

İTKİB

HEDEF 216

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

15 ARALIK 2011 - 15 OCAK 2012

ALMANAK
İTKİB 365

KÜÇÜLEN DÜNYADA
BÜYÜYEN TÜRKİYE

ASTAŞ JUKI

Teknoloji ve Çözümler Dünyası



Kesimhane Teknolojileri

Modayı bizimle yönlendirin!



DDL-900B

Direct Drive Yüksek Devirli Elektronik Düz Dikiş Makinası



ASSYST CAD SİSTEMİ

Bilgisayar Destekli Kalıp Yaratma,
Serilendirme, Pastal Planı Hazırlama Sistemleri



PROCUT XL 7501

Yüksek Katlı Kesim Makinası (Cutter)



astasjuki@astasjuki.net | www.astasjuki.net

ASTAŞ JUKI

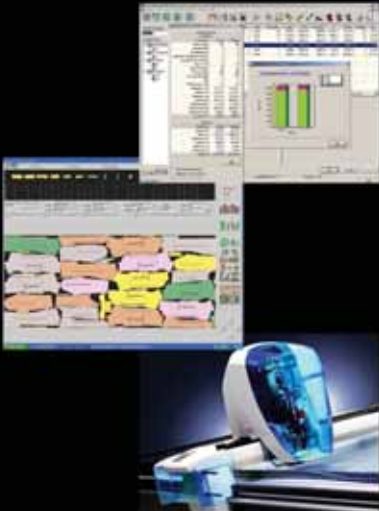
ASTAŞ ENDÜSTRİ TEKSTİL MAKİNALARI SAN. ve TİC. A.Ş.
ASTAŞ PLAZA Koçman Cad. No: 57 34600 Güneşli / İstanbul
Tel: (0212) 630 89 00 Faks: (0212) 630 89 29



Lectra

KESİMDE KAZANMAK

Her adımda kumaş tasarrufu ve hızlı yatırım dönüşü



Üretim maliyetlerinde %10'a varan tasarruf

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

Lectra Türkiye

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

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

lectra.com



SAHİBİ

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon
İhracatçı Birlikleri adına
Selçuk GÖKART

DANIŞMA KURULU

Hikmet TANRIVERDİ,
İsmail GÜLLE,
Lemi TOLUNAY,
İbrahim YILMAZ

YAYIN KURULU BAŞKANI

Biröl SEZER

YAYIN KURULU

Sabri Sami YILMAZ, Selahattin
SARI, Nilgün ÖZDEMİR, Jale
TUNÇEL, İsmail KOLUNSAĞ,
Okay MIZRAK, 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.
Dis Ticaret Kompleksi
34530 Yenibosna-İstanbul
TEL: [212] 4540200
FAKS: [212] 4540415
WEB: www.itkib.org.tr
e-mail: info@itkib.org.tr

YAPIM

KÜÇÜK MUCİZELER

Küçük Mucizeler Yayıncılık ve
İletişim Hizmetleri Ltd. Şti.

YAYIN DİREKTÖRÜ

Tolga TOPÇU
tolgatopcu@kucukmucizeler.com

YAYIN YÖNETMENİ

Ceyda GÜVEN
ceydaguven@kucukmucizeler.com

SORUMLU YAZI İŞLERİ MD.

Hüsnüye PAMUK
husnepamuk@kucukmucizeler.com

GRAFİK TASARIM

Uğur KARAGÜL

EDİTÖR

Şeyda KOÇAK
seydakocak@kucukmucizeler.com

FOTOĞRAFLAR

İFA - www.ifatolye.com

PAZARLAMA

İLETİŞİM DİREKTÖRÜ

Özgür SEYHAN
ozgurseyhan@kucukmucizeler.com

BASKI ÇİLT

Matsis Matbaa Hizmetleri Ltd. Şti.

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

DAĞITIM

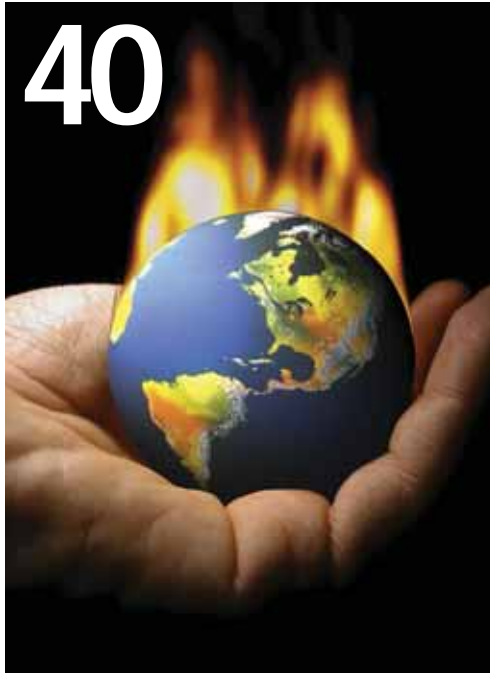
Tele Kurye

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

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

İLETİŞİM

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



4 KISA KISA

12 İTKİB

16 SEKTÖR

Dev organizasyonlar 2012'de de hız kesmiyor

18 TASARIM

Yapraklardan etek çiçeklerden elbise yaptılar

22 İMA

A'dan Z'ye moda workshopları

24 FUAR

Paris'te güneş bu kez farklı doğuyor

26 PAZAR

Çin Pamuk Birliği İTHİB'i ziyaret etti

28 GÜNDEM

30 YARIŞMA

Büyük kupaya az kaldı

32 GÜNDEM

Rusya muradına erdi

34 PAZAR

Krizdeki komşudan
50 milyar Euro'luk davet

36 RÖPORTAJ

Mar Danışmanlık KOBİ'lere
KOSGEB kapılarını açıyor

40 SEKTÖR

Küçülen dünyada büyüyen Türkiye

48 SEKTÖR

Ev tekstili yüzümüzü güldürüyor

52 PAZAR

Hedefteki pazar Japonya

58 SOSYAL SORUMLULUK

Sektör yardım elini esirgemiyor

62 ALMANAK

İTKİB 365

80 BRÜKSEL MEKTUBU

Haluk Özelçi

82 RÖPORTAJ

Londra modasında Türk imzası

84 RÖPORTAJ

Estar Tekstil Brode ile büyüyor

86 SEKTÖR

Tekstil rengi İTKİB İTA'ya taşındı

88 AJANDA

İhracatçının 2012 randevüsü

Broche® brode

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



*Brode ve gipür üretiminde öncü
Son teknoloji 19 kasknak makina parkuru
Hızlı servis hizmeti*

Estar Tekstil Nakış Sanayi Ticaret Ltd. Şti.

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

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

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

MARKALAR YENİ YILA YENİLİKLERLE GİRİYOR

2011'İ GERİDE BIRAKMAMIZA AZ BİR ZAMAN KALA, MARKALAR DA YENİ YILI YENİ KONSEPTLERLE VE YENİ HEDİYE SEÇENEKLERİYLE KARŞILIYOR.



Desa'dan yılbaşı şıklığı

Desa, yılbaşında gardırobunu yenilemek isteyenler, yeni yıl davetindeki seçimiyle bütün yıl konuşulmayı arzulayanlar ve sevdiklerine hediye verme arayışında olanlar için çeşitli alternatifler sunuyor. Desa mağazalarında kırmızının büyüdü tonları ve siyahın

asaletiyle bezenmiş birçok ürün bulunuyor ve el işçiliği geleneği ile tek tek işlenen deri ceket, çanta, ayakkabı ve aksesuarlar da yeni yıl hediyesi için farklı seçenekler oluşturuyor.



Tüm aile için modern tasarımlar

Bonprix kış koleksiyonunda hanımlar, beyler ve küçükler için birçok alternatif bulunuyor. Yeni yıl şıklığı için parlak ve çekici üstlerle kombinlenen siyah etekler, sık topuklular ile tamamlanıyor. Parkalar, taytlar, uzun ve bol etekler, trendi takip etmek isteyen kadınlara hitap ediyor. Çocuklar için montlar, atkı, bere ve eldivenler, baskılı sweatshirtler, rahat pantolonlar civıl civıl renkleriyle enerji saçıyor. Erkekler ise hem iş hem de tatil günlerinde rahatlıkla giyilebilen kıyafetlerle kendilerini daha özgür hissediyor.



Gecenin öne çıkan rengi

Yılbaşının ön plana çıkan rengi kırmızı, Home Store koleksiyonuna da yansıyor. Klasik, spor ve şık modellerden abiyelere kadar pek çok üründe kullanılan renk, özellikle siyahla kombinlendiğinde farklı bir görünüme kavuşuyor. Emel Acar imzalı abiye koleksiyonu, yeni yılda öne çıkan diğer bir öge oluyor. Kırmızı ve siyahın yanı sıra saks mavisi, koyu yeşil ve pudra tonlarının kullanıldığı abiye koleksiyonunu, istenirse babet, ince topuklu rügan ayakkabı ya da farklı seçenekteki çantalarla tamamlanıyor.



Yeni yıla keyifle adım atın

Ekose desenlerden puantiyelere, tüylü botlardan kalp figürlü, ponponlu modellere kadar farklı tarzdaki Twigy'ler, yeni yılın ilk adımlarını keyifle atmanız için tasarlanıyor. Koleksiyonda kış desenlerini sevenler için kar desenli bot modelleri; baskı hayvan desenleri sevenler için leopar ve zebra baskılı modeller, klasikçiler için örgü desenli modeller ve içi kürklü ev botları yer alıyor. Tüm bunların yanı sıra Twigy ev botları, tabanlarında bulunan ek keçe parçaları sayesinde uzun ömürlü kullanılabiliyor.



Kiğili erkekleri şıklık yarışında

Kiğili, yeni yılda insanların sevdiklerine armağan edeceği kıyafet ve aksesuarlar sunuyor. Yeni yıla özel kravat, kravat iğneleri, kol düğmeleri, cüzdan ve fularlar bu özel hediyeler arasında yer alıyor. Tasarımının güzelliğini çeliğin parlaklığının süslediği Kiğili kol düğmeleri, saat temasıyla ilgi çekiyor. Paslanmaz çelikten üretilen ve orijinal saat kadranı barındıran bu saat-kol düğmeleri, yeni yılda fark yaratmak isteyenler için alternatif oluşturuyor.

Seven
teen
Color

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

ZIPEX[®]



Sağlıklı bir uyku için

Penelope, yeni yılda sevdiklerine sağlıklı bir uyku hediye etmek ya da uyku alışkanlıklarını değiştirmek isteyenler için Twin yastığı öneriyor. İç içe iki yastık olarak tasarlanan Twin, yüksek ve dolgun yapısı ile uyku keyfini sağlıklı buluşturuyor. Yüzde 100 tüy geçirmez kumaşın sardığı, kaliteli Macar tüyü dolgululu ve antialerjik yapıdaki yastık, özellikle sabah ezilmiş, incelmış ve beraberinde boyun ağrısını getiren yastıklardan şikayet edenleri de düşündürüyor.



Telamor'la yılbaşı coşkusu

Ev tekstilinde hizmet veren Telamor, yeni yıla özel kumaşlarıyla yılbaşı coşkusu yaşatıyor. Yılbaşının simgesi olan geyik, kumaşlara ve tüllere işlenerek farklı çizgiler yaratıyor. Koleksiyonda değişik konseptler gözetilerek hazırlanan desenlerin, kumaşlara göz alıcı bir şekilde işlendiği de dikkat çekiyor. Geyik desenli kumaşlar, koltuktan perdeleye kadar birçok yerde kullanılabilir. Çiçekli ve baklavalı kumaşlar ise kırmızı renkleri ile yeni yılın gelişini müjdeliyor.



Dockers'tan maskülen şıklık

Yeni nesil Dockers Alpha Khaki pantolonlar, yeni yılda erkeklere daha genç, daha fit ve daha trendy bir görünüm sunarak yılbaşı için hediye alternatifleri arasına giriyor. Giyildiğinde tam olarak bedene oturan Alpha Khaki'ler bacaklar ve kalça bölgesini bir jean gibi kavıyor. Klasik kalıpların dışında olan pantolonla, yılbaşında maskülen ve seksi bir erkek görünümü çiziliyor. Dileyenler Alpha Khaki'yi kırmızı ekosele bir Dockers gömlekle de tamamlayabiliyorlar.



Geçmişin izleri geleceğe taşıyor

Tergan 2011-12 kış bayan ve erkek ayakkabı ve aksesuar koleksiyonu, yeni yıl için farklı seçenekler sunuyor. Alternatifler arasında ayakkabıdan çizmeye kadar uzanan koleksiyonunun yanı sıra, kadın-erkek için cüzdan ve kemer setleri, kartvizitlikler, sümen takımı, mataralar, tavla ve satranç takımı gibi deri aksesuarlar da yer alıyor. Geçmişin izlerinin, farklı dikiş teknikleri ve eskitilmiş yeni görüntüsüyle yansıtıldığı Tergan koleksiyonu, geçmiş ve geleceği bütünleştiriyor.

Yılbaşına özel kırmızı alternatifler

Yılbaşının sembolü kırmızı iç çamaşırları ve gecelikler Calvin Klein, Emporio Armani, Selmark, Taubert, Gattina, Luna Di Seta gibi dünyaca ünlü markalarla Mendo's mağazalarında yer alıyor. Tüm vücut tiplerine uygun iç çamaşırları feminen ve zarif çizgiler taşıırken, birbirinden farklı boxerlar da erkeklerin modern ve şık bir tarz yakalamasını sağlıyor. Taubert çoraplar ise yumuşacık polar kumaşıyla farklı hediye alternatifi olarak beğeni topluyor.



brother®

T8752C

En son teknoloji

YENİ

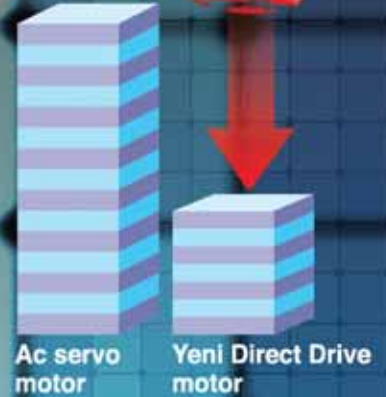
Daha iyi
tepkime ve
Mükemmel
dikiş kalitesi

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

Mont ve kabanlara renk geliyor



İnsan vücudunu en mükemmel şekliyle ortaya çıkarmak konseptinden yola çıkan Calvin Klein, 2011-2012 sonbahar kış kaban mont koleksiyonuyla bir heykel kusursuzluğunu gözler önüne sermeyi amaçlıyor. Marka, bele oturarak vücut hatlarını belirginleştiren bu montların yakalarını büzgülerle detaylandırarak, modelleri sıradanlıktan uzaklaştırıp birer tasarım ürünü haline getiriyor. Hem kadın hem de erkekler için tasarlanan CK kaz tüyü montlar, spor şıklık yaratmak isteyenler için de alternatif oluşturuyor.



İçinizi ısıtacak koleksiyon

İkonik denim markası Lee, 2011 Sonbahar/Kış sezonunda buz gibi havalarda da tarzınızı yansıtabileceğiniz "Ice Riders Koleksiyonu"nu sunuyor. Koleksiyon kışın iyice kendini gösterdiği, soğuktan içimizin titrettiği bu günlerde daha kalın, daha korunaklı ürünlere yer veriyor. Farklı renklerde kaplanmış denim kumaşlar, yamalar koleksiyona damgasını vururken; soğuk havalara karşı içimizi sıcak tutacak yün montlar, flanel gömlekler ve ağır kazaklar soğuk havalara kalkan oluyor.



Mavi'den aksesuar şıklığı

Mavi'de jeanleri aksesuarlarla taçlandırmak isteyenler için zengin bir koleksiyon dikkati çekiyor. Koleksiyonda baştan aşağıya jean'e bürünen Mavi kız ve erkeğine, siyah ya da gri renkteki fötr şapkalar öneriliyor. Kuş kafesi, tahta at, fil gibi detaylarla canlanan kolye, bileklik ve yaka iğneleri kombinlere hem seksi, hem sevimli dokunuşlar katıyor. Farklı form, renk ve boylardaki deri çantalar, Mavi şıklığının tamamlayıcısı olurken, özellikle zincir ve zimba gibi detaylarla farklılaşan daha küçük modeller, gece çıkmayı sevenlere alternatif yaratıyor.

Wrangler çantaları tarzınızı tamamlıyor

Wrangler, 2011 Sonbahar/Kış koleksiyonunda, outdoor yaşam tarzının şehir ile buluştuğu çizgiyi keşfediyor. Koleksiyonda yer alan asfalt rengi gölgelere sahip parafinli kanvas çantalar bu birlikteliğin verdiği gösterişi koleksiyona yansıtıyor. Messenger, Weekender ve Shopper modelleri, şehir gri tonlarında tasarlanmış, parafinlenmiş kanvas malzemesi ile öne çıkan üç farklı çanta oluyor. Check Weekend Bag ise kırmızı/siyah ekoseyi yünden tasarlanan pratik bir çanta olarak hayatınızı kolaylaştırıyor. Kabarık yün başlık Grunge Aviator Cap ise kulaklıklar ile tamamlanıyor.



Sıcak bir kışa merhaba

Her sezon en yeni trendleri yakından takip eden ve birbirinden farklı modellere koleksiyonlarında yer veren Cabani, bu sezonda da takipçilerinin yüzünü güldürmeye devam ediyor. Modayı yakından izleyen alışveriş tutkunu kadınların yeni gözdesi birbirinden şık kürklü çizme ve botlar, Cabani Sonbahar-Kış koleksiyonunda yer alıyor. Her ortamda rahatlıkla kullanılabilen, her tür giysiyle uyum sağlayabilen modeller, kışı sıcak geçirmenizi sağlıyor.



akmaz® barkod

Barkod yazılar



El terminali & Barkod okuyucu



Termal Transfer Ribonlar



Yıkama Talimatları



akmaz[®]
Barcode Solutions & Supplies

AKMAZ BARKOD SAN.VE DIŞ.TİC.LTD.ŞTİ.
Doğu San.Sitesi 6.Blok N.2 P.K. 34197
Yenibosna / Bahçelievler / İSTANBUL
Tel : +90 212 652 25 50 (Pbx)
Faks : +90 212 652 09 90
barkod@akmazbarkod.com





Altuzarra'nın tasarımları Beymen'de

Fransız moda tasarımcısı Joseph Altuzarra'nın soyadını taşıyan markası "Altuzarra" Beymen mağazalarında moda tutkunlarının beğenisine sunuluyor. Altuzarra'nın imzası haline gelen eklektik kombinasyonlarda feminen duruş, geleneksel ve modern çizgilerin uyumuyla göze çarpıyor. Markanın şehrili kadınların gardırobuna işlevsel ve çağdaş parçalar ekleyen tasarımlarının yanı sıra, kürkler ve özel davetlerde ne giyeceğim endişesine son veren elbiseler, Altuzarra koleksiyonunun diğer parçaları arasında yer alıyor.



Çantanızdan ne çıksa beğenirsiniz?

Matraş ve Can Yayınları, kitap okumayı seven çanta tutkunlarına farklı bir sürpriz hazırlıyor. Marka, kadınlar için hazırladığı çantalara okumayı sevenlerin ellerinden bırakamayacağı kitaplar saklıyor. 01 Ocak-01 Şubat tarihlerinde gerçekleşecek kampanyada hediye edilecek Albert Camus'nün "Yabancı" ve Susanna Tamaro'nun "Luisito-Bir Sevgi Öyküsü" isimli kitapları, sahiplerini bekliyor.



Makina sektöründe devrim

Uğur Tekstil Makinaları'nın distribütörlüğünü yaptığı Yamato VFS-2511-8/BAF otomatik etek reçme makinası, yenilenen özellikleriyle tekstil sektöründe fark yaratıyor. Yüksek performanslı, ustalık gerektirmeyen makine, 8

saatte 600-700 çift kol yapıyor. Üst baskı ayağı işi düz olarak besliyor ve hava kılavuzlu kıvrıma düzeneği başka işçiliğe gerek kalmadan kol ağızını kıvrıyor. Bu sayede başlangıç düzeyinde bir işçi bile çok kısa bir eğitimden sonra bu operasyonu rahatlıkla yapabiliyor. Makine kafası, esnek ve çok farklı dikim koşullarında çalışacak şekilde eşsiz aktif iplik kontrolü ile donatılıyor.



Tüm çalışanları İtalyanca öğreniyor

Dünyanın en büyük beş düğme fabrikasından biri olan İtalyan Bottonificio Fossanese'yi satın alarak üretim kapasitesini iki buçuk kat artıran ve dünyanın önemli aksesuar markaları arasına giren Form Düğme,

üretim ve kalite alanındaki bu dev yatırımdan sonra mavi-beyaz yaka çalışan ayırmaksızın, tüm personeline fabrikasında kurduğu dersliklerde İtalyanca öğretiyor.

Nelly Rodi, moda trendlerini OTİAD üyeleriyle paylaştı

OTİAD, İHKİB ve İMA işbirliğinde gerçekleşen 2012 İlkbahar/Yaz Moda Trend Semineri, Fransız trend tahmin ajansı Nelly Rodi yetkilileri Tiphaine Beurpere ve Lisa Dout'un sunumuyla 8 Aralık'ta İMA'da gerçekleşti. Helium, Migrations, Supernature ve Heritage olarak isimlendirilen dört ana tema çerçevesinde şekillenen trendler, OTİAD üyeleriyle paylaşıldı. Gelecek sezon trendlerinin, genel moda eğitimlerine, renklere, kumaşlar, renk kombinasyonlarına, baskılara, ana silüet ve formlara nasıl yansığının gözler önüne serildiği sunum ve panolar oldukça dikkat çekti.



*Geleceği oluřturacak her yeni günün bir önceki günden daha
güzel, isteklerinize uygun ve sizi daha da mutlu etmesi dileđiyle.
Mutlu Yıllar!*



SANAYİ İLE AKADEMİNİN GÜCÜ TEKSTİLPARK'TA BULUŞTU



İTHİB, tekstil alanında yenilikçi araştırmaların merkezi olması için hayata geçirilen İTKİB İTA'nın sektöre sunduğu olanakları tanıtmak için tekstil alanında eğitim veren üniversitelerdeki akademisyenlerle Tekstilpark'ta bir araya geldi. İTHİB Başkanı İsmail Gülle başkanlığında 14 Aralık'ta gerçekleşen toplantıya Yönetim Kurulu Üyeleri Tamer Pala, Fatih Bilici, Ahmet

Şişman, Sultan Tepe, Derya Yarangümeli, Muammer Akçay ve Vehbi Canpolat'la birlikte çok sayıda akademisyen katıldı. İTKİB İTA ile ilgili tanıtım ve beyin fırtınasının yapıldığı görüşmede İTHİB Başkanı Gülle, özellikle tekstil alanında inovasyon araştırmaları için oluşturulan İTA Ar-Ge merkezinin, İTHİB'in koordinatörlüğünde çalışmalarına devam ettiğini dile getirdi.

İTA'nın bir AB Projesi kapsamında AB fonuyla hayata geçirildiğini belirten Gülle, merkezin 8 yıllık çalışmaların ardından kurulduğunu ifade etti. Merkezin sektör tarafından daha verimli kullanılabilmesi için katılımcılardan da fikir ve öneriler toplayan Gülle, Ar-Ge yuvasının tekstil sektörüne daha verimli bir şekilde hizmet verebilmesi için bunun önemli olduğunu söyledi.

Prof. Dr. Mehmet Akalın tarafından yapılan sunumda ise merkezin AB ve Türkiye ortaklığında gerçekleştirilen en büyük proje olan Moda Tekstil İş Kümesi projesi sonucu kurulduğu katılımcılara anlatıldı. Buluşmada merkezin Türkiye'deki tüm üniversitelere açık olduğu ve burada tüm öğretim üyesi ve öğrencilerin gelip çalışabileceğine dikkat çekildi.

ÇİN'DEN TÜRKİYE'YE İŞBİRLİĞİ MESAJI

Yıl sonu yaklaşırken dünyanın değişik bölgelerinden gelen temsilcileri ağırlamaya devam eden İTHİB'in son ziyaretçileri Çin'in ilk, Asya'nın ise en büyük uluslararası ticaret merkezi olan "Şangay Mart Ticaret Merkezi"nin yöneticileri oldu. İTHİB Başkanı İsmail Gülle ile 9 Aralık'ta bir araya gelen Hansen Tian, Genel Müdürlüğünü yürüttüğü Şangay Mart Ticaret Merkezi'nin dünya ihracatçıları için sunduğu avantajları anlattı. Görüşmede, Dünya Ticaret Örgütü'ne üyeliğinin ardından sunduğu ucuz üretim avantajı sayesinde dünya çapında neredeyse tüm sektörlerde uluslararası alıcıların gözdesi haline

gelen Çin'in, son yıllarda ekonomik dengelerin değişmesiyle birlikte artık perakendecilerin ve ihracatçıların da yönelmeye başladığı bir pazar olduğuna dikkat çekildi. Dünyanın en kalabalık ülkesi olan Çin'in alım gücünün yükselmesiyle bir takım gelişmelerin yaşandığını söyleyen Tian, ülkenin kaliteli ve çevreye duyarlı sürdürülebilir üretim metotlarıyla üretilmiş ürünleri talep eden oldukça geniş bir tüketici kitlesine ev sahipliği yaptığını vurguladı. Toplantıda Şangay Mart'la da ilgili bilgi veren Tian, merkezin önceleri sadece Çin'den ithalat yapmak isteyen alıcılara hizmet verirken, son yıllarda Çin'e ihracat yapmayı isteyen firma-



lar ve kuruluşlar için de ofis ve fuar alanları kiralamaya başladığını dile getirdi. Şangay Mart Ticaret Merkezi yetkililerinin

verdiği bu bilgiler sonrasında toplantı, karşılıklı iş birliği ilişkilerinin devam etmesi temennisi ile sona erdi.

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

TEKSTİL İHRACATININ DÜNÜ BUGÜNÜ



Kadir Has Üniversitesi Uluslararası Ticaret Kulübü, 21 Aralık Perşembe günü üniversitenin Selimpaşa Kampüsü'nde "Ülkemiz Tekstil İhracatının Dünü Bugünü" adlı bir konferans gerçekleştirdi. İTHİB Başkanı İsmail Gülle, konferansta konuşma yapan tek isim oldu. Sözlerine ülkemiz tekstil üretiminin tarihini anlatarak başlayan Gülle, sektörün ihracat rakamlarındaki artışına değindi. Tekstil ihracatının üçte birini dokuma kumaşların oluşturduğunu belirten Gülle, Türk tekstil sektörünün üretim kapasitesi açısından ileri düzeyde olduğunu dile getirdi. Yatırımlarda öncü olan sektörün, ülke geleceği için de vazgeçilmez olduğunu söyleyen Gülle, sektörün istihdam açısından önemli bir yer tuttuğunu belirtti. Konuşmasında teknik tekstiller, Arge&Ürge çalışmaları, dünya genelinde tekstil sektörü ve yeni pazarlar gibi birçok önemli konuya daha yer veren Gülle, "Tekstil sektörünün geçmişten günümüze hem üretim hem de ihracat açısından büyük potansiyeli oldu. Bu potansiyeli hedef pazarlar ve yenilikçi ürünlere yönelerek daha fazla ileriye götürmemiz mümkün. İyi yetişmiş ve vizyonu geniş gençlerimizle birlikte sektörümüz ihracatın kilit sektörlerinden biri olmaya her zaman devam edecektir" şeklinde görüşlerini belirterek konuşmasını sonlandırdı.

SEKTÖRÜN YAN SANAYİ İLE BULUŞMASI

21 Aralık'ta Messe-Stuttgart ve Ares Fuarcılık'ın girişimiyle 8-11 Mart tarihinde ikincisi düzenlenecek olan "Tekstil Moda Aksesuarları ve Üretim Teknolojileri" fuarının tanıtımı yapıldı. Marriot İstanbul International Airport Hotel'de gerçekleştirilen etkinlikte, İTHİB Başkanı İsmail Gülle, İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, Konfeksiyon Yan Sanayicileri Derneği (KYSD) Başkanı Reşat Gülen ve Marmara Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölüm Başkanı Prof. Dr. Osman Altuğ konuşmacı olarak katıldı. Fuar tanıtımıyla başlayan davette, Messe-Stuttgart'ın yarı devlet şirketi olduğu ve fuara yapılacak katılımın yüksek olacağı belirtildi. İTHİB Başkanı İsmail Gülle ve İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi gibi sektör temsilcileri ile sektörün diğer mensuplarını bir araya getirmeyi de amaçlayan davette karşılıklı sohbet şeklinde, ekonomik ve tekstil yapımız içerisinde sektörel fuarın önemi, etkileri ve yapıları ile genel anlamda sektöre ilişkin konular konuşuldu.



KUMAŞ TASARIMLARI YİNE PODYUMDAYDI



İTHİB tarafından bu yıl altıncısı düzenlenen ve "Bir yarışma, onlarca tasarım, bir amaç" sloganıyla yola çıkan Kumaş Tasarım Yarışması'nın 14 Eylül Çarşamba gecesi Tekstilpark'ta final gecesi düzenlenmişti. Yarışmada dereceye giren isimlerin açıklandığı gecede Esra Yazar birinci, Mine Beşen ikinci Serkan Çağlar ise üçüncü olmuştu. Sektörün itici gücü olan yeni tasarımcılara duyulan ihtiyaç doğrultusunda yetenekli gençlerin desteklenmesi amacıyla düzenlenen ve her yıl bir öncekinden daha canlı geçen yarışmanın final gecesine Bilim Teknoloji ve Sanayi Bakanı Nihat Ergün, İTHİB Başkanı İsmail Gülle, TİM Başkan Vekili Mustafa Çıkrıkçıoğlu, Marmara Üniversitesi Rektörü Zafer Gül'ün İTKİB Genel Sekreteri Selçuk Gökart ile İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri katılmıştı. 21 Aralık tarihin ise bu yarışmanın 9 finalistini olan Gülhan Güleçer, Mine Beşen, Selen Yıldırım, Nurten Yörük, Gülşen Karaboz, Gülhan Güleçer, Esin Acur Kılıç, Esra Yazar, Serkan Çağlar, İpek Altınöz'ün tasarımları Mimar Sinan Üniversitesi'nde gerçekleşen bir defileyle yine podyuma çıktı. 10 tasarımın sergilendiği defile tekrar büyük ilgi gördü.

