekleştiriyoruz. Birlik olarak verdiğimiz çalışmalar, yaptığımız işbirlikleri ve proje uygulamalarıyla edindiğimiz tecrübe-

leri, önem verdiğimiz Adıyaman, Kahramanmaraş, Gaziantep'e de aktarmayı, bu bölgelerdeki ihracatı artırmayı ve diğer ülkelerdeki rekabetin bu bölgelerde de var olmasını hedefliyoruz. Ayrıca bu bölgelerdeki kayıtlı istihdamı teşvik etmek için bizler de üzerimize düşen her türlü görevi yerine getirmeye ve size destek olmaya çalışıyoruz" diyerek İHKİB'in hedeflerine ve sektörde üstlendiği etkin role değindi. Ayrıca seminer kapsamında GAP İdaresi Yetkilisi Nusret Mutlu, Sosyal Güvenlik Kurumu Strateji Geliştirme Başkanı Ahmet Açıkgoz ve Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu Sektör Yöneticisi Numan Özcan da konuşma yapan isimler arasında yer aldı.

Sektörün önde gelen isimleri deneyimlerini paylaştı

Yapılan konuşmaların ardından "Uluslararası Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Kurumsal Sosyal Sorumluluk İlkelerine Uygun Üretim" konulu panel başladı. Etkinlikte konuşmacı olan H&M, Marks&Spencer, Li&Fung ve LC Waikiki yetkilileri, öncelikle kendi firmaları hakkında ön bilgi vererek sözlerine başladılar. Daha sonra da yaptıkları çalışmalardan örnekler vererek bir firmanın yerine getir-



Murat Gürsoy
UNDP Program Uzmanı ve Koordinatörü

Gaziantep'te aralarında yaklaşık 30 firmanın bulunduğu 80 katılımcı semineri takip etti.



Kahramanmaraş'ta yaklaşık 20 firmanın bulunduğu 60 katılımcı seminerde yer aldı.



mesi gereken sosyal sorumluluk kriterlerine ve kayıtlı istihdamın önemine değindiler. Çalışanların sağlık güvencesi ve sigortası, çocuk işçi çalıştırma, çalışma saatleri, iş etiği, çalışan ve işveren ilişkileri, doğal kaynak kullanımında yapılması gereken tasarruflar ve organik pamuk kullanımı panelde masaya yatırılan temel konular oldu. Öncelikle H&M Sosyal Sorumluluk Bölge Müdürü Sibel Okan ve Marks&Spencer Sosyal Uygunluk Direktörü Ebru Gökbulut birlikte sosyal sorumluluk projelerini ele aldı. H&M'in sosyal uygunluk kurallarına değinen Okan, firma için şeffaflığın, doğruluk ve dürüstlüğü, çalışma yaptıkları firma ve insanların çok önemli olduğunu belirtti. Bilinçli müşteriye bilinçli üretim yapmak istediklerini dile getiren Okan, insana ve çevreye saygılı davrandıklarını ifade etti. Bu bağlamda birlikte çalıştıkları firmalarda da aynı kriterleri aradıklarını anlatan Okan geridönüşüme, atık kullanımına, organik pamuk üretimini artırmaya çalıştıklarına, enerji ve su tasarrufu ile doğal kaynak kullanımına dikkat ettiklerini dile getirdi. Marks&Spencer'daki sosyal sorumluluk uygulamalarına değinen Gökbulut, öncelikle sağlık ve güvenlik konularına değindi. Bu anlamda yangın çıkışlarının kapatılmaması gerektiğini vurguladı. Din, dil, ırk ayrımı yapılmaması gerektiğini dile getiren Gökbulut, çalışma saatleri, çalı-

şanların sosyal hakları ve izinleri hakkında bilgiler verdi. Firmanın 2007 yılında doğal kaynaklardan tasarruf sağlayan eko fabrikalar kurduğunu belirten Gökbulut, dünya çapında 8, Türkiye'de ise 4 tane eko fabrika bulunduğunu belirtti. Bu fabrikalarla birlikte karbon ayakzini yüzde 18 azalttıklarını, enerji verimliliği ve su tasarrufu sağladıklarını belirtti.

Rekabetin önündeki büyük engel

Panelde tedarik zinciri ve sosyal sorumluluk konusunu ele alan Li&Fung Sosyal Uygunluk Departman Müdürü Muazzez Siahpoush Kolyaei, firmanın ana kuralları kapsamında çocuk işçi çalıştırmamak, hakkaniyetli ücretlendirme sistemi, sosyal hakların sağlanması, zorla çalıştırma olmaması, çevrenin korunması, iş sağlığı ve güvenliği gibi konuların olduğuna dikkat çekti. Uygunluk yönetim döngüsünü de anlatan Siahpoush, bu döngüde standart ilkeler, eğitim, denetim araçları, standartların paylaşımı, fabrika denetimi ve onayı, düzeltici faaliyetler ve düzeltmeler, sürekli takip ve imalatçı performans değerlendirilmesinin yer aldığını ve bu döngünün yıl boyunca devam ettiğini altını çizdi. Panelde LC Waikiki için üretmek başlığında konuşma yapan LC Waikiki Yurtiçi Tedarik Müdürü Fatma Ak, firmanın tedarikçilerinden bekledikleri kriterleri, makul

Katılımcılar, yapılan yuvarlak masa toplantılarında yetkililerle birebir görüşme fırsatı yakaladılar.



ve sürdürülebilir fiyat seviyesinde olmak, hızlı ve esnek üretim yapabilmek, koleksiyon hizmeti, iyi planlama ile müşteri hizmeti verebilmek ve sosyal sorumlulukların farkında olmak şeklinde dile getirdi. Kayıtdışı istihdamın rekabetin önünde büyük bir engel olduğunu belirten Ak, uzmanların açıklamalarından yola çıkarak, 2011 yılında kayıtdışı istihdamın toplam istihdam içindeki payının yüzde 40'ın üzerinde bir orana sahip olduğunu ve yaklaşık 25 milyon çalışanın, 10 milyonun kayıtdışı olduğunu belirtti. İSO nun Ekonomik Durum Tespiti 2011-1 raporuna dayanarak tekstil sektöründe kayıtdışı işçi çalıştırmayı anlaşılabilir bulan işletme sahipleri oranının yüzde 56 olduğunu söyleyen Ak, bu yüksek oranın nedeninin, sektörün emek yoğun niteliği dolayısı ile istihdam üzerindeki vergi yüküne duyulan tepki olabileceğini belirtti. Ak,

konusmasında tekstil sektöründe faaliyet gösteren firmalara göre kayıtdışı olmanın ilk dört nedenini yüzde 54 vergi yükü, yüzde 38 ekonomik krizler, yüzde 30 vergide adaletsizlik, yüzde 25 ayakta kalma çabası olarak sıraladı. Konfeksiyon sektöründe ise gözlemlenen yüksek personel devir oranının en önemli nedeninin sosyal güvencenin olmayışı ve çalışanların bu işi uzun vadede bir meslek olarak görmeyişi olduğunu belirten Ak, personel devir hızının yüksek olmasının verimlilik üzerinde olumsuz bir etki oluşturduğunu anlattı. Ak, işletmelerin kayıtdışı istihdam yerine verimlilik artırıcı yöntemlere yönelmesi gerektiğini sözlerine ekledi. Panelin sonunda plaket ve hediyelerle ödüllenen katılımcılara, daha sonra düzenlenen yuvarlak masa toplantılarında semine-re katılan firma yetkilileri ile birebir görüştüler. ❖

Perakendede ölçeklerin büyüdüğü, verimliliğin arttığı yepyeni bir dönem başlıyor.

Satın almadan üretime, planlama ve bütçelemeden 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

ANADOLU'DA SEMİNERLERE BÜYÜK İLGİ VARDI

PANELE KONUŞMACI OLARAK KATILAN H&M, MARKS&SPENCER, LI&FUNG VE LC WAIKIKI YETKİLİLERİ, YAPTIKLARI DEĞERLENDİRMELERDE K.MARAŞ'IN G.ANTEP'E ORANLA SEMİNERE DAHA İLGİLİ OLDUĞUNU BELİRTTİLER. YUVARLAK MASA TOPLANTILARINDA G.ANTEP'TE DAHA ÇOK PRATİK HAYATA, K.MARAŞ'TA İSE DAHA UZUN BİR DÖNEME İLİŞKİN SORULAR ALAN YETKİLİLER, SEMİNERİN HEM KENDİLERİ VE HEM DE FİRMALAR AÇISINDAN OLUMLU GEÇTİĞİ KONUSUNDA HEMFİKİRDİ.



Firmalara avantaj sağladı

**Sibel Okan,
H&M Sosyal Sorumluluk Bölge Müdürü**

Genel anlamda bu tarz seminerlerin firmalara yol göstermek açısından faydalı olacağını inanıyorum. Markaların seminerde ele alınan konularını

bizzat kendilerinin ifade etmelerinin, onların bu anlamda yaptıkları çalışmaları hızlandıracağına düşünüyorum. Bunun gibi projeler bilinçli firmaların sayısını ve rekabet gücünü artıracaktır. Markalarla bire bir görüşme fırsatı yakalandığı için, seminerin firmalara avantaj sağladığını düşünüyorum. Ben genel olarak sosyal sorumluluk, işçi ve işveren arasındaki diyalogların nasıl güçlendirilebileceği ve kayıtlı istihdama yönelik sorular aldım. Kahramanmaraş'ta yuvarlak masa toplantılarına katılım oranı daha fazlaydı. Bence, buralardaki potansiyelin doğru kullanılabilmesi adına, bu çalışmaların desteklenmesi ve sürekliliğin sağlanması gerekiyor.



Her iki şehir de markalaşmaya uygun

Ebru Gökbulut, Marks&Spencer Sosyal Uyumluk Direktörü

Bu seminerde her iki ilde farklı profillerle karşılaştık. Hem birebir görüşmelerde hem de genel sorularda gördük ki aslında bizim buralara gelmemiz, buralarda üretim yapmamız gerekiyor.

Bu anlamda burada ciddi bir eksiklik var. Diğer taraftan da bölgedeki sektörün daha bir kenetlenmesi lazım. Sonuçta iki il de ciddi anlamda bir kültür birikimi ve alt yapısı olan, markalaşmaya müsait şehirler. Örneğin G.Antep ya da K.Maraş diye bir marka olabilir. Bu nedenle bu iki şehrin de seslerinin daha net çıkması gerekiyor. Yuvarlak masa toplantılarına gelenler de bunları konuştu, eko fabrikalardan bahsettik. Mesela buralarda birkaç tane eko fabrikanın olması, bu bölgelere karşı ciddi anlamda bir cazibe yaratabilir. Ayrıca firmalar, devletin verdiği çeşitli destekten de yararlanabilirler.



Potansiyelden faydalanmak gerekiyor

**Muazzez Siahpoush Kolyaei,
Li&Fung Sosyal Uyumluk Departman Müdürü**

Henüz yararlılığını tam olarak konuşmak doğru değil ama ben bu seminerin güzel bir başlangıç olduğunu düşünüyorum. Enerji verimliliği ve doğal kaynakların tasarrufu konuları birebir görüşmelerde tekrar ele aldığımız konular oldu. İki il için bir karşılaştırma yaparsak, Kahramanmaraş'ta daha yoğun bir ilgiden bahsedebiliriz.

G.Antep'te ise daha çok firmaların bizimle nasıl çalışma yapabilecekleri üzerine sorular aldım. Ben burada yaşadıklarımı, edindiğim bilgileri ilgili arkadaşlarımla paylaşacağım. Genel anlamda bu çalışmalarını çok olumlu görüyorum. Bu seminerle bizim de bu bölgelerdeki firmaların da iletişim halinde olması sağlandı. Ben bu açıdan çok umutluyum. Bence bölgede gerçekten de bir potansiyel var ve bundan faydalanılması gerekiyor.



Seminerin devam etmesini diliyorum

**Fatma Ak,
LC Waikiki Yurtiçi Tedarik Müdürü**

Semineri heyecan verici buldum ve katılımcılara vizyon bağlamında bir katkı sağladığını düşünüyorum. Kahramanmaraşlı katılımcıların daha meraklı ve ilgili olduklarını gözlemledim. Onlar bu ilin kayıt dışı istihdam problemi olmadığını ifade ettiler. Bu çok güzel bir şey.

Gaziantep'te bazı katılımcıların kayıtdışı sorununa ekonomik şartlar, ayakta kalma kaygısı gibi nedenlerle anlaşılır bir durum gibi yaklaştıklarını gözlemledim. Fakat bu gözlemimi genele yaymam çok doğru olmaz. Gaziantep'te katılımcılar genelde bizimle nasıl iş yapabileceklerine yoğunlaştılar. Sorular çoğunlukla fiyatlar, çalışma ve ödeme şeklimiz gibi son derece pratik hayata yönelikti, direkt olarak pazarlama odaklıydı. Kahramanmaraş'ta da keza benzer ama biraz daha uzun döneme ilişkin sorular soruldu.

*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

BAŞARININ ANAHTARI SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

İTKİB, ILO, UNDP VE UNIDO İŞBİRLİĞİYLE “TÜRKİYE’NİN TEKSTİL SEKTÖRÜNDE KOBİLER İÇİN SÜRDÜRÜLEBİLİR AĞLAR VE İLİŞKİLER ZİNCİRİ OLUŞTURULMASI ORTAK PROGRAMI” KAPSAMINDA, “SOSYAL SORUMLU İŞYERİ UYGULAMALARI VASITASIYLA DAHA İYİ VERİMLİLİĞİN VE REKABETİN SAĞLANMASI” KONULU EĞİTİCİLER EĞİTİMİ PROGRAMI, 17-21 EKİM TARİHLERİNDE ANKARA’DA GERÇEKLEŞTİ. **PROGRAM KAPSAMINDA TEDARİK ZİNCİRİ, CİNSİYET EŞİTLİĞİ GİBİ KONULAR ELE ALINIRKEN, BAŞARIYA GİDEN YOLUN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİKTEN GEÇTİĞİ BELİRTİLDİ.**



Birleşmiş Milletler çatısı altında düzenlenen organizasyonlardan biri de İTKİB, ILO, UNDP ve UNIDO işbirliği ile 2010 yılından bu yana Malatya, Adıyaman, Kahramanmaraş ve Gaziantep illerinde yürütülmekte olan “Türkiye’nin Tekstil Sektöründe Kobiler için Sürdürülebilir Ağlar

ve İlişkiler Zinciri Oluşturulması Ortak Programı” kapsamında “Sosyal Sorumlu İşyeri Uygulamaları Vasıtasıyla Daha İyi Verimliliğin ve Rekabetin Sağlanması” konulu eğitimci eğitimi programı oldu. 17-21 Ekim tarihleri arasında Ankara’da Niza Park Otel’de gerçekleşen etkinlikte tekstil ve hazır giyim sek-

töründe çalışma standartlarının ve insana yakışır iş ortamının işçilere-işverenlere sunduğu olanaklar ve toplumsal cinsiyet eşitliği üzerinde farkındalık yaratıcı eğitimleri hedef alan eğitimcilerin eğitimi programında beş gün boyunca sektöre ışık tutacak konular ele alındı. Öncelikle kursun amaçları, yöntemi ve programı hakkında

Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) Türkiye Ofisi Proje Uzmanı Özge Berber Ağtaş, ILO Uluslararası Eğitim Merkezi (ILO-ITC)’den Rodrigo Filgueira ve Maria Vasquez’in yaptıkları konuşma ile başladı. Daha sonra eğitimci Yeliz Çuvalcı, sürdürülebilir rekabet ve kurumsal sosyal sorumluluk hakkında bir oturum gerçekleştirdi.

Programı yoğun bir ilgiyle takip eden katılımcılar, merak ettikleri sorulara cevap aradılar.



Sürdürülebilirlik geniş ölçüde ele alındı

Bu oturumda sürdürülebilir büyüme uygulamaları, rekabetçilik ve tedarik zinciri yönetimi uygulamaları kapsamında bir sunum yapılarak; strateji ve toplum, rekabet ve ilişkili kavramlar; sürdürülebilir büyüme, dünya genelindeki uygulamalar, sürdürülebilirlik politikaları ve gelecek hedefleri, Türkiye'de makroekonomik stratejiler ve sürdürülebilirlik konuları ele alındı. Oturumda kurumsal sosyal sorumluluk, sürdürülebilirlik ya da sürdürülebilir iş uygulamaları olarak da adlandırılan kurumsal sosyal sorumluluğun ilişkilendirildiği konular anlatıldı. Rekabet ve iş ortamı konusunda firma büyüklüklerinin sadece mali göstergelerle açıklandığı dönemlerin geride kaldığı ve gelişen büyük firmaların, günümüzde sadece karlılık üzerinde yoğunlaşmadıkları belirtildi. Firmaların artık faaliyetlerinin insan ve çevre üzerindeki etkilerini de anlamalarının gerekliliğini benimsedikleri dile getirildi. Bu konu çerçevesinde önemli bir yere sahip olan kurumsal sosyal sorumluluğun, kurumların kendi kendilerini kontrol edebildiği bir çalışma modeli içerisinde çalışmalarını ifade ettiğinin ve bu anlayışa göre işletmelerin kendi çalışmalarının çevre, tüketiciler,

çalışanlar, toplum, paydaşlar ve diğer tüm toplumsal aktörler üzerindeki etkilerini göz önünde bulundurmaları gerektiğinin altı çizildi. Bu kapsamda kurumsal sosyal sorumluluğun, bir şirketin ekonomik başarıyı hedeflerken aynı zamanda çevre, toplum ve çalışanları üzerindeki etkilerinden sorumlu olmak; riskleri uzaklaştırıp yeni iş imkanları yaratmak amacıyla şirket faaliyetlerinin ekonomik, çevresel ve sosyal etkilerini dengeli bir şekilde yönetmek; çalışanlar, tedarikçiler, devletler, sivil toplum örgütleri, yatırımcılar ve benzerleri de dahil olmak üzere tüm paydaşların meşru taleplerine karşılık vermek ile ilgili olduğu anlatıldı. Bu bağlamda sürdürülebilirliğin sadece iş ve ekonomi alanını kapsamadığı, bunun çevreye karşı oluşturulan bir duyarlılık olduğu, atık yönetimi ve sınırlı doğal kaynakların yarınlara nasıl bırakılması gerektiği gibi konularla da ilişkili olduğu masaya yatırıldı. Oturumda sürdürülebilir tedarik zinciri yaklaşımlarının, yakın gelecekte büyük şirketler için başarının temel itici gücünü oluşturacağına değinildi. Ayrıca ana iş stratejisi içerisinde kurumsal sosyal sorumluluk eylem planlarını eklemeyen şirketlerin ürün veya hizmetlerini, müşterilerin zihninde farklılaştırmanın yanın-

da, kurumsal bir vatandaş olarak uzun dönemli karlılığa ilk adımlarını atmış olmalarının da altı çizildi.

Uzun vadeli iş ortaklığı daha önemli

Program kapsamında gerçekleşen diğer bir oturum da yönetim danışmanlığı yapan Mehmet Gökdemir'in konuşmacı olarak yer aldığı tedarik zinciri yönetimi oldu. Bu oturumda tedarik zinciri yönetiminin amaçları çevirim zamanını azaltmak, tedarik sürecini hızlandırmak, ürün hatalarının, stok ve faaliyetle ilgili maliyetlerin azaltılması olarak sıralandı. Tedarik zinciri yönetiminde dikkat edilmesi gereken noktaları, bir işletmenin birden fazla alternatifli tedarikçiyle çalışması, bir tedarikçinin üretim kapasitesini maksimum yüzde 15-20'sini tek bir işletmeye ayırması; tedarikçilerle uzun vadeli iş ortaklığı prensibi ile çalışmak; tedarikçiler belirli periyotlardan denetlenmesi gerektiği ve sürekli gelişmeleri teşvik etmek, performanslarını ölçmek ve geridönüşüm sağlamak; numune ve üretimde mutlaka bir korelasyon olması ve üretimde sıkıntı olmayacağını garantisini almak; tedarikçilerle mutlaka kalite sistemi konusunda detaylı ve uygulanabilir bir sözleşme yapmak olarak belirtildi. Tedarikçilerle kurulacak sağlıklı bir iletişim için planlama ve müşteri temsilciliği görevlerinde yetkin kişilerin yetiştirilmesi; tedarik yönetiminde spekülasyon stok kazanımından daha çok sipariş akışına göre optimum stok tutarak faaliyet kazancına konsantre olmanın uzun vadede daha sağlıklı olacağı da

belirtili. En ucuz fiyatı veren tedarikçilerle değil, uzun vadede stratejik iş ortaklığı kurulabilecek, gelişime açık tedarikçilerle çalışılması gerektiğinin de altı çizildi.