1931

harmancı

80.yıl anniversary

2011

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

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

DEV ORGANİZASYONLAR 2012'DE DE HIZ KESMİYOR

BUGÜNE KADAR BAŞARIYLA GERÇEKLEŞTİRİLEN ORGANİZASYONLAR, 2012'DE DE DEVAM EDİYOR. DÜNYA MODASINA İLHAM VEREN İFW, GENÇ YETENEKLERİN ÖNÜNÜ AÇAN İTKİB GENÇ MODA TASARIMCILARI YARIŞMASI KOZA VE YERLİ, YABANCI MARKALARI AYNI ÇATI ALTINDA TOPLAYAN CPI, ŞUBAT AYINDA RÜZGAR GİBİ ESMEMEYE HAZIRLANIYOR.

2011'i sektörün yaptığı başarılı çalışmalarla hatırlayarak geride bırakmaya ve 2012 yılına merhaba demeye hazırlanıyoruz. Bu başarıların arasında büyük bir özenle hazırlanan organizasyonlar, yarışmalar ve fuarların oldukça büyük bir yer tuttuğunu ve 2012'de de bu önemli faaliyetlerin devam edeceğini görüyoruz. Bu organizasyonlar arasında yer alan ve İHKİB'in yıllardır hayalini kurduğu moda festivali projesini "İstanbul Fashion Days" adıyla 2009 yılında hayata geçirdiği İFW'nin altıncı dönemi 7-10 Şubat tarihlerinde Tepebaşı Odakule'de gerçekleşiyor. Etkinlik Türk tasarımcı ve markalarını bir araya getirirken, firmaların 2013 Sonbahar-Kış koleksiyonlarını da podyuma taşıyor. İstanbul'un tasarım merkezi haline gelmesinde önemli bir payı olan ve düzenlendiği günden bu yana toplam 143 bin kişi tarafından takip edilen İFW, bu sayede ülke ile sektör ekonomisine önemli bir katkı sağlıyor ve hazır giyim'in bütün segmentlerini İstanbul'a çekiyor.

KOZA finalistlerini seçiyor

Önümüzdeki yıl gerçekleştirecek olan yarışmalar arasında yer alan ve bugüne kadar Bahar

Korçan, Hakan Yıldırım, Hatice Gökçe gibi birçok ismi moda dünyasına kazandıran İTKİB Genç Moda Tasarımcıları Yarışması KOZA ise İFW'den hemen bir gün önce, yani 6 Şubat tarihinde Odakule'de kurulacak çadırdaki yarışmaya katılan 155 dosyadan 10 finalistin belirlendiği yarışma, genç tasarımcıların kendilerini kanıtlamaları için çeşitli fırsatlar sunuyor. 19 yıldır genç yeteneklere çalışmalarını sergilemeleri için şans tanıyan KOZA, finalistlerine önemli ödüller de sunuyor.

CPI dördüncü döneme ilerliyor

Yerli ve yabancı markaları, satın alma heyetlerini ve ziyaretçileri tek çatı altında toplayan CPI'nin dördüncü dönemi ise 9-11 Şubat tarihlerinde CNR Expo'da gerçekleşiyor. Üçüncü döneminde toplam 9 bin 168 kişinin takip ettiği fuar, yeni dönemde de önemli çalışmalara imza atmaya hazırlanıyor. İFW ile eş zamanlı olarak gerçekleşecek etkinlik dünya moda alıcılarını ve girişimcilerini İstanbul'a çekmeye, yerli ve yabancı moda markalarını ve üretici firmalarının koleksiyonlarını sergileyerek, yeni ticari işbirlikleri yapmaya imkan sağlıyor. ❖



AFAD

äFä
fermuar / düğme



444 20 61

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

YAPRAKLARDAN ETEK ÇİÇEKLERDEN ELBİSE YAPTILAR

DÜNYA GÜNDEMİNİ MEŞGUL EDEN ÇEVRE SORUNLARI BIOFASHION İLE PODYUMLARA TAŞINIYOR. AĞAÇ DALI, YAPRAK, ÇİÇEK VE MEYVE GİBİ DOĞAL MALZEMELERDEN OLUŞTURULAN TASARIMLAR, DOĞANIN NE KADAR ZENGİN OLDUĞUNA VE GEREKLİ TEDBİRLER ALINMAZSA BU ZENGİNLİĞİN KAYBEDİLECEĞİNE DİKKAT ÇEKMEK İSTİYOR.



Son dönemlerde gündemden hiç düşmeyen çevre sorunları, moda dünyasında da yankılarını buluyor. Bazı tasarımcılar küresel ısınma, doğal kaynakların hızla tükenmesi gibi sorunlar karşısında, kendi çalışma alanları çerçevesinde önlem almak için, üretim işlemlerinin ve kullandıkları malzemelerin doğaya zarar vermemesine özen gösteriyorlar. Bu durum karşısında bir yandan organik pamuk, bambudan kumaş ya da doğal boyalarla üretim yapılırken, diğer bir yandan da çevre sorunlarına farklı bir açıdan dikkat çekmek için biofashion yani ekolo-

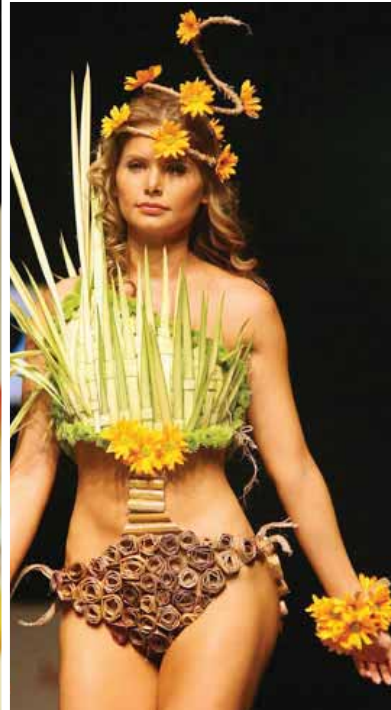
jik moda adında bir akım yaratılıyor. Ekolojik moda kapsamında tasarımcılar, güzelliği ve içinde barındırdığı farklı konseptleriyle unutulmaya yüz tutmuş doğayı korumayı ve onu tekrar ilham kaynağı haline getirmeyi amaçlıyorlar. Bu hedefle yola çıkan tasarımcılar da tüm aksesuarlar da dahil olmak üzere ağaç dallarından, yapraklardan, çalılardan, meyvelerden, kağıt, plastik gibi geri dönüşümlü malzemelerden hatta atıklardan tasarımlar hazırlıyorlar.

Kolombiya'da biofashion zamanı

Bu amaç doğrultusunda zaman zaman dikkat çekiçi şovlara imza atılıyor. Örneğin Kolombiya'nın Cali şehrinde her yıl

Kasım ayının sonlarına doğru yapılan Biofashion Show'da farklı tasarımcılar, doğal malzemeler kullanarak tasarladıkları kıyafetleri podyumda sergiliyorlar. Daha önce Hugo Cesar Dorado, Lina Sofia Muriel gibi tasarımcıların yapraklardan, çiçeklerden, hindistancevizi kabuklarından elbiseler, etekler, şapkalar, ayakkabılar ve çeşitli aksesuarlar yaptıkları şovda bu yıl Reynaldo Giraldo, Angelo Restrepo, Daniela Arevalo, Ann Murcia ve Paco Diaz gibi tasarımcılar birbirinden farklı ve renkli tasarımlarıyla yine Cali'de podyumu süsledi. Yaratıcılıklarını çeşitli yapraklar, tohumlar, çiçekler ve doğal liflerden esinlenerek konuşturan tasarımcılar, hazırladıkları etekleri farklı bitkilerle süslerken, izmaritlerden kolye veya şapka süsü, kağıttan kelebek yaptı-

lar. Bazı eteklerin uçlarına astar yardımıyla saksı yerleştiren çevre dostu modacılar, kot kumaşından yapılan bir elbiseyi de kurutulmuş limonlarla süslediler. Tasarımcılar tüm bu çalışmalarını birlikte doğanın ne kadar renkli ve zengin olduğunu podyumda bir kez daha ispat ettiler. ❖



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

Çevre koruma ve
kaynak tasarrufu
bilinci ile üretim

Her iplik cinsinde
en kısa üretim
terminleri

250 Yıllık Deneyimin Gücü



Size Yakıdır...



SEKTÖRÜN ÖNDE GELENLERİ PREMIÈRE VISION'DA BULUŞUYOR

TEKSTİL VE MODA ALANINDA DÜZENLEDİĞİ ULUSLARARASI FUARLARLA ADINDAN SÖZ ETTİREN PREMIÈRE VISION, GERÇEKLEŞTİRECEĞİ YILLIK GLOBAL TOPLANTILARLA, DÜNYACA ÜNLÜ İSİMLERİ AĞIRLAMAYA HAZIRLANIYOR. İLKİNİ 16-17 ŞUBAT 2012'DE PARİS'TE GERÇEKLEŞTİRECEK OLAN ŞİRKET, EKONOMİ VE PAZARLAMA ALANINDA SEKTÖRÜN NABZINI TUTMAYA HAZIRLANIYOR.



Moda sezonuna yön veren dünya trendlerini oldukça iyi tanıyan, 1973 yılından itibaren tekstil ve moda alanında uluslararası fuarlar düzenleyen Fransız şirket Première Vision, dünya çapında tanınmış pek çok uzman ve profesyonelle bir araya gelerek çalışmalarını şekillendiriyor. Sahip olduğu birikimden hareketle bir yandan çeşitli organizasyonlar gerçekleştirerek her yıl Paris, New York, Moskova ve Şangay gibi şehirlerdeki kumaş şovlarıyla adından söz ettiren Première Vision, şimdi de farklı bir organizasyon için heyecan duyuyor. 14-16 Şubat 2012 tarihinde Paris'te gerçekleştireceği kumaş show'undan hemen bir gün sonra yani 17

Şubat tarihinde, Paris'in kalbinde yer alan Brongniart Sarayı'nın tarih kokan odalarında yıllık global toplantılar düzenliyor. Şirket, "PV Global Meetings" adıyla düzenlediği ve 16 Şubat'ta gala yemeğini gerçekleştireceği bu etkinlikle, sektördeki stratejik pazarlama ve ekonomik haberlerle ilgili anahtar konulara değinerek, etki uyardırma ve yüksek verimliliğin sağlanacağı bir tartışma platformu yaratmayı amaçlıyor.

Dikkat çekici konular ele alınıyor

Kumaş fuarındaki işin ve iş tartışmalarının bir uzantısı olarak, aralarında moda ve tekstil sanayii alanında dünya çapındaki şirket sahiplerinin, yöneticilerinin,



Dünya Ticaret Örgütü Direktörü Pascal Lamy PV Global Meetings'de konuşmacı olarak yer alıyor.

ekspertlerin, CEO'ların ve önemli medya temsilcilerinin yer aldığı yaklaşık 400 karar vericiyi bir araya getiren buluşma, ekonomik ve stratejik konuları içeren birçok toplantıya ve tartışmaya da ev sahipliği yapıyor. Dünya Ticaret Örgütü Direktörü Pascal Lamy, organizasyondaki moderatörlüğü üstlenecek olan ünlü gazeteci Stephen Sackur, Rio de Janeiro Valisi Sergio Cabral, dünyada üç önemli fütüristten biri olarak addedilen Vito di Bari ile Dünya Rekabet Gücü Merkezi Direktörü ve Lausanne Üniversitesi Yönetim Geliştirme Enstitüsü Profesörü Stephane Garelli toplantıya katı-

lacak önemli isimler arasında yer alıyor. Uzman isimlerin katılacağı organizasyonda ele alınacak konular da bir hayli dikkat çekiyor. Genel kurulun global ekonomik durum, uluslararası ticaret ve beklentiler hakkında bir oturum yapacağı toplantıda, Brezilya, internet ve uluslararası kaynaklar başlığında üç workshop düzenleniyor. Öğleden sonraki oturumda genel kurulun düşünce ve stratejik bakış açısında yeni ufuklara odaklanmayı konu edineceği "PV Global Meetings", gerek bu konu başlıkları, gerekse yetkin katılımcılarla sektörün geleceğine yönelik önemli adımlar atmak için gün sayıyor.



Première Vision 14-16 Şubat 2012 tarihlerinde Paris'te gerçekleştireceği kumaş show'u ile tüm dikkatleri üzerine toplayacak.

PREMIÈREVISION

be inspired

14-16 subat 2012 / ilkbahar yaz 13 / Dünyanın bir numaralı kumaş fuarı
Parc d'Expositions Paris-Nord Villepinte-Fransa / pvturkey@premierevision.com
www.premierevision.com

PREMIEREVISION
PLUR/EL

A'DAN Z'YE MODA WORKSHOPLARI

MODA TUTKUNLARININ KARIYERİNE YÖN VEREN İMA, BİR YIL BOYUNCA DEVAM EDECEK WORKSHOPLAR DÜZENLİYOR. MODA FOTOĞRAFÇILIĞI VE STYLING, PAZARLAMA, MEDYA VE İLETİŞİM GİBİ PEK ÇOK BAŞLIKTA YAPILACAK OLAN ATÖLYELER, KATILIMCILARA FARKLI BİR VİZYON KAZANDIRIRKEN, YENİ İŞ İMKANLARI DA SAĞLIYOR.



Moda alanında önemli bir kariyere sahip olmak ve bu doğrultuda merdivenleri emin adımlarla çıkmak için yapılması gerekenler arasında iyi bir eğitim almak ilk sıralarda yer alıyor. Uzman bir ekiple yapılan doğru çalışmalar kişiyi önemli yerlere taşıyor. İstanbul Moda Akademisi (İMA) de verdiği eğitimlerle bu yargıyı destekliyor ve bir yıl boyunca devam edecek 40'ın üzerinde konu başlıklarından oluşan "A'dan Z'ye Moda Workshopları" düzenliyor. Aralık ayından itibaren başlayan ve moda tasarımcısı, moda fotoğrafçısı veya moda editörü olmak, moda çizim tekniğini geliştirmek, ileri

düzye dikiş teknikleri öğrenmek isteyenlere ya da bir moda markası yaratmayı hedefleyen, modanın farklı alanlarında kendilerini yetiştirmek ve geliştirmek isteyenlere yönelik bu workshoplar, her yaş grubuna hitap ediyor. Modanın tüm disiplinlerini kapsayan, endüstride uygulanan en son metotlardan en güncel uygulamalara kadar A'dan Z'ye bilgi aktaran, esnek ve alternatif zaman dilimleri sunan, ihtiyaçlara yönelik tasarlanmış workshoplar ile katılımcılar yeteneklerini keşfedebiliyor, yeni beceriler kazanabiliyor, kariyerlerinde bir adım öne geçmek için yetkinliklerini artırabiliyor, kurmayı planladıkları yeni işlere hazırlanabiliyor,

yeni iş imkanları için donanım kazanabiliyor ve katılmayı planladıkları full time eğitimler için ön hazırlık yapabiliyorlar.

Farklı konular farklı deneyimler

Aralık ayında gerçekleşen ilk workshoplar arasında Trend Takibi ve Araştırma Metotları, Moda Tasarımına Giriş, Modada Zaman Yolculuğu, Moda Tasarımında Photoshop 1, Dikiş Teknikleri 1 ile 360 Derece Moda Sektörü isimli eğitimler bulunuyor. İlerleyen dönemlerde gerçekleştirilecek workshoplar kapsamında ise, Kalıp Teknikleri başlığında provalı kalıp teknikleri ve drapaj; Moda Sektöründe Girişimcilik başlığın-

da bir moda markası yaratmak; Moda Fotoğrafçılığı ve Styling başlığında stil danışmanlığı ve street photography; Moda Perakendesi başlığında perakendede kritik yol haritası takibi, perakende matematiği ve hedeflerle yönetim; Pazarlama, Medya ve İletişim başlığında sosyal medya ve dijital modada yeni trendler gibi konular yer alıyor. Tüm bunların yanı sıra Genç Yaratıcı Atölyeleri kapsamında 15-18 yaş arası gençler için LCF işbirliği ile moda tasarımı, portfolyo hazırlık atölyesi, t-shirt baskı tasarımı, moda çizimi ve moda fotoğrafçılığı çalışmaları da yapılacak etkinlikler oluyor. İMA'da modaseverleri keyifli anlar bekliyor. ❖

İMA'DA

A'DAN Z'YE MODA WORKSHOPLARI

BAŞLIYOR

İMA

Bir yıl boyunca devam edecek 40'in üzerinde konu başlıklarından oluşan "A'dan Z'ye Moda Workshopsı" 5 Aralık 2011 tarihinde başlıyor.

www.
istanbul
moda
akademisi.
com

Moda Tasarımcısı, Moda Fotoğrafçısı veya Moda Editörü olmak istiyor olabilirsiniz, moda çizim tekniğinizi geliştirmek, ileri düzey dikiş teknikleri öğrenmek isteyebilirsiniz ya da bir moda markası yaratmayı hedefliyor da olabilirsiniz...

Modanın farklı alanlarında kendilerini yetiştirmek ve geliştirmek isteyenlere işte fırsat!

Her yaş grubuna uygun, modanın tüm disiplinlerini kapsayan, endüstride uygulanan en son metotlardan en güncel uygulamalara kadar a'dan z'ye bilgi sahibi olacağınız, esnek ve alternatif zaman dilimleri sunan, ihtiyaçlara yönelik tasarlanmış İMA A'dan Z'ye Moda Workshopsı ile;

Yeteneklerinizi Keşfedebilirsiniz / Yeni Beceriler Kazanabilirsiniz / Kariyerinizde Bir Adım Öne Geçmek İçin Yetkinliklerinizi Arttırabilirsiniz / Kurmayı Planladığınız Yeni İşiniz İçin Hazırlanabilirsiniz / Yeni İş İmkanları İçin Donanım Kazanabilirsiniz / Katılmayı Planladığınız Full Time Eğitimler İçin Ön Hazırlık Yapabilirsiniz

Moda Tasarımı

- Moda Tasarımına Giriş
- Modada Zaman Yolculuğu
- Moda Çizim Teknikleri 1
- Moda Çizim Teknikleri 2
- Moda Çizim Teknikleri 3
- Renk Teorisi
- Trend Takibi ve Araştırma Metotları
- Moda Tasarımında Photoshop 1
- Moda Tasarımında Photoshop 2
- Moda Tasarımında Illustrator 1
- Moda Tasarımında Illustrator 2
- Giysi Süsleme Teknikleri
- Tekstil Malzemeleri ile Aksesuar Tasarımı

Kalıp Teknikleri

- Kalıp Teknikleri 1
- Kalıp Teknikleri 2
- Kalıp Teknikleri 3
- Provalı Kalıp Teknikleri

- Drapaj 1
- Drapaj 2
- Drapaj 3

Üretim ve Dikiş Teknikleri

- Dikiş Teknikleri 1
- Dikiş Teknikleri 2
- Dikiş Teknikleri 3

Moda Sektöründe Girişimcilik

- 360 Derece Moda Sektörü
- Bir Moda Markası Yaratmak
- Moda Sektöründe Girişimcilik

Moda Fotoğrafçılığı ve Styling

- Stil Danışmanlığı 1
- Stil Danışmanlığı 2
- Street Photography Workshop

Moda Perakendes

- Perakendede Kritik Yol Haritası Takibi

- Perakende Matematiği ve Hedeflerle Yönetim
- Understanding Customer Behaviour and Market Competitor Analysis

Pazarlama, Medya ve İletişim

- Sosyal Medya ve Dijital Modada Yeni Trendler

Genç Yaratıcı Atölyeleri

- Moda Tasarımı – LCF işbirliği ile (15 – 18 yaş için)
- Portfolyo Hazırlık Atölyesi (15 – 18 yaş için)
- T-Shirt Baskı Tasarımı (15 – 18 yaş için)
- Moda Çizimi (15 – 18 yaş için)
- Moda Fotoğrafçılığı (15 – 18 yaş için)

İletişim İçin

0212 219 41 41
Tuğsem Arslan (1203)
Mine Gürsoy (1216)

PARİS'TE GÜNEŞ BU KEZ FARKLI DOĞUYOR

TEK ÇATI ALTINDA BİRLEŞEN İKİ ÖNEMLİ FRANSTZ HAZIR GİYİM FUARI WHO'S NEXT VE PRÊT À PORTER PARİS, ARTIK ÇOK DAHA GENİŞ BİR PERSPEKTİFTE HİZMET SUNUYOR. İLK KEZ OCAK 2012'DE WHO'S NEXT PRÊT À PORTER PARİS ADIYLA GERÇEKLEŞECEK OLAN FUARA ÜLKEMİZDEN KATILACAK OLAN FİRMALAR, ÇİFTE FIRSAT YAKALAMIŞ OLUYOR.

Fransa'nın başkentinde düzenlenen aksesuar, ayakkabı, kadın ve erkek giyim gibi farklı ürünlerinin sergilendiği köklü fuarlar olarak nitelendirilen Who's Next ve Prêt à Porter Paris, uluslararası anlamda ilgi ve katılımı artırmak amacıyla "Who's Next Prêt à Porter Paris" adıyla tek çatı altında birleşiyor. İlk kez 21-24 Ocak 2012 tarihinde bu isimle gerçekleşecek olan fuar, katılımcıların 2012-2013 Sonbahar-Kış koleksiyonlarına ev sahipliği yapmaya hazırlanıyor. 120 bin metrekarelik alanda yüzde 60'ı yabancı olan 2 bin 500 hazır giyim ve aksesuar markasını bir araya getiren fuara ülkemizden deri, kadın giyim ve aksesuar kategorisinde yer almak üzere 10 firma katılıyor. Ürünlerini uluslararası butik alıcılara geniş ve etkin bir biçimde tanıtmak, köklü dağıtım ağlarının yetkilileri ile tanışmak ve önemli bağlantılar kurmak, pazarı yerinde görmek yoluyla etkin satış stratejileri belirleyebilmek, önemli firmaların yöneticileri ve satın alıcıları

ile doğrudan temasa geçmek gibi avantajlara sahip olacak bu firmalar, daha geniş bir çerçevede iş yapma şansı yakalayacaklar.

Zengin kategoriler büyük ilgi toplayacak

Who's Next Prêt à Porter Paris'de oluşturulacak kategorilere göz atmak gerekirse, fuar da altı bölüm olduğu görülüyor. Bunlardan ilki, kadın hazır giyiminde en yaratıcı markaları bir araya getiren Fame olarak isimlendiriliyor. Önümüzdeki her sezon 200 katılımcıyı ağırlayacak bu kategori, mükemmelliği arayan perakendeciler ve büyük ölçüde stok yapan firmalar için vazgeçilmez olmayı amaçlıyor. Birçok uluslararası kadın giyim markasını kapsayan ikinci kategori Private adını taşıyor. Kategoride alıcıların çağdaş ve ticari koleksiyonları bir arada bulacakları zamansız, yaratıcı, fantezi ve gece elbiseleri yer alıyor. Mr. Brown adlı bölüm erkek ve şehir modasına hitap ederek 300'den fazla tekstil, ayakkabı ve aksesuar markasını kapsıyor.

Profesyonellerle buluşma fırsatı

Dördüncü kategori olan Premiere Classe'ta ayakkabı, mücevher ve çantalar bulunuyor ve bu kategoride her sezon 600 marka yer alıyor. Beşinci kategori Le Cube seyahat çantaları ve deriden yapılmış aksesuarların yer aldığı bir bölüm oluyor. Ayakkabı pazarı profesyonellerinin yer alacağı en son kategori ise Mess Around ola-

rak adlandırılıyor. Tüm katılımcıların, ziyaretçilerin ihtiyaçlarını karşılayacak ve en geniş çocuk ayakkabı kategorisi ise Mini Mess oluyor. Tüm bunların yanı sıra, fuar kapsamında catwalk showları, trend forumları, stil çalışmaları, tema bazlı sergiler, çeşitli konferanslar, partiler yapılacak. Fuara katılacak olan profesyoneller, bütün katılımcıların yaratıcılıkları hakkında bilgilendirilecekler. ❖



120 bin metrekarelik alanda 2 bin 500 hazır giyim ve aksesuar markasını biraraya getirecek olan fuar, daha geniş bir çerçevede iş yapma olanağı sağlıyor.

YENİ FIRSATLAR KAPIDA

ULUSLARARASI PEK ÇOK PAYDAŞI BİR ARAYA GETİRECEK OLAN FUARA ÜLKEMİZDEN KADIN GİYİM, DERİ VE AKSESUAR ALANINDA HİZMET VEREN 10 FİRMA KATILYOR. YETKİLİLER, FUARLARIN BİRLEŞMESİ NETİCESİNDE DAHA GENİŞ BİR ALICI KİTLESİYLE BAĞLANTI KURCAKLARINI VE SATIŞ AĞLARINI DAHA DA GENİŞLETECEKLERİNİ DÜŞÜNÜYORLAR.



ENERJİ DAHA YÜKSEK OLACAK ÇİĞDEM AKIN MODA TASARIMCISI

Öncelikle dünya çapındaki önemli fuarlara katılmanın, firmanın ya da tasarımcının yurtdışındaki markalar arasında bilinirliğini artırdığının altını çizmek gerekiyor. Bunun sonucu olarak eğer herhangi bir ülkede bir aktivite varsa, ilk o firmayla/kişiyle iletişime geçiliyor ya da kendi ülkelerinde yapılan fuarlardan show'lardan ilk olarak onlar haberdar ediliyor ki bence bu oldukça önemli bir durum. Çiğdem Akın markası olarak, Prêt à Porter Paris fuarına 2006 yılından itibaren,

ara vermeden senede iki sezon boyunca katıldık. Bugüne kadar bizim açımızdan katıldığımız sezonlar oldukça renkli ve heyecanlı geçti, belediğimiz ilgiyi bulduk. Who's Next ve Prêt à Porter Paris'nin tek çatı altında buluşması ise bence hem fuarın enerjisini artıracak hem de katılım daha fazla olacak. Ortak kararlar alarak daha aktif bir fuar oluşturulacak. Katılımcılar ve satın almacılar daha organize olmuş bir fuarda, daha rahat çalışma imkanı bulabilecekler. Firmalar, ürünlerini daha fazla tanıtabilecek, satabilecek ve doğru kontaklar kurabilecekler. Bizim bu fuardan beklentimi ise yeni müşteriler kazanmak doğrultusunda şekilleniyor.

ALICI PROFİLİ DAHA DOĞRU ŞEKİLLENECEK MEHTAP ELAİDİ MODA TASARIMCISI

2003 yılından beri aralıksız olarak önce Prêt à Porter Paris'ye, son dört senedir de Who's Next'e katılıyorum. İhracat bağlantılarımın yüzde 90'ını bu fuarlar aracılığıyla yapıyorum. Bu organizasyonlara katılımın ticari anlamda, özellikle tasarımcı markaları adına önemli olduğuna inanıyorum çünkü dünyanın dört bir yanından gelen alıcılar, acenteler, showroom'larla sizi bir araya getiren çok

önemli bir platformda, kendinizi ve koleksiyonlarınızı tanıtmaya ve satmaya imkanına sahip oluyorsunuz. Markanızla veya koleksiyonunuzla ilgilenen bir alıcı sizi her sezon orada görmek ve kalıcılığınızdan emin olmak istiyor. Hatta bazı büyük firmalar sizi birkaç sezon takibe alıp hem koleksiyonlarınızda ki istikrardan hem de sürekliliğinizden emin olduktan sonra size sipariş vermeye ikna oluyor. Bu iki fuarın aynı çatı altında birleşmesine dönersek, ben bunun olumlu sonuçlar doğuracağına ve bu yolla alıcı profilinin daha doğru bir şekilde yönlendirileceğine inanıyorum. Biz de bu fuardan hem eski müşterilerimizle ilişkilerimizi devam ettirmeyi hem de satış ağıımızı genişletmeyi umuyoruz.



DÜNYAYA AÇILMAK İÇİN ÖNEMLİ

NAZAN HAYİM ARK-İSTANBUL-FİRMA SAHİBİ

Biz Prêt à Porter Paris'e 2006 senesinden beri her yıl, iki sezon olarak katılıyoruz. Fuar bugüne kadar bize yurtdışı müşteri potansiyeli kazandı. Daha sonra bu müşterilerimiz kemikleşti ve kendilerine özel koleksiyon hazırlatmak için İstanbul'a bile geldiler. Who's Next son yıllarda

çok önem kazanmış bir fuar oldu ve Prêt à Porter Paris'yi bile gölgede bıraktı. Bu iki fuarın birleşip tek bir fuar haline gelmesinin sektör adına iyi olduğunu ancak bu sene ilki gerçekleştirileceği için yorum yapmanın çok erken olacağını düşünüyorum. Her zaman olduğu gibi biz bu fuarda müşterileri portföyümüzü genişletmeyi yani yeni müşterilerle kantağa geçmeyi planlıyoruz. Ayrıca dünya çapındaki trendleri takip edip vizyonumuzu daha da genişletmeyi hedefliyoruz. Bana kalırsa bu tarz fuarlar dünyaya açılmak ve gelişmeleri takip etmek açısından oldukça önem taşıyor.

ÇİN PAMUK BİRLİĞİ İTHİB'İ ZİYARET ETTİ

İTHİB, 9 ARALIK'TA DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ'NDE ÇİN PAMUK BİRLİĞİ YETKİLİLERİNİ AĞIRLADI. DÜNYA PAMUK PİYASASINDAKİ SON GELİŞMELERLE, ÇİN VE TÜRKİYE'NİN POZİSYONLARININ DEĞERLENDİRİLDİĞİ GÖRÜŞME, KARŞILIKLI İŞBİRLİĞİ VE İYİ NİYET BİLDİRİMLERİ İLE SONA ERDİ.



Çin Pamuk Birliği (CCA) temsilcileri, dünya pamuk piyasasındaki son gelişmelerle birlikte, bu kapsamda Çin ve Türkiye'nin pozisyonlarını değerlendirmek amacıyla 9 Aralık tarihinde Dış Ticaret Kompleksi'nde İTHİB'i ziyaret etti. CCA temsilcileri yapılan bu ziyarette İTHİB İstanbul Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Gülle, Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Fatih Doğan ve Adana Ticaret Borsası Başkanı Muammer Çalışkan ile görüştü. Çin heyetine CCA Genel Sekreter Yardımcısı Wang Jianghong, Merkez Ofis Müdürü Jin Yaling, Çin Ulusal Pamuk Borsası (CNCE) Uluslararası Bölüm Yöneticisi Bay Lu Guozhu ve tercümanları da eşlik etti.