Farklı kurumlar katılım sağladı

Programda, ILO Türkiye Ofisi, ILO Uluslararası Eğitim Merkezi tarafından İTKİB işbirliği ile düzenlenen eğitimlerde, tedarik zinciri yönetimi, iş sağlığı ve güvenliği, iş yasasından doğan çalışanların hakları, toplumsal cinsiyet eşitliği ve işyerinde işbirliği konularının yanı sıra eğitim tekniklerine ilişkin oturumlar da düzenlendi. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı İş Teftiş Kurulu, Malatya Ticaret Odası, Gaziantep Ticaret Odası, Kahramanmaraş Sanayi ve Ticaret Odası, DISK, Kadının İnsan Hakları Eğitim Programı (KİHEP) eğitmenleri, Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurulu (SÇHEK), Mesleki Eğitim ve Küçük Sanayi Destekleme Vakfı, İpekyol Kalkınma Ajansı, Öz İplik İş, TEKSİF, Deri-İş olmak üzere İstanbul, Adana, Gaziantep, Kahramanmaraş, Malatya ve Ankara'dan yetkili ve uzmanların katıldığı eğitmenleri, 47 kişi takip etti ve oldukça yararlı bilgiler edindi. ❖



ILO Uluslararası Eğitim Merkezi yetkilileri Maria Vasquez ve Rodrigo Filgueira

AB YOL AYRIMINA GELDİ



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

Avrupa İkinci Dünya Savaşı'ndan beri en derin kriziyle karşı karşıya. Almanya ile Fransa, avronun çökmesi halinde Topluluğun dağılmasından, Avrupa'nın sonu belli olmayan bir kaosa sürüklenmesinden endişe ediyor. Bunun için de kararları, diğerlerine danışmadan Merkel alıyor.

Papandreou, bir yandan Yunanistan'daki isyana varan ayaklanmalarla uğraşırken, diğer yandan Avrupa Birliği'nin baskılarına dayanamamış ve 130 milyar avroluk yardım paketinin ağır şartlarını kabul etmek zorunda kalmıştı. Sonra da, bu koşulların mesuliyetini tek başına taşımak istemediği için halkoylamasına gideceğini açıklamıştı. Başına gelenleri hep beraber gördük. Bir yandan Merkel, öte yandan Sarkozy, 'eğer halkoylamasına gidersen, AB'nin de dışında kalırsın' diye tehditlere başlayıp, adamı bir dövmedikleri kaldı. Papandreou mecburen geri adım attı; ardından da Başbakanlık'tan istifa etti. Bu istifayla Yunanistan'da, işler düzellecek mi? Hiç sanmıyorum... Sorun o kadar büyük ki, yeni başbakan Papademos'un elinde sihirli değnek olmadığına göre AB, (yani Merkel ile Sarkozy) ne derse onu yapacak. Yunanistan'ın Gayri Safi Hasılası (GSH) 310 milyar dolar. Toplam borcu ise 360 milyar avro düzeyinde. Kredi değerlendirme kuruluşlarına göre borç düzeyi, GSH'nin yüzde 161'i seviyesinde. Bu sütunlarda daha önce dile getirmiştim, Yunanistan, 1981 yılında o günkü adıyla Avrupa Topluluğu'na (EC), Fransa tarafından(!) üye yapıldığında, fakir bir ülkediydi, gelişmemişti. Kendi başına ayakta duracak hali yoktu. Avrupa Topluluğu, 1981 yılından itibaren Yunanistan'a her yıl, 2,5-3 milyar ecu (sonraları avro) "ödemeler dengesi yardımı" adı altında mali destek vermeye başladı. Bunu, 1994-99, 2000-06 ve 2007-13 dönemlerini içeren sürelerde yapısal ve bölgesel fonlar adı altında sağlanan yaklaşık 70 milyar avro düzeyindeki destekler izledi. Yani kaba bir hesaplama, 1981 yılından bu yana, Yunanistan'ın Topluluk'tan, proje fonlarını da katarsak, çeşitli

başlıklar altında aldığı mali yardımların toplamı 200 ila 250 milyar avro seviyelerinde. Şimdi Sarkozy çıkmış, "Yunanistan'ın avroya alınması hataydı" diyor. Buna nasıl hata denir? Yunanistan'ın ne kadar kırılgan bir ekonomiye sahip olduğunu cümle âlem biliyor.

Yeni gündem İtalya

Bütün dünya Yunanistan'daki gelişmelere odaklanmışken, İtalya'daki borç krizi, piyasalara bomba gibi düştü. Borçlanma faizlerinin yüzde 7'nin üzerine çıkmasıyla, Parlamento'da güvenoyu alamayan Berlusconi de istifa etmek zorunda kaldı. Başbakanlık görevine, geçici kaydıyla eski AB Komisyonu üyesi Mario Monti getirildi. Topluluğun dördüncü en büyük ekonomisine sahip olan İtalya, aynı zamanda AB'nin de kurucu üyesi konumunda. İtalya'nın toplam borçlarının, GSH'ya oranı yüzde 118. Ülkenin GSH'si 2010 yılında 1,6 trilyon avro, borçları ise 1,9 trilyon avro düzeyine ulaştı. Toplulukta sanki işler kontrolden çıkıyor gibi bir görüntü var. Parasal birliğin kurulması ve avronun kullanıma başlanması, AB içindeki bazı küçük ülkelere 'o tarihte' çok cazip gelmişti. Bunlar, her yıl Topluluk bütçesinden aldıkları yardımlarla, fonlarla, ekonomilerini ayakta tuttuklarını düşünmeden, büyük bir hevesle girivermişlerdi avro bölgesine. Uluslararası piyasalarda her şey güllük güllüstenlik giderken hiç kimenin şikayeti yoktu. Ne zaman mali piyasalar çöktü, problemler yaşanmaya başlandı, bu kağıttan kaplanların yaldızları da dökülmeye başladı.

İki başlı Avrupa

AB içinde iki blok var. Avro bölgesini oluşturan 17'ler ve diğerle-

ri; yani 10'lar. İngiltere, İsveç ve Danimarka bu 10'lar grubunda, hem ulusal paralarından vazgeçmediklerinden, hem de parasal konularda daha rahat hareket edebilmek için avro bölgesinin dışında kalmayı tercih ediyorlar.

Avro bölgesi de, fiilen olmasa bile ikiye ayrılmış durumda. Bir tarafta, Almanya, Fransa, Hollanda, Avusturya, Finlandiya gibi güçlü ekonomiler, diğer yanda, İrlanda, Portekiz, Yunanistan, İspanya ve İtalya gibi sorunlu ülkeler. İlk kategorideki ülkeler, sistemin bu haliyle devam edemeyeceği görüşünde. AB, yol ayrımına gelmiş bir görüntü veriyor. Almanya ile Fransa, avronun çökmesi halinde Topluluğun dağılmasından, Avrupa'nın sonu belli olmayan bir kaosa sürüklenmesinden endişeli. Bunun için de kararları, diğerlerine danışmadan Merkel alıyor. Sarkozy, Merkel'in tek para birimi avroyu korumaya yönelik bu önerilerinin tümüne katılmasa da, başka seçeneği olmadığından destekliyor. İki lidere göre ne pahasına olursa olsun avro korunmalı. Ama diğer üyeler de ellerini taşın altına koymalılar!

Türkiye avantajlı

Açıkça adı konmasa bile, Avrupa Birliği iki vitesli bir yapıya doğru yol almakta. Avro bölgesinde yaşanan çalkantılı durumun uzun sürmesinin, ülkemize olumsuz yansımaları görülebilir. Toplam dış ticaretimizin yaklaşık yüzde 50'sini oluşturan AB'deki büyümenin gerilemesi, aramızdaki dış ticarete azaltıcı etkiler yaratabilir. Ancak, AB ile aramızdaki Gümrük Birliği ve yürütmekte olduğumuz tam üyelik müzakereleri böyle olumsuz bir senaryo karşısında bile Türkiye'yi diğer üçüncü ülkelere kıyasla daha avantajlı kılıyor. ❖



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

İMA'DA

İstanbul Moda Akademisi'nde 2011 - 2012 Eğitim Dönemi Tüm Hızıyla Başladı...

Dünyanın en saygın moda okulları ile işbirliği içerisinde geleceğin moda profesyonellerini yetiştiren İstanbul Moda Akademisi yeni eğitim dönemine başladı. Türkiye'de modaya yeni bir soluk getiren İMA, derslerini moda endüstrisinin içeriğine göre kurguluyor. Uygulamalara önem veriyor ve eğitim kadrosu için uzman isimler seçiyor. C&A, Lacroix, Art of Vanity, Chanel için tasarımlar yapan Raf Stesmans da moda tasarımı dersi için İMA'nın eğitim kadrosuna katılan yeni isimlerden. 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 eğitim programları arasında yer alan Moda Tasarımı ve Teknolojisi Lisans Programı 2. Sınıf öğrencileri London College of Fashion eğitimcilerinden Tina Fox ile buluştu. LCF eğitimci yeni dönem Tasarım ve Uygulama Projesi kapsamında deneyimlerini öğrencilerle paylaştı.

NELELER

Moda Portfolyosu Hazırlık Programı Başladı...

Yurt içi veya yurt dışında bulunan üniversitelerin Güzel Sanatlar bölümlerine girmek isteyen; moda, sanat ve tasarım alanında bir gelecek hedefleyen yeni dönem Portfolyo Hazırlık Programı öğrencileri büyük bir keyifle eğitime başladılar. İlk projelerini ve görsel çalışmalarını büyük bir heyecanla gerçekleştiren öğrenciler, sketchbook hazırlama, grafik, transformasyon, fotoğraf gibi temel tasarım prensiplerinin yanı sıra renk kullanımından malzeme seçimine, renk, tema ve kumaş panoları hazırlama metodlarından, photoshop uygulamaları ve çizim tekniklerine kadar tüm portfolyo süreçlerini deneyimleyerek moda tasarımı üzerine alacakları eğitime sağlam bir alt yapı kazandıran Portfolyo eğitimi ile kendi görsel kimliklerini nasıl hazırlayacaklarını öğreniyorlar. Öğrenciler bir yandan kendilerine çizdikleri yolda İMA eğitimcilerinin tuttukları ışık ile altyapılarını güçlendirirken diğer yandan da oldukça eğlenceli vakit geçiriyor.