Karşılıklı soru-cevaplar ile kurumlar arası iletişimin geliştirilmesine çalışılan görüşmede Çin hükümetinin tekstil ve konfeksiyon ticareti ile ilgili olarak Pakistan, Hindistan, Vietnam, Kamboçya gibi ülkelerle yoğun bir rekabet halinde olduğu belirtildi. Ülkedeki hammadde fiyatları ve işgücü maliyetlerindeki artış nedeniyle, Çin tekstil ve konfeksiyon sektörünün zor bir dönem geçirdiği dile getirildi. Türkiye ve Çin'in bu anlamda rakip iki ülke dahi olsa, genel anlamda birbirlerinden öğrenecekleri hususlar olabileceği üzerinde duruldu. 2008 yılında Çin'in Ulusal Pamuk Borsası'nın elinde 2,7 milyon ton yerli pamuk stoğu varken, 2009 ve 2010 yıllarında uluslararası pamuk fiyatlarının oldukça yükseldiği bir

dönemde bu stoğu iç piyasaya sürdüğü dile getirilen toplantıda, böylelikle Çinli sanayicinin hammadde yönünden bir miktar rahatlatıldığı belirtildi. Bu sebeple dünya genelinde pamuk fiyatları yükselirken Çin'de pamuğun bu fiyatlardan yüzde 30-40 daha ucuz olduğu söylendi.

Ortak endişe, pamuk üretiminin düşmesi

Çin Ulusal Pamuk Borsası'nın, bu günlerde rezervlerini bir sonraki sezonda çiftçisini desteklemek için tekrar oluşturmaya çalıştığı belirtilen görüşmede, 136 milyon ton pamuğun hala stokta yer aldığını dile getirildi. ABD'nin pamuk hasadının bu yıl ortalamaların altında kalacağını tahmin eden Çinli yetkililer, benzeri sebeplerle pamuk

tedarikiğinde sıkıntı vuku bulursa, Borsa'nın stoklarının devreye girmesi gerekebileceğini söylediler. Dünya pamuk fiyatlarının aşağı düşmesi ve önümüzdeki sene birçok çiftçinin pamuk yerine mısır, buğday, küspe gibi farklı tarımsal ürünlere yönelmesi durumunda pamuk ekim alanlarının azalması, bunun bir sonucu olarak da pamuk üretiminin düşme ihtimali ise hem Çin hem de Türk ilgili kurumlarının ortak endişesi olarak dile getirildi. Çin'in yıllık pamuk üretimi 7,28 milyon ton, ithalatı 3 milyon ton ve tüketiminin de 10 milyon ton civarında olduğunu belirten Çinli yetkililer, ülkelerindeki pamuk ticaretinde iki ayrı borsanın faaliyet gösterdiğini söylediler. Toplantı, karşılıklı işbirliği ve iyi niyet bildirimleri ile sona erdi. ❖



Messe München
International

www.ispo.com

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

TÜRK ARAP İŞADAMLARININ TARİHİ BULUŞMASI



Arap ülkelerinin bir an önce sanayi atılımını başlatması gerektiğine inanan Türkiye, bu konuya dikkat çekmek için "Türk-Arap Sanayi İşbirliği Konferansı"na ev sahipliği yaptı. Arap ligi ülkelerinin temsilcilerini Türk iş adamları ile bir araya getiren "Türk Arap Sanayi İşbirliği Konferansı" bir birinde önemli konu ve konukları Haliç Kongre Merkezi'nde bir araya getirdi. 6-7 Aralık tarihlerinde düzenlenen konferansta Arap ekonomilerinin içinde bulunduğu mevcut duruma vurgu yapılırken, bu ülkelerin güçlü bir ekonomiye geçmesi için "Türkiye'nin iyi bir zemine oturması şart" mesajı verildi. Konferansın konuşmacıları arasında yer alan İTHİB Başkanı İsmail Gülle, Türkiye ile Arap ülkeleri arasındaki tekstil sektörüyle ilgili dış ticaret ilişkilerini değerlendirdi. Mısır, Tunus, Fas ve Ürdün gibi ülkelerde tekstil ve konfeksiyon üretiminde gittikçe gelişen bir tekstil altyapısı olduğunu ifade eden Gülle, "Son yıllarda bu ülkelerde gelişen tekstil altyapısı ile genç nüfusu, AB ve Rusya gibi büyük pazarlara yakınlığı ve pamuklu ürünlerdeki hammadde kapasitesi gibi faktörlerle birlikte dünya ülkelerinde tedarik açısından öne çıkmaya başladı" dedi.

HALICILAR TARİHİ YARIMADADA HALI MÜZESİ İSTİYOR

Hizmir Ticaret Odası ev sahipliğinde 8 Aralık tarihinde düzenlenen 'Türkiye'deki Halıcılığın Dünü, Bugünü ve Yarını' başlıklı toplantı, aralarında İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz'ın da olduğu çok sayıda halı sektör temsilcisini ağırladı. Kültür ve Turizm Bakanı Ertuğrul Günay'ın yer aldığı toplantıda geleneksel el halısının Türkiye'nin tanıtımında kullanılacağına dikkat çekildi. Toplantıda yaptığı konuşmada Türkiye'nin dünya halı sektöründe önemli bir yerde durduğunu söyleyen İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz, Türk halı sektörünün 1.2 milyar dolarlık el dokuması halı pazarında yüzde 9.5 pay ile dünyada 5. sırada olduğunu kaydetti. Turistik mağaza işletmeciliği olarak Türkiye'yi ziyaret eden turistlere yapılan halı satışlarının önemli bir kalem oluşturduğunu dile getiren Yılmaz, "Miktarın daha da arttırılabilmesi için Topkapı ve Dolmabahçe saraylarının depolarında bulunan eski halıların gün ışığına çıkarılarak tarihi yarımadada çok önemli bir müze oluşturulabilir. Zira İslam Eserleri Müzesi bu konuda yetersiz kalıyor. İHİB olarak bu halıların bakımı ile ilgili her konuda yardımcı hazırız" diye konuştu.



İNNOVASYON YILDIZLARI İSTANBUL'DA



Türkiye'nin yaratıcı gücünü harekete geçirmek ve uluslararası rekabeti arttırmak amacıyla düzenlenen "Türkiye İnnovasyon Konferansı" 7-8 Aralık'ta Haliç Kongre Merkezi'nde dünyaca ünlü isimleri ağırladı. TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi'nin açılış konuşması ile başlayan kongreye, Cumhurbaşkanı Abdullah Gül, Katar Emiri Şeyh Hamad Bin Halife El Tani ve Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Nihat Ergün gibi isimler katıldı. Rekabet gücünü tesis etmenin, dış ticareti dengelemenin, hayatın her alanında birikmiş yapısal sorunların çözüm yolunun, değişimi kabul etmekten geçtiğini belirten Büyükekşi, "Bu heyecan verici süreçte hedefe inanıp gönül verenlerin kazandığı, vermeyenlerin kaybettiği, vasat olanın değil, sıradışı olanın ödüllendirildiğini gösterebilirsek her şey hızla değişir" dedi. "İnnovasyon konusunda yaratmaya çalıştıkları farkındalığın toplumsal bir yaşama biçimine nasıl dönüştürüleceği" sorusuna yanıt aradıklarını belirten Büyükekşi, "İnnovasyon insanımızın genlerinde var. Bunu açığa çıkartmak, bunun önünü açmak, buna maddi manevi destek vermek gerekiyor" dedi.

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

BÜYÜK KUPAYA AZ KALDI



İSTANBUL INTERCONTINENTAL ADVERTISING CUP ICAC, 26-27 OCAK 2012'DE DÜNYANIN DÖRT BİR YANINDAKİ YARATICILARI İSTANBUL'DA BULUŞTURUYOR. RITZ CARLTON HOTEL'DE GERÇEKLEŞTİRİLECEK OLAN ORGANİZASYONDA, ULUSLARARASI PRESTİJLİ YARIŞMALARDA ÖDÜL ALAN İŞLER, BİR KEZ DAHA BÜYÜK KUPA İÇİN YARIŞIYOR. H&M VE DIESEL MARKALARININ YARATICISI OLAN JOHAKIM JONASON DA KONUKLAR ARASINDA YER ALIYOR.

Dünyanın tek kıtalararası yarışması olan İstanbul Intercontinental Advertising CUP ICAC, geçtiğimiz yıl olduğu gibi bu yıl da dünyanın dört bir yanından yaratıcıları İstanbul'da buluşturmaya hazırlanıyor. 26-27 Ocak 2012 tarihlerinde T.C. Cumhurbaşkanlığı ve Slovenya Cumhurbaşkanlığı himayesinde, Marketing Türkiye ve Marketing Management Institute işbirliği ile İstanbul'da Ritz Carlton Hotel'de gerçekleştirilecek olan organizasyonda uluslararası prestijli yarışmalarda ödül alan işler bir kez daha büyük kupa için yarışacak. Adfest (Asya Pasifik), FIAP (İspanyolca ve Portekizce konuşulan ülkeler), ADC*E (Avrupa Art Direktörler Kulübü), Golden Drum (Yeni Avrupa ülkeleri) reklam yarışmalarının kazananları The CUP'ta şampiyonların şampiyonu olmak için ter dökecek. The CUP kapsamında yarışmanın düşünsel derinliğini oluşturmak üzere İstanbul Creativity Summit (İstanbul Yaratıcılık Zirvesi) adı altında iki günlük bir konferans düzenlenecek. Zirvenin ilk gününe, dünyadan en başarılı reklam kampanyalarının paylaşıldığı Golden Stage ile reklamcılığın ve reklamcılarının karnesi sayılan Gunn Report'un prömiyeri damgasını vuracak. Dünyanın en prestijli yarışmalarından (ADFEST, FIAP, ADC*E ve Golden Drum) Altın Kupa ya da Grand Prix ödülü kazanan dünyaca ünlü 12 kreatif The CUP'la Golden Stage'te (Altın Sahne) ağırlanacak. Yaratıcılar, 10 dakikalık sunumlarla ödüllü çalışmalarının nasıl bir fikirle ortaya çıktığını, stratejisini ve uygulamaya dönüşümünü tüm aşamalarıyla anlatacak. İlk günün bölümlerinden biri olan

Gunn Report'un 2011 lansmanı da bizzat raporun kurucusu Donald Gunn tarafından yapılacak. Rapor, her yıl dünyadaki en çok ödül alan yeni işleri listeleyip bu işlerin ardındaki reklamcılarını ön plana çıkararak kutlama esasına dayanıyor. Bu özelliğiyle The Gunn Report her yıl reklam dünyasındaki taşları yerinden oynatıyor, ilham kriterlerini belirliyor ve saptamalarıyla dünya reklamcılığına yön gösteriyor. Festivalin ilk gününde Berlin School of Creative Leadership Worldwide Başkanı olan Michael Conrad da organizasyona katılıyor.

Ürperten kampanyaların yaratıcısı The CUP'ta

İkinci günün en dikkat çekici bölümü ise Creative Thinkers Stage (Yaratıcı Düşünürler Sahnesi)'de düşünceleri ve yazdıklarıyla büyük etki uyandıran Slavoj Žižek ve Edward de Bono yer alıyor. Zirvenin önemli bir diğer konuyu ise Johakim Jonason oluyor. Dünyada ve Türkiye'de büyük hayranı olan, H&M ve Diesel markalarının yaratıcısı ve Diesel reklam kampanyaları ile çok sayıda ödül kazanan Jonason, moda konusunda deneyimlerini aktaracak. The CUP'in bir diğer sürprizi ise bir İstanbul projesi olarak doğan The Young CUP... Dünyanın dört bir yanından gençlere açık olan The Young CUP kapsamında düzenlenen yarışmalarla yaratıcı ve zeki gençleri belirlenip konferans boyunca ağırlanacak. The Young CUP'in bu sene Türk gençlerinin de katılımı beklenen dört ayrı yarışması var. Ayrıca yalnızca Türk gençlerinin katılımı için tasarlanan bir başka yarışmayla da 50 genç The CUP'ı izleme şansına sahip olacak. ❖



Tüketici Güvenliği
Kaynak Tasarrufu
İklim Koruması

* GELECEK, tekstil ürünlerinin güvenli olması demek—
her zaman, her yerde!

Ürün portföyümüzü sürekli
değerlendiriyor ve örneğin,
aşağıdaki standartlara uygun
hale getiriyoruz:

- Oeko-Tex Standard 100
- EU ECO-Label
- GOTS
- Önde gelen perakendecilerin ve markaların RSL standartları

Daha iyi bir dünya için katkıda bulunma sorumluluğumuzu yerine getirmeye kararlıyız.

Engin kimya bilgimiz ve tekstil kimyasalları alanında yılların getirdiği uzmanlığımızla, tekstil sektörüne bilgi ve çözümler sunuyoruz. Güncel ve geleceğe yönelik ekolojik standartlar üzerine yapılan çalışmalara öncülük etmeye devam ediyoruz. Yeni ürünler geliştirirken de odağımız, tüketici güvenliği ve iklim koruması faktörlerini sürekli iyileştirmek...

www.basf.com/textile

 **BASF**

The Chemical Company

RUSYA MURADINA ERDİ



BİR SÜRE ÖNCE İMZALANAN ANLAŞMA SONUCU, RUSYA'NIN DÜNYA TİCARET ÖRGÜTÜ ÜYELİĞİ GERÇEK OLDU. DÜNYA TİCARETİNDEKİ EN GENİŞ KAPSAMLI SERBESTLEŞME ADIMLARINDAN BİRİ OLAN ÜYELİĞİN TÜRKİYE'NİN 100 MİLYAR DOLAR TİCARET HEDEFİNE DESTEK OLACAĞI BELİRTİLİYOR.

Ekonomik büyüklüğü 1.9 trilyon dolar olan Rusya'nın 18 yıllık Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) hayali DTÖ Bakanlar Konferansı ile gerçek oldu. Türkiye'nin en büyük ticari ortaklarından biri olan Rusya, 15-17 Aralık'ta Cenevre'de yapılan konferans sonucunda örgütün 155'inci üyesi konumunda yer alıyor. Rusya'nın üyeliğinin tarihi bir adım olduğunu belirten Dünya Ticaret Örgütü Çalışma Grubu Başkanı Stefan Johannesson, düzenlenen basın toplantısında "Bu haber, dünya ekonomisi için çok güzel bir gelişme. Rusya'nın DTÖ'ye üyeliği hem Rusya'ya hem de örgütün diğer üyelerine fayda sağlayacak. Bu zor ekonomik dönemde Rusya'nın DTÖ ailesine katılarak küresel ekonomik işbirliğini artıracığına ve uluslararası ticareti güçlendireceğine eminim" dedi. Rusya'nın DTÖ'ye katılmasıyla DTÖ, dünya ticaretinin yüzde 92'sini temsil eder hale geldi.

Şeffaflık gelecek, engeller kalkacak

Rusya'nın DTÖ'ye katılması, ülke mevzuatının şeffaflaştırılması, ticaret önündeki engellerin kaldırılması, uluslararası anlamda kabul görmüş kuralların uygulamaya geçecek olması bakımından büyük önem taşıyor. Rusya'nın DTÖ'ye üyeliğiyle Rusya ile iş yapan firmaların daha şeffaf ve öngörülebilir bir ticaret sürecine sahip olacakları ifade ediliyor. DTÖ üyeliğiyle Rusya'da ticaret serbestleşiyor, tarifeler azaltılıyor, ithalat ve ihracat üzerindeki kısıtlamalar kaldırılıyor ve DTÖ'nün uluslararası ticarete koyduğu kurallar hakim oluyor. DTÖ üyeliğinin Rusya'nın dünya ekonomisine uyum sağlamasını kolaylaştıracağı ve küresel ticaret kurallarının belirlenmesi sürecinde söz hakkına sahip olacağı ifade ediliyor. Rus ekonomisi için DTÖ üyesi olmanın gerektirdiği reformların, gerek doğrudan yabancı yatırım çekmesi ve gerekse

hizmet sektöründe rekabetçiliğin artmasıyla Rusya ekonomisi için kazanç sağlayacağı belirtiliyor. DTÖ'ye katılımı takip eden ilk beş yıl içinde, Rus ekonomisinin yüzde 0,5 ila yüzde 1 arasında ilave büyüme kaydedeceği tahmin ediliyor. Dünya Bankası da DTÖ üyeliğinin Rusya ekonomisi için orta vadede yüzde 3,3, uzun vadede ise yüzde 11 büyüteceğini öngörüyor. Uzmanlara göre Rusya'nın üyeliği, Çin'in 10 yıl önce DTÖ'ye üye olmasından bu yana ticaretin liberalleşmesi yolunda atılan en önemli adım olarak belirtiliyor.

"100 milyar dolar ticaret hedefimize destek olacak"

DTÖ üyeliği sonrası, Rusya ile Türkiye'nin ticari ilişkilerinin de gelişmesi bekleniyor. Ekonomi Bakanlığı'nın konuyla ilgili açıklamasında, Rusya ile 2000 yılında 4,5 milyar dolar seviyesinde olan ikili ticaret hacminin, 2008 yılında 8 kattan fazla artışla

38 milyar dolar seviyesine yükseltildiği belirtildi. Açıklamada ayrıca "Küresel kriz nedeniyle 2009 yılında yaşanan düşüşe rağmen, 2010 yılında yükseliş trendi devam etti. 2010 yılında Rusya'ya gerçekleştirdiğimiz ihracat 2009 yılına göre yüzde 44 gibi rekor bir artış göstererek 4,6 milyar dolara çıktı. 2011 yılının 9 ayındaki ihracatımız geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 36 oranında arttı. Öte yandan, gerek 2010 yılının tamamı gerek 2011'in 9 ayı için ithalat artış hızının yüzde 10 civarında gerçekleşmesi enerji ithalatı nedeniyle yüksek miktarda ticaret açığı verdiğimiz Rusya Federasyonu ile önümüzdeki dönemde daha dengeli bir ticaret yapacağımızın en önemli işaretidir. Rusya Federasyonu'nun DTÖ'ye üye olması önümüzdeki dönemde ikili ticaret hacmimizin 100 milyar dolara çıkmasında önemli destek mekanizmalarından biri olacak" şeklinde ifadelele yer verildi. ❖



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, bulunduğça daha çok müşteriye ulaşıyor ve daha çok kazanıyorsunuz.



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



KRİZDEKİ KOMŞUDAN 50 MİLYAR EURO'LUK DAVET

EKONOMİK KRİZDEN KURTULMANIN YOLLARINI ARAYAN YUNANİSTAN, KAMUYA AİT VARLIKLARI ÖZELLEŞTİRME KARARI ALDI. YUNANİSTAN'DAKİ YETKİLİLER TÜRK İŞ DÜNYASINI, A'DAN Z'YE HER ŞEYİ KAPSAYAN BU ÖZELLEŞTİRME PASTASINDAN PAY ALMAYA ÇAĞIRDI.



Yunan-Türk İş Konseyi Başkanı D. Papanicolaou, GYİAD Başkanı B. Akdani ve Yunan İş Federasyonu Koordinatörü I. Patsiavos Yunanistan'daki özelleştirme çalışmaları hakkında görüşme yaptı.

sonsuz kadar sürmez. Çok daha güçlü temeller üzerine kurulan yeni Yunanistan'da yerinizi almak üzere sizleri bekliyoruz" şeklinde açıklamada bulunarak birliktelikte yapılacak işlerin her iki ülkeye sağlayacağı yararları değindi.

Yunan Adalarında özelleştirme zirvesi

Yunan-Türk İş Konseyi Başkanı Dimitris Papanicolaou ise özelleştirme sürecinde Türk iş dünyasını bilgilendirmek ve bu süreçte daha aktif olmalarını sağlamak için GYİAD ile Mayıs 2012'de Yunan adalarında ortak zirve gerçekleştirme önerisinde bulundu. Papanicolaou, "Şu anda Türkiye ile ticaret yapan 500'ün üzerinde Yunan firması var. Ticaret dengesi Türkiye'nin lehine seyrediyor. Mayıs ayında yapacağımız ortak zirvede özelleştirmenin ülkelerimiz ve iş dünyası için yarattığı fırsatları birlikte konuşalım istiyoruz" dedi. GYİAD başkanı Akdani ise iki ülke arasında toplam 3 milyar dolarlık ticaret hacmi bulunduğu dikkat çekerek bunun, özellikle Türkiye lehine daha da geliştirilmesi için Yunanistan'daki kriz ortamının önemli fırsatlar sunduğunu söyledi. Heyetinin ziyaret ettiği Selanik Başkonsolosu Tuğrul Biltekin ise Yunanistan'da tapu kullanılmadığını ve bunun ciddi bir sorun oluşturduğunu belirtti. Yunanistan'da ticaret yapmak isteyen girişimcilerin kendileri ile irtibata geçmelerinin yararlı olacağını anlatan Biltekin, Türk işadamlarına her türlü desteği vermeye hazır olduklarını belirtti. ❖

Zor ekonomik koşullardan geçen ve yaşadığı krizi aşmak için kamuya ait varlıkları özelleştirme kararı alan Yunanistan'daki Yunan İş Federasyonu (SEV), toplam 50 milyar Euro'luk özelleştirme için Türk iş adamlarına çağrıda bulundu. Yapılan bu çağrı sonucu Genç Yönetici ve İşadamları Derneği (GYİAD) Başkanı Burcu Akdani ile derneğin yönetim kurulu üyeleri, kriz ortamının bulunduğu olası iş fırsatlarını yerinde görmek amacıyla Atina ve Selanik'e giderek, krizin pençesinden kurtulmaya çalışan Yunan ekonomisinin üst düzey yöneticileri ile bir araya geldi. GYİAD heyetinin Atina'da

ziyaret ettiği SEV Koordinatörü Ioannis Patsiavos, hükümetin aldığı karar çerçevesinde kamuya ait pek çok varlığın kriz nedeniyle değerlerinin altında rakamlarla özelleştirileceğini vurguladı. 2015 yılına kadar toplam yapılacak bu özelleştirmenin Türk iş dünyası için de önemli fırsatlar sunduğunu belirten Patsiavos, "Almanya, İsveç, Danimarka ve Çin'de özelleştirme süreciyle ilgili görüşmelerde bulunduk. Oysa en yakınızdaki, bizim için çok önemli olan komşumuz Türkiye var. Atina Havaalanı başta olmak üzere 29 havaalanı, kamu bankaları, toplam 3 bin 500 adanın bir kısmı, limanlar, marinalar, otobanlar,

demiryolları, enerji tesisleri, telekomünikasyon şirketleri, su artma tesisleri, doğalgaz, piyango ve posta idareleri, madenler, rafineriler, yenilenebilir enerji üretim merkezleri, golf alanları, oteller ile toplam 100 milyon metrekare gayrimenkul özelleştirilecek. Bundan sonra Yunanistan'da hiçbir şey eskisi gibi olmayacak. Yunanistan'ın en büyük ekonomi örgütü olarak, A'dan Z'ye her şeyi kapsayan bu özelleştirme fırsatından komşumuz Türk iş dünyasının da yararlanmasını istiyoruz. Özelleştirmenin önündeki mevzuat engelleri ortadan kalktı. Artık Yunanistan'da iş yapmak çok daha kolay hale geldi. Hiçbir kriz

Sürdürülebilir hizmet



“Otomatik Veri Toplama ve Tedarik Zinciri Yönetimi” yani bilineni 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 Terminalleri
- » 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** **TÜRK**

“Türkiye'nin Barkod Sistemi Danışmanı”

KOBİ'LER DESTEK İÇİN DOĞRU PROJE ARIYOR

**KOSGEB, KOBİLERE
CAN SUYU NİTELİĞİNDE
DESTEKLER VERİRKEN,
FİRMALAR DA BU
TEŞVİKLERDEN
FAYDALANABİLMEK İÇİN
DOĞRU PROJE ARAYIŞI
İÇİNE GİRİYOR. SÖZ
KONUSU ALANDA EĞİTİM
DANIŞMANLIĞINA
İHTİYAÇ DUYAN
İŞLETMELER İÇİN
TÜRKİYE'DE ÇOK SAYIDA
FİRMA DANIŞMANLIK
HİZMETİ VERİYOR.
BU DANIŞMANLIK
FİRMALARI,
KOBİ'LERE KOSGEB
DESTEKLERİNDEN NASIL
FAYDALANACAKLARI
KONUSUNDA YOL
GÖSTERİYOR.**

Türkiye'deki işletmelerin yüzde 99'unu oluşturan KOBİ'lere başta KOSGEB olmak üzere Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Ekonomi Bakanlığı, Eximbank, Kredi Garanti Fonu, Türkiye İş Kurumu, AB fonları ve özel bankalar, Ar-Ge, yatırım ve işletme alanlarında destek veriyor.

KOSGEB gelecek yıl için kesenin ağzını açmayı planlarken, kurumun 'Devlet Teşvik ve Destekler Rehberi' çalışmasına göre kamu kuruluşları, teşvik kanunları ve fonlar aracılığı ile dört koldan Türkiye'deki işletmelere destek sağlandığı belirtiliyor. KOSGEB, küçük ve orta ölçekli işletmelere can suyu nite-

liğinde destekler verirken, firmalar da bu desteklerden faydalanabilmek için doğru proje arayışı içine giriyor. Bu arayış içerisinde söz konusu alanda eğitim danışmanlığına ihtiyaç duyan firmalar için Türkiye'de çok sayıda firma eğitim danışmanlığı hizmeti veriyor. Bu firmalardan biri olan Mar Eğitim ve Danışmanlık

2006 yılından bu yana işletmelere KOSGEB, devlet, DTM, TÜBİTAK ve Turquality teşvikleri ile ilgili işletmelere eğitim danışmanlığı veriyor. KOSGEB, Türk Standartları Enstitüsü ve Turquality tarafından akredite edilen Mar Eğitim ve Danışmanlık, firmaların KOSGEB desteklerinden fay-

dalanabilmeleri ve doğru projeler hazırlayabilmeleri için gereken zemini hazırlamalarına vesile oluyor. Mar Eğitim ve Danışmanlık'tan aldıkları yönetim danışmanlığı ve eğitim hizmetlerinde yüzde 50 ile yüzde 90 oranları arasında devlet desteklerinden yararlanan firmalar bu anlamda maliyet açısından avantaj sağlamış oluyor. Mar Danışmanlık Yönetim Danışmanı Zeki Mar ile KOSGEB destekleri ile ilgili firmalara verdikleri eğitim hizmetlerinin içeriğini konuştuk.

KOSGEB destekleri ile ilgili verdiğiniz danışmanlık hizmetlerinden söz eder misiniz?

Firmalara gerek KOSGEB projeleri ile ilgili, gerekse de Ar-Ge projelerinin hazırlanmasında son derece yardımcı oluyoruz. Çünkü burada işletme maliyetlerinin en azından yüzde 50 ile yüzde 70 oranında daha düşük bir maliyet oluşturduğu için firmalara da bu anlamda fayda sağlıyoruz. Ayrıca firmalara kurumsallaşma, markalaşma konusunda ve yurtdışında showroom gibi kiralama durumlarında onların yapılanmasıyla da ilgili yönlendirmeler yaparak destek veriyoruz. Pazarlama departmanı işletmelerde lokomotif departmandır. Durum böyle olunca bizim de bu departmanlar için önerilerimiz oluyor. İlandan işe yerleştirmeye kadar olan süreçte aktif olarak görev alarak, bu kişilerin işletme içerisinde yetişmelerini sağlıyoruz. Sermayesi yeterli olmayan firmaların KOSGEB teşvik ve projelerden faydalanmalarını sağlayarak onların rahat bir nefes almasını sağlıyoruz. Yani firmalara KOSGEB'den kredi alabilmeleri için projeler işaret ediyorsunuz. Firmalar daha detaylı bilgilere www.mar-danismanlik.com adresimizden ulaşabilir.

İşaret ettiğiniz projelerle ilgili birkaç örnek verir misiniz?

KOSGEB desteklerinden faydalanmak isteyen firma bizimle irtibata geçiyor. Kendilerinin faaliyet alanlarından şirket yapısından söz ediyor. Örneğin 75 kişinin çalıştığı bir firma bizi arıyor. KOSGEB desteklerinden yararlanmak istediklerini ve onlara nasıl yardımcı olabileceğimizi soruyorlar. Biz de firmaları gidip yerinde görmek istiyoruz. Çünkü fiziki anlamda firmaların durumunu, makine parkını, kullandığı teknolojiyi, personel durumunu yerinde daha rahat analiz ediyoruz. Burada KOSGEB konusunu görüşürken, firmanın fotoğrafını çektikten sonra onlara izlemeleri gereken yol haritasını çiziyoruz. Eksiklerini ve ihtiyaçlarını söylüyoruz. Nitelik eleman olarak pazarlama sorumlusu, dış ticaret sorumlusu, insan kaynakları ya da finans alanında hangi eksiklikleri varsa, o alanda uzman, bir kişiyi ilgili departmanın başına getiriyoruz. Lisan bilen, uzman bir kişinin o görevi getirilmesi firma için ihracat potansiyelinin artması anlamına geliyor. Burada da KOSGEB, firmaya 20 bin liraya kadar bir destek veriyor.

Firmalar Ar-Ge ile ilgili sizden ne gibi destekler alıyor?

Bu konuda her şeyden önce firmaların Ar-Ge bölümüyle ilgili eksikliklerinin neler olduğunu çıkarıyor, onlara laboratuvar ile ilgili Ar-Ge projesine ihtiyaçlarının olduğunu söylüyoruz. Firmaların Ar-Ge bölümünü kurmadan söz konusu ürünü uzun süre satamayacaklarını, ihracat yapamayacaklarını, ihracat departmanları olmadan da ürün geliştire-

Mar Danışmanlık Yönetim Danışmanı Zeki Mar



remeyeceklerini söylüyoruz. Bu nedenle onlara; alanları kimya ise kimya mühendisi olan, lisan bilen, konusunda en az iki yıl deneyimli bir personelin buraya atanması gerektiğini belirtiyoruz. Bu kişilerin en azından formülizasyon yoluyla, gerek üniversitelerle- sanayi işbirliği içerisinde köprü görevi yapacağını gerekse de lisansı olduğu için yurtdışındaki pazar konusundan üretim tekniklerine varıncaya kadar olan süreçte araştırmalar yapabileceğini anlatıyoruz.

İşletmelerin doğru projeler üretebilmesi için gereken zemini oluşturmalarına vesile oluyorsunuz diyebilir miyiz?

Biz firmalara, maliyetlerini düşürücü ve ileri teknolojiyi kullanarak çalışmalar yapabilmeleri için teknoparklara da yönlendiriyoruz. Ar-Ge ile ilgili projelerde üretim ve pazarlama ayağını ile birlikte insan kaynaklarına da dikkat çekiyoruz. İşletmenin

mali portresini çok fazla zorlamayacak şekilde, en azından daha makul bir maliyetle, ama işletmenin önünü açacak bilgi ve beceriye sahip kişilerin görev başına getirilmesinde önemli bir rol üstleniyoruz. Evet kısaca firmaların KOSGEB desteklerinden faydalanabilmeleri ve doğru projeleri hazırlayabilmeleri için gereken zemini hazırlamalarına vesile oluyoruz.

Firmalar KOSGEB tarafından akredite olduğunuzu bilerek mi size başvuruda bulunuyor?

Kesinle akredite olduğumuzu bildikleri için bize başvuruda bulunuyorlar. Akredite olmuş bir danışmanlık firmasından hizmet almak işletme için maliyet anlamında avantaj sağlamak anlamına geliyor. Firma akredite olmayan A firmasına gittiğinde aldığı hizmet bedeli olarak 10 lira veriyor. Akredite olan B firmasına da aldığı hizmet bedeli olarak ilk etapta 10 lira veriyor.





Fakat bunun yüzde 50'sini daha sonra KOSGEB'den geri alıyor. Bu anlamda bir firmanın akredite olmuş bir danışmanlık şirketinden bu hizmeti alması maliyet açısından yüzde 50 daha uygun oluyor. Devlet firmalara danışmanlık desteği olarak 15 bin TL'lik limit koymuş. KOSGEB işletmelere "Pazarlama ve satış", "mali işler-finans", "insan kaynakları" ve "genel yönetim" olmak üzere dört bölüm için toplam 15 bin TL'lik destek veriyor. Firmalar bu dört ana konuda danışmanlık aldığı zaman, diyalim ki buna 30'bin TL'lik harcamayı yaptı. İşte burada bu maliyetin 15 bin TL'sini KOSGEB'den geri alıyor. Bu destekler firmaların yapılanması için önemli bir adım oluyor.

KOSGEB'in şu anda KOBİ'ler için sunduğu destek paketleri nelerdir?

KOSGEB verdiği desteklerde yelpazeyi o kadar geniş tuttu ki, hem hizmet sektörü, hem de üretimle ilgili faaliyet gösteren bütün işletmelere çok sayıda paket sundu. KOSGEB, firmalara maliyeti düşük işletme kredisi sunmakla birlikte nitelikli eleman ihtiyacı, fuar, eğitim ve danışmanlık desteği sunuyor. Bu

da küçük ölçekli işletmeler için büyük bir kolaylık anlamına geliyor. Bunun yanında işletme teknolojiye yönelik yenilikler yapmak istediğinde de KOSGEB firmalara, istihdam artırıcı, maliyet düşürücü, verimlilik artırıcı, yurtiçi ve yurtdışı pazar araştırması, markalaşma konusunda da projeler getirin diyor. KOSGEB'in havuzun da o kadar büyük bir rakam var ki... KOSGEB sözü konusu havuzdan faydalanabilmeleri için firmaların bir proje ile kendilerine gelinmesini söylüyor. Şu anda KOSGEB'in firmalara sunduğu iki proje var. Bunlardan biri 300 bin TL'lik Ar-Ge projesi, bir diğeri ise 150 bin TL'lik KOBİ projesi. KOSGEB firmalara, "300 bin TL'lik yenilikçi bir proje hazırlayın bunun 150 bin TL'sini biz karşılayalım" diyor. Ayrıca 300 bin TL Ar-Ge için harca, bunun yüzde 75'ini biz karşılayalım" diyor. Bundan daha iyi bir destek olacağını sanmıyorum.

Firmalar bu desteklerden yeterince faydalanıyor mu?

Firmalar bu tür desteklerden pek haberdar olmuyor. Bizim de firmaların hepsine yetişmemiz maalesef mümkün olmadığı için, sadece bize ulaşan firmalara bu destekleri veriyoruz. KOSGEB

ile ilgili projelendirme ve bunun yanında danışmanlık hizmeti veriyoruz. Bizim onlara verdiğimiz danışmanlık hizmeti maliyetinin yüzde 50'sini KOSGEB karşılıyor. Biz de o bedelin hakkını vermek için gereken desteği işletmelere sunuyoruz. Birçok sektörde 10, 20 ya da 30 kişi çalıştıran işletmeler vardır. Bu tür işletmeler hep kendi yağları ile kavrulmaya çalışırlar. Zaman zaman zor dönemlerden geçiyorlar. Bu işletmelerin ayakta kalabilmeleri için ya teknolojik gelişmeleri yakından takip etmeleri, ya nitelikleri yüksek, bilgi ve becerileri uzmanlık noktasına varmış insanlarla çalışmaları ya da pazarda kendini kabul ettirebilecek kaliteli ürün sunmak zorunda. Bu kaliteli ürünün satılabilecek pazarlama ayağı da son derece önemli. Bu anlamda KOSGEB özellikle küçük ölçekli işletmeler için büyük bir nimet.

KOSGEB işletmelere verdiği kredilerin geri alınmasında problemler yaşıyor...

Evet verilen bu kredilerin toplanmasında bir takım sıkıntılar yaşanıyor. Durum böyle olunca hükümet yeni bir paket açmakta endişe duyuyor. Aslında yöntem

şuydu; dönüşümlü bir sistem takip ediliyordu, yani bir firma kredisini ödediği zaman gelen bu kredi başka bir firmaya destek olarak geri dönüyordu. Çark bu şekilde dönecekti. Fakat ödemeler zamanında yapılmadığı için bu sistem yürümedi.

Daha önceden işletme kredisi olarak verilen destek Ar-Ge kredisine dönüştü. Firma yeni bir ürün geliştirmek istiyorsa bu destekler devreye giriyor. Firma yeni bir ürün geliştirmek istiyorsa, devlet hem hibe olarak, hem de geri ödemeli destekler veriyor ki, bunun faizi de oldukça düşük.

Firmalar, bu desteklerden nasıl yararlanıyor?

KOSGEB ister Anonim Şirketi olsun, ister Limited Şirketi olsun, ister şahıs şirketi olsun, ister hizmet sektörü olsun, isterse de üretime yönelik bir şirket olsun burada herhangi bir kısıtlama getirmiyor. Desteklerden faydalanması için firmanın her şeyden önce KOSGEB'e üye olması gerekiyor. KOSGEB işletmeler için gerçekten çok yararlı bir kurum oldu. Ama o kadar çok firma var ki, bu firmaların ne kadarı KOSGEB desteklerinden faydalanabiliyor, ne kadarı proje hazırlayabiliyor. Bu noktada firmaların bilinçlendirilmesi gerekiyor. Bugün KOSGEB imkanları varken, bu kaynaklar iyi niyet çerçevesinde firmalar tarafından araştırma yapılarak doğru bir şekilde kullanılması gerekiyor. KOSGEB üyesi firmaların proje ve desteklerden yararlanma konusunda araştırma yapması, destek almaya çalışması, üye olmayanların da bir an önce üye olması gerekiyor. AB Hibe Projesi'nde de milyar dolar avrolar havuzda bekliyor. Proje sayısı az olduğu için o paraya tekrar Avrupa'ya geri gidiyor. KOSGEB'de böyle bir imkan yaratmışsa, proje bazında olsun, diğer destekler konusunda olsun işletmelerin artık kendilerini yenilemeleri gerekiyor. ❖

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

KÜÇÜLEN DÜNYADA BÜYÜYEN TÜRKİYE

ETKİLERİNİN GÜNÜMÜZDE DE SÜRDÜĞÜ EKONOMİK KRİZ, DÜNYA EKONOMİLERİNİ OLDUKÇA ZORLUYOR VE AVRUPA'YI NEREDEYSE DAĞILMA AŞAMASINA GETİRİYOR. BUNA KARŞILIK SON ÇEYREKTE YÜZDE 8,2 BÜYÜYEREK ÇİN'DEN SONRA DÜNYANIN EN HIZLI BÜYÜYEN İKİNCİ EKONOMİSİ OLAN TÜRKİYE, TÜM BAKIŞLARI ÜZERİNE TOPLUYOR.

Son dönemlerdeki haberlere bakıldığında dünya genelinde yaşanan ekonomik krizin devam ettiği görülüyor. IMF açıkladığı raporlar ülkelerin ekonomik performanslarının yıl sonunda beklentilerin altında seyrettiğini söylüyor. Türkiye'deki tekstil ve hazır giyim sektörünün ihracat alanında geniş ölçüde iş yaptığı Avrupa ülkelerine bakıldığında ise Yunanistan'ın yaşadığı çöküntü ve onun altı katı borcu olan İtalya'nın borç krizine girmesi durumunda, Euro Bölgesi'nin derinden sarsılabileceğine dikkat çeken uzmanlar, krizin İtalya ya da İspanya gibi büyük ekonomilere sıçramasının domino etkisi yaparak, Avrupa finans sistemini çökretebileceğini vurguluyor. Bunun aksine Türkiye ekonomisi sevindirici gelişmeler yaşıyor ve 2011 yılının ikinci çeyreğinde yüzde 8,8 ile beklentilerin üzerinde bir büyüme kaydediyor. Dünya ekonomisinin rakamlarla daha yakından incelemek gerekirse, IMF'nin Eylül ayında açıkladığı yeni "Dünya Ekonomik Görünüm Raporu"nda, dünya ekonomisinin tehlikeli bir döneme girdiği, zira küresel ekonomik aktivitenin bir yandan azalırken, bir yandan da ülkelerin ekonomik performansları arasındaki ayrışmanın arttığı, küresel çapta ekonomilere güvenin azaldığı ve aşağı yönlü risklerin artışta olduğu belirtiliyor. Bu çerçevede, 2010 yılında yüzde 5,1 büyüyerek küresel krizin yaralarını sarmaya çalışan dünya ekonomisinin, yıl sonunda yüzde 4 büyümesi bekleniyor. Bu noktada, gelişmiş ekonomiler ile gelişmekte olan ülkeler arasındaki ayrışma göze çarpıyor ve gelişmekte olan ülkelerin 2011 yılında yüzde 6,4 büyümesi beklenirken, gelişmiş ekonomiler için öngörülen büyüme oranı ancak yüzde 1,6 düzeyinde seyrediyor. Önümüzdeki

dönemde dünya ülkelerini bekleyen önemli sorunların başında, ekonomik sıkıntılar ve bu kapsamda alınan tedbirler sonucunda tüketim harcamalarının gevşemesi ve bunun da dış ticarete yansımaları riskleri yer alıyor. Bu kapsamda Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ), Eylül ayının son haftasında 2011 yılı dünya ticaret hacmine ilişkin tahminini daha önce öngördüğü yüzde 6,5 artıştan, yüzde 5,8'e indirdiğini belirtiyor. Yıl sonunda gelişmiş ülkelerin ticaret hacminin yüzde 3,7 artması beklenirken, gelişmekte olan ülkelerin ticaret hacminin ise yüzde 8,5 artış göstermesi öngörülüyor. Dünya ekonomisinin gidişatına ilişkin artan endişelerin de etkisiyle gelişmekte olan ülke ekonomilerinden sermaye çıkışları ve yatırımcıların güvenli liman olarak dolara yönelmesi sonucunda, başta Brezilya ve Güney Kore olmak üzere gelişmekte olan ülkelerin para birimlerinin Eylül ayında dolara karşı önemli ölçüde değer kaybettiği dikkat çekiyor.

ABD ekonomisi durgun

Asya'nın dev ekonomilerinden biri olan Japonya, Mart ayında yaşanan büyük deprem ve tsunaminin de etkisiyle 2011 yılının ikinci çeyrek döneminde geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 2,1 daralmaya uğruyor. Diğer bir yandan tekstil ve hazır giyim ihracat sektörlerimizi yakından ilgilendiren bir gelişmenin Avustralya'da yaşandığı tekrar hafızalarda canlanıyor. Dünyanın en büyük yün tedarikçisi olan ülkede yaşanan sel felaketleri nedeniyle yün arzında sıkıntı başgösterirken, fiyatlar 30 yılın en yüksek seviyesine çıkıyor ve yün ithal fiyatlarındaki artışın kışlık yünlü ürünlerin maliyetini ciddi oranda artırması bekleniyor. ABD'de ise yılın ikinci çeyreğinde açıklanan veriler ekonomideki toparlanmanın

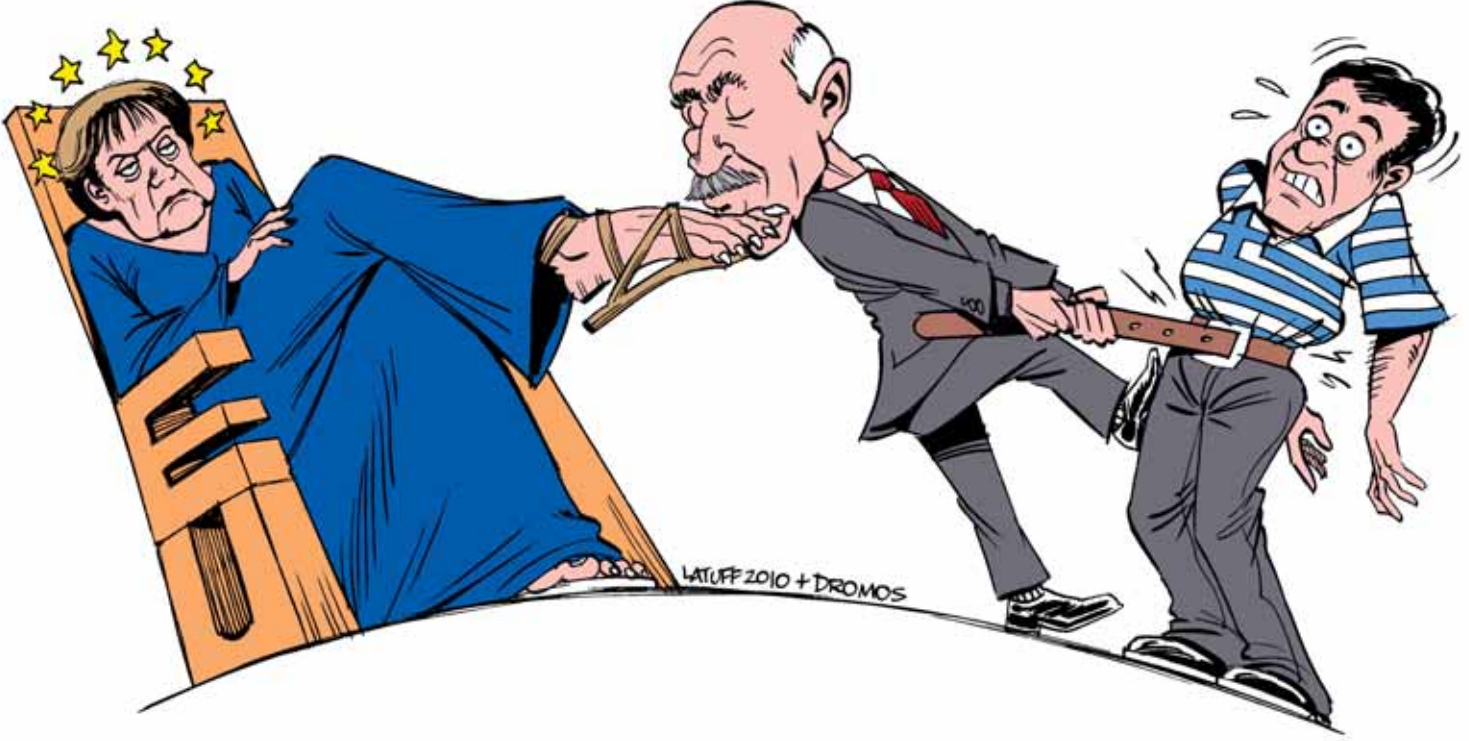


ivme kaybettiğine işaret ediyor. Uluslararası kredi derecelendirme kuruluşu Standard&Poors'un ABD'nin kredi notunu bir kademeye azaltarak AA+ seviyesine indirmesinin yankıları hala sürerken, ABD ekonomisinin beklentilerin altında bir performans sergilemesi, küresel ekonomiye ilişkin endişeleri de beraberinde getiriyor. Bu kaygılara ek olarak IMF'nin Eylül ayında açıkladığı yeni Dünya Ekonomik Görünüm Raporu'nda, ABD'ye ilişkin büyü-

me tahmini 2011 yılı için yüzde 2,5'ten yüzde 1,5'e, 2012 yılı içinse yüzde 2,7'den yüzde 1,8'e çekilmiş durumda görünüyor. Öte yandan, ABD ekonomisi, 2011 yılı ilk çeyrek döneminde sadece yüzde 0,4 büyürken, ikinci çeyrek dönemde ise yüzde 1,3 büyüme kaydediyor. Ekonominin tahminlerin altında büyümesinin, özellikle Japonya'da meydana gelen deprem ve tsunaminin arz zincirini bozmasından kaynaklandığı belirtiliyor.

ÇİN TEPKİ TOPLUYOR

Gelişmiş Batı ekonomileri borç krizi, ekonomik durgunluk ve işsizlik sorunlarıyla boğuşurken, dünyanın ikinci büyük ekonomisi Çin ise son dönemde artan üretim ve işçilik maliyetlerine rağmen 2011 yılının üçüncü çeyrek döneminde de yüzde 9,1 büyüme gösteriyor. Çin ekonomisinin yılın ilk çeyreğinde yüzde 9,7, ikinci çeyrek dönemde ise yüzde 9,5 büyüme kaydettiği dile getiriliyor. Eylül ayında Çin'in toplam ihracatı yüzde 17,1, ithalatı ise yüzde 20,9 artarken, Ağustos ayında 17,8 milyar dolar olan dış ticaret fazlası, Eylül ayında 14,5 milyar dolara geriliyor. Bu çerçevede, 2011 yılı tamamında ihracat artışının yüzde 18, ithalat artışının ise yüzde 21 düzeyinde gerçekleşmesi öngörüldürken, 2010 yılında 183 milyar dolar seviyesine çıkan yıllık dış ticaret fazlasının, bu yıl sonunda 170 milyar dolara gerilemesi bekleniyor. Çin ekonomisinin 2011 yılının tamamında yüzde 9,5 büyümeyle öngörüldürken, Çin'in uyguladığı katı kur rejimini göreceli olarak terk edip Yuan'ın değer kazanmasına izin vereceğini duyurmasına rağmen, bunun çok sınırlı bir düzeyde kalması uluslararası ticaret dengesini bozduğu gerekçesiyle başta ABD olmak üzere Batılı ülkelerin tepkisini çekmeye devam ediyor.



AB borçlardan kurtulmaya çalışıyor

Türkiye'nin ihracat alanında en çok iletişim halinde olduğu Avrupa'da görülen ekonomik krizin etkileri sürüyor. AB ekonomisinde gündemden hiç düşmeyen Yunanistan borç krizi ve İtalya'nın da yüksek oran-

lı dış borçları nedeniyle krize girebileceği yönünde beklentiler, Euro Bölgesi finansal ve ekonomik istikrarının geleceği konusunda endişeleri gündüne getiriyor. Temmuz ayındaki kredi dilimi krizini atlatan Yunanistan'ın rezervlerinin iyice azaldığı, AB'den ek



ALMANYA

Ihracat sektörlerimizin en önemli pazarı olan Avrupa Birliği'nin en büyük ekonomisi Almanya'nın GSYH'sinin 2011 yılının ikinci çeyrek döneminde geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 2,8 büyüdüğü belirtiliyor. Almanya'da sanayi üretiminde 2011 yılı Ağustos ayında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 7,8 artış gerçekleşirken, bir önceki aya göre yüzde 1 düşüş görülüyor. Sanayi üretimi Haziran ayında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 7,3 artarken, Temmuz ayında ise yüzde 10,6 artış seyrediyor. Bu arada, yeni sanayi ürünleri siparişleri Temmuz ayında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 11 artarken, bir önceki aya göre de yüzde 3 düşüş yaşıyor. Ülke çapında perakende satışlar Ağustos ayında bir önceki aya göre yüzde 2,9 azalırken, bir önceki yılın aynı ayına göre ise yüzde 0,9 düşüş kaydediyor. Perakende satışlar geçen yılın aynı dönemine göre Haziran ayında yüzde 1,1 artarken, Temmuz ayında ise yüzde 1,4 artıyor. İşsizlik oranına bakıldığında ise bu oran Ağustos ayında Temmuz ayına göre yüzde 0,1 azalarak yüzde 6,1 seviyesinde gerçekleşiyor. Diğer bir yandan, IMF'nin Eylül ayında açıkladığı yeni Dünya Ekonomik Görünüm Raporu'nda, Alman ekonomisinin büyüme tahmini 2011 yılı için yüzde 3,2'den yüzde 2,7'ye; 2012 yılı içinse yüzde 2'den yüzde 1,3'e çekilerek önümüzdeki dönem için de kötümser bir tablo çiziliyor.



İNGİLTERE

Avrupa Birliği'nin önemli ekonomilerinden bir diğeri olan İngiltere'nin GSYH'sinin 2011 yılının ikincisi çeyrek döneminde geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 0,7 büyümüş olduğu görülüyor. Yeni sanayi ürünleri siparişleri Haziran ayında bir önceki aya göre yüzde 0,3 azalırken, geçen yılın aynı dönemine göre ise yüzde 2,9 düşüyor. İngiltere Perakende Konsorsiyumu (BRC) verilerine göre, ülke genelinde gıda dışı perakende satışları Haziran-Ağustos döneminde geçen yılın aynı dönemine göre değişmezken, sadece Ağustos ayında yüzde 1,5 arttığı belirtiliyor. İngiltere sanayi üretiminde, 2011 yılı Ağustos ayında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 0,9 düşüş gerçekleşirken, bir önceki aya göre ise yüzde 0,2 artış yaşıyor. Sanayi üretimi Haziran ayında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 0,5 artarken, Temmuz ayında ise yüzde 0,4 düşüş kaydediliyor. Ülkenin işsizlik oranı ise bu yılın Mayıs ayında Nisan ayına göre 0,1 puan artarak yüzde 7,8 seviyesine ulaşıyor.

mali yardımlara ihtiyaç duyulduğu ancak AB Troyka'sının Yunan hükümetinden yeni mali tasarruf ve reformlar istediği ve Yunanistan'ın iflasının gündemde olduğu bildiriliyor. Bu noktada, Yunanistan'ın borçlarını ödeyememe riski özellikle Almanya ve Fransa'yı sadece AB ekonomisinin genel istikrarı konusunda değil, aynı zamanda başta Alman ve Fransız olmak üzere Avrupa bankalarının elinde ciddi miktarda Yunanistan

tahvilleri olduğu için de ilgilendiriyor. 1,5 trilyon dolarlık milli gelirine karşın 1,8 trilyon doları aşan rakamla Yunanistan'ın 6 katı borcu olan İtalya'nın borç krizine girmesi durumunda Euro Bölgesi'nin derinden sarsılabileceğine dikkat çeken uzmanlar, krizin İtalya ya da İspanya gibi büyük ekonomilere sıçramasının domino etkisi yaparak Avrupa finans sistemini çökertebileceğini vurguluyorlar. Güncel gelişmeler ışığında Eurostat



ARNAVUTLUK



MAKEDONYA



YUNANİSTAN

Yunanistan
Arnavutluk ve
Makedonya'ya
Komple ve Gurupaj
Lojistik Servis



SERAY®

ULUSLARARASI TAŞIMACILIK
İNŞAAT TİCARET LTD. ŞTİ.



BALKANLARA AÇILAN LOJİSTİK KAPINIZ

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

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

info@seraytrans.com

www.seraytrans.com



verilerine göre, 2011 yılının ikinci çeyreğinde bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 1,6 büyüyün Euro Bölgesi, bir önceki çeyrek döneme göre ise sadece yüzde 0,2 büyümüş durumda görünüyor. 27 üyeli AB ekonomisinin ise 2011 yılının ikinci çeyreğinde bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 1,7 büyürken, bir önceki çeyrek döneme göre ise ancak 0,2 büyüdüğü dikkat çekiyor.

TÜRKİYE EKONOMİSİ BÜYÜYOR
Dünya genelinde yaşanan bu olumsuz tabloya rağmen Türkiye'den ekonomik anlamada iyi haberler geliyor. Son çeyrek-

te yüzde 8,2 büyüyerek Çin'den sonra dünyanın en hızlı büyüyen ikinci ekonomisi olan Türkiye, tüm bakışları üzerine topluyor. Ekonomi 2011 yılının ikinci çeyreğinde yüzde 8,8 ile beklentilerin üzerinde bir büyüme kaydediyor. 2011 yılının ilk çeyrek döneminde kaydedilen güçlü büyüme performansının kısmen yavaşlamayla birlikte ikinci çeyrek dönemde de devam ettiği görülürken, yılın ilk yarısındaki büyüme oranı ise yüzde 10,2 olarak hesaplanıyor. Eylül itibarıyla son bir yılda GSYH 1 trilyon 255 milyar liraya ulaşıyor. Dolar cinsinden GSYH ise 784,3 milyar dolar oluyor. Buna göre,



FRANSA

Dünyanın en büyük moda merkezlerinden biri olan Fransa ekonomisinin 2011 yılının ikinci çeyrek döneminde geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 1,6 büyüdüğü kaydediliyor. Ekonominin önemli göstergelerinden biri olan yeni sanayi ürünleri siparişleri Haziran ayında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 20,2 artarken, bir önceki aya göre yüzde 13,8 artış gösteriyor. Sanayi üretiminde geçen yılın aynı dönemine göre 2011 yılı Ağustos ayında yüzde 5,1 artış gerçekleşirken, bir önceki aya göre artış yüzde 0,6 oluyor. Sanayi üretimi Haziran ayında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 1,8 artarken, Temmuz ayında ise yüzde 3,3 artış dikkat çekiyor. Ülke genelinde perakende satışlar, Ağustos ayında bir önceki aya göre yüzde 0,7 artarken, bir önceki yılın aynı dönemine göre ise yüzde 0,4 artış oluyor. Perakende satışlar geçen yılın aynı dönemine göre Haziran ayında yüzde 4,3 artarken, Temmuz ayında ise yüzde 0,2 artıyor. Ülkede işsizlik oranı ise Temmuz ayında Haziran ayına göre 0,2 puan artarak yüzde 9,9 seviyesine çıkıyor.



İTALYA

İhracat sektörlerimizin başlıca pazarlarından bir diğeri olan İtalya'nın GSYH'si da 2011 yılının ikinci çeyrek döneminde geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 0,8 büyümeye kaydediyor. Sanayi üretiminde geçen yılın aynı dönemine göre 2011 yılı Ağustos ayında yüzde 4,7 artış gerçekleşirken, bir önceki aya göre ise yüzde 4,3 artış yaşandığı belirtiliyor. Sanayi üretimi Haziran ayında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 0,1 artarken, Temmuz ayında da yüzde 1,1 düşüş yaşıyor. Ülke genelinde perakende satışlar, Temmuz ayında bir önceki aya göre değişmezken, bir önceki yılın aynı ayına göre ise yüzde 0,9 azalıyor. Perakende satışlar geçen yılın aynı dönemine göre Mayıs ayında yüzde 1,6 azalırken, Haziran ayında ise yüzde 1,4 şekilde azalma kaydediyor. İtalya'da işsizlik oranı Haziran ayında Mayıs ayına göre değişmeyerek yüzde 8 seviyesinde kalıyor. Yaşanan benzeri gelişmeler ve Moody's'in Ekim ayının ilk haftasında İtalya'nın Aa2 olan kredi notunu üç basamak birden düşürerek A2ye indirmesi, önemli pazarlarımızdan olan İtalya'nın ve yanısıra AB pazarındaki daha ciddi olumsuz gelişmelerin sinyallerini veriyor.

son 1 yıllık dönemde kişi başına düşen milli gelir cari fiyatlarla 17 bin 21 TL, dolar cinsinden 10 bin 761 dolar olarak gerçekleşiyor. Yeni Orta Vadeli Program'a göre Türkiye ekonomisinin 2013 ve 2014 yıllarında ise yıllık yüzde 5 büyümesi öngörülüyor. Ancak unutmamak gerekiyor ki Türk ihracat sektörlerini yakından ilgilendiren diğer

önemli bir sorun da ülkemizin ticari ilişkilerinin ağırlıklı olduğu başta AB olmak üzere gelişmiş ülkelerde istihdam alanındaki toparlanmanın çok zayıf olması ve bununla bağlantılı olarak önümüzdeki dönemlerde bu ülkelerde özel tüketim harcamalarının zayıf kalmasının sonucunda bu ülkelere ihracatlarda yavaşlama riski artıyor. ❖



Birbiri ardına yaşanan ekonomik sıkıntılar Avrupa'yı neredeyse dağılma aşamasına getiriyor.

* Kaynak: İTKİB Genel Sekreterliği Ar&Ge ve Mevzuat Şubesi "Tekstil Sektörünün İhracat Performans Değerlendirmesi Ocak-Eylül 2011" Raporu



TEKSTİL YIKAMA

**MERTER'DEKİ
ÇÖZÜM
ORTAĞINIZ**



MERTER

İŞLETMEMİZDE YAPILAN İŞLEMLER:

YIKAMA GRUBU

Normal Yıkama
Silikon Yıkama
Rinse Yıkama
İpek Yıkama
Enzim Yıkama
Perlit Yıkama
Tint Yıkama
Random Yıkama
Enzim Süper Taş Yıkama
Buz Yıkama
Kar Yıkama

FASHION GRUBU

Permanganat Sprey İşlemleri
Antic Boya & Pistole İşlemleri
Pigment Boya & Pistole İşlemleri
Krinkıl (Crash) İşlemleri
Reçine İşlemleri
Eskitme & Zımpara İşlemleri
Bıyık & Kılçık İşlemleri
Kombinasyonlar

Firmamız 1996 yılında Merter Tekstil merkezinde kurulmuş olup, kuruluşundan bu yana dokuma ve örme mamullerine uygulanan değişik yıkama ve fashion işlemleriyle müşterilerine hizmet sunuyor

**Günlük kapasitemiz
yıkama şekillerine göre
ortalama 40.000 adet**

NUMUNE & AR-GE ÇALIŞMALARI

Firmamız AR-GE çalışmalarına önem vererek ve yeniliklerin takipçisi olarak siz müşterilerimizin rekabet gücünü artırmayı ilke edinmiştir.