OLUYOR?

**Louis Vuitton'un
'Country Visual Merchandising Manager'ı
İMA Öğrencileri İle Buluştu...**

İMA'nın yeni eğitim programı 'Görsel Mağazacılık ve Vitrin Tasarımı Programı' dopdolu başladı. Ekim ayında başlayan eğitim programının ilk konuğu ise Louis Vuitton Country Visual Merchandising Manager'ı Özge Bozoklu oldu. Perakende ve görsel mağazacılık ilişkisine ve bir markaya sağladığı faydalara değinen Bozoklu görsel mağazacılıkta başarı yakalamanın ip uçlarını verdi.

**Tülin Kermen ile
Stil Danışmanlığı
Workshop'ları
2011 - 2012
Döneminde de
Devam Ediyor**

Stil ve imaj nedir,
aralarındaki fark nedir
gibi soruların cevaplarının alındığı,
birbirinden değişik konuların işlendiği
workshop, katılımcılara
oldukça keyifli
vakit geçiriyor.

İMA

Trend Seminerleri Başladı

Bu yıl yeniden CNR Expo'da düzenlenen Texbridge Fuarı'nda İMA, moda ve tekstil dünyasında sahiplendiği misyonla, endüstriye katkıda bulunmak amacıyla trend seminerleri düzenledi. Londra'dan gelen konuşmacıların katıldığı seminerlerin ilkinin, The Trend Boutique adlı trend tahmin şirketinden Sally Denton gerçekleştirdi.

Oldukça yoğun bir ilgi gören seminerde 2012 - 2013 Sonbahar/Kış ve 2013 İlkbahar/Yaz sezonlarına dair yeni trend tüyoları verildi, her sezonda yeni trendlerin oluşum aşamaları, ilham kaynakları ve uygulama alanları masaya yatırıldı. Seminerlerin ikinci oturumunda ise dünyanın en prestijli moda okullarından London College of Fashion'ın eğitimcilerinden Eleanor Warrington trend tahmin prensipleri ve bu alanda önde gelen trend tahmin firmaları hakkında bilgiler paylaştı.

İTKİB İTA'DAN KESİMHANELERDE TASARRUFUN KİLİT NOKTALARI

İTKİB İTA 22 EYLÜL'DE TEKSTİLPARK'TA DÜZENLEDİĞİ BİLGİLENDİRME SEMİNERİ İLE KESİMHANELERDE VERİMLİLİK ARTIRAN VE MALZEMEDE TASARRUF SAĞLAYAN YÖNTEMLERİ KATILIMCILARLA PAYLAŞTI. MARMARA ÜNİVERSİTESİ TEKNİK EĞİTİM FAKÜLTESİ ÖĞRETİM ÜYESİ DOÇ. DR. VEDAT DAL'IN BAŞKANLIĞINDA GEÇEN BİLGİLENDİRME SEMİNERİNE MODA HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNDEN YOĞUN İLGİ VARDI.



Hazır giyim ve moda sektöründe rekabet gücünü artıracak yöntemler konusunda bilgiler sağlayan İTKİB İTA, sektörü dünyadaki yeni teknoloji ve inovasyon içeren çalışmalardan haberdar ederek bu teknolojileri ve prosesleri kullanmaları konusunda firmaları cesaretlendirmeye devam ediyor. Yeni dönemde uygulamalı eğitimlerle birlikte teknik eğitimlere de ağırlık veren İTKİB İTA, son olarak Marmara Üniversitesi ve Lectra Türkiye desteği ile düzenlediği eğitim semineri ile kesimhanelerde verimlilik artıran ve malzemede tasarruf imkanları sağlayan yöntemler konusunda sektörü bilgilendirdi. Marmara Üniversitesi Teknoloji Fakültesi Tekstil Mühendisliği Bölümü Öğretim Üyesi Doç. Dr. Vedat Dal'ın konuşmacı olarak yer aldığı seminere sektörün önde gelen firmalarından çok sayıda temsilci katıldı.

Markalar düşük maliyetli kesimle bir adım önde

Yaptığı konuşmada sektörün değişen yapısı ve hızlı moda trendinin getirdiği etkilere dikkat çeken Doç. Dr. Vedat Dal, firmaların markalaşmayı temel strateji olarak ya satış ve pazarlamada ya da üretimde gerçekleştirdiğini belirtti. Dal, "Üretimde markalaşmayı seçen firmalar için en büyük maliyet kumaş. Kumaş kulla-

nımında elde edilecek tasarruf ise doğrudan toplam ürün maliyetini ve karlılığını etkileyecektir" dedi. Sipariş dağılımında az sayıda ama farklı model kombinasyonunun ağırlık kazandığını belirten Dal, "Günümüzde mümkün olduğu kadar çok pastel ve serim planının değerlendirilmesi hem fiyat vermede, hem de üretim aşamasında kilit rol oynuyor. Bu nedenle sektör olarak bu konunun üzerinde daha fazla durulması gerekiyor" diye konuştu. Üretimde markalaşmayı seçen firmalarda öne çıkan iki faktörün "Büyüme" ve "Karlılık" olduğunu belirten Dal, her iki hedef için de esnek ve düşük maliyetli kesimin önemli olduğunu vurguladı.

Üretim senaryoları İTKİB İTA'da yazıldı

Birbirinden farklı sistemlerin tanıtıldığı eğitimde kesimhanede, kaliteden ödün vermeden sıfır pay ile otomatik kumaş kesim imkanı sağlayan, fırça temizleme gerektirmeyen "Lectra Vector" otomatik kesim sistemleri hakkında da katılımcılara bilgi verildi. Değişen sipariş yapılanması ile kritik görev üstlenen "Lectra Optiplan" yazılımının da kullanıldığı eğitimde, çeşitli planla-



ma ve üretim senaryoları da denenerek, her senaryonun maliyetler ve üretim süresi üzerindeki etkilerine dikkat çekildi. Eğitimde, otomatik asorti planlama sayesinde en başta doğru fiyat verme, en az kumaş gerektirecek alternatif belirlenme ve üretim sonunda atık kumaş maliyetinden kurtulmanın mümkün hale geldiği ve hazır giyim üreticilerine en büyük maliyet kalemini oluşturan kumaştan yüzde 5'e varan oranlarda tasarruf imkanı sağlandığı açıklandı. Müşteri hizmetlerinde arıza sonrası yerinde destek kavramının tarihe karışmak üzere olduğunu aktaran Lectra temsilcileri ise konuya ilişkin firmanın son teknolojik ürünleriyle ilgili katılımcıları bilgilendirdi. Temsilciler, yeni Vector kesim sistemlerinde Lectra'nın ürüne entegre ettiği zeka ile gerçek zamanlı uzaktan takip ve yazılım güncellemeleriyle birlikte oluşabilecek arızaların önceden teşhis edildiği, bu nedenle de sistem işlerlik süresinin yüzde 98'e çıkartıldığı, ni kaydetti. •••



İTA

İTKİB İTA Eğitim
Araştırma ve Danışmanlık
Limited Şirketi

FARIDONYASI.COM

“HAZIR GİYİM SANAYİNDE UYGULAMALI YALIN ÜRETİM TEKNİKLERİ”



“Az Adetli Çok Modelli Siparişler için Öneriler”

Eğitimin Tarihi : 11.01.2012
Eğitim Saati : 10.00-17.00
Eğitim Ücreti : 80 TL (KDV Dahil)

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

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



ASTAS JUKI



GEÇMİŞİN İZLERİ YENİ SEZONA YANSIYOR

AMSTERDAM MERKEZLİ STIJLINSTUUT, 2013 İLKBAHAR/YAZ İLE 2013/2014 SONBAHAR/ KIŞ SEZONUNA İLİŞKİN KUMAŞ TRENDLERİNİ, 25 EKİM'DE DÜZENLENEN BİR SEMİNERLE TANITTI. DÖRT BAŞLIK ALTINDA TOPLANAN TRENDLERDE ANA TEMA GEÇMİŞİN İZLERİNİN GÜNÜMÜZE YANSIMASI OLDU. TANITIMIN YANI SIRA DÜZENLENEN WORKSHOPLA KATILIMCILAR, SEMİNERDE ANLATILAN KUMAŞLARI YAKINDAN TANIMA FIRSATI YAKALADILAR.

Shape up

Dinamik enerjik, couture ve spor bir anlayışa sahip olan shape up, lazer kesimlerin, kabartma efektlerinin ve farklı dikiş şekillerinin hakim olduğu bir tema olarak karşımıza çıkıyor. Kadın koleksiyonlarında parlak sarı, turkuaz, mavi, metalik ve gümüş renkler hüküm sürüyor. Viskon, jarse ve polyester gibi farklı kumaşların kullanıldığı temada vücudu saran kıyafetler, kısa ceketler, hayvan derisi motifleriyle süslenmiş ve kuş motiflerinden esinlenerek hazırlanmış tasarımlar göze çarpıyor. Erkeklerde, cesur renklerin minimalist ama keskin, değişimi ön plana çıkaran çim yeşili, kobalt mavisi, pembe ve monokromların yoğun olduğu görülüyor. 80'lerin, 60'ların esintilerini taşıyan bu temada kare desenler, yoğun dokumalar, çift örgüler ve yoğun renk paletleri dikkati çekiyor. Ayrıca lazer kesim çantalar, plastik tabanlı ayakkabı tasarımları da temada bulunuyor. Casual wear'da ise aktif donuşlarla kentsel kıyafetlerin ele alındığı temada, parlak renkler ve grafik desenler bulunuyor. Bezybol grafikler ve eğlenceli baskıların hakim olduğu temada, spor görüntüler önemli yer tutuyor. ❖



Play with the past

Gençlik masumiyetini tatlı bir sevimliliğe dönüştüren ve retro fikirleri hedef alan temada, aksesuarlar oldukça önemli bir yer tutuyor. Şiirsel bir vizyon, elle boyanmış ve süslenmiş kıyafetlerde kendini gösteriyor. Kadınlarda örgü kazaklar, üç boyutlu çift dikişler, vintage elbise desenleri, kabartma özellikler, değişik baskılardaki tül kullanımı bu temada ön plana çıkıyor. Lazer kesimler ve çiçek desenlerinin kumaşlara uygulandığı temada, sarılar, maviler ve yeşiller karşımıza çıkıyor. Erkeklerde ise golf teması ve çiçekli desenler önemli bir yer tutuyor. Vişne, haki, beyaz ve lacivert gibi cesur tonların hakim olduğu temada, geleneksel ve eğlenceli bir anlayış hakim. Tropikal çiçek etkili eşarp desenlerinin süslediği tasarımlar nostaljik bir esinti hissettiriyor. Klasik takımlarda doğal ve sentetik iplikler bir arada kullanılıyor. Casual wear'da sevimli renklerin hakim olduğu temada, toz pembelerle açık yeşiller beliriyor ve rahat örgüler, minimal çizgili dokumlar görülüyor. ❖



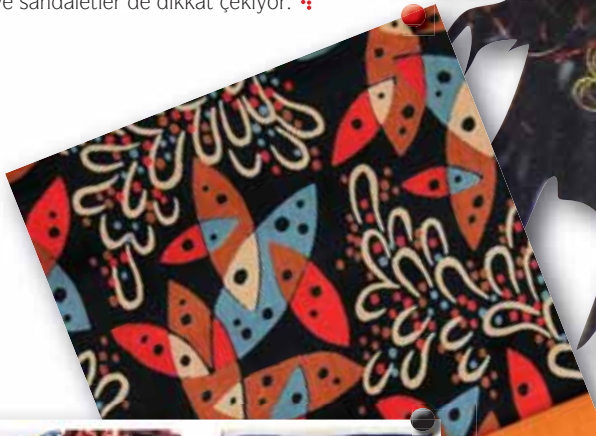
Relaxed elegance

Saf bir görüntünün hakim olduğu bu tema couture etkisi, monokrom renkler, drapelerle birlikte zamansız bir kaliteye sahip gardroplara hitap ediyor. Beyaz rengin hakim olduğu temada tarçın, gök mavisi ve kahverengi tonları kendini hissettiriyor. Kadınlarda ajur örgülerin, viskon, fiskeli, polyester ve ipek kumaşların bir arada kullanılıyor. Ceketler ile yüksek belli ve ayak bileğinde biten pantolonların yer aldığı temada, etnik motifler içeren eşarp desenleri de dikkat çekiyor. Erkeklerde sofistike, lüks ama doğal bir çizgiyle karşımıza çıkan temada, doğal ve kaliteli kumaşlar, işleme görüntüleri, baskılı desenler ve çizgi etkileri görülüyor. Yumuşak keten ve koton karışımı sofistike ceketler ve bol paça pantolonlarda buluyor. Askeri kıyafetler ve rock'n roll'un da izlerini taşıyan temada bol gömlekler ve pijama pantolonlar öne çıkıyor. Casual wear'da relaxed vibe ismiyle yer alan temada vintage esintiler hissediliyor. Toz pembeler, açık yeşillerin renk kar ve telasında öne çıktığı temada ekoseli kumaşlar, tül ve dantel işlemler, folklorik baskılar rahat tişörtler dikkat çekiyor.



Travelling south

Etnik ve folklorik etkilerin, kültürel mirasın çıkış noktası olduğu bu temada, kotton, keten, süet, hint kamışı ve deri materyaller kullanılıyor. Geleneksel ve modernin birleştiği temaya kadınlarda tropik ve egzotik renkler, sıcak tonlar, kırmızı, mavi, pembe ve yeşil tonlar hakim oluyor. El işlemlerinin, baskılı patchworklerin ve geometrik desenlerin kullanıldığı kıyafetler adeta 70'leri anımsatıyor. Erkeklerde tropikal fauna ve farklı toprak renklerinin hakim olduğu başlıkta etkin tema, seyahat olarak karşımıza çıkıyor. Daha sıcak gölgelerin, viskonların, elyafların, polyes-ter ve Amerikan bezlerinin daha fazla kullanıldığı dikkat çekiyor. Arabalardan ilham alınan bu temada elle boyanmış desen etkisi, krokodil ve yılan kabartmalı desenler de retro couture tarzında karşımıza çıkıyor. Casual wear'da etnik Afrika'nın kentsel sokak görüntüsünün günümüz yansımalarını gözler önüne seren temada geleneksel batik desenler ve parlak gölgeler hakimiyet sürüyor. Ayrıca temada öne çıkan jeanlerde, kamuflaj desenleri önemli bir tutarken, büyük çantalar ve sandaletler de dikkat çekiyor. ❖



TÜRKİYE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI

	2010 EKİM 1000 \$	2011 EKİM 1000 \$	DEĞİŞİM %	2010 OCAK - EKİM 1000 \$	TOPLAM KONFEKSİYONDA PAY %	2011 OCAK - EKİM 1000 \$	TOPLAM KONFEKSİYONDA PAY %	2011 / 2010 DEĞİŞİM %	
ALMANYA	331,064	278,886	-15.8	2,975,922	24.8	3,445,025	25.1	15.8	
İNGİLTERE	198,404	184,334	-7.1	1,682,193	14.0	1,726,441	12.6	2.6	
İSPANYA	111,377	122,046	9.6	937,387	7.8	1,200,579	8.8	28.1	
FRANSA	110,670	89,841	-18.8	963,506	8.0	1,103,528	8.0	14.5	
HOLLANDA	55,085	55,725	1.2	580,602	4.8	734,392	5.4	26.5	
İTALYA	48,413	50,969	5.3	585,858	4.9	713,465	5.2	21.8	
DANİMARKA	40,401	34,885	-13.7	345,642	2.9	394,143	2.9	14.0	
ABD	38,767	40,861	5.4	356,797	3.0	378,608	2.8	6.1	
BELÇİKA	31,031	28,986	-6.6	327,869	2.7	354,783	2.6	8.2	
RUSYA FEDERASYONU	26,947	30,590	13.5	241,239	2.0	275,391	2.0	14.2	
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI		992,158	917,123	-7.6	8,997,015	75.1	10,326,355	75.3	14.8
İSVEÇ	23,259	21,811	-6.2	231,264	1.9	253,733	1.9	9.7	
IRAK	25,187	40,515	60.9	167,007	1.4	216,179	1.6	29.4	
SUUDİ ARABİSTAN	10,116	18,012	78.1	81,032	0.7	153,403	1.1	89.3	
ROMANYA	20,645	15,001	-27.3	156,600	1.3	139,690	1.0	-10.8	
POLONYA	8,324	16,919	103.3	97,044	0.8	139,614	1.0	43.9	
İSRAİL	12,919	14,648	13.4	114,842	1.0	133,588	1.0	16.3	
AVUSTURYA	10,714	11,284	5.3	119,832	1.0	129,142	0.9	7.8	
İSVİÇRE	10,835	9,921	-8.4	109,019	0.9	120,039	0.9	10.1	
ÇEK CUMHURİYETİ	10,839	9,870	-8.9	95,808	0.8	115,627	0.8	20.7	
YUNANİSTAN	12,638	10,268	-18.7	116,669	1.0	111,166	0.8	-4.7	
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	1,137,633	1,085,374	-4.6	10,286,131	85.9	11,838,538	86.3	15.1	
UKRAYNA	7,590	13,854	82.5	61,290	0.5	110,889	0.8	80.9	
AHL SERBEST BÖLGE	9,197	5,721	-37.8	83,570	0.7	87,710	0.6	5.0	
CEZAYİR	14,319	18,011	25.8	80,226	0.7	87,014	0.6	8.5	
KAZAKİSTAN	16,751	11,129	-33.6	100,876	0.8	86,473	0.6	-14.3	
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	6,880	9,284	34.9	63,835	0.5	81,102	0.6	27.1	
TUNUS	12,673	6,311	-50.2	72,539	0.6	74,816	0.5	3.1	
NORVEÇ	6,810	6,864	0.8	71,161	0.6	74,377	0.5	4.5	
BULGARİSTAN	7,780	5,805	-25.4	64,444	0.5	67,085	0.5	4.1	
İRAN	5,599	11,464	104.7	66,251	0.6	64,072	0.5	-3.3	
LİBYA	9,367	18,123	93.5	48,826	0.4	54,395	0.4	11.4	
İRLANDA	6,333	5,471	-13.6	61,811	0.5	54,250	0.4	-12.2	
KANADA	3,421	4,553	33.1	48,215	0.4	54,118	0.4	12.2	
MISIR	7,564	11,314	49.6	50,046	0.4	53,035	0.4	6.0	
MACARİSTAN	1,692	9,581	466.2	46,342	0.4	52,461	0.4	13.2	
ESTONYA	4,245	5,921	39.5	30,132	0.3	51,555	0.4	71.1	
LÜBNAN	7,513	10,334	37.5	50,336	0.4	49,019	0.4	-2.6	
SLOVAK CUMHURİYETİ	9,500	2,957	-68.9	45,902	0.4	44,746	0.3	-2.5	
KOSOVA	11,494	3,648	-68.3	79,713	0.7	44,175	0.3	-44.6	
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	2,154	4,058	88.4	24,712	0.2	43,544	0.3	76.2	
FİNLANDİYA	3,291	3,553	8.0	28,400	0.2	40,902	0.3	44.0	
TRAKYA SERBEST BÖLGE	4,223	1,343	-68.2	45,852	0.4	38,658	0.3	-15.7	
BOSNA-HERSEK	4,095	4,367	6.6	24,881	0.2	29,502	0.2	18.6	
HONG KONG	2,169	2,427	11.9	17,881	0.1	25,809	0.2	44.3	
KIRGIZİSTAN	2,271	1,617	-28.8	17,502	0.1	25,401	0.2	45.1	
KKTC	3,820	4,177	9.3	21,962	0.2	24,476	0.2	11.4	
ÜRDÜN	3,555	5,005	40.8	18,336	0.2	24,434	0.2	33.3	
AVRUPA SERBEST BÖLGE	3,774	1,947	-48.4	21,641	0.2	24,348	0.2	12.5	
AZERBAYCAN	1,921	3,526	83.5	30,786	0.3	22,808	0.2	-25.9	
HİRVATİSTAN	1,906	2,197	15.2	14,474	0.1	19,736	0.1	36.4	
GÜRCİSTAN	1,655	2,143	29.5	9,977	0.1	19,592	0.1	96.4	
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	1,321,196	1,282,076	-3.0	11,688,049	97.6	13,369,040	97.5	14.4	
Diğer Ülkeler ve S.Bölgeler	34,792	41,560	19.5	288,835	2.4	341,345	2.5	18.2	
AB (27) TOPLAMI	1,049,679	970,723	-7.5	9,533,583	79.6	10,923,634	79.7	14.6	
TOPLAM HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI	1,355,988	1,323,636	-2.4	11,976,884	100.0	13,710,385	100.0	14.5	