Bu anlamda tasarımcılarla iç içe çalışan **PAKIŞ YIKAMA** bütün numune çalışmalarını ve buna paralel danışmanlık hizmetlerini

ÜCRETSİZ YAPMAKTADIR

Tel: (0212) 637 65 93-94 - 637 83 63

Fax: (0212) 637 65 93-94

Email: info.pakisyikama.com

pakistekstil@gmail.com

www.pakisyikama.com

Barkod Her Yerde ! ! !

BARKOD ETİKETLER UYGULAMA ALANLARI



Yıkama Talimatları



Perakende



Sallama Etiketler



Dış Uygulamalar



Hareketli Bant



Laboratuar



Hayvancılık



Kozmetik



Kimya sektörü



İşaretleme & logo



Medikal



Tanımlama Etiketleri



Gıda



Esnek Ambalaj



Nakliye



İlaç üretimi



Sıcak Gıda Ambalaj



Soğuk Gıda Ambalaj



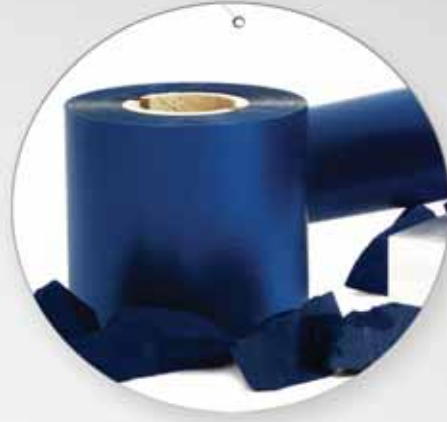
Otomotiv



Stoklu Ürünler

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

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



AKBARKOD[®]

Etiket Sanayi ve Ticaret. Ltd. Şti.

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

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

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

EV TEKSTİLİ YÜZÜMÜZÜ GÜLDÜRÜYOR

SEKTÖRÜN ÖNEMLİ BİR SEGMENTİ OLAN EV TEKSTİLİNDE YÜKSELMEYE DEVAM EDEN İHRACAT RAKAMLARI, OLDUKÇA DİKKAT ÇEKİYOR. OCAK-EYLÜL 2011 DÖNEMİNDE TOPLAM TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATINDAN ORANSAL OLARAK DAHA YÜKSEK ARTIŞ KAYDEDEN EV TEKSTİLİ İHRACATI, TÜRKİYE TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATI İÇİNDEKİ PAYINI YÜZDE 8,2'DEN YÜZDE 8,4'E ÇIKARIYOR.

Türkiye, tekstil ve hazır giyim sektöründe çok önemli işler başarıyor. Büyük bir titizlikle yapılan ve dünya çapında ses getiren yenilikler, uygulamalar ve organizasyonlar bu başarıyı kanıtlıyor. Aslında bu durumu en açık şekilde ortaya koyan en önemli etmenlerden biri de ihracat rakamları oluyor. Örneğin Türkiye'nin başarıyı yakaladığı alanlardan biri olan ev tekstili, 2011 yılı ihracat rakamları açısından 2010 yılını gölgede bırakıyor. İTKİB Genel Sekreterliği Ar&Ge ve Mevzuat Şubesi'nin hazırladığı "Tekstil Sektörünün İhracat Performans Değerlendirmesi Ocak-Eylül 2011" adlı rapor da bu bilgiyi destekliyor. Raporda Türkiye'nin ev tekstili sektöründe ihracatın artmaya devam ettiği belirtilirken ihracatın, 2011 yılının Ocak-Eylül döneminde, 2010 yılının aynı dönemine kıyasla yüzde 22,1 oranında artarak 1,5 milyar dolara ulaştığı dile getiriliyor. Toplam tekstil ve konfeksiyon ihracatından oransal olarak daha yüksek ihracat artışı kaydeden ev tekstili ihracatı, Türkiye tekstil ve konfeksiyon ihracatı içindeki payını yüzde 8,2'den yüzde 8,4'e çıkarıyor. Son dönemde devamlı olarak toplam tekstil ve konfeksiyon ihracat performan-



Sektörde önemli bir yere sahip olan perde ve yatak farbelalarının ihracatı yüzde 1,1 artışla 96,3 milyon dolara ulaşıyor.

sının altında bir seyir gösteren ev tekstili ihracatı, ilk kez bu dönemde toplam tekstil ve konfeksiyon ihracatının üzerinde bir artış yapıyor. 2011 yılının ilk üç çeyreğinde ev tekstili ürün gruplarının istinasız hepsinde

yüzde 1 ile yüzde 1264,8 arasında değişen oranlardaki artışlar dikkati çekiyor. Rapordaki bilgiler kapsamında ev tekstili ürün gruplarına bakıldığında battaniye, yatak çarşafı, masa örtüsü, tül ve perde gibi ürünlerin yer aldığı sektörde en büyük ihracat kalemini yatak çarşafının oluşturduğu görülüyor ve bu kalemdeki yüzde 29,3 oranında artış ile 471,5 milyon dolarlık ihracat yapıldığı belirtiliyor. En çok ihraç edilen diğer ev tekstili ürünlerini ise sırasıyla yüzde 18,5 artış ve 458,7 milyon dolarlık ihracat ile havlular dahil tuvalet ve mutfak bezleri, yüzde 45,8 artış ve 197,3 milyon dolarlık ihracat ile diğer mefruşat eşyası, yüzde 4,9 artış ve 111,4 milyon dolarlık ihracat ile dokuma bornozlar oluşturuyor. Perde ve yatak farbelalarının ihracatı yüzde 1,1

artışla 96,3 milyon dolara, tül ve işlemelerin ihracatı ise yüzde 35 artışla 55 milyon dolara yükseliyor. 2011 yılının ilk dokuz aylık döneminde yastık, yorgan ve uyku tulumları, battaniyeler, masa örtüleri, yatak örtüleri ile örme bornozların ihracatının yüzde 1 ile yüzde 37,1 arasında değişen oranlarda arttığı kaydediliyor. Bu artışlar sonucunda yastık, yorgan ve uyku tulumları ihracatı 37,9 milyon dolara, battaniyeler 31,8 milyon dolara, masa örtüleri 32,1 milyon dolara, yatak örtüleri 22,9 milyon dolara ve örme bornozların ihracatı 19,7 milyon dolara ulaşıyor. El işi duvar halılarının ihracatının yüzde 1264,8 ile oldukça yüksek oranda arttığı belirtilen raporda, bu değer 260 bin dolar seviyesinde olduğu açıklanıyor.



Ev tekstilindeki en büyük ihracat kalemi olan yatak çarşaflarında yüzde 29,3 oranında artış ile 471,5 milyon dolarlık ihracat kaydediliyor.

Almanya ihracatı 503,6 milyon dolara yükseldi

Ev tekstili ihracatında dünya pazarının da ele alındığı raporda Türkiye'nin ilk 20 pazarı inceleniyor ve ilk 20 pazarının Yunanistan hariç diğer ülkelerin tamamında yüzde 0,03 ile yüzde 93,2 arasında değişen oranlarda ihracat artışı görüldüğü belirtiliyor. Türkiye'nin en büyük ev tekstili pazarını aynı zamanda en önemli tekstil ve konfeksiyon ihracat pazarlarından biri olan Almanya oluşturuyor. Bu ülkeyi daha yakından incelemek gerekirse, Almanya'ya gerçekleştirilen ev tekstili ihracatının 2011 yılının Ocak-Eylül döneminde, 2010 yılının aynı dönemine kıyasla yüzde 44,4 ile yüksek oranda artarak 503,6 milyon dolara yükseldiği görülüyor. Almanya'dan sonra en çok ihracat yapılan diğer ülkeler ise yüzde 7,8 artışla 151,2 milyon dolarlık ihracat yapılan ABD ile yüzde 20,6 artışla 144,5 milyon dolarlık ihracat

gerçekleştirilen Fransa oluyor. Diğer önemli pazarlar, yüzde 26 artışla 78,1 milyon dolar ihracat gerçekleştirilen Hollanda ve yüzde 13,6 artışla 77,3 milyon dolar ihracat gerçekleştirilen İtalya olarak belirtiliyor. Bu ülkeleri yüzde 31,3 artış ve 64,6 milyon dolar değerinde ev tekstili ihracatına yönelen Rusya ve yüzde 6,9 artışla 63,6 milyon dolar ihracat gerçekleştirilen İngiltere takip ediyor. En çok ihracat yapılan ilk 20 ülke ele alındığında ise İran, Avusturya, İspanya, Belçika ve İsviçre'ye yönelik ev tekstili ihracatının yüzde 1,6 ile yüzde 28,3 arasında değişen oranlarda arttığı görülüyor. Bu artışlar neticesinde İran'a 39,6 milyon dolar, Avusturya'ya 35,5 milyon dolar, İspanya'ya 26,2 milyon dolar, Belçika'ya 25,7 milyon dolar ve İsviçre'ye 24,3 milyon dolar değerinde ev tekstili ihracatı yapıldığı belirtiliyor. Ukrayna, Çin ve İsrail'e yönelik ev tekstili ihracatlarında sırasıyla yüzde 93,2, yüzde 67,9 ve



yüzde 55,2 oranlarında yüksek artışın görüldüğü raporda, bu artışlar neticesinde Ukrayna'ya 21,8 milyon dolar, Çin'e 18,1 milyon dolar ve İsrail'e 15,8 milyon dolar değerinde ev teks-

tili ihracatı yapıldığı dile getiriliyor. Irak, Kazakistan, İsveç ve Polonya'ya yönelik ihracatlarda ise yüzde 0,03 ile yüzde 28,6 arasında değişen oranlarda artış görülüyor. ❖



TÜRKİYE BAŞARISINI DÜNYAYA KANITLADI ŞERAFETTİN DEMİR İTHİB YK BAŞKAN YARDIMCISI

Ev tekstili sektöründe Türkiye'nin etrafında, bizim kalitemizde üretim yapacak hiçbir ülke yok. Neticede bu bir tüketim malzemesi ve herkes artık kaliteli mal talep ediyor. Bu kaliteyi de Türkiye sağlıyor. Türkiye'nin bir ev tekstili üretim merkezi olduğu artık dünyaya kanıtlanmış durum-

da. Ben sektördeki ihracat rakamlarının artmasının birinci sebebi olarak bunu görüyorum. İtalya ve Fransa gibi ülkelerde kaliteli üretim yapan firmalar, artık üretim yapamaz durumda geldikleri için onlar da üretimlerini Türkiye'ye kaydırdılar. Bu nedenle de Türkiye'nin sektördeki bilgi birikimi ortaya net bir şekilde konulmuş oldu. Tabii bunu gören diğer alıcı ülkeler de Türkiye'ye yöneldi. Şu an ülkemizdeki üretimi 2010 yılındakiyle kıyaslarsak, 2010 yılında döviz kurunun çok düşük olması nedeniyle, sektör-

de bir azalma olduğunu gördük. 2011 yılında da bu azalmanın devam edeceği tahmin ediliyordu ancak durum böyle olmadı. Ben kurlar bu şekilde de kalsa 2012 yılında mutlaka minimum yüzde 10-15 arasında bir artış yaşanacağını düşünüyorum. Söz döviz kurundan açılmışken, bu durumun bir anlamda sektöre yeni bir gelişme getirdiğini söyleyebiliriz. Döviz kurunun sürekli aşağıya düştüğü dönemlerde sektörde kalıcı olan firmalar, çaresizlik içerisinde kalmak istemediler ve kendilerine bir çare aramaya başladılar. Neticede yeni kaliteler, yeni pazar arayışı içerisine girdiler ve bu da belirli bir ölçüde sektöre faydalı oldu. Ev tekstili sektörünü geliştirmek ve ilerlemek için sektör bir noktada zorlanmış oldu. Kısacası yaşanan sıkıntı farklı bir yeniliği getirmiş oldu. Bunun yanı sıra yurtdışında yapılan fuarlar da sektör için oldukça büyük önem taşıyor. Fuarlar, buralarda alışveriş yapılmasa dahi en azından Türkiye'deki ev tekstilinin tanıtımı açısından oldukça yarar sağlıyor. Çünkü bu organizasyonlarda dünyanın pek çok yerinden gelen ve aynı amacı taşıyan insanlarla aynı platformda bir araya geliniyor. Bu nedenle fuarlara katılımın devam etmesi hatta daha da çoğalması gerekiyor. Gelecek dönemler için ise 2012 yılında bu geçtiğimiz senelerde yapılmış olan yeniliklerin devam etmesi önem arz ediyor. Taklit edilen bir ülke olduğumuz için de mutlaka desenden kumaş kalitesine, iplikten dokumaya, boyahaneye kadar her alanda yenilik yapılması gerekiyor. Bu anlamda 2011 yılında yapılan yeniliklerin 2012 yılında da devam etmesini umuyoruz.

METRAJ KAĞIT BASKIDA, TASARIMDAN TRANSFERE...

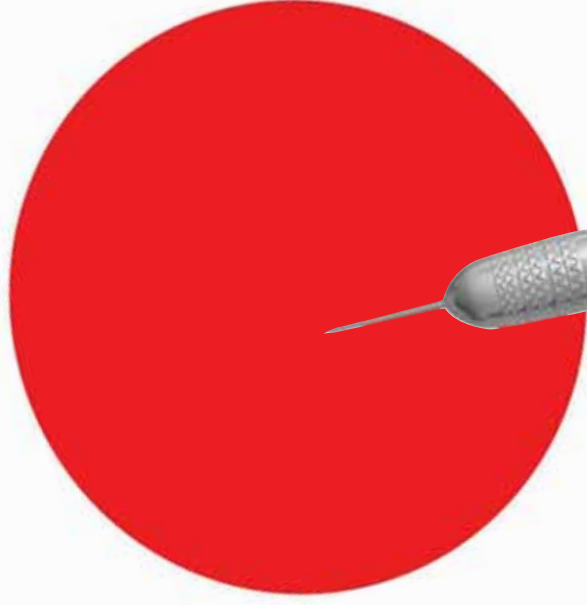


LAMI Transfer

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 Örmeye ve Dokuma Kumaşlara
(Mikro, Kesik Elyaf Süprem, Şifon, Saten, Jarse, Dantel, Tül ve Benzeri Kaliteler)
Kağıt Baskı Yapılmaktadır.



HEDEFTEKİ PAZAR JAPONYA

JAPONYA 127 MİLYONLUK NÜFUSU, 34 BİN DOLARLIK KİŞİ BAŞI GELİRİ VE 640 MİLYAR DOLARLIK İTHALATIYLA TAM BİR TÜKETİM DEVİ VE TÜRK İŞADAMLARININ GÖZÜ, BİRKAÇ SENEDİR HIÇ OLMADIĞI KADAR BU PAZARIN ÜZERİNDE.

İtalyan ayakkabı markalarının mağazaları önünde uzayıp giden kuyruklar, önce Türk ayakkabı sektörünü Japonya pazarına yönlendirdi. Ayakkabıcıları, yine duygulara seslenen ürünleriyle jean üreticileri takip etti. Beğendiği bir ürüne para verme konusunda bonkör tutumuyla tanıyan Japon tüketicisi, son 30 yıldır İtalyan ve Fransız markalarının etkisi altında. Çin'den sonra Japonya'ya en yakın ülke olmasına rağmen, Amerikan markaları bile ancak son 10 yıldır Japonya'da. Belki de Çin hariç

herkesin tek bir hedefi var; zor beğenen ama kolay bağlanan Japon tüketicisini, tasarım ve markayla etkilemeyi başarmak. Bir zamanlar Türk dış ticaretinin önüne model olarak da konan Japon dış ticaret organizasyonu JETRO'nun yaptığı araştırmaya göre Japon tüketicisinin satın alma kararını en çok tasarım etkiliyor. Üstelik oran yüzde 78. Bunu yüzde 46 ile kalite takip ediyor. Anket sorularına verilen cevaplardan anlaşılacak ki Japon tüketicisi, kalite konusunu marka ile güvence altına alıyor. Çünkü yüz tüke-

ticiden 43'ü satın alma kararını markaya göre veriyor. Fiyatı merak ediyorsanız eğer söyleyelim, çok gerilerde; yüzde 27. Türk üretici ve ihracatçısının Japonya'yı giderek daha önemli bir pazar olarak görmesinin sebebi de işte bu... Son on yılda Türk sanayisinin iğneden ipliğe konsantre olduğu tasarım ve markalaşma çabası için Japonya bir pilot pazar niteliğinde. Ayakkabıdan jean'e, deri konfeksiyondan aksesuara, çoraptan iç giyime kadar Türk markaları, biraz da Türklere karşı duyulan sempatiyi de kul-

lanarak Japonya pazarında kendine yer açmayı hedefliyor; çünkü tüm uzmanlar Japonların duygularıyla satın alma kararı verdiğini söylüyor.

Uzak ama ne kadar?

Uzak... Japonya için söylenecek ilk şey belki de bu. Ancak fırsatı bu kadar büyüten de riskin bu kadar büyük olması. Bu uzak ülke gıda başta olmak üzere, neredeyse her ihtiyacını ithalatla karşılıyor. Japonya'ya satamayacağınız tek şey otomobil ve teknoloji. Bunun dışında ülke her bir dolarlık ihracatı-

JAPON PAZARINDAKİ BAŞARISIZLIK ÖYKÜLERİ

- Japon pirinç fırınında pişirilebilecek bir kek türü beğenilmemiştir. Çünkü, Japon kadınları bu fırını pirinç pişirme maksadı dışında kullanmak istememiştir.
- Tadı beğenilen bir kek tutulmamıştır. Çünkü, dilimler eşit kesilmiş şekilde hazırlanmamıştır. Aynı şekilde, lezzetli bir spaghetti satılmamıştır. Çünkü, hepsi aynı boyda değildir.
- "Schick" "Gillette"den daha yaygın olarak satılmaktadır. Çünkü, güçlü dağıtım ağına sahip Japon ortağı vardır.
- "Volkswagen" Japon oto ithalatçısını devreden çıkarınca satışları yüzde 30 düşmüştür.
- "Mont Blanc" yerel ortağından ayrılınca pazar liderliğini kaybetmiştir. Çünkü, yerel ortak kalemlerin ucunu yumuşatma işlemini yapmadığından talep düşmüştür.
- Fonksiyonel bir makine hiçbir hatası olmamasına karşın Japon ithalatçı firma tarafından reddedilmiştir. Çünkü, üzerinde küçük çizikler vardır ve bağlantı vidaları eksiktir.
- Avrupalı çocuk giyim üreticilerinin siparişi Japonya tarafından geri gönderilmiştir. Çünkü, ölçü uyumsuzdur.
- Avrupalı bir plastik eşya firmasının gayet gösterişli ürünleri ev eşyaları fuarı esnasında ilgi görmemiştir. Çünkü, bu ürünlerin duvarda delik açılarak kullanılması gerekmektedir. Ayrıca, anti-statik ürün değildir. (Anti-statik olması temiz ve parlak kalmayı sağlamaktadır.)

na karşılık neredeyse bir dolarlık ithalat yapıyor. Rakam inanılmaz. Japonya bir yılda (2010 yılı verilerine göre) tam tami- na 765 milyar dolar ihracat ve 640 milyar dolar ithalat gerçekleştiriyor. Tam bu noktada önemli bir not; Japonya ABD'den sonra dünyanın en büyük hazır giyim ithalatçısı olarak konumlanıyor. Uzaklık ülkelerin bu pazara yaptığı ticareti de etkiliyor. Doğal olarak en büyük tedarikçi Çin oluyor. İstatistikler her yüz üründen 63'ünün Çin'den geldiğini belirtiyor. Onu Güney Kore ve aynı coğrafyadaki diğer ülkeler izliyor. ABD toplamda ilk beşin içinde ama söz konusu moda markaları olduğunda İtalya ve Fransa koltuğu kimseye kaptırmıyor. Biraz eski olmakla birlikte çarpıcı bir istatistik paylaşalım sizinle. Ünlü Fransız marka-



İHRACATÇILAR JAPONYA'YA GİTTİ

İhracatçılar, 27 Kasım-03 Aralık 2011 tarihleri arasında Japonya'ya çıkarma yaptı. Gıda, tekstil, deri ve konfeksiyon sektörlerinden 21 firma Osaka ve Tokyo'da 340 Japon alıcı ile ikili görüşme gerçekleştirdi. Japonya'nın ithalatında Çin'in payının çok büyük olduğunu ve Japonya'nın bu payı küçültmek istediğini belirten Ege İhracatçı Birlikleri Koordinatör Başkan Vekili Sabri Ünlütürk, Türkiye'nin tarihî bağları nedeniyle avantajlı konumda olduğunu ve Japonya'ya ihracatımızı çok kısa sürede arttırabileceğimizi kaydetti. Ekonomi Bakanlığı Koordinasyonu'nda, Türkiye İhracatçılar Meclisi Organizasyonu'nda, Ege İhracatçı Birlikleri tarafından Japonya'nın Tokyo ve Osaka şehirlerinde düzenlenen "Sektörel Ticaret Heyeti Programı"nın son derece başarılı geçtiğine işaret eden Ünlütürk heyette gıda, konfeksiyon, tekstil ve deri ürünleri ihraç eden 21 Türk firmasının bulunduğunu, Heyete Ekonomi Bakanlığı Müsteşar Yardımcısı İbrahim Şenel'in Başkanlık ettiğini bildirdi.



Ekonomi Bakanlığı Koordinasyonu'nda ve Türkiye İhracatçılar Meclisi Organizasyonu'nda, Ege İhracatçı Birlikleri tarafından Japonya'nın Tokyo ve Osaka şehirlerinde düzenlenen "Sektörel Ticaret Heyeti Programı" oldukça başarılı geçti.

sı Louis Vuitton'un 2003 yılında Japonya'da yaptığı satışlar yaklaşık 1.5 milyar dolar ve bu rakam Louis Vuitton'un tüm dünyadaki toplam satışlarının yüzde 30'una denk geliyor. Türkiye ne yazık ki bu yarışta çok gerilerde. Geçen yıl Japonya ile dış ticaretimiz 3.5 milyar dolar. Ancak ağırlık öylesine Japonya'dan yana ki bu durum Japonları bile rahatsız ediyor. Türk Japon ticari ilişkilerini dengelemek için bizim heyetlerimizi beklemekten Türkiye'ye heyet gönderecek kadar ilişkilerimiz sıcak. Ayrıca herkesin bildiği ve zaten Japonların da çok gizlemediği bir gerçek var... Japonya her ne kadar Çin ile devasa bir ticaret ilişkisi kursa da tarihi husumetten dolayı aslen bu ilişkiyi yavaş yavaş azaltmak istiyor. Bu da gelecek dönemde Çin'den yapılan milyarlarca dolarlık tedarikin diğer tedarikçilere dağıtılması anlamına geliyor. Ayrıca ithalat konusunda

ASLINDA NE DEMEK İSTİYORLAR?

JAPONCASI	TÜRKÇESİ	GERÇEKTE İFADE EDİLMEK İSTENİLEN YARGI
SORE WA CHOTTO MUZUKASHII	BİRAZ ZOR GİBİ GÖRÜNÜYOR	İMKANSIZ (OLMAZ)
KANGAETE OKIMASU	BUNU DÜŞÜNECEĞİM	REDETTİM



JAPONLAR HAKKINDA BİLMENİZ GEREKENLER

- Japonlar için "ne" söylenildiği kadar -hatta ondan daha çok-"nasıl" söylenildiği önemlidir.
- Japonlar "evet" (hay) kelimesini "kabul ettim" manasında değil, "anladım" manasında kullanmaktadır.
- Japonlar yaşa ve ağırmış saçlara (tecrübeye) prim verdiğinden, müzakere yapacak heyetlerde mutlaka kıdemli firma temsilcileri yer almalıdır.
- Japon muhatabı dinlerken ara ünlemler (hi, evet gibi) kullanılmalı, söylenenin anlaşıldığı belirtilmelidir.
- Japon orta ve üst düzey muhatap müzakere esnasında gözünü kaparsa uyumamakta, daha dikkatli dinlemektedir. Bu durum, görüşmenin olumlu seyrettiğine delalet etmektedir. Olumsuz ise alarm durumunda gayet dikkatli dinleyecektir.
- Konuşma esnasında sessizlik olursa Japon muhatap düşünmektedir. Boşluk muhabbetle doldurulmaya çalışılmamalıdır.
- Japonlar "karar almamayı" "kötü karar almaya" tercih ederken, Amerikalılar "kötü de olsa karar almayı" "kararsız kalmaya" tercih edebilmektedir.
- Japon muhatapların aynı konuda benzer soruları sıkça ve tekrar tekrar sormalarına hazırlıklı olunmalıdır. (En çok tekrarlanan soru, onlar için en önemli konuya işaret etmektedir.)
- Japonlar için yazışmalar müzakere akabinde takip için faydalıdır. Japonlarda telefon ve faks genelde "hayır" demek için kullanılmaktadır.



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

bu kadar büyük bir deneyime sahip olmaları, onları bu konuda oldukça eğitmiş. Japon firmaları asıl olarak Çin'de kurdukları Joint-Venture firmalarıyla ithalat yapıyor. Yani bir anlamda kendi mallarını kendilerine ithal ediyorlar. Ayrıca bu durum yalnızca Çin için geçerli olmuyor. Japonların Türkiye'de kurdukları 200'ün üzerinde şirket var. Bunların çok sayıda ortaklığı bulunuyor ve Japonlar bunun sonucunda Türkiye'den en çok ihracat kaydı alan yabancılar durumunda yer alıyor.

Keşfettik ancak yeterince gitmedik

Uzak olmasının dışında Japon pazarı ile ilgili yapılan en önemli ikinci tespit ise, Japonların titiz olmaları. Siparişte, teslimatta,

ödemede, üründe ve ambalajda kısacası ticarete konu olan her aşamada... Bu tavır yalnızca Türk ihracatçılara yönelik değil. Kendilerine has bir iletişim diline sahip olan Japonlar, gerek firma düzeyinde iş yaparken, gerekse tüketici düzeyinde alışveriş yaparken ince eleyip sık dokuyor. Avrupa pazarına uygulanan taktikler, Rusya'da işe yarayan yöntemler, tabiri caizse Japonya da sökmüyor. Pek çok firma ve marka onlarca kötü sürpriz yaşamış ve hala da yaşıyor. Güven konusunda takıntılı olan bu pazarda, iş yapmanın en iyi yolu olarak yerel ortak bulunması öneriliyor. Fiyatta, kalitede ve teslimatta istikrar da çok önemli. İki teslimat arasındaki küçük farklılıklar bile Japon muhataplarınızı bir anda mutsuz edebiliyor ve çoğu zaman açıklamak için zamanınız bile olmuyor. Bu noktada eski bir ticaret atasının tespiti en doğrusu: "Eğer niyetiniz ciddiye Japonya'ya gelin..." Konvansiyonel fuar alışkanlığının zayıf olduğu bu ülkede ticaret heyetleri ilişkiler için doğru bir yöntem. İletişimin bu kadar önemli olması işinizi başında takip etmenizi gerekli kılıyor. Bu maliyetli bir durum gibi görünmekle birlikte uzmanlar Japonların bir kez güvendiğinde birden bire çok kolay bir müşteriye dönüştüklerini söylüyor 640 milyar dolarlık ithalatıyla bütün üreticileri ve

bütün malları mıknaş gibi kendine çeken Japonya, Türkiye için keşfedilmiş ama yeterince gidilmemiş bir pazar.

Belki tekrara kaçmış olacağız ama Hedef Dergisi olarak, bir kez daha bu pazara ilişkin bilip dikkat etmeniz gerekenleri hatırlatmak isteriz. ❖

İŞ VE GÜNDELİK HAYAT İÇİN YARARLI KELİMELER:

TÜRKÇESİ	JAPONCASI (TÜRKÇE TELAFFUZLU)
EVET	HA-İ
HAYIR	İİ-E
LÜTFEN	DO-ZO VEYA O-NA-GA-İ-Şİ-MA-SU
TEŞEKKÜR EDERİM (SAĞOL)	A-Rİ-GA-TO
ÇOK TEŞEKKÜR EDERİM	A-Rİ-GA-TO GO-ZA-İ-MA-SU
RİCA EDERİM (BİR ŞEY DEĞİL)	DO-İ-TA-Şİ-MA-Şİ-TE
GÜNAYDIN	O-HA-YO-GO-ZA-İ-MA-SU
TÜNAYDIN (MERHABA)	KON-Nİ-Çİ-VA
İYİ AKŞAMLAR	KON-BAN-VA
İYİ GECELER	O-YA-SU-Mİ-NA-SA-İ
ALLAHAİSMARLADIK	SA-YO-NA-RA
BENİM ADIM	VA-TA-Şİ-NO-NA-MA-E-VA
TANIŞTIĞIMIZA SEVİNDİM	HA-Jİ-ME-MA-Şİ-TE
NASILSINIZ ?	O-GEN-Kİ-DE-SU-KA ?
PARDON	SU-Mİ-MA-SEN
ÖZÜR DİLERİM	GO-MEN-NA-SA-İ
EVET ANLADIM	HA-İ VA-KA-Rİ-MA-SU
HAYIR ANLAMADIM	İİ-E VA-KA-Rİ-MA-SEN
FİYATI NEDİR?	İ-KU-RA-DE-SU-KA ?
SAAT KAÇ ?	NAN-Cİ-DE-SU-KA ?
AFİYET OLSUN (YEMEK ÖNCESİ)	İ-TA-DA-Kİ-MA-SU
AFİYET OLSUN (YEMEK SONRASI)	GO-Çİ-SO-SA-MA
ŞEREFİ	KAN-PA-İ
ŞİRKET BAŞKANI (PATRON)	SAÇ-HO
ŞİRKET	KA-İ-ŞA
OFİS	Cİ-MU-ŞO
TREN İSTASYONU	E-Kİ
HAVAALANI	KU-KO
OTEL	HO-TE-RU
BANKA	GİN-KO
DÜKKAN	O-Mİ-SE
PARA	O-KA-NE



20/1 KARDE
96 RENK STOK



150 D. TEKSTÜRİZE
75 RENK STOK



20/1 SOFTPES TECHNIC
25 RENK STOK



150 D. TEKSTÜRİZE SİYAH
150 D. TEKSTÜRİZE BEYAZ
300 D. İMG SİYAH
300 D. İMG BEYAZ

Lütfen Kartela İsteyiniz.

İSTER 1 BOBİN İSTER 1650 KG'LİK TEK KAZAN

STOK SERVİS

Terazidere Mah. Güneş Cad. No:59 Bayrampaşa - İstanbul
Tel : +90 212. 544 99 65 Fax : +90 212. 544 19 13

www.mayaiplik.com.tr



KUMAŞ DIŞ TİC. TEKS. SAN. PAZ. A.Ş.'nin PAZARLAMA FİRMASIDIR.

SEKTÖR YARDIM ELİNİ ESİRGEMİYOR

DÜNYA GENELİNDE YAŞANAN FELAKETLERE KAYITSIZ KALMAYAN SEKTÖRDEKİ BİRLİKLER, DERNEKLER VE VAKIFLAR, UZANAN HER ELİ TUTMAYA ÇALIŞIYOR. MUHTAÇ ÇOCUKLARA YAPILAN KIYAFET VE KİTAP YARDIMLARI YA DA EĞİTİM DESTEKLERİ BU BİRİMLERİN YARDIM SEVERLİĞİNİ BİR KEZ DAHA KANITLARKEN, ÜLKE GELECEĞİNE DE KATKI SAĞLANIYOR.

Sektörün önde gelen birlik, dernek ve vakıfları yaptıkları başarılı çalışmaların yanı sıra gösterdikleri duyarlılıkla da diğer sektörlerle örnek oluyor. Yaşanan deprem, sel ve açlık gibi felaketler,

yardıma muhtaç çocukların kıyafet, kitap ya da herhangi bir eğitim gereci ihtiyacı, yaratılan yeni iş imkanları ve çevreyi korumak adına yapılan faaliyetler gibi çeşitli sosyal sorumluluk projesini hayata geçiren bu birim-

ler, geleceğe daha güvenle atım atılmasına da katkı sağlıyor. Bu kapsamda İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri, Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği, Birleşmiş Markalar Derneği, Merter Sanayicileri İşadamları

Derneği, Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı, Çorap Sanayicileri Derneği, Laleli Sanayicileri İşadamları Derneği ve Merter Platformu'nu yaptığı projeleri daha yakından inceliyoruz.

TÜRKİYE GİYİM SANAYİCİLERİ DERNEĞİ

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD), 2010-2011 yılı içerisinde yürüttüğü sosyal sorumluluk projeleri çerçevesinde Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)'nin Afrika'da yaşanan açlık felaketine karşı başlattığı yardım kampanyasını destekledi. TGSD üye firması, Afrika'ya Kızılay işbirliği ile 55 ton kuru gıda ve 30 bin adet giyecek yardımı gönderdi. İstanbul Valiliği İl Sosyal Hizmetler Müdürlüğü Aaçlı Çocuk ve Gençlik Merkezi ve Yetiştirme Yurdu'nda bulunan çocuklara giysi yardımı yapan dernek Adıyaman, Akpınar İlköğretim Okulu, Kayatepe İlköğretim Okulu ve Boztepe İlköğretim Okulları'na da birer adet bilgisayar hibe etti. Dernek üyeleri Van'da yaşanan deprem nedeniyle yaklaşık 50 bin giysi ve tonlarca erzak yardımını, gerek kendi imkanları, gerekse Merter Kızılay, İTKİB ve TOBB'un başlattığı kampanyalar nezdinde Van'a ulaştırdı. Çevreye de duyarlılık gösteren TGSD, deniz Deniz Temiz Derneği TURMEPA'nın "Yaşasın Deniz!" adlı farkındalık projesine t-shirt üretim desteği veriyor.



BİRLEŞMİŞ MARKALAR DERNEĞİ

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) her çocuğun yaş, beden ve cinsiyet özellikleri doğrultusunda hazırlanan kıyafetlerle, Türkiye'nin farklı il ve ilçelerinden seçilen çocukların kışlık giyim ihtiyacını karşıladığı "Türkiye'nin markaları Türkiye'nin çocuklarını giydiriyor" adlı bir kampanyaya başlattı. 2010 yılında kampanya için hazırlanan giysiler, aralarında Diyarbakır, Van, Mardin illeriyle İstanbul'un Pendik, Sultangazi gibi Türkiye'nin çoğu il ve ilçesine gönderildi. Mont, gömlek, pantolon, bir çift ayakkabı ve iki çift çoraptan oluşan yardım paketleri, 2011 yılında 250 bin çocuğa ulaştı. Toplamda 55 il ve ilçede bu yardımları dağıtan dernek, dağıtım sırasında Van'da bir deprem yaşanması nedeniyle o dönemde Şanlı Urfa ve Çorum'da yapılacak olan yardımı, Van'a yönlendirdi ve burada da 11 bin çocuğu giydirmiş oldu.



MERTER SANAYİCİ İŞADAMLARI DERNEĞİ

Güçlerini birleştiren Merter Sanayici İşadamları Derneği (MESİAD) ve Türk Kızılayı Merter Şubesi, sosyal sorumluluk çerçevesinde çeşitli yardım organizasyonları gerçekleştirdi. Yaşanan depremin ardından el ele veren iki birim Van'a üç tır ve üç kamyon giysi, gıda ve soba yardımı gönderdi. Ayrıca Van'a destek olmak amacıyla bu iki birime katkıda bulunan Engelsiz Yaşam Vakfı, 3. Nostalji Moda Günleri çerçevesinde 80'li ve 90'lı yılların mankenlerini bir araya getirdi. Organizasyon başışları bir alışveriş merkezi önüne kurulan dev kumbara, sms'ler ve Kıbrıs Havadis Gazetesi'nin başlatmış olduğu "Depremzedeler Üşümesi" kampanyası ile toplandı. Bu iki birim, Güngören Belediyesi işbirliği ile sosyal sorumluluk kan başışı kampanyaları yaptı. Yine bu iki birim Somali'ye yardım elini uzattı ve bölgeye iki tır ve bir kamyon bebek maması ile bisküvisi, un, şeker, bulgur, piring, yağ ve makarnayı içeren gıda yardımı gönderdi. Ayrıca Davutpaşa Metro İstasyonu'nun bahçesinde Ramazan ayı boyunca her akşam ortalama 500 kişiye iftar yemeği verildi.

TÜRKİYE AYAKKABI SEKTÖRÜ ARAŞTIRMA GELİŞTİRME VE EĞİTİM VAKFI

Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TASEV) 99 yılında yaşanan Gölçük depreminde 100 bin çift, Pakistan'da yaşanan sel felaketinde 40 bin çift ayakkabıyı Kızılay kanalıyla ihtiyaç sahiplerine ulaştırdı. Bunların yanı sıra, Somali'de yaşanan açlık felaketi nedeniyle bölgeye 21 bin TL ve Türkiye Omurilik Felçlileri Derneği'ne 24 bin TL'lik nakdi yardımda bulunana TASEV, on omurilik özürsüz vatandaşın da akülü tekerlekli sandalye ile buluşmasını sağladı. Van depreminde mağdur durumda kalan insanlara Türkiye ayakkabı sektörü genelinde başlatılan ayakkabı yardım kampanyası neticesinde şu ana kadar 10 bin çift çocuk ve yetişkin ayakkabısı gönderen vakıf, Kızılay'dan gelecek haber doğrultusunda depremzedeler için 10 bin çift ayakkabıyı daha yola çıkaracak. TASEV son olarak Türkiye genelinde ihtiyaç sahibi olan çocuklara gönderilmek üzere 20 bin çift ayakkabı üretimine başladı.



ÇORAP SANAYİCİLERİ DERNEĞİ

Çorap Sanayicileri Derneği (ÇSD), 2003 yılında sosyal sorumluluk bilinciyle tarihi Darülaceze’de kurduğu çorap üretim atölyesinin faaliyetlerini günümüzde de aktif bir şekilde sürdürüyor. ÇSD üyeleri, kuruluşundan sonra da Darülaceze’ye sık sık ziyaretler gerçekleştirerek kurumun ve çorap atölyesinin ihtiyaçlarını karşılamaya devam ediyor. Kavram Meslek Yüksekokulu, Büyükçekmece Belediyesi ve İŞKUR ile birlikte ev kadınlarını sektörde istihdam edecek ve girişimciliğe destek vererek ev ekonomisine katkı sağlayacak bir sosyal sorumluluk projesine imza atan dernek, Büyükçekmece’de verilecek kurslarla bir yandan ev kadınlarının çorap sektöründe istihdamın sağlanmasına ve küçük atölyelerin kurulmasına katkı sağlıyor. Sürdürülen bu çalışmaların yanı sıra dernek, 2010 yılında 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı etkinliği kapsamında Adıyaman’a giderek ihtiyaç sahibi öğrencileri giydirdi. Pakistan’da yaşanan sel felaketi ve Van depremi nedeniyle bölgelere çorap gönderimi yaptı.



LALELİ SANAYİCİ VE İŞADAMLARI DERNEĞİ

Laleli Sanayici ve İşadamları Derneği (LASİAD) Somali’deki açlık felaketi için 300 bin TL yardımda bulundu. Van depremezederine Kurban Bayramı öncesi moral olması amacıyla bir tır dolusu kıyafet gönderen dernek, depremezederine Kurban Bayramı’nda da yalnız bırakmadı. Bunların yanında dernek diğer bir yandan Laleli Bölgesi’nde yer alan Katip Kasım İlköğretim Okulu’na verdiği desteği sürdürmeye devam ediyor. Son üç senedir okulun komple tadilatı yaptıran dernek, ilk sene kapısından çatısına kadar okuldaki her şeyi değiştirdi. Sonraki iki sene de eksikler tespit edip giderdi ve tadilat yaptı ve çocukların zevkle gidip geleceği bir okul haline getirdi. Ayrıca Katip Kasım İlköğretim Okulu’nda okuyan tüm sınıflarda birinci, ikinci ve üçüncü olan başarılı öğrencileri diğer çocuklara örnek olsun diye altınla ödüllendirdi. Bölgedeki ihtiyaç sahibi aileleri de unutmayan LASİAD, 364 aileye 100’er TL’lik yardım çeki hediye etti.

MERTER PLATFORMU

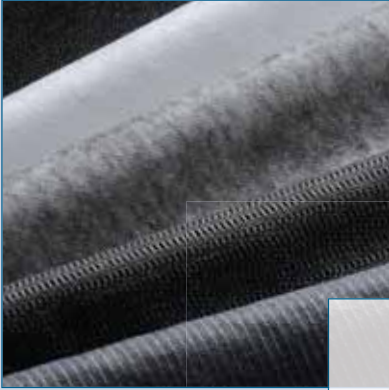
“O köy çok uzak değil” sloganıyla yola çıkan hazır giyim ve tekstil sektöründen 400 işadamlarının destek verdiği bir platform olan Merte Platformu, iki ayda iki binden fazla köy okuluna iki milyondan fazla kitap ve kırtasiye yardımı yaptı. Platform, şimdi daha da fazla okula daha fazla yardım yapmak için; sadece kitap kırtasiye değil, bir milyon giysi için de kolları sıvadı. Ayrıca bu 400 eğitim neferi yardım amaçlı bir yemekte toplandı. Gece için toplam 850 davetiye satışı ile toplanan maddi yardım 425 milyon TL’ye ulaştı. Merte Platformu son olarak Van’daki depremezederlere 200 bin TL nakit, 900 bin TL maddi değerinde kışlık mont gibi tekstil ürünü bağışladı. Platform ayrıca depremden zarar gören okullara 60 bin TL’lik kitap ve kırtasiye yardımı da yapacak.



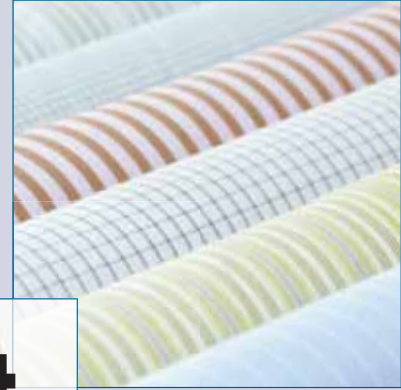
İTKİB EĞİTİME DESTEK VERİYOR

Bugüne kadar birçok sosyal sorumluluk projesine imza atan İTKİB çalışmalarını sürdürüyor ve bu kapsamda İTKİB Okulları da önemli bir yer tutuyor. “Üretim için eğitim; üretim içinde eğitim” sloganıyla 16 yıl önce yola çıkan ve gösterdiği olağanüstü çabalarla mesleki eğitimde yeni bir dönem açan okullar, Kağıthane İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi, Yenibosna İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi, Avclar İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi, Zeytinburnu İDMİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi ve Küçükçekmece Nahit Mentеше Erkek Teknik ve Endüstri Meslek Lisesi/İHKİB Konfeksiyon Makineleri Bakım ve Onarım Bölümü’nü ve Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi/Meslek Yüksek Okulu Tekstil Programı İHKİB Moda Konfeksiyon Dalı’nı kapsıyor. Birlik, Van depremine de kayıtsız kalmadı. Bölge için yardım kampanyası başlatan İHKİB, sektörden topladığı kışlık giyim, battaniye, yakacak ve gıda eşyalarını yüklediği ilk tırla deprem bölgesindeki ihtiyaç sahiplerine gönderdi.

Tela



Ceplik



nh Paket

Vatka



Bant



İTKİB

365

ocak

2012'YE GİRERKEN İTKİB'İN GEÇTİĞİMİZ YIL HAYATA GEÇİRDİĞİ ÇALIŞMALARA BİR GÖZ ATTIK. BİRÇOK ÜLKEYE TİCARET HEYETİ DÜZENLEYEN, FUARLARDA FİRMALARIN KALİTELERİNİ SERGİLEMELERİNE VESİLE OLAN İTKİB, 2011 YILINDA DA DUR DURAK BİLMEYEN ÇALIŞMALARIYLA ÖNEMLİ BAŞARILARIN ALTINA İMZASINI ATTI.



İTKİB ev tekstilinin küresel buluşma adresinde

Ev tekstil alanında dünyanın en büyük fuarı olarak gösterilen Heimtextil Fuarı 12-15 Ocak tarihleri arasında 41'inci kez sektörde faaliyet gösteren firma ve alıcıları bir araya getirdi. 155 Türk firmasının katıldığı Heimtextil, dünya ev tekstil pazarının önemli oyuncularından biri olan Türkiye'nin bu yıl da ev tekstil pazarlarındaki hakimiyetini artırması açısından önemli fırsat oldu.



Yarının tasarımcıları Domotex'de boy gösterdi

Geçtiğimiz yıl dördüncüsü düzenlenen "Halı Tasarım Yarışması"nda finale kalan genç tasarımcıların başarısını verdiği ödülleriyle taçlandırılan İTKİB'in gençlere sunduğu en önemli fırsatlardan biri de Heimtextil ve Domotex Fuarı'na katılma şansı vermesi oldu. Gençler, 12-15 Ocak 2011 tarihleri arasında Heimtextil Fuarı ve 15-18 Ocak 2011 tarihlerinde de Domotex Fuarı'na tüm masrafları İTKİB'e ait olmak katılma fırsatı yakaladı.



Kültür Ajansı'na teşekkür ziyareti

İFW ve çpi'a destek veren İstanbul Kültür Ajansı'na katkılarından dolayı İFW organizasyon komitesi bir teşekkür ziyaretinde bulundu. 22 Ocak tarihinde İstanbul Kültür Ajansı'nda gerçekleşen ziyarette İstanbul 2010 Avrupa Kültür Başkenti Ajansı Koordinasyon Kurulu Başkanı olan Hayati Yazıcı ve Ajans Yürütme Kurulu Başkanı Şekip Avdagiç ile bir araya gelindi.

şubat



Moskova'da Türkiye şovu

Rusya'nın en büyük tekstil ve hazır

giyim fuarı Collection Premiere Moscow (CPM) 21 - 24 şubat tarihlerinde 16'nci kez dünya çapında firmaları buluşturdu. Messe Dusseldorf ve Igedo Company tarafından ortak düzenlenen fuara en fazla ilgi gösteren ülkelerin başında ise yine Türkiye geliyordu. Geçtiğimiz dönem Türkiye'den 52 firmanın katıldığı fuara bu dönem fuara bu sezon İTKİB önderliğinde 58 firma katıldı.



İstanbul'un moda festivali göz kamaştırdı

Türkiye hazır giyim dünyasının tüm bileşenlerini bir araya toplayan İFW dördüncü sezonunda da başarıyı yakaladı. 3-6 Şubat tarihleri arasında Santral İstanbul'da düzenlenen etkinliğe, yurtiçinden ve yurtdışından 20 bin ziyaretçi katıldı. Renkli görüntülerin yer aldığı defilelerde Amerikalı aktris ve Burlesque yıldızı Dita Von Teese ile süpermodel İrina Shayk gibi dünyaca ünlü isimler sahnede idi. Tüm gözleri İstanbul'un üzerine çeviren etkinlik, başarıyla sonuçlandı.



Türk tekstili modanın kalbinde

Moda dünyasının ve tekstil sektörünün en önemli ve prestijli etkinliklerinden biri olan "Premiere Vision Kumaş Fuarı" 8-10 Şubat tarihleri arasında Paris'te gerçekleşti. Fuarı katılmak için 15 yıl önce karakolluk olan Türk tekstilciler, bu dönem 52 firmayla etkinliğin onur konuğuydu.

mart



APLF Hong Kong'un yıldızı yine Türkiye

Deri sektörünün küresel aktörlerini Hong Kong'ta buluşturan Asya Pasifik Deri Fuarı 30 Mart - 1 Nisan tarihlerinde 2 bin 600 firma ile 40 bini aşkın alıcıyı buluşturdu. Fuarın en dikkat çeken ülkelerinden biri ise Türkiye oldu. Her katıldığı dönemde fuardan ödülle dönen Türkiye bu yıl da geleneği bozmadı ve tasarımları büyük beğeni toplayan Çetinkaya "Deri Best Fashion Leather" alanında ödül aldı.



İHİB sektör için Şangay'a gitti

Gelecek yıl 27-29 Mart tarihleri arasında düzenlenecek olan Domotex Şangay fuarına Türk pavyonu ile milli katılım gerçekleştirecek olan İHİB fuarın 2011'de düzenlenen dönemine katılarak incelemelerde bulundu. Birlik Başkanı İbrahim Yılmaz ile İHİB Yönetim Kurulu Üyeleri Hazım Evrengil ve Zeki Yücel son olarak 24 Mart'ta düzenlenen fuara katılarak, karşılaştırma ve tanımlama çalışmaları yürüttü.



Cumhurbaşkanı ihracatçılara konuk oldu

TİM'i kurulduğu günden bu yana ziyaret eden ilk Cumhurbaşkanı olan Abdullah Gül, TİM Meclis Toplantısı'na konuk oldu. Mart ayında gerçekleşen, TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi'nin ev sahipliğini yaptığı buluşmada, Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan, İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, İTHİB Başkanı İsmail Gülle ve İDMİB Başkanı Lemi Tolunay, gibi isimler vardı.



İTKİB'den Torba Yasa açılımı

İTKİB, düzenlediği çalışma toplantısıyla Cumhuriyet tarihinin en kapsamlı ve karmaşık vergi af paketi olan "Torba Yasa"yı tüm boyutlarıyla ele alarak firmaları bilgilendirdi. 14 Mart tarihinde düzenlenen moderatörlüğünü İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Birol Sezer'in yaptığı toplantıda, Torba Yasa'nın sağladığı avantajlar, getirdiği vergi affı gibi konularda bilgi verildi.



Tekstilci ve hazır giyimci sektör kurulları için toplandı

Türkiye genelindeki tüm sektör ihracatçılarının yer aldığı "Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektör Kurulu" ile "Tekstil ve Hammaddeleri Sektör Kurulları" ortak toplantısı, Uludağ İhracatçı Birlikleri'nin ev sahipliğinde Mart ayında Bursa'da gerçekleştirildi. İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi ve İTHİB Başkanı İsmail Gülle'nin yer aldığı toplantıya çok sayıda tekstil ve hazır giyim temsilcisi katıldı.

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

nisan



İhracat korosunun sesi her zamankinden gürdü

İTKİB ailesinin tümünü bir masa etrafında toplayan "2010 Yılı Başarılı İhracatçılar Ödül Töreni" bu yıl da renkli görüntülere sahne oldu. 1.000'i aşkın davetlinin katıldığı törende hazır giyim, tekstil, deri ve halı sektörlerinin en yüksek ihracata imza atan firmaları ödüllendirildi. 14 Nisan akşamı gerçekleşen törende İTKİB, 500 bin doların üzerinde ihracat yapan toplam 2 bin 371 firmaya, platin, altın, gümüş, bronz plakette ve başarı sertifikası vererek başarılarını taçlandırdı.

İTKİB Olağan Genel Kurulları gerçekleştirildi

İTKİB'e bağlı; hazır giyim, tekstil, deri ve halı ihracatçı birlikleri 18 ve 19 Nisan tarihlerinde Dış Ticaret Kompleksi'nde 2011 yılı Olağan Mali Genel Kurulları'nı gerçekleştirdi. Dış Ticaretten Sorumlu Devlet Bakanı Zafer Çağlayan da dört birliğin genel kurullarına ayrı ayrı gönderdiği mesajlarla çalışmalarından dolayı tebrik edip, 2023 hedefine hep birlikte ilerlendiğini belirtti.



mayıs



Tekstilciler Techtexsil'de boy gösterdi

Techttextil Fuarı, bu yıl 24-26 Mayıs 2011 tarihleri arasında Almanya'nın Frankfurt kentinde düzenlendi. Fuarı Türkiye'den İTKİB öncülüğünde 21 firma katıldı. Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Gülle başkanlığında gerçekleşen katılımda Başkan Yardımcısı Tamer Pala, Yönetim Kurulu Üyeleri Sultan Tepe, Selim Akdoğan ve Eşref Akın sektörü yakından ilgilendiren konularda resmi temaslarda bulundu.

İTKİB İTA eğitimlere ara vermedi

Tekstil firmaları ile üniversite ve Ar-Ge merkezleri arasında köprü vazifesi gören İTKİB İTA, bu yıl da düzenlediği eğitim seminerleriyle tekstil sektörüne teknik destek vermeye devam etti. İTKİB İTA 11 Mayıs'ta düzenlediği "Tekstil Bitim İşlemlerinde Kaplama Uygulamaları ve Özel Efektler" eğitim semineri ile kaplamayla ilgili detayları katılımcılarla paylaştı. 28 Nisan'da Marmara Üniversitesi ve Astaj Juki firmasının desteğiyle düzenlediği eğitimle de modelhane bölümlerinde hızlarını artılabilmeleri ile ilgili çözüm önerilerini paylaştı.



The Original is back.


helsa[®]
FASHION SHAPING

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

helsa.com


Textil Group
LupoTeks
TEKSTİL SANAYİ VE TİCARET LTD. ŞTİ.
in cooperation with
www.nh-textil.com



Gümrüklerde vizyon arayışı

Gümrük Müsteşarlığı, TİM, İTO ve İTKİB işbirliğiyle düzenlenen "Gümrükler 2023 Vizyonu 1. Arama Konferansı", 7-8 Mayıs tarihlerinde Sapanca'da gerçekleştirildi. Devlet Bakanı Hayati Yazıcı, Gümrük Müsteşarı Ziya Altunyaldız, TİM Başkanı Mehmet Büyükekçi, İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi ve İTHİB Başkanı İsmail Gülle'nin de yer aldığı konferansta, gümrüklerde yaşanan değişim aktarıldı.

Deri Meslek Lisesi ilk mezunlarını verdi

Zeytinburnu İDMİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi ilk mezunlarını 6 Mayıs tarihinde gerçekleştirilen törenle sektöre uğurlarken, düzenlenen defile ile de, öğrencilerin ilk tasarımlarını sergilemelerine vesile oldu. Mezuniyet törenine, Zeytinburnu Milli Eğitim Şube Müdürü Resul Umutoğlu ve Yunus Özbek, İDMİB Başkanı Lemi Tolunay, Türk Kızılayı Zeytinburnu Şube Başkanı Remzi Yılmaz katıldı.



haziran



İMA'dan coşkulu mezuniyet töreni

Geleceğin profesyonel modacılarını yetiştirmeyi hedefleyen İMA, 2010-2011 yılı tasarım bölümü mezunlarını sektöre kazandırdı. 30 Haziran'da İMA'nın Teşvikiye'deki binasında gerçekleştirilen görkemli mezuniyet töreniyle, yeni hayatlarının ilk gününü kutlayan öğrencilerin eserleri de gecede sergilendi.



İTKİB 400 öğrencisini daha sektöre kazandırdı

İTKİB Okulları 2010-2011 eğitim öğretim yılı sonunda 400 öğrenciyi 15 Haziran'da düzenlenen mezuniyet töreniyle sektöre uğurladı. İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi'nin öğrencileri yalnız bırakmadığı törene İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Ümit Özüren'in yanında çok sayıda İTKİB temsilcisi katıldı.

1995 yılında kurulan Kameran 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. Kameran Grup bünyesinde barındırdığı Kameran Gümrük Müşavirliği ve Kameran 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





Almanya'da **Türk modası konuşuldu**
İHKİB, hazır giyimde Türkiye'nin en önemli ticari partnerlerinden biri olan Almanya'ya ihracatı artırmak için 6-9 Haziran tarihleri arasında ticaret heyeti düzenledi. "Let's Talk Fashion" sloganıyla düzenlenen heyette 21 tedarikçi firma, 35 Alman alıcı ile 250'ye yakın iş görüşmesi yaptı.

temmuz



İHKİB Yönetim Kurulu Ankara'da
İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri Hikmet Tanrıverdi önderliğinde 29 Temmuz'da Ankara'ya çıkartma yaptı. Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan'ın yeni görevini tebrik için Ankara'ya giden Birlik üyeleri aynı zamanda Milli Eğitim Bakanı Ömer Dinçer ile Gümrük ve Ticaret Bakanı Hayati Yazıcı'yı da yerinde ziyaret etti.



İTHİB'den Çağlayan ziyareti

Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan'ı yeni görevini tebrik etmek için Ankara'ya giden İTHİB yönetim kurulu üyeleri bu vesileyle sektörün sorunlarını da Bakan'la konuşma fırsatı buldu. İTHİB Başkanı İsmail Gülle öncülüğünde gerçekleşen ziyarette Birlik üyeleri 2023 hedefine yürürken hükümetin de tam desteğini görecekle-rinin mesajını aldılar.



Tekstilin yıldızları "Ortak Akıl" için buluştu

Sektörün geleceğini belirleyecek firmaların görüşlerini "Ortak Akıl Toplantıları" çerçevesinde buluşturmaya karar veren İTHİB zirvedeki 50 firmayla ilk randevusunu 13 Temmuz'da gerçekleştirdi. İTHİB Başkanı İsmail Gülle öncülüğünde düzenlenen toplantıda sektörü yakından ilgilendiren konular tüm yönleri ile ele alındı.

KAYRA®

facebook.com/kayratekstil

twitter.com/kayratekstil

www.kayra.com.tr



ağustos



Ortak akıl için ikinci buluşma

İTHİB'in tekstil sektörünün geleceğini belirleyecek firmaları buluşturduğu "Ortak Akıl Toplantıları"nın ikincisi, 5 Ağustos'ta düzenlendi. Firmaların, sektörün geleceğine ilişkin konuları tartışıp fikir alışverişinde buldukları toplantıda, koruma önlemleri ve tasarım en çok tartışılan konu oldu.



İhracatçı 2023 eylem planını çıkardı

Türkiye'nin 2023 500 milyar dolarlık ihracat hedefine ulaşabilmesi için "2023 İhracat Stratejisi Sektörel Kırılım Projesi" ile tekstil, hazır giyim, deri ve halı sektörü "Stratejik Eylem Planı"nı çıkardı. Dört sektör temsilcileri Ağustos ayında İHKİB, İTHİB, İDMİB ve İDMİB öncülüğünde bir araya gelerek eylem planına yön verecek kararlar aldı.

eylül



Dericilerin Mosshoes heyecanı

Yeni girişimlerle dünya pazarlarındaki etkinliğini her geçen gün artıran İDMİB, ayakkabı, çanta ve aksesuar alanında Rusya ve Kuzey Avrupa'nın en önemli fuarı Mosshoes'a ilk kez milli katılım gerçekleştirdi. 26-29 Eylül tarihlerinde düzenlenen Mosshoes fuarında yer alarak bölgeye olan ihracatını artırmak için önemli bir adım atan sektör, aynı zamanda Rusya'daki gücünü de pekiştirmiş oldu.



CPM'in yıldızı Türkiye oldu

CPM (Collection Premiere Moscow) fuarının 17'ncisi 5-8 Eylül tarihleri arasında gerçekleştirildi. İHKİB öncülüğünde katılan 71 marka, 2 bin metrekarelik alanda modasını konuşturdu. İlk kez İspanyol ve İtalyan markalarının önüne geçen Türk hazır giyimciler, 32 ülkenin katıldığı fuarda 7 sene içinde 6'ncılıktan çocuk giyimi hariç tutulduğunda birinci sıraya yükselmiş oldu.



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

RODIN



ITMA'ya Türkiye'den rekor katılım

Barcelona'da 22-29 Eylül tarihlerinde düzenlenen Uluslararası Tekstil Makinaları Fuarı'na (ITMA) bu yıl Türkiye'den rekor düzeyde katılım gerçekleşti. 45 ülkeden 1.300 üretici firmanın son teknoloji ürünlerini sergilediği etkinlikte Türkiye bu kez 92 firmayla yer aldı. Ekoteks İcra Kurulu Başkanı ve İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Nilgün Özdemir'in yer aldığı fuarda, Ekoteks de yeni yatırımları için makine parkurlarını gezdi.