TÜRKİYE TEKSTİL İHRACATI

	2010 EYLÜL 1000 \$	2011 EYLÜL 1000 \$	DEĞİŞİM %	2010 OCAK - EKİM 1000 \$	TOPLAM TEKSTİLDE PAY %	2011 OCAK - EKİM 1000 \$	TOPLAM TEKSTİLDE PAY %	2011 / 2010 DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	79,237	91,862	15.9	688,231	13.0	851,950	12.8	23.8
İTALYA	63,285	57,293	-9.5	514,401	9.7	718,846	10.8	39.7
ALMANYA	41,620	41,255	-0.9	311,513	5.9	401,562	6.0	28.9
İNGİLTERE	26,370	27,119	2.8	187,848	3.5	252,477	3.8	34.4
POLONYA	25,637	28,626	11.7	193,762	3.7	249,265	3.7	28.6
ROMANYA	28,189	27,014	-4.2	224,050	4.2	247,033	3.7	10.3
İRAN	19,585	24,939	27.3	193,149	3.6	244,124	3.7	26.4
ABD	17,146	25,523	48.9	178,279	3.4	235,019	3.5	31.8
BULGARİSTAN	21,091	20,726	-1.7	184,076	3.5	202,446	3.0	10.0
İSPANYA	18,978	18,542	-2.3	139,326	2.6	193,025	2.9	38.5
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	341,137	362,898	6.4	2,814,635	53.1	3,595,747	53.9	27.8
MISIR	18,128	17,565	-3.1	176,412	3.3	179,295	2.7	1.6
FRANSA	13,940	14,501	4.0	124,504	2.3	156,767	2.3	25.9
TUNUS	15,418	12,981	-15.8	115,644	2.2	151,365	2.3	30.9
UKRAYNA	12,918	17,564	36.0	95,012	1.8	144,083	2.2	51.6
FAS	13,031	14,501	11.3	116,025	2.2	143,410	2.1	23.6
YUNANİSTAN	11,499	12,872	11.9	96,770	1.8	132,127	2.0	36.5
HOLLANDA	12,142	12,917	6.4	98,976	1.9	131,264	2.0	32.6
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	15,684	30,071	91.7	95,395	1.8	125,387	1.9	31.4
BELÇİKA	10,526	10,527	0.0	93,041	1.8	113,143	1.7	21.6
SURİYE	10,089	11,019	9.2	95,709	1.8	91,261	1.4	-4.6
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	474,510	517,415	9.0	3,922,125	74.0	4,963,849	74.4	26.6
PORTEKİZ	7,452	10,047	34.8	62,370	1.2	85,389	1.3	36.9
BEYAZ RUSYA	6,151	8,423	36.9	49,015	0.9	76,656	1.1	56.4
MERSİN SERBEST BÖLGE	5,581	9,644	72.8	42,085	0.8	75,908	1.1	80.4
SİRBİSTAN	7,968	8,845	11.0	74,970	1.4	74,993	1.1	0.0
HONG KONG	5,029	4,918	-2.2	43,383	0.8	71,920	1.1	65.8
İSRAİL	4,963	4,878	-1.7	59,014	1.1	71,648	1.1	21.4
BREZİLYA	7,419	7,638	2.9	61,361	1.2	63,692	1.0	3.8
MACARİSTAN	5,301	7,566	42.7	40,315	0.8	63,209	0.9	56.8
CEZAYİR	4,087	6,365	55.7	61,294	1.2	52,266	0.8	-14.7
SUUDİ ARABİSTAN	3,161	4,116	30.2	39,228	0.7	50,260	0.8	28.1
LİTVANYA	4,717	5,272	11.8	30,453	0.6	42,232	0.6	38.7
EGE SERBEST BÖLGE	4,288	3,822	-10.9	37,167	0.7	39,298	0.6	5.7
ÇEK CUMHURİYETİ	3,528	4,000	13.4	26,829	0.5	36,576	0.5	36.3
AHL SERBEST BÖLGE	5,516	5,463	-1.0	37,965	0.7	33,531	0.5	-11.7
HİNDİSTAN	2,854	2,109	-26.1	25,118	0.5	31,656	0.5	26.0
MAKEDONYA	3,878	3,638	-6.2	25,506	0.5	31,036	0.5	21.7
AVUSTURYA	2,060	4,047	96.4	18,406	0.3	29,563	0.4	60.6
BURSA SERBEST BÖLG.	1,847	2,730	47.8	17,323	0.3	26,982	0.4	55.8
ESTONYA	2,108	2,308	9.5	21,362	0.4	26,838	0.4	25.6
ÖZBEKİSTAN	2,853	4,098	43.6	18,814	0.4	26,464	0.4	40.7
ÜRDÜN	1,833	3,450	88.2	15,876	0.3	26,463	0.4	66.7
GÜNEY AFRIKA CUMHURİ	1,363	2,469	81.1	21,065	0.4	26,374	0.4	25.2
İRAK	2,514	4,157	65.3	24,796	0.5	25,937	0.4	4.6
DANİMARKA	2,543	2,020	-20.5	18,708	0.4	24,630	0.4	31.7
İSVEÇ	1,888	2,412	27.7	14,794	0.3	23,737	0.4	60.4
LÜBNAN	2,235	2,814	25.9	23,457	0.4	22,950	0.3	-2.2
GÜRCİSTAN	2,124	2,387	12.4	11,252	0.2	21,195	0.3	88.4
SLOVAKYA	1,820	2,302	26.5	15,320	0.3	20,823	0.3	35.9
KANADA	1,328	2,261	70.3	17,660	0.3	20,506	0.3	16.1
KAZAKİSTAN	2,868	2,449	-14.6	20,266	0.4	19,880	0.3	-1.9
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	585,788	654,063	11.7	4,897,298	92.4	6,206,463	93.0	26.7
DiĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	41,394	50,185	21.2	405,571	7.6	466,021	7.0	14.9
AB (27) TOPLAMI	307,833	316,739	2.9	2,448,327	46.2	3,195,959	47.9	30.5
TOPLAM TEKSTİL İHRACATI	627,182	704,248	12.3	5,302,869	100.0	6,672,483	100.0	25.8

TÜRKİYE DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI

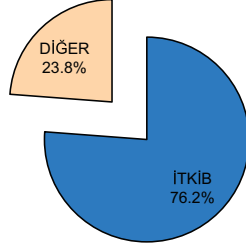
	2010 EKİM 1000 \$	2011 EKİM 1000 \$	DEĞİŞİM %	2010 OCAK - EKİM 1000 \$	TOPLAM DERİDE PAY %	2011 OCAK - EKİM 1000 \$	TOPLAM DERİDE PAY %	DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	40,023	35,131	-12.2	271,076	26.2	256,763	21.1	-5.3
İTALYA	9,507	9,869	3.8	82,766	8.0	119,819	9.9	44.8
ALMANYA	10,844	9,260	-14.6	84,474	8.2	107,976	8.9	27.8
FRANSA	6,915	6,346	-8.2	64,458	6.2	76,961	6.3	19.4
İNGİLTERE	7,344	7,230	-1.5	37,080	3.6	55,272	4.5	49.1
IRAK	4,957	7,783	57.0	38,227	3.7	54,174	4.5	41.7
HONG KONG	2,654	3,211	21.0	23,539	2.3	39,024	3.2	65.8
UKRAYNA	8,586	6,546	-23.8	29,542	2.9	38,582	3.2	30.6
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	1,995	5,016	151.5	18,717	1.8	37,582	3.1	100.8
KAZAKİSTAN	7,860	3,390	-56.9	42,200	4.1	34,815	2.9	-17.5
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	100,685	93,783	-6.9	692,080	67.0	820,968	67.5	18.6
İSPANYA	3,825	1,067	-72.1	27,583	2.7	27,539	2.3	-0.2
SUUDİ ARABİSTAN	2,334	3,757	61.0	23,675	2.3	26,891	2.2	13.6
HOLLANDA	1,578	1,158	-26.6	20,348	2.0	19,999	1.6	-1.7
ABD	2,539	2,484	-2.2	16,695	1.6	19,928	1.6	19.4
BULGARİSTAN	1,920	2,034	6.0	14,422	1.4	16,518	1.4	14.5
ROMANYA	1,588	1,245	-21.6	17,019	1.6	15,009	1.2	-11.8
BELÇİKA	653	1,035	58.6	9,006	0.9	14,015	1.2	55.6
AVUSTURYA	899	977	8.6	7,615	0.7	13,704	1.1	80.0
DANİMARKA	1,681	1,572	-6.5	11,152	1.1	13,404	1.1	20.2
YUNANİSTAN	1,183	1,237	4.5	10,840	1.0	10,496	0.9	-3.2
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	118,885	110,349	-7.2	850,435	82.3	998,471	82.1	17.4
İSVİÇRE	554	930	67.8	8,935	0.9	9,659	0.8	8.1
MISIR	561	3,150	461.7	7,534	0.7	8,754	0.7	16.2
AZERBAYCAN	182	682	274.0	5,474	0.5	8,495	0.7	55.2
İSRAİL	990	866	-12.5	7,299	0.7	8,123	0.7	11.3
GÜNEY KORE	554	971	75.5	4,594	0.4	8,102	0.7	76.4
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	919	1,154	25.5	6,444	0.6	7,411	0.6	15.0
KKTC	934	1,024	9.7	6,796	0.7	7,400	0.6	8.9
KIRGIZİSTAN	347	304	-12.3	3,633	0.4	7,273	0.6	100.2
TÜRKMENİSTAN	1,174	851	-27.5	5,457	0.5	6,603	0.5	21.0
JAPONYA	433	1,542	256.1	4,168	0.4	6,355	0.5	52.4
POLONYA	472	1,199	154.3	5,741	0.6	6,319	0.5	10.1
GÜRCİSTAN	1,034	1,438	39.0	4,523	0.4	6,284	0.5	38.9
BEYAZ RUSYA	666	612	-8.1	7,925	0.8	5,970	0.5	-24.7
TUNUS	799	501	-37.3	3,248	0.3	4,785	0.4	47.4
ESTONYA	179	526	193.7	1,719	0.2	4,658	0.4	171.0
İSVEÇ	74	259	252.0	1,499	0.1	4,461	0.4	197.7
ARNAVUTLUK	505	653	29.3	3,527	0.3	4,426	0.4	25.5
SİRBİSTAN	462	273	-41.0	2,871	0.3	4,419	0.4	53.9
TATARİSTAN	2,446	547	-77.6	6,240	0.6	4,208	0.3	-32.6
MAKEDONYA	697	750	7.6	3,562	0.3	3,559	0.3	-0.1
KOSOVA	522	419	-19.8	5,643	0.5	3,458	0.3	-38.7
LİTVANYA	799	700	-12.3	2,609	0.3	3,455	0.3	32.4
MACARİSTAN	348	182	-47.7	8,095	0.8	3,421	0.3	-57.7
CEZAYİR	211	949	350.5	1,695	0.2	3,388	0.3	99.9
ÖZBEKİSTAN	228	555	143.0	1,549	0.1	3,273	0.3	111.3
ÜRDÜN	257	298	15.7	1,418	0.1	3,123	0.3	120.3
KANADA	289	371	28.1	2,403	0.2	3,049	0.3	26.9
BOSNA-HERSEK	448	336	-25.0	3,117	0.3	3,045	0.3	-2.3
FİNLANDIYA	765	413	-46.0	2,587	0.3	3,023	0.2	16.9
UMMAN	916	20	-97.8	5,434	0.5	3,002	0.2	-44.8
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	137,650	132,826	-3.5	986,173	95.5	1,157,973	95.2	17.4
DiĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	5,633	7,036	24.9	46,820	4.5	57,964	4.8	23.8
AB (27) TOPLAMI	51,264	47,084	-8.2	417,114	40.4	524,915	43.2	25.8
TOPLAM DERİ ve DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI	143,283	139,862	-2.4	1,032,993	100.0	1,215,937	100.0	17.7