İTKİB okulları için ders zili çaldı

1995 yılında açtığı ilk meslek lisesi ile mesleki eğitimde çığır açacak faaliyetlere adım atan İTKİB Okulları, 19 Eylül'de yeni eğitim yılına başladı. Avcılar, Küçükçekmece, Kağıthane, Yenibosna ve Zeytinburnu'nda faaliyet gösteren beş meslek lisesi 2011-2012 eğitim dönemine start verirken öğrencileri İTKİB temsilcileri de yalnız bırakmadı.



cpi üçüncü döneme yeniliklerle girdi

Collection Premier İstanbul (cpi) fuarı 22- 24 Eylül'de dikkatleri yine İstanbul'a çekti. Çok sayıda yerli ve yabancı firma, alım heyeti ve basın mensuplarını aynı çatı altında buluşturan fuarda, 250 milyon dolarlık sipariş alındı. cpi ilk kez İHKİB, CNR ve Alman fuar danışman şirketi Igedo işbirliğiyle düzenlenerek, daha profesyonel bir fuar haline dönüştü.

Türk modası 2011'de İspanyolca konuştu

"Let's Talk Fashion" (Şimdi Moda Konuşma Zamanı) sloganıyla yola çıkan hedef odaklı "Sektörel Ticaret Heyeti" programlarına hızla devam eden İHKİB, 14 Eylül'de 18 hazır giyim firmasını yanına alarak Madrid yolunu tuttu. Aralarında Mithat Giyim, Talu Tekstil, Eray Tekstil ve Vigos Tekstil gibi Türkiye'nin önde gelen firmalarının katıldığı heyet Madrid'de önemli iş bağlantıları kurdu.



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



İTHİB kumaşta fark yaratacak tasarımcılarını buldu

"6. Kumaş Tasarım Yarışması" ödül törenine ikinci kez ev sahipliği yapan Tekstilpark, 14 Eylül gecesi iş, akademi ve moda dünyasından birçok ismi aynı çatı altında topladı. İTHİB tarafından bu yıl altıncısı düzenlenen ve "Bir Yarışma, Onlarca Tasarım, Bir Amaç" sloganıyla yola çıkan "Kumaş Tasarım Yarışması"nın birincisi "Doğadaki Ritim" temasıyla Esra Yarar oldu.

İstanbul moda ile dünya gündemindeydi

Gerçekleştiği her sezonda başarısını artıran İstanbul Fashion Week, 7-11 Eylül tarihleri arasında düzenlenen beşinci sezonu da dünya modasının gündemindeydi. Ünlü aktör Mat Dillon gibi dünyaca tanınmış isimlerin katıldığı organizasyon, İstanbul'un moda merkezine dönüşeceğini bir kez daha kanıtladı. Tepebaşı TRT otoparkı önünde kurulan dev çadırda modaseverlerle buluşan organizasyon, 22 tasarımcı ve 5 markanın katılımıyla gerçekleşen 21 defileye ev sahipliği yaptı.



ekim



İHKİB İFW destekçilerini unutmadı

"İHKİB, 27 Ekim'de Çırağan Sarayı'nda gerçekleştirilen davetle, İFW'nin beşinci sezonunda emeği geçenlere ve sponsorlara teşekkürlerini sundu. İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi öncülüğündeki İHKİB heyeti, Kadir Topbaş'ı da ziyaret edip İFW'ye İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin verdiği destekten ötürü şükranlarını bir plaketle ilettiler."



İTHİB yönetim kurulu üyelerinden Ekoteks ziyareti

İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri 13 Ekim tarihinde İTHİB Başkanı İsmail Güllü başkanlığında Ekoteks Laboratuvarı'nı ziyaret etti. Düzenlediği ziyaretle Ekoteks Laboratuvarı'nın tekstil sektörüne verdiği desteği yerinde inceleyen İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri merkezin yakın dönemdeki çalışmalarıyla ilgili bilgi aldı.



Tekstil ve hazır giyimcilerin Stuttgart çıkarması

24-26 Ekim tarihleri arasında düzenlenen "Stuttgart Sektörel Ticaret Heyeti"ne, 11'i hazır giyim, beşi de tekstil olmak üzere toplam 16 firma katıldı. Firmaların, Hugo Boss ve Kauff gibi sektördeki ünlü isimlerle yüz yüze görüşme fırsatı yakaladıkları heyette, Türkiye'deki sektöre ilişkin yaşanan gelişmeler büyük yankı uyandırdı.



*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



İHKİB başarılı seminerlere imza attı

İHKİB, UNDP, Gaziantep Ticaret Odası, Kahramanmaraş Ticaret Ve Sanayi Odası ve Uluslararası Çalışma Örgütü ile birlikte yürütülen "Uluslararası İş Geliştirme Seminerleri", 19 Ekim'de Gaziantep'te, 20 Ekim'de Kahramanmaraş'ta gerçekleşti. Seminerde sosyal sorumluluk kapsamında pek çok konu masaya yatırılırken, kayıtdışı işçi çalıştırmanın rekabetin önündeki engellerden biri olduğu belirtildi.

İTHİB tekstilin liderlerini ağırladı

Türkiye'deki tekstil birliği başkan ve yönetim kurulu üyelerini bir araya getiren ve geçen yıllar içinde geleneksel bir kimliğe bürünen "Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçı Birlikleri Sektör Kurulu Toplantısı" 12 Ekim'de İTHİB'in ev sahipliğinde gerçekleşti.



kasım



İHKİB Güney Afrika Heyeti'ni konuk etti

Güney Afrika'nın Gauteng eyaleti Ekonomik Gelişme İdare Meclisi (GAC) üyesi Qedani Mahlangu ve beraberindeki yedi kişilik heyet, işbirliği kurmak amacıyla 2 Kasım'da Dış Ticaret Kompleksi'nde İHKİB'i ziyaret etti. İHKİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Kemalettin Güneş başkanlığında gerçekleştirilen toplantıya İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri Nilgün Özdemir ve Efsane Turan'ın da katıldı.



Halılar tasarımcılarını buldu

Geleceğe yatırım yapmak ve Türkiye'deki genç yeteneklere fırsat kapılarını aralamak amacıyla, İHKİB tarafından düzenlenen "Halı Tasarım Yarışması" beşinci 2 Kasım'da kez yapıldı. Sekiz tasarımcısının finale kaldığı yarışmada Mine Beşen "Serüven" isimli çalışmasıyla birinci oldu.

Ayakkabıcılar yarışmasına kavuştu

Genç yetenekleri ortaya çıkarmak amacıyla bu yıl ilki düzenlenen "1. Ayakkabı Tasarım Yarışması" muhteşem bir finalle son buldu. İDMİB ev sahipliğinde 16 Kasım gecesi düzenlenen final gecesinde "Hamam" temalı tasarımıyla Recep Serdar Bozok yarışmanın birincisi oldu.





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

MERKOZY'NİN EURO'YU KURTARMA ÇABALARI SUYA MI DÜŞTÜ?



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

MERKEL AB'YE MALİ DİSİPLİN GETİRECEĞİNİ UMDUĞU BİR ANLAŞMAYI 27 ÜLKENİN DE DESTEKLEYECEĞİNİ ÜMİT EDERKEN, SONUÇ BEKLEDİĞİ GİBİ OLMADI. İNGİLTERE DIŞINDAKİ 26 AB ÜLKESİ YASA DEĞİŞİKLİĞİ ÜZERİNDE ANLAŞTI. AB TARİHİNDE İLK DEFA BÖYLESİNE BÜYÜK BİR GÖRÜŞ AYRILIĞI YAŞANIRKEN, ŞİMDİ GÖZLER İNGİLTERE'YE ÇEVİRİLDİ.

Merkel, AB'nin başına kabus gibi çöken borç krizinin, yeni bir paket hazırlamakla, kurtarma fonuna ilave kaynak aktarmakla çözülemeyeceğine inanıyordu. Bu görüşünden de hiç geri adım atmadı. Her ortamda, üye ülkelerin ellerini taşın altına koymasını, ürettiğinden fazla harcamamasını, borçlanmamasını ve kurallara uymasını tekrarlayıp durdu.

İşte bu ortamda Merkel Brüksel'de, 8 Aralık'ta başlayıp ertesi gün sabaha karşı sona eren zirve toplantısına girerken, AB'ne mali disiplin getireceğini umduğu bir anlaşmayı 27 ülkenin de destekleyeceğini ümit ediyordu. Ortalıkta bu acı reçeteye karşı çıkabilecek ülke de kalmamıştı. Ama beklenen olmadı. İngiltere Başbakanı Cameron, böyle bir anlaşmayı ancak, İngiltere'deki finans işlemlerinin, AB'nin iç pazarındaki kuralların tamamen dışında tutulacağına dair teknik garantiler verilirse onaylayacağını açıkladı. Merkel ve Sarkozy'e, daha doğrusu, "Merkozy'e" göre, Euro'yu kurtarmaya ve AB'nin çöküşünü önlemeye çare ararken Cameron'un sadece kendi mali piyasasını düşünmesi hiç de etik değildi. İpler de orada koptu ve İngiltere dışındaki 26 AB ülkesi, Euro bölgesindeki mali disiplini sağlayacak bir yasa değişikliği üzerinde anlaştı. "Tüm AB ülkeleri aynı mali poli-

tikayla yönetilmeli" ibaresinin bulunduğu yasada, mali disiplini kontrol edebilmek amacıyla, AB Komisyonu'na ilave yetki verilmeli, Avrupa Adalet Divanı güçlendirilmeli, Euro bölgesinde güven artırılmalı ve piyasalar sakinleştirilmeli denildi.

27 ülkeli AB'nin sonu mu geldi?

AB'nin Euro'yu kurtarma planı, ilk gün coşkuyla karşılanmıştı. Hemen ardından, Avrupa merkez bankası resmi bir açıklamayla, piyasalardan yaptığı tahvil alımlarını genişletmeyeceğini açıkladı. Ekonomisi güçlü ülkeler için sorun değil ama Güney Avrupa'dakiler, Yunanistan, İtalya, İspanya ne yapacak, nereden para bulacak?

Onlardan sadece, harcamaları ve tüketimi kısımları, ücretleri dondurmaları, hatta daha da aşağı indirmeleri, vergileri arttırmaları isteniyor. Bu arada hala cevap arayan birçok da soru var. Yasa değişikliğinin detayları neleri içerecek? Bu tartışmalar sürerken, Euro bölgesi dışındaki bazı ülkeler, ortaya çıkacak olan yasa değişikliğinin içeriğine göre, İngiltere'nin yanında yer alıp, almamaya karar vereceklerini açıkladı. Söylenenler yorumdan öteye geçmiyor. Bekleyip göreceğiz.



Tercihli Menşei Kurallar yeniden düzenleniyor

Sektörlerimizi ilgilendiren çok önemli gelişmeler bu gürültü arasında kaynayıp gidiyor. Bunlardan biri de, Avrupa Akdeniz (PANEUROMED PEM) Tercihli Menşei Kuralları'nın yeniden düzenlenmesi. EURATEX, Avrupa tekstil ve hazır giyim sanayi olarak, PANEUROMED menşei kurallarında ikili temel değişimi esas alan görüşümüzü AB Komisyonu'na iletmış, buna itiraz eden Almanya, Hollanda, İngiltere, İspanya, İskandinavlar ve İsviçre ise kuralları tamamen gevşeten tek değişimli bir öneri sunmuştu. Ayrıca Komisyon, görüşlerini almak üzere, PEM Convention adı altında bölge ülkelerinden oluşan çalışma grupları oluşturarak Türkiye'yi de, AB ile aynı gruba dahil etmişti. Komisyon kısa süre önce de bir duyuru yaptı ve AB+Türkiye, Balkan, Akdeniz ve EFTA ülkelerinden oluşan gruplardan, bugüne kadar sadece, AB+Türkiye grubunun önerilerini sunmadıklarını açıkladı. Ortaya çıktığı günden beri aklıma hep, bu gruplandırmada AB'nin, Türkiye'yi yanına almasının ardında bazı hesaplar olabileceği düşüncesi takılıyordu. Evet, Customs Code Committee toplantılarında gözlemci olarak yer alıyoruz. Yani karar aşamasında AB ile ters düşsek bile, görüşlerimiz zabitlara giriyor.

Şimdi ortaya çıkan tablo ise tam bir curcuna. Ürdün, Mısır, Tunus, Fas hepsi aynı bir telden çalışıyor. Belki de AB Komisyonu böyle olmasını herkesin eteğindeki taşları dökmelerini istiyordu. Komisyon şimdi bütün önerileri inceleyecek sonra, başından beri kafasında olan değişiklikleri yeni PEM Menşei Kuralları diye önümüze koyacak. ❖

İTA'YI SEVECEKSİNİZ!

İTA FUAR VE GÖSTERİ MERKEZİ HALKALI'DA

HER TÜRLÜ FUAR, DEFİLE, TOPLANTI, SEMİNER,
KONSER, SERGİ VE DAVETLERİNİZ İÇİN İTA'YI SEÇİN

Yeşillikler içinde

Çekmece gölü kıyısında

Tüm teknik alt yapısı hazır

Geniş otopark alanı



İTA

İTKİB İTA EĞİTİM ARAŞTIRMA
VE DANIŞMANLIK LTD. ŞTİ.

LONDRA MODASINDA TÜRK İMZASI



Moda dünyasında önemli bir yere sahip olma yolunda emin adımlarla ilerleyen Türkiye, yurtdışına açılan Türk tasarımcılar sayesinde de ismini duyuruyor. Hakan Yıldırım, Atıl Kutoğlu gibi başarısını kanıtlamış isimlerin yanı sıra, hazırladıkları koleksiyonlarla oldukça beğeni toplayan ve yavaş yavaş adını duyur-

maya başlayan tasarımcılar bu anlamda ülkemize destek sağlıyor. Örneğin 10 yılı aşkın süredir Londra'da yaşayan ve burada Laura Ashley gibi önemli firmalarla çalışan Serap Pollard, kısa bir süre önce oluşturduğu "Serap Pollard London" adlı markasıyla Londra'daki kadınları Türk tasarımlarıyla buluşturuyor. Koleksiyonlarında şıklığı ve rahat-

UZUN SÜREDİR LONDRA'DA YAŞAYAN VE ÖNEMLİ ÇALIŞMALAR YAPAN TASARIMCI SERAP POLLARD, KURDUĞU 'SERAP POLLARD LONDON' İSİMLİ MARKASIYLA ADINDAN SÖZ ETTİRİYOR. ŞIK VE RAHAT GİYİNMEYİ SEVEN KADINLARA HİTAP EDEN VE YOĞUN İLGİ GÖREN TASARIMLAR, LONDRA'DA TÜRKİYE'NİN İSMİNİ BAŞARIYLA TEMSİL EDİYOR.

lığı bir arada sunan Pollard, önmüzdeki dönemlerde Türkiye'de de üretim yapıp ülke ekonomisine katkıda bulunmayı hedefliyor.

Serap Hanım, öncelikle moda tasarımıyla olan geçmişinize biraz daha yakından bakalım derseniz...

Tabii ki... Ben 2000 yılında Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi'nden mezun oldum. Daha sonra London College of Fashion ve Central St. Martins College'de eğitimime devam ettim. Şu an University of the Arts London'ın tekstil bölümünde master yapıyorum. 2003 yılında Londra'da moda tasarımcısı Chris Liu ile birlikte asistan tasarımcı olarak çalışmaya başladım. Ayrıca 10 yıl Laura Ashley gibi sektörün önde gelen firmalarıyla çalıştım ve bu firmalar adına uluslararası fuarlara katılıp koleksiyonlarımı sergiledim.

Bu çalışmaların sonra "Serap Pollard London" isimli markanızı oluşturduunuz. Bize bu süreçten bahsedebilir misiniz?

Kendi markamı yaratana kadar, moda ve tekstil piyasasında 15 senelik bir tecrübem oldu. Laura Ashley'den çocuklarımla daha

fazla zaman geçirebilmek için ayrıldım. Ancak gerek bu alanda deneyimli insanlar, gerekse tüm yakınlarım birikimimi kendi markamı yaratarak kullanmam için beni teşvik etti. Ben de bu doğrultuda verdiğim bir kararla, kendi markamı yaratmak için çalışmalara başladım. Öncelikle hem piyasayı test etmek hem de kendimi denemek adına altı parçalık ilk koleksiyonumu çıkardım. Koleksiyon oldukça ilgi gördü. Yaşadığım güzel gelişmeler bana büyük bir enerji verdi ve ben de diğer koleksiyon çalışmalarım için kolları sıvadım.

Koleksiyonlarınızı oluştururken sizi etkileyen unsurlar neler oluyor?

Koleksiyonlarımı teker teker ele alırsak; örneğin Ruffles adlı ilk SS2011 koleksiyonumda beni etkileyen unsur İngiltere'nin tarihi giyim tarzı oldu ve bu tarzı modernize ederek hazır giyime uyarladım. Bunun dışında ben yaklaşık 11 senedir Güneybatı Londra'da yaşıyorum. Burası çok merkezi fakat bir o kadar da doğa ile iç içe olan bir yer. Etrafınızda gördüğünüz herkes size yaşama zevkini veriyor. Buradaki kadınlar hoş giyinen, kendine özen gösteren, kaliteyi bilen ve taşıyan, yarınlarnın-



Pollard, Londra'lı kadınlara şıklık ve rahatlığı bir arada sunuyor.

dan korkuları olmayan, genelde 30 yaş civarı annelerdir. Şık görünmeyi fakat bir o kadar da rahat giyinmeyi severler. Diğer koleksiyonum olan AW2011 ve geçen Ağustos ayında hazırlıklarına başladığım SS2012'da dahil olmak üzere koleksiyonlarım, bu gruba hitap eden giysilerden oluşuyor. Sonuç olarak her kadın hoş görünmek ister. Aslına bakarsanız ben işimi küçük, sofistike detaylar kullanarak, harika renklerle, kumaşlarla yeni, görülmemiş giysiler hazırlamak ve Serap Pollard London markasını seçen kadınları mutlu etmek olarak yorumluyorum.

Kullandığınız materyallerden bahsedebilir misiniz?

Şu ana kadar olan koleksiyonlarımda kullandığım materyaller genelde ipek, pamuklu ya da yün kumaşlar oldu. Fakat şu anda üzerinde çalıştığım farklı bir proje var. Bu çalışmada çevreye zarar

vermeyen bir materyal olan bambudan yararlanacağım. Bildiğiniz gibi bambu ağacı hamurundan üretilen bambu kumaşı, doğada güneş ışığı ve toprak bakterilerinin etkisi ile tamamen çözünüyor. Bünyesinde bambu kun isimli bir antibakteriyel madde içerdiği için doğal antibakteriyel olma özelliği taşıyan bu materyal, deride alerjik oluşumlara yol açmıyor ve ultraviyole ışınlarını da yüzde 99,8 oranında kırıyor. İşte ben de bu yeni çalışmamda koleksiyonumu bambudan özel olarak üretilen organik kumaşlardan oluşturacağım.

Koleksiyonlarınız Londra'da hangi mağazalarda bulunuyor?

İlk koleksiyonumu Güney Londra Balham'daki birkaç mağazaya vermiştim. Tasarımlarım burada çok geçmeden yok sattı. Hatta birçok arkadaşım ürünlere henüz butiklere çıkmadan almışlardı. Şimdi ise SS2012

sezonu için İngiltere'de Balham, Wandsworth common, Barnes, Wales, Hatch End'de bulunan mağazalardan siparişler alındı. Londra'lı kadınlar şıklığı ve rahatlığı bir arada buldukları için tasarımlarımı çok beğendi.

Peki, tasarımlarınızı Türkiye'de bulmak mümkün mü?

Tasarımlarım Türkiye'de Galata'daki Building'de ve Akmerkez'de yer alıyor. Şimdilik her butikte yer almak niyetinde değilim. Çünkü bunların taki-

bine şu an yetişemem. O nedenle şimdi daha çok PR çalışmalarına ve tasarımlarıma ağırlık veriyorum. Ancak Türkiye'den gelen taleplere sanırım 2012'de karşılık vereceğim. Bu arada yeri gelmişken belirtmek istiyorum ki üretimimin çoğunu Türkiye'de yapmak üzere kendime ait bir atölye kurmak niyetindeyim. Aslında üretim yapılacak yer hazır, sadece makinalar alıp çalışmak için doğru kişileri bulmam gerekiyor. Yaptığım çalışmalarla ülkemizin ekonomisine de katkıda bulunmak istiyorum. ❖



Serap Pollard, tasarımlarında sofistike detaylar kullandığını belirtiyor.

TÜRKİYE'DE TASARIMCILARA ÇOK DEĞER VERİLİYOR

Türkiye moda ve tasarım konusunda gerek İstanbul Fashion Week, gerekse diğer organizasyonlarla adını dünyaya duyuruyor ve bir moda merkezi olmayı hedefliyor. Yaşanan gelişmeleri nasıl yorumluyorsunuz?

Ben 2000 senesinde Londra'ya taşındım ve ayrıldığımda Türkiye'de moda tasarımcılarının sayısı çok fazla değildi. Ayrıca bu işi yapanların çok da fazla kendi markalarını çıkarma hayalleri yoktu. Ancak son 11 sene içerisinde bu anlamda çok şey değişti. Bu durumu şimdi değerlendirdiğimizde görüyoruz ki Türkiye'de oldukça iyi moda tasarımcıları ve onların tasarımlarını alacak, anlayacak birçok bilinçli insan var. Tasarıma ve tasarımcıya değer verilmesi, onların her birinin farklı tarzlarının olduğunun bilinmesi çerçevesinde yaşanan bu gelişmeler de ülkemizdeki insanların moda alanında çok fazla yol kat ettiğini gösteriyor. Ayrıca üretim açısından bir değerlendirme yaparsak, Türkiye'nin bu anlamda çok gelişmiş bir ülke olduğunu artık tüm dünyanın bildiğini görüyoruz. Elimizde müthiş bir cevher var. Bana kalırsa Türkiye'nin yeri moda merkezi olma konusunda gün geçtikçe daha sağlamlaşıyor.

ESTAR TEKSTİL BRODE İLE BÜYÜYOR

TÜRKİYE'DE BRODE SEKTÖRÜNDE ÇALIŞMALAR YÜRÜTEN ÖNEMLİ FİRMALARDAN BİRİ OLAN ESTAR TEKSTİL, 1995 YILINDAN BU YANA GENİŞ MAKİNE PARKURUNA SAHİP ENTEGRE TESİSİYLE ÜRETİM YAPIYOR. "BROCHE" MARKASIYLA FRANSA, POLONYA VE JAPONYA'DA SATIŞ NOKTALARI BULUNAN FİRMA, ÜRETİMDE KULLANDIĞI İPLİK, KUMAŞ VE DİĞER HAMMADDELERDE SEÇİCİ DAVRANARAK BUNU ÜRÜN KALİTESİNE DE YANSITTIYOR.

Brode, önceleri el emeği bir sanat

dalı iken, zamanla dokuma tezgahları, daha sonra da yüzlerce iğnesi olan modern iğnelerle işlenmeye başlamış. Türkiye'de genelde perde-lik kumaşlarda kendine yaşam alanı bulan brode alanında çok sayıda firma faaliyet gösteriyor. Türkiye'de brode denildiğinde akla gelen önemli firmalardan biri olan Estar Tekstil ise 16 yıldan bu yana sektörde önemli işlere imza atıyor. 1950 yılında kuyumculuk sektörü ile faaliyete başlayan Eroğlu ailesi, 1990'da döviz bürosu işletmeciliği ve 1995 yılında da, Gebze'de NurteksBrode adı ile tekstil sektörüne de girerek faaliyet alanlarını genişletti. Sektöre NurteksBrode ismiyle adım atan daha sonra ise Estar Tekstil olarak çalışmalarına devam eden firma, bugün "Broche" markasıyla başta Fransa, İtalya ve Rusya olmak üzere Polonya, Japonya Suriye, Ukrayna ve Güney Kore'ye ihracat gerçekleştiriyor. Estar Tekstil'in sektördeki serüveni ile ilgili merak ettiklerimizi firmanın Genel Müdürü Yunus

Eroğlu'na sorduk. İşte Eroğlu'yla yaptığımız söyleşinin detaylarını Hedef okuyucuları için derledik.

Firmanızın sektördeki yolculuğunu anlatır mısınız?

Bir aile şirketi olarak, 1995 yılında Gebze'de NurteksBrode adı ile kurulan firmamızda, sekiz makine ile brode ve gipür üretimine adım attık. İlk dönemlerde 50 kişilik bir kadro ile perde ve masa örtüsü üretimi yaparken, 1999 yılında çamaşırılık brode üretimine de geçtik. 2001 yılında Estar Tekstil adı altında "Broche" markası ile Gebze Plastikçiler Organize Sanayi Bölgesi'nde ki fabrikamıza taşınarak, 130 kişilik kadromuz ile

daha geniş bir üretim alanında hizmet vermeye başladık. Gelişen yeni üretim alanları ve müşterilerimizden gelen taleplerle birlikte dış giyim için brode ve gipür üretimi de yapıyoruz. 2012 yılında, sekiz adet brode makinesi daha alarak üretim hızımızı ve potansiyelimizi arttırmayı planlıyoruz.

İhracatın toplam cironuz içerisindeki payı nedir ?

BrocheBrode olarak, Fransa, Polonya ve Japonya'da satış noktalarımız bulunuyor. Önümüzdeki dönemde ihracat kapasitemizi daha da arttırmak için yeni piyasalar ve yeni satış noktaları ile ilgili görüşmelerimizi de devam ettiriyoruz. Firma



Estar Tekstil
Genel Müdürü
Yunus Eroğlu



olarak bu konuda gelen talepleri de değerlendiriyoruz. Başta Fransa, İtalya ve Rusya olmak üzere Polonya, Japonya Suriye, Ukrayna ve Güney Kore'ye ihracat yapıyoruz. Söz konusu ülkelere gerçekleştirdiğimiz ihracat, toplam ciromuzun yüzde 30'unu oluşturuyor.

Firma olarak Teknoloji alt yapınızdan ve üretim kapasitenizden bahsedermisiniz?

Estar Tekstil olarak entegre bir tesise sahip olmanın avantajını yaşıyoruz. 8 bin metrekaresi kapalı toplam 15 bin metrekarelik alanda kurulu olan Gebze'deki

fabrikamızda 19 adet son teknoloji makine parkurumuz ile üretim kapasitemizi de genişleterek çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Entegre bir tesis olarak deneyimli kadromuz ile birlikte üretimden sevkiyata kadar olan faaliyetlerin tümünü kendi bünyemizde gerçekleştiriyoruz. Çerkezköy'de bulunan fabrika ile de boya ve apre işlemlerini yine kendi bünyemizde yapıyoruz. BrocheGroup olarak raşel örme, rotasyon baskı ve medikal hizmetleri de veriyoruz. Sürekli takip ettiğimiz ve güncellediğimiz üretim teknolojisi ile birlikte modern üretim tesislerimizde yeni yatırımlar yapıyoruz. Sürdürdüğümüz Ar-Ge çalışmalarımızla üretim ve hizmet kalitemizi sürekli yenileyerek hedeflediğimiz başarıya adım adım ilerliyoruz. Ayrıca Esenler Koza Plaza'daki merkezimizde tüm ürün gruplarımızın sergilendiği showroom ve satış ofisimizde deneyimli satış kadromuz ile müşterilerimize en iyi hizmeti vermek için var gücümüzle çalışıyoruz.

Estar Tekstil'i gerek yurtiçinde gerekse yurtdışında diğer rakiplerinden ayıran en önemli özellikler neler?

Bizi rakiplerimizden ayıran en önemli özelliğimiz kalitemiz. Üretimde kullandığımız iplik, kumaş ve diğer hammaddelerde seçici davranarak bunu ürün kalitemize de yansıtıyoruz. Geniş bir makine parkuruna ve entegre bir tesise sahip olmamız, müşterilerimize hızlı servis vermekteki politikamızda da oldukça etkin rol oynuyor.

Müşterilerinize yeni koleksiyon hazırlarken neleri dikkate alıyorsunuz?

Müşterilerimize, üretim yaptığımız alanlarda, yaz ve kış sezonları başta olmak üzere yılda iki kez geniş kapsamlı koleksiyonlar sunuyoruz. Bunun yanın-

da ayrıca müşterimizin talepleri doğrultusunda gerekli görülen dönemlerde de ara koleksiyonlar hazırlıyoruz. Koleksiyon hazırlarken tasarımcılarımız, sezonun trend desen ve renklerini, ayrıca müşterinin taleplerini de göz önünde bulundurarak çalışmalarını titizlikle hazırlıyorlar. Hazırlanan koleksiyonlar ile gerek yurtiçi gerekse yurtdışı fuarlara da katılıyoruz. Şimdilerde ise, 21-23 Ocak 2012 tarihinde Paris'te yapılacak olan dünyanın önde gelen ve sektörün takip ettiği "Interfilier Fuarı"na katılmak için koleksiyon çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

Bu sektörü tekstil sektörünün genelinden ayıran özellikler var mıdır?

Brode, tekstil tekniği olarak adlandırılrsa da bugün oldukça önemli bir sektör konumuna gelmiştir. Ürün çeşitlerindeki değişim ile beraber, brode ülkemizde farklı alanlarda da kullanılmaya başlanmıştır. Daha çok ev tekstili; perde, masa örtüsü gibi alanlarda kullanılan brode, daha sonraları iç giyim, dış giyim, gelinlik, havlu ve yatak örtüsü grubunda da kendine önemli bir yer edinmiştir.

Türk brode sektörünün karşısında duran belli başlı sorunlar neler?