TÜRKİYE HALI İHRACATI

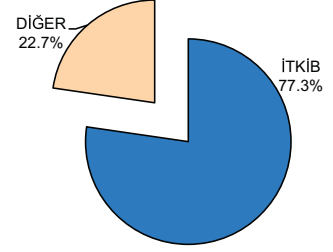
	2010 EKİM 1000 \$	2011 EKİM 1000 \$	DEĞİŞİM %	2010 OCAK - EKİM 1000 \$	TOPLAM HALIDA PAY %	2011 OCAK - EKİM 1000 \$	TOPLAM HALIDA PAY %	DEĞİŞİM %
SUUDİ ARABİSTAN	12,162	19,541	60.7	131,309	13.0	215,258	16.4	63.9
ABD	12,311	14,646	19.0	99,301	9.8	123,245	9.4	24.1
IRAK	19,091	31,003	62.4	77,374	7.6	104,747	8.0	35.4
ALMANYA	9,520	9,581	0.6	61,039	6.0	80,623	6.1	32.1
İNGİLTERE	3,362	6,074	80.7	26,914	2.7	44,861	3.4	66.7
BAE	2,373	3,279	38.2	25,251	2.5	35,720	2.7	41.5
RUSYA FEDERASYONU	5,798	6,047	4.3	25,435	2.5	32,666	2.5	28.4
FRANSA	3,945	1,111	-71.8	18,217	1.8	31,004	2.4	70.2
JAPONYA	2,179	3,099	42.2	17,688	1.7	28,578	2.2	61.6
UKRAYNA	3,575	4,757	33.1	20,357	2.0	27,841	2.1	36.8
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	74,315	99,137	33.4	502,886	49.7	724,544	55.1	44.1
POLONYA	3,617	4,162	15.0	25,265	2.5	27,670	2.1	9.5
İRAN	2,257	3,942	74.6	21,318	2.1	27,433	2.1	28.7
KAZAKİSTAN	4,406	2,774	-37.0	32,140	3.2	26,038	2.0	-19.0
BELÇİKA	1,820	2,338	28.5	19,039	1.9	24,211	1.8	27.2
KUVEYT	1,578	2,422	53.5	11,936	1.2	22,267	1.7	86.6
AZERBAJCAN-NAHÇIVAN	3,330	4,908	47.4	18,175	1.8	22,020	1.7	21.2
TÜRKMENİSTAN	1,611	2,190	35.9	13,141	1.3	19,824	1.5	50.9
AFGANİSTAN	1,641	3,052	86.0	13,588	1.3	19,458	1.5	43.2
İSRAİL	2,425	2,772	14.3	13,933	1.4	18,910	1.4	35.7
TACİKİSTAN	2,767	1,257	-54.6	17,320	1.7	18,686	1.4	7.9
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	99,767	128,955	29.3	688,740	68.1	951,061	72.4	38.1
ROMANYA	3,395	2,283	-32.7	21,621	2.1	18,685	1.4	-13.6
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	597	1,909	220.0	5,840	0.6	14,951	1.1	156.0
İTALYA	1,312	1,108	-15.6	13,318	1.3	14,917	1.1	12.0
KIRGIZİSTAN	1,599	1,752	9.6	7,364	0.7	13,321	1.0	80.9
YUNANİSTAN	3,556	2,294	-35.5	15,453	1.5	13,210	1.0	-14.5
GÜNEY AFRIKA CUMHURİ	1,050	836	-20.4	10,329	1.0	12,870	1.0	24.6
AHL SERBEST BÖLGE	1,172	1,558	33.0	8,821	0.9	11,365	0.9	28.8
AVUSTRALYA	670	1,293	92.9	8,919	0.9	10,429	0.8	16.9
MALEZYA	778	958	23.1	6,718	0.7	10,038	0.8	49.4
MISIR	2,571	1,375	-46.5	22,714	2.2	10,026	0.8	-55.9
ÇEK CUMHURİYETİ	257	420	63.5	7,365	0.7	10,015	0.8	36.0
CEZAYİR	429	1,165	171.7	5,759	0.6	9,459	0.7	64.3
FAS	298	452	51.7	5,803	0.6	9,354	0.7	61.2
KANADA	634	955	50.5	4,772	0.5	9,154	0.7	91.8
LİBYA	1,301	1,523	17.0	19,712	1.9	9,035	0.7	-54.2
KOSOVA	660	933	41.5	6,586	0.7	8,919	0.7	35.4
PAKİSTAN	302	698	131.1	4,967	0.5	8,859	0.7	78.3
LİTVANYA	3,325	1,462	-56.0	10,632	1.1	8,586	0.7	-19.2
BOSNA-HERSEK	746	813	9.0	8,310	0.8	7,820	0.6	-5.9
İSVEÇ	532	478	-10.0	4,522	0.4	6,739	0.5	49.0
HOLLANDA	236	1,338	466.5	3,415	0.3	6,111	0.5	78.9
KATAR	642	363	-43.5	6,424	0.6	6,069	0.5	-5.5
AVUSTURYA	299	432	44.4	14,254	1.4	6,057	0.5	-57.5
SURİYE	690	313	-54.7	5,998	0.6	5,805	0.4	-3.2
BULGARİSTAN	639	770	20.5	4,592	0.5	5,681	0.4	23.7
MACARİSTAN	342	829	142.4	2,775	0.3	5,434	0.4	95.8
ENDONEZYA	642	708	10.3	3,032	0.3	5,182	0.4	70.9
BREZİLYA	446	546	22.4	3,796	0.4	5,055	0.4	33.1
İSVİÇRE	421	354	-15.8	2,527	0.2	4,940	0.4	95.5
ŞİLİ	161	422	162.0	3,117	0.3	4,915	0.4	57.7
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	129,467	159,293	23.0	938,197	92.7	1,224,063	93.1	30.5
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	10,376	11,424	10.1	73,469	7.3	90,259	6.9	22.9
AB (27) TOPLAMI	38,178	36,758	-3.7	263,089	26.0	322,774	24.6	22.7
TOPLAM HALI İHRACATI	139,843	170,716	22.1	1,011,666	100.0	1,314,323	100.0	29.9

Ocak-Ekim 2011		
	İTKİB	DİĞER
KONFEKSİYON	76.2	23.8
TEKSTİL	50.8	49.2
DERİ	77.3	22.7
HALI	22.0	78.0
		110,665,111
İTKİB	15,589,057	
DİĞER	95,076,054	

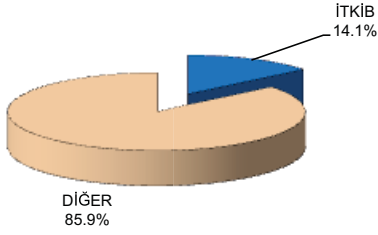
TÜRKİYE HAZIRGIYIM ve KONFEKSİYON İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-EKİM 2011)



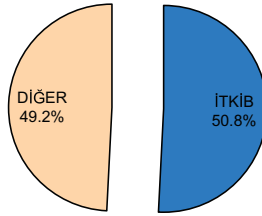
TÜRKİYE DERİ ve DERİ MAMÜLLERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-EKİM 2011)



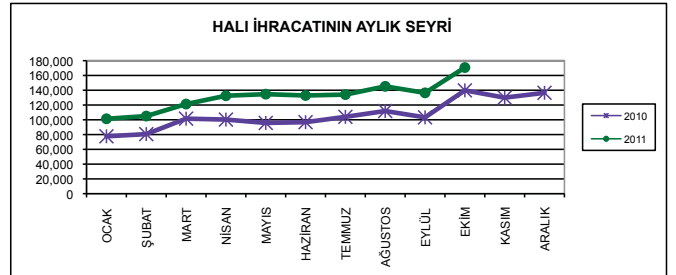
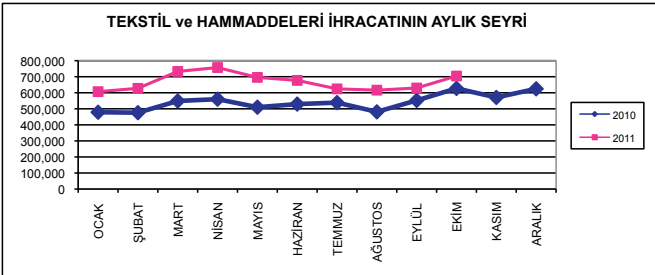
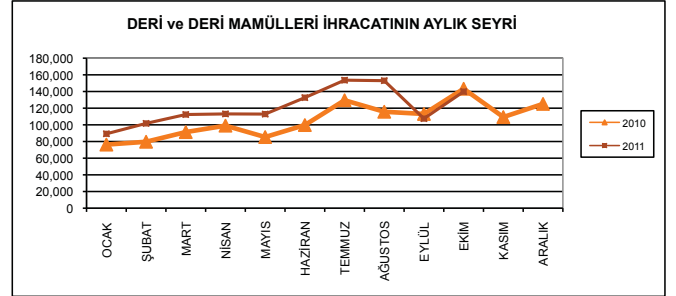
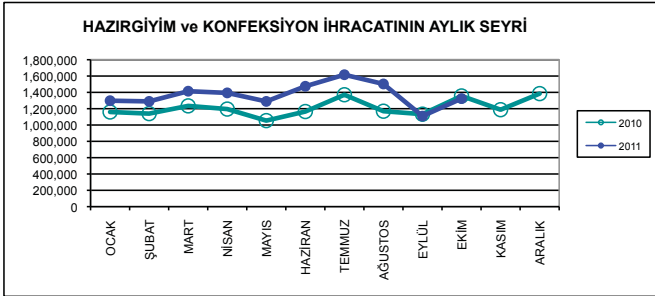
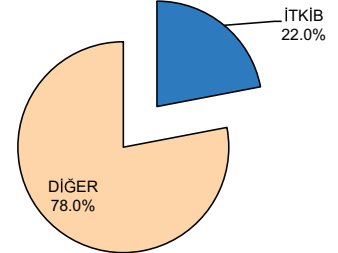
TÜRKİYE GENELİ İHRACATTA İTKİB'İN PAYI (OCAK-EKİM 2011)

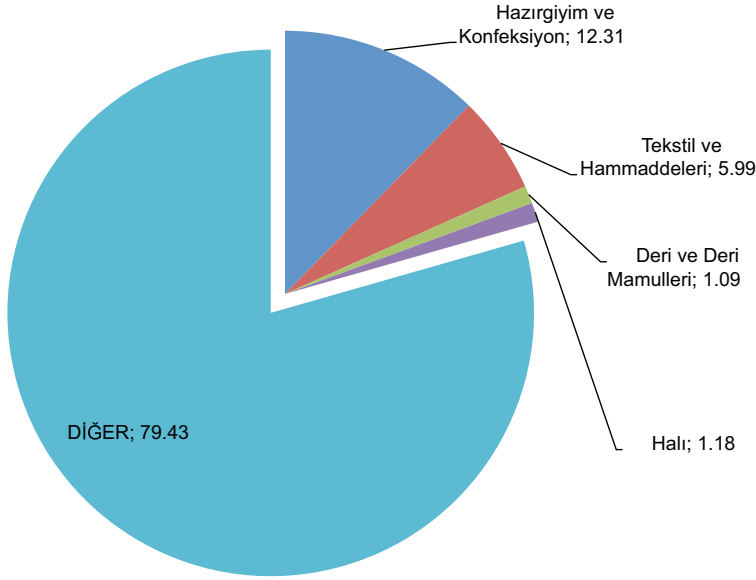


TÜRKİYE TEKSTİL ve HAMMADELERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-EKİM 2011)



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





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	1.7862	2.4451
1 Aralık 2011		

SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI - 1000 \$

	EKİM				OCAK-EKİM				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	1,507,038	1,775,101	17.79	14.95	11,924,168	14,324,059	20.13	12.86	14,631,862	17,369,065	18.71	13.10
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	1,136,368	1,332,013	17.22	11.21	8,811,320	10,390,854	17.93	9.33	10,877,435	12,672,867	16.51	9.56
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mam.	361,496	477,087	31.98	4.02	3,312,794	4,400,656	32.84	3.95	3,992,073	5,178,872	29.73	3.91
Yaş Meyve ve Sebze	176,824	203,548	15.11	1.71	1,617,329	1,719,244	6.30	1.54	2,135,488	2,272,466	6.41	1.71
Meyve Sebze Mamulleri	115,415	124,108	7.53	1.04	899,044	947,128	5.35	0.85	1,096,507	1,165,786	6.32	0.88
Kuru Meyve ve Mamulleri	182,090	192,610	5.78	1.62	975,366	1,122,495	15.08	1.01	1,181,941	1,386,106	17.27	1.05
Fındık ve Mamulleri	226,300	264,325	16.80	2.23	1,212,294	1,413,719	16.62	1.27	1,494,458	1,734,206	16.04	1.31
Zeytin ve Zeytinyağı	12,748	12,235	-4.02	0.10	158,588	147,484	-7.00	0.13	204,151	177,008	-13.30	0.13
Tütün ve Mamulleri	58,236	53,182	-8.68	0.45	588,900	573,140	-2.68	0.51	716,954	682,671	-4.78	0.51
Süs Bitkileri	3,259	4,916	50.84	0.04	47,004	66,989	42.52	0.06	55,862	75,752	35.61	0.06
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	97,488	131,941	35.34	1.11	761,592	1,144,400	50.26	1.03	910,734	1,341,237	47.27	1.01
Sü Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	97,488	131,941	35.34	1.11	761,592	1,144,400	50.26	1.03	910,734	1,341,237	47.27	1.01
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	273,182	311,147	13.90	2.62	2,351,256	2,788,805	18.61	2.50	2,843,694	3,354,961	17.98	2.53
Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri	273,182	311,147	13.90	2.62	2,351,256	2,788,805	18.61	2.50	2,843,694	3,354,961	17.98	2.53
II. SANAYİ	8,868,695	9,766,312	10.12	82.23	76,170,357	93,134,015	22.27	83.62	90,802,695	109,966,750	21.11	82.94
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	910,308	1,014,827	11.48	8.54	7,347,529	9,202,743	25.25	8.26	8,777,555	10,899,271	24.17	8.22
Tekstil ve Hammaddeleri	627,182	704,248	12.29	5.93	5,302,869	6,672,483	25.83	5.99	6,307,436	7,868,040	24.74	5.93
Deri ve Deri Mamulleri	143,283	139,862	-2.39	1.18	1,032,993	1,215,937	17.71	1.09	1,244,887	1,450,418	16.51	1.09
Halı	139,843	170,716	22.08	1.44	1,011,666	1,314,323	29.92	1.18	1,225,231	1,580,813	29.02	1.19
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	1,144,846	1,402,266	22.49	11.81	10,127,240	13,759,835	35.87	12.35	11,862,689	16,286,471	37.29	12.28
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	1,144,846	1,402,266	22.49	11.81	10,127,240	13,759,835	35.87	12.35	11,862,689	16,286,471	37.29	12.28
C. SANAYİ MAMULLERİ	6,813,540	7,349,220	7.86	61.88	58,695,588	70,171,437	19.55	63.00	70,162,452	82,781,008	17.98	62.44
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1,355,988	1,323,636	-2.39	11.14	11,976,884	13,710,385	14.47	12.31	14,347,147	16,282,615	13.49	12.28
Otomotiv Endüstrisi	1,693,291	1,796,947	6.12	15.13	14,337,502	17,015,694	18.68	15.28	17,147,801	19,965,425	16.43	15.06
Gemi ve Yat	70,374	82,905	17.81	0.70	1,011,796	1,216,208	20.20	1.09	1,269,407	1,342,877	5.79	1.01
Elektrik - Elektronik Mak. Bilişim	943,745	1,008,036	6.81	8.49	7,743,237	8,670,789	11.98	7.78	9,473,386	10,514,813	10.99	7.93
Makine ve Aksamları	599,074	754,208	25.90	6.35	5,146,258	6,858,761	33.28	6.16	6,151,379	8,024,248	30.45	6.05
Demir ve Demir Dışı Metaller	551,042	599,984	8.88	5.05	4,727,792	5,869,089	24.14	5.27	5,790,928	6,918,711	19.48	5.22
Çelik	1,174,025	1,323,616	12.74	11.14	10,064,781	12,818,281	27.36	11.51	11,598,433	14,945,142	28.85	11.27
Çimento Cam Seramik ve Toprak	294,952	279,768	-5.15	2.36	2,683,507	2,736,927	1.99	2.46	3,195,020	3,256,602	1.93	2.46
Mücevher	126,988	175,100	37.89	1.47	952,113	1,211,815	27.28	1.09	1,128,510	1,458,960	29.28	1.10
Diğer Sanayi Ürünleri	4,062	5,020	23.59	0.04	51,719	63,487	22.75	0.06	60,443	71,615	18.48	0.05
III. MADENCİLİK	358,962	335,796	-6.45	2.83	3,053,923	3,207,037	5.01	2.88	3,580,644	3,804,471	6.25	2.87
Madencilik Ürünleri	358,962	335,796	-6.45	2.83	3,053,923	3,207,037	5.01	2.88	3,580,644	3,804,471	6.25	2.87
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat					1,529,850	714,501	-53.30	0.64	2,620,699	1,444,248	-44.89	1.09
T O P L A M (*)	10,734,695	11,877,210	10.64	100	92,678,298	111,379,613	20.18	100	111,635,900	132,584,534	18.77	100

(*) Toplam satırında, son ay verileri için İhracatçı Birlikleri kayıtları, önceki dönemler için TÜİK kayıtları esas alınmıştır.

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
UNIVERSAL TEKSTİL SANAYİ VE TİCARET LTD. ŞTİ.

www.polarfic.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-Velimeşe / Çorlu / Tekirdağ / Türkiye Phone: +90-282-674 51 08 Fax: +90-282-674 51 12 universal@polarfic.com