Brode sektörünün en büyük sorunu eğitim ile ilgilidir. Meslek liseleri ve ilgili okullarda verilen eğitim ile sektörümüz henüz tam olarak entegre olamamıştır. Beklentimiz bu okullardan brode makinecisi, desenci tasarımcısı gibi konularda eğitilmiş kişilerin yetişerek sektöre katkıda bulunması. Yurtdışında örneğin Avusturya ve İsviçre'de makine sayısı az olmasına rağmen okullarda konuyla ilgili bölümler bulunmamaktadır. Türkiye'de de aynı sistemin hayata geçmesi gerektiğini düşünüyoruz. ❖



Estar Tekstil
Gebze'deki
fabrikasında son
teknolojiye sahip
makine parkuru
ile brode üretimi
yapıyor

TEKSTİLİN RENGİ İTKİB İTA'YA TAŞINDI



İTKİB İTA 7 ARALIK'TA TEKSTİLPARK'TA DÜZENLEDİĞİ SEMİNER İLE "TEKSTİLDE RENK VE RENK ÖLÇÜMÜ" KONUSUNA DİKKAT ÇEKTE. İTKİB İTA, EGE ÜNİVERSİTESİ VE ARGETEK ARAŞTIRMA GELİŞTİRME FİRMASI İŞBİRLİĞİNDE GERÇEKLEŞEN EĞİTİM SEMİNERİNE TEKSTİL SEKTÖRÜNDEN BÜYÜK İLGİ OLDU.

İstanbul da yapılacak tüm organizasyonlar için her türlü olanağa sahip olan Tekstilpark, kısa sürede başta tekstil ve hazır giyim olmak üzere birçok sektörün Ar-Ge yuvası haline geldi. Tekstilpark içerisinde kendine yaşam alanı bulunan İTKİB İTA ise araştırma çalışmalarıyla birlikte sektörü yakından ilgilendiren konularla ilgi bilgilendirme seminerlerini tüm hızıyla sürdürüyor. Geçtiğimiz ay kesimhanelerde verimlilik artıran ve malzeme tasarruf imkanları sağlayan yöntemler konusunda sektörü bilgilendiren İTKİB İTA, 7 Aralık'ta ise "Tekstilde Renk ve Renk Ölçümü Semineri" için sektör temsilcilerini Tekstilpark'ta buluşturdu.

Ege Üniversitesi Tekstil Mühendisliği bölümünden Doç. Dr. Ayşegül Körlü ve

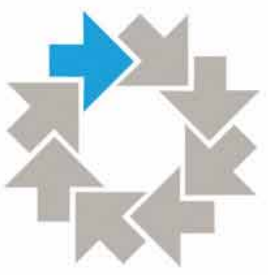
Argetek Araştırma Geliştirme Şirketi'nden Yüksek Mühendis Uğur Çetinkaya tarafından verilen eğitim seminerinde tekstil sanayinde renk ölçümü konusuna yoğunlaşıldı. 17 tekstil firmasından 27 tekstilci ve 21 tekstil öğrencisinin katılımıyla gerçekleşen eğitim, iki bölümden oluşan oturumlarla gerçekleşti. Doç. Dr. Ayşegül Körlü'nün konuşmacılığını yaptığı ilk bölümde konuya ilişkin teorik bilgi verilirken, öğleden sonra düzenlenen ikinci bölümde ise, Uğur Çetinkaya Argetek firmasının spektralfotometresi ve yazılımı ile renk ölçümü ve reçete hesaplama uygulaması yaptı.

Kumaşta doğru renk formülleri

Verdiği eğitimde rengin önemi, subjektifliği ve sayısal olarak

ifade edilmesinin önemine dikkat çeken Doç. Dr. Ayşegül Körlü, renk ölçüm makineleri ve imaj analizi hakkında da katılımcıları bilgilendirdi. Körlü, amaca uygun doğru renk ölçümü ve değerlendirmesi yapabilmek için kalibrasyondan, ölçüm şartlarına ve örnek hazırlamaya kadar dikkat edilmesi gereken noktaları katılımcılarla paylaştı. Seminerde özellikle ölçüm geometrisi, 2 veya 10 derecelik bakış açısı, ayna yansımalarının ölçüm sonuçlarını nasıl etkilediği ve netür örneklerde hangi koşulların seçilmesi gerektiği örneklerle açıklandı. Bu temel bilgilerden sonra CIELab, HunterLab, tristimulus renk değerleri ve beyazlık formülleri hakkında genel bilgiler veren Köklü, CIELab ve HunterLab renk sistemlerini birbiriyle karşılaştırdı. Beyazlık

derecesi tayininde optik beyazlatılmış örneklerin ölçümünde dikkat edilecek noktalar açıklandı. Teorik bilgilerin verildiği bölümün son kısmında renk farklılıklarının değerlendirilmesi hakkında kısaca bilgi verilirken, özellikle CMC renk farklılık formülü üzerinde yoğunlaşıldı. Eğitim seminerinin ikinci bölümü Argetek firmasına ait bir masaüstü spektralfotometre ile uygulamalı çalışmalara sahne oldu. Bu bölümde pamuklu örme kumaşlarla hazırlanmış temel boyamalar kullanılarak reçete hesaplama, birbirine çok yakın renklerde boyanmış pamuklu örme kumaşlarla renk farklılıklarının değerlendirilmesi yapıldı. Ham, yarım kasar ve optik beyazlatılmış kumaş örnekleri ile beyazlık derecesinin incelendiği ikinci bölümde pratikte yaşanan sorunlar da tartışıldı. ❖



ITA

İTKİB İTA Eğitim

Araştırma ve Danışmanlık Limited Şirketi

DİJİTAL

BASKI, TEKSTİLDE KONVANSİYONEL BASKININ YERİNİ Mİ ALIYOR ?

TÜM DÜNYA TEKSTİL BASKICILIĞINDA DİJİTAL BASKIYA DÖNÜYOR.

Tekstil dijital baskı teknolojisi ve üretimi ile ilgili aklınızdaki tüm sorulara cevap bulabilmeniz için sizi **TEKSTİLPARK**'a bekliyoruz...



Eğitimin Tarihi : **26.01.2012**
Eğitim Saati : **10.00 – 17.00**
Eğitim Ücreti : **150 TL**

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 istasyon mah.
Sangül Cad. 34303
Küçükçekmece / İstanbul



MS
DİJİTAL BASKI
MAKİNALARI

HUNTSMAN
DİJİTAL BASKI BOYALARI

DSOFT
DESEN ve RIP PROGRAMLARI

İHRACATÇININ 2012 RANDEVUSU

11-14 Ocak

Almanya'da 11-14 Ocak 2012 tarihleri arasında düzenlenecek olan Heimtextil Fuarı'na bu dönemde 60 ülkeden 2 bin 600'ün üzerinde firma katılıyor. Her yıl Türkiye'den çok sayıda firmaya ev sahipliği yapan fuara, bu yıl 200'e yakın Türk firması gidiyor. Tüm bunların yanı sıra Türkiye'den 2 bin 500'ü aşkın profesyonelin Heimtextil Frankfurt'u ziyaret etmesi bekleniyor.

6-31 Ocak

2012 yılındaki eğitimlere 6 Ocak'ta start verecek olan İTKİB, Yılın ilk ayında 9 ayrı eğitim semineri düzenleyecek. İTKİB'in Ocak ayında vereceği eğitim semineri şöyle sıralanıyor; 6 Ocak "İplik Cinsi, İplik Numarası Tespiti ve Dokuma Kumaş Kriterleri" - "Yuvarlak Örme Kumaş Kriterleri", 10-11 Ocak "Dahilde İşleme Rejimi Uygulamaları", 13-16 Ocak "Hazır giyimde Teknik Çizim", 17 Ocak "Temel Mülakat Teknikleri", 24 Ocak "Patron musunuz? Yönetici misiniz? veya Lider misiniz?" - "Satış Becerileri Geliştirme ve Satışta Profesyonellik" ve 25 Ocak ise "E-Ticaret", 31 Aralık "Dış Ticarete Teslim ve Ödeme Şekilleri"

17-19 Ocak

Büyüleyici tasarımlarla "İstanbul Deri Fuarı" (IDF) kapsamında büyük bir şova hazırlanan deri sanayicileri, 17-19 Ocak 2012 tarihinde dünya çapında alıcı gruplar ve ziyaretçilerle bir araya geliyor. Fuar kapsamında; Avrupa, Amerika, Rusya ve Kuzey ülkelerinde yoğun ilgi gören Türk derisi mamülleri ve konfeksiyon ürünleri ile deri modasının 2012 yılının yaz sezonunun trendleri ziyaretçilerin beğenisine sunulacak.

21-24 Ocak

Bayan ve spor erkek giyim ürünlerinin sergilendiği en köklü fuarlar olarak nitelendirilen "Who's Next" ve "Prêt à Porter Paris" tek bir isim adı altında birleşti. 21-24 Ocak 2012 tarihlerinde düzenlenecek fuara milli katılım gerçekleştirilme-ye hazırlanan İTKİB ise firmalara modanın bu gövde gösterisinde gecikmeden yerlerini ayırtmaları çağrısında bulunuyor.

6 Şubat

Bugüne kadar Bahar Korçan, Hakan Yıldırım, Hatice Gökçe gibi birçok ismi moda dünyasına kazandıran "İTKİB Genç Moda Tasarımcıları Yarışması KOZA" 6 Şubat 2012 tarihinde finale gidiyor. "O sen misin?" sloganıyla yola çıkan hazır giyim alanında koleksiyonların sunulacağı KOZA'nın final gecesinde düzenlenen özel defilesi ile 10 finalistin hazırladığı üçer tasarım davetlilere sunulacak.

7-10 Şubat

Dünya modasına ilham veren iFW'nin altıncısı önümüzdeki yıl 7-10 Şubat tarihleri arasında Tepebaşı Odakule'de düzenlenecek. Marka ve tasarımcıların 2013 Sonbahar/Kış koleksiyonlarını sergileyeceği etkinlikle, Türkiye'nin modayı üreten ülke olmaktan modayı tasarlayan bir ülke olma yolunda önemli bir adım attığı tüm dünyaya gösterilecek.

13-16 Şubat

Messe Frankfurt tarafından düzenlenen, dünyanın en önemli hazır giyim kumaş ve aksesuarları fuarı olan, Texworld Paris Fuarı 13-16 Şubat 2012 tarihleri arasında dünya devlerini bir araya getirecek. Geçtiğimiz dönemde 40 ülkeden 900 katılımcı firma ve 100'ün üzerinde ülkeden yaklaşık 17 bin ziyaretçi ile kumaş dünyasını bir araya getiren Texworld fuarına bu dönem de Türkiye'den önemli firmalar katılıyor.

28 Şubat-2 Mart

Doğu Avrupa pazarı için önemli bir ticari platform sunan, bay-bayan-çocuk hazır giyim ve aksesuarlarının yer aldığı CPM fuarının 18'incisi 28 Şubat-2 Mart 2012 tarihlerinde gerçekleşecek. Ruble ile ticaretin yaygınlaşması durumunda Rusya'ya yaptığı hazır giyim ihracatını 5 yıl içinde 5 milyar dolara çıkarmayı hedefleyen İTKİB de dünyanın en önemli moda fuarlarından olan CPM'e katılmak için hazırlıklarını sürdürüyor.

13-16 Mart

Bu yıl sayısız sektörel ticaret heyetlerinin altına imzasını atan İTKİB, 2012 yılında düzenleyeceği ticaret heyetleri için şimdiden hazırlıklara başladı. Birlik, 13 - 16 Mart 2012 tarihlerinde hazır giyimcileri modanın gözde merkezlerinden biri olan Milano'ya götürüyor.

TÜRKİYE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI

	2010 KASIM 1000 \$	2011 KASIM 1000 \$	DEĞİŞİM %	2010 OCAK - KASIM 1000 \$	TOPLAM KONFEKSİYONDA PAY %	2011 OCAK - KASIM 1000 \$	TOPLAM KONFEKSİYONDA PAY %	2011 / 2010 DEĞİŞİM %
ALMANYA	283,363	247,842	-12.5	3,259,285	24.8	3,690,695	24.8	13.2
İNGİLTERE	175,652	174,737	-0.5	1,857,836	14.1	1,899,175	12.8	2.2
İSPANYA	108,091	104,733	-3.1	1,045,478	7.9	1,303,692	8.8	24.7
FRANSA	102,336	89,774	-12.3	1,065,842	8.1	1,192,629	8.0	11.9
HOLLANDA	51,288	50,626	-1.3	631,891	4.8	784,326	5.3	24.1
İTALYA	53,943	53,524	-0.8	639,801	4.9	766,410	5.2	19.8
DANİMARKA	39,631	29,723	-25.0	385,273	2.9	423,703	2.9	10.0
A.B.D	30,058	29,752	-1.0	386,855	2.9	408,360	2.7	5.6
BELÇİKA	31,972	32,502	1.7	359,841	2.7	386,995	2.6	7.5
RUSYA FEDERASYONU	20,464	25,389	24.1	261,703	2.0	300,514	2.0	14.8
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	896,798	838,601	-6.5	9,893,805	75.2	11,156,499	75.1	12.8
İSVEÇ	21,754	18,532	-14.8	253,018	1.9	271,893	1.8	7.5
İRAK	19,459	32,070	64.8	186,465	1.4	248,195	1.7	33.1
SUUDİ ARABİSTAN	6,228	9,780	57.0	87,261	0.7	163,134	1.1	87.0
POLONYA	8,979	15,620	74.0	106,023	0.8	155,235	1.0	46.4
ROMANYA	17,781	12,095	-32.0	174,381	1.3	151,628	1.0	-13.0
İSRAİL	9,290	11,031	18.7	124,132	0.9	144,564	1.0	16.5
AVUSTURYA	9,604	9,298	-3.2	129,436	1.0	138,441	0.9	7.0
İSVİÇRE	9,644	9,776	1.4	118,663	0.9	129,679	0.9	9.3
ÇEK CUMHURİYETİ	9,689	9,946	2.7	105,497	0.8	125,572	0.8	19.0
UKRAYNA	6,941	10,406	49.9	68,230	0.5	121,252	0.8	77.7
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	1,016,166	977,154	-3.8	11,246,910	85.4	12,806,090	86.2	13.9
YUNANİSTAN	7,323	7,039	-3.9	123,992	0.9	118,161	0.8	-4.7
CEZAYİR	6,007	8,554	42.4	86,233	0.7	95,569	0.6	10.8
KAZAKİSTAN	10,795	7,680	-28.9	111,671	0.8	94,114	0.6	-15.7
AHL SERBEST BÖLGE	8,488	6,017	-29.1	92,059	0.7	93,727	0.6	1.8
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	6,038	8,600	42.4	69,872	0.5	89,702	0.6	28.4
NORVEÇ	6,688	6,757	1.0	77,849	0.6	81,135	0.5	4.2
TUNUS	9,048	3,386	-62.6	81,587	0.6	78,202	0.5	-4.1
İRAN	8,233	12,816	55.7	74,484	0.6	76,189	0.5	2.3
BULGARİSTAN	7,206	6,798	-5.7	71,651	0.5	73,883	0.5	3.1
LİBYA	7,465	12,717	70.3	56,291	0.4	66,977	0.5	19.0
MACARİSTAN	1,958	7,124	263.8	48,301	0.4	59,585	0.4	23.4
İRLANDA	4,826	5,544	14.9	66,637	0.5	59,575	0.4	-10.6
KANADA	2,956	4,470	51.2	51,172	0.4	58,518	0.4	14.4
MISIR	3,411	4,110	20.5	53,457	0.4	57,145	0.4	6.9
ESTONYA	3,527	4,079	15.6	33,659	0.3	55,621	0.4	65.2
LÜBNAN	4,238	5,718	34.9	54,574	0.4	54,727	0.4	0.3
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	2,451	5,605	128.6	27,163	0.2	49,149	0.3	80.9
SLOVAK CUMHURİYETİ	9,763	3,259	-66.6	55,664	0.4	47,994	0.3	-13.8
KOSOVA	11,043	2,708	-75.5	90,756	0.7	46,882	0.3	-48.3
FİNLANDIYA	2,617	2,716	3.8	31,017	0.2	43,608	0.3	40.6
TRAKYA SERBEST BÖLGE	3,736	2,008	-46.2	49,588	0.4	40,665	0.3	-18.0
BOSNA-HERSEK	2,431	3,258	34.0	27,312	0.2	32,760	0.2	19.9
HONG KONG	1,170	2,353	101.2	19,050	0.1	28,094	0.2	47.5
KKTC	2,180	3,113	42.8	24,142	0.2	27,588	0.2	14.3
KIRGIZİSTAN	1,295	1,511	16.6	18,797	0.1	26,911	0.2	43.2
ÜRDÜN	1,803	1,892	5.0	20,139	0.2	26,309	0.2	30.6
AVRUPA SERBEST BÖLG.	2,484	1,211	-51.3	24,125	0.2	25,558	0.2	5.9
AZERBAYCAN	1,734	2,437	40.5	32,520	0.2	25,246	0.2	-22.4
GÜRCİSTAN	1,575	2,546	61.6	11,552	0.1	22,136	0.1	91.6
HİRVATİSTAN	1,571	1,646	4.8	16,045	0.1	21,378	0.1	33.2
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	1,160,227	1,124,827	-3.1	12,848,267	97.6	14,483,200	97.5	12.7
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	27,363	34,804	27.2	316,207	2.4	375,772	2.5	18.8
AB (27) TOPLAMI	954,628	890,166	-6.8	10,488,201	79.7	11,804,745	79.4	12.6
TOPLAM HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI	1,187,590	1,159,631	-2.4	13,164,474	100.0	14,858,972	100.0	12.9

TÜRKİYE TEKSTİL İHRACATI

	2010 KASIM 1000 \$	2011 KASIM 1000 \$	DEĞİŞİM %	2010 OCAK - KASIM 1000 \$	TOPLAM TEKSTİLDE PAY %	2011 OCAK - KASIM 1000 \$	TOPLAM TEKSTİLDE PAY %	2011 / 2010 DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	70,522	86,736	23.0	758,754	12.9	938,390	12.8	23.7
İTALYA	54,273	51,835	-4.5	568,674	9.7	770,596	10.5	35.5
ALMANYA	36,342	35,868	-1.3	347,855	5.9	437,377	6.0	25.7
İNGİLTERE	22,109	24,547	11.0	209,957	3.6	276,920	3.8	31.9
POLONYA	22,629	24,837	9.8	216,390	3.7	274,076	3.8	26.7
ROMANYA	27,364	25,085	-8.3	251,414	4.3	272,073	3.7	8.2
İRAN	20,684	25,985	25.6	213,833	3.6	270,092	3.7	26.3
ABD	16,052	18,490	15.2	194,331	3.3	253,509	3.5	30.5
BULGARİSTAN	17,803	19,600	10.1	201,879	3.4	221,958	3.0	9.9
İSPANYA	16,190	16,744	3.4	155,517	2.6	209,755	2.9	34.9
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	303,969	329,726	8.5	3,118,604	53.1	3,924,746	53.7	25.8
MISIR	19,337	17,737	-8.3	195,749	3.3	197,032	2.7	0.7
FRANSA	12,896	12,360	-4.2	137,401	2.3	169,036	2.3	23.0
TUNUS	13,635	11,780	-13.6	129,278	2.2	163,063	2.2	26.1
UKRAYNA	9,997	16,516	65.2	104,956	1.8	160,409	2.2	52.8
FAS	11,302	12,892	14.1	127,327	2.2	156,141	2.1	22.6
HOLLANDA	11,508	12,650	9.9	110,485	1.9	143,914	2.0	30.3
YUNANİSTAN	10,982	11,178	1.8	107,752	1.8	143,243	2.0	32.9
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	19,702	17,145	-13.0	115,097	2.0	141,695	1.9	23.1
BELÇİKA	9,151	10,682	16.7	102,192	1.7	123,790	1.7	21.1
SURİYE	8,447	8,381	-0.8	104,156	1.8	99,642	1.4	-4.3
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	430,925	461,048	7.0	4,352,996	74.1	5,422,710	74.2	24.6
PORTEKİZ	5,960	6,520	9.4	68,330	1.2	91,877	1.3	34.5
MERSİN SERBEST BÖLGE	4,023	12,932	221.5	46,107	0.8	88,825	1.2	92.6
BEYAZ RUSYA	9,188	7,683	-16.4	58,203	1.0	84,338	1.2	44.9
SİRBİSTAN	7,074	7,648	8.1	82,044	1.4	82,620	1.1	0.7
İSRAİL	4,431	5,021	13.3	63,445	1.1	76,669	1.0	20.8
HONG KONG	5,119	4,612	-9.9	48,501	0.8	76,527	1.0	57.8
BREZİL YA	8,669	9,809	13.1	70,030	1.2	73,501	1.0	5.0
MACARİSTAN	5,376	6,249	16.2	45,692	0.8	69,459	1.0	52.0
CEZAYİR	2,266	5,140	126.8	63,561	1.1	57,406	0.8	-9.7
SUUDİ ARABİSTAN	4,229	3,609	-14.6	43,457	0.7	53,869	0.7	24.0
LİTVANYA	4,286	4,650	8.5	34,739	0.6	46,771	0.6	34.6
EGE SERBEST BÖLGE	3,344	3,007	-10.1	40,511	0.7	42,302	0.6	4.4
ÇEK CUMHURİYETİ	3,065	4,146	35.3	29,895	0.5	40,723	0.6	36.2
AHL SERBEST BÖLGE	5,418	3,512	-35.2	43,383	0.7	37,043	0.5	-14.6
MAKEDONYA	3,184	3,038	-4.6	28,690	0.5	34,054	0.5	18.7
HİNDİSTAN	2,415	1,720	-28.8	27,533	0.5	33,376	0.5	21.2
AVUSTURYA	2,385	3,219	35.0	20,790	0.4	32,782	0.4	57.7
ÖZBEKİSTAN	2,034	3,380	66.2	20,848	0.4	29,843	0.4	43.1
İRAK	1,558	3,546	127.6	26,354	0.4	29,482	0.4	11.9
BURSA SERBEST BÖLG.	1,384	2,359	70.4	18,707	0.3	29,341	0.4	56.8
ESTONYA	2,586	2,437	-5.8	23,948	0.4	29,275	0.4	22.2
ÜRDÜN	1,644	2,568	56.3	17,520	0.3	29,027	0.4	65.7
GÜNEY AFRIKA CUMHURİ	1,315	1,545	17.5	22,380	0.4	27,919	0.4	24.8
DANİMARKA	2,180	2,153	-1.2	20,889	0.4	26,759	0.4	28.1
İSVEÇ	1,889	1,463	-22.6	16,683	0.3	25,200	0.3	51.0
LÜBNAN	1,283	1,952	52.1	24,740	0.4	24,902	0.3	0.7
SLOVAKYA	1,345	2,275	69.2	16,664	0.3	23,097	0.3	38.6
GÜRCİSTAN	1,723	1,652	-4.1	12,975	0.2	22,847	0.3	76.1
KANADA	1,179	1,606	36.2	18,839	0.3	22,112	0.3	17.4
KAZAKİSTAN	4,146	1,965	-52.6	24,412	0.4	21,832	0.3	-10.6
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	535,622	582,465	8.7	5,432,866	92.5	6,786,487	92.9	24.9
DIĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	35,251	52,596	49.2	440,876	7.5	518,448	7.1	17.6
AB (27) TOPLAMI	273,263	283,435	3.7	2,722,419	46.3	3,479,819	47.6	27.8
TOPLAM TEKSTİL İHRACATI	570,873	635,062	11.2	5,873,742	100.0	7,304,935	100.0	24.4



TÜRKİYE DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI

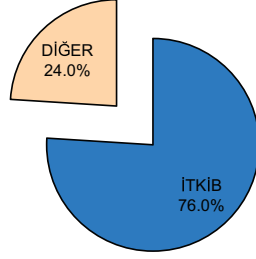
	2010 KASIM 1000 \$	2011 KASIM 1000 \$	DEĞİŞİM %	2010 OCAK - KASIM 1000 \$	TOPLAM DERİDE PAY %	2011 OCAK - KASIM 1000 \$	TOPLAM DERİDE PAY %	DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	21,864	24,288	11.1	292,940	25.6	281,013	21.3	-4.1
İTALYA	8,473	9,049	6.8	91,239	8.0	128,721	9.8	41.1
ALMANYA	10,062	9,079	-9.8	94,536	8.3	117,029	8.9	23.8
FRANSA	6,067	5,506	-9.2	70,525	6.2	82,322	6.3	16.7
İNGİLTERE	5,414	5,144	-5.0	42,494	3.7	60,416	4.6	42.2
IRAK	4,738	3,631	-23.4	42,965	3.8	57,805	4.4	34.5
UKRAYNA	4,585	3,836	-16.3	34,127	3.0	42,392	3.2	24.2
HONG KONG	2,536	3,006	18.5	26,075	2.3	42,027	3.2	61.2
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	2,415	2,982	23.5	21,132	1.8	40,564	3.1	92.0
KAZAKİSTAN	9,683	1,780	-81.6	51,883	4.5	36,596	2.8	-29.5
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	75,837	68,302	-9.9	767,916	67.2	888,884	67.5	15.8
SUUDİ ARABİSTAN	1,334	1,868	40.0	25,009	2.2	28,759	2.2	15.0
İSPANYA	2,943	1,103	-62.5	30,526	2.7	28,642	2.2	-6.2
ABD	2,010	3,549	76.6	18,705	1.6	23,477	1.8	25.5
HOLLANDA	865	1,228	42.0	21,213	1.9	21,217	1.6	0.0
BULGARİSTAN	1,935	1,798	-7.1	16,358	1.4	18,317	1.4	12.0
ROMANYA	1,076	925	-14.0	18,095	1.6	15,919	1.2	-12.0
AVUSTURYA	419	1,036	147.4	8,033	0.7	14,740	1.1	83.5
BELÇİKA	781	676	-13.4	9,787	0.9	14,691	1.1	50.1
DANİMARKA	1,426	913	-36.0	12,578	1.1	14,317	1.1	13.8
YUNANİSTAN	724	937	29.5	11,564	1.0	11,433	0.9	-1.1
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	89,350	82,335	-7.9	939,785	82.3	1,080,396	82.1	15.0
İSVİÇRE	768	1,133	47.6	9,702	0.8	10,792	0.8	11.2
MISIR	1,869	399	-78.7	9,403	0.8	9,153	0.7	-2.7
AZERBAIJAN	154	317	106.3	5,628	0.5	8,812	0.7	56.6
İSRAİL	523	478	-8.6	7,822	0.7	8,602	0.7	10.0
GÜNEY KORE	444	445	0.3	5,038	0.4	8,547	0.6	69.6
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	1,215	783	-35.6	7,659	0.7	8,194	0.6	7.0
KKTC	698	598	-14.3	7,493	0.7	7,946	0.6	6.0
KIRGIZİSTAN	123	536	334.0	3,757	0.3	7,809	0.6	107.8
GÜRCİSTAN	726	1,520	109.5	5,249	0.5	7,802	0.6	48.6
TÜRKMENİSTAN	584	574	-1.6	6,041	0.5	7,177	0.5	18.8
JAPONYA	316	627	98.3	4,484	0.4	6,982	0.5	55.7
POLONYA	390	366	-6.2	6,131	0.5	6,685	0.5	9.0
BEYAZ RUSYA	1,624	210	-87.1	9,549	0.8	6,180	0.5	-35.3
TUNUS	308	350	13.7	3,555	0.3	5,136	0.4	44.4
İSVEÇ	203	601	196.3	1,702	0.1	5,049	0.4	196.7
ARNAVUTLUK	392	533	36.0	3,919	0.3	4,959	0.4	26.5
ESTONYA	111	184	65.2	1,830	0.2	4,834	0.4	164.1
SİRBİSTAN	391	290	-25.9	3,262	0.3	4,709	0.4	44.3
TATARİSTAN	174	383	120.2	6,414	0.6	4,591	0.3	-28.4
MACARİSTAN	245	370	50.9	8,340	0.7	3,791	0.3	-54.5
LİTVANYA	781	335	-57.1	3,390	0.3	3,789	0.3	11.8
MAKEDONYA	263	167	-36.3	3,825	0.3	3,726	0.3	-2.6
KOSOVA	347	257	-25.9	5,990	0.5	3,715	0.3	-38.0
ÖZBEKİSTAN	156	388	149.6	1,704	0.1	3,661	0.3	114.8
ÇEZAYİR	172	271	58.1	1,867	0.2	3,660	0.3	96.1
UMMAN	116	628	439.6	5,551	0.5	3,630	0.3	-34.6
İRAN	343	629	83.2	2,345	0.2	3,390	0.3	44.5
BOSNA-HERSEK	311	285	-8.6	3,429	0.3	3,329	0.3	-2.9
KANADA	303	252	-16.7	2,705	0.2	3,301	0.3	22.0
FİNLANDİYA	153	233	51.7	2,740	0.2	3,255	0.2	18.8
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	103,553	96,477	-6.8	1,090,310	95.4	1,253,602	95.2	15.0
DIĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	5,785	4,805	-16.9	52,021	4.6	63,100	4.8	21.3
AB (27) TOPLAMI	42,504	39,937	-6.0	459,618	40.2	564,487	42.9	22.8
TOPLAM DERİ ve DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI	109,338	101,282	-7.4	1,142,331	100.0	1,316,702	100.0	15.3

TÜRKİYE HALI İHRACATI

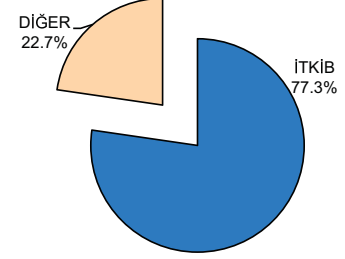
	2010 KASIM 1000 \$	2011 KASIM 1000 \$	DEĞİŞİM %	2010 OCAK - KASIM 1000 \$	TOPLAM HALIDA PAY %	2011 OCAK - KASIM 1000 \$	TOPLAM HALIDA PAY %	DEĞİŞİM %
SUUDİ ARABİSTAN	10,739	15,227	41.8	142,048	12.4	230,485	15.7	62.3
ABD	9,409	12,694	34.9	108,710	9.5	135,805	9.3	24.9
IRAK	16,219	21,841	34.7	93,593	8.2	126,587	8.6	35.3
ALMANYA	11,038	8,637	-21.7	72,077	6.3	89,260	6.1	23.8
İNGİLTERE	3,598	5,104	41.9	30,512	2.7	49,965	3.4	63.8
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	1,275	2,428	90.5	26,526	2.3	38,148	2.6	43.8
RUSYA FEDERASYONU	6,717	5,042	-24.9	32,152	2.8	37,656	2.6	17.1
FRANSA	3,362	1,416	-57.9	21,579	1.9	32,401	2.2	50.1
UKRAYNA	3,947	4,266	8.1	24,304	2.1	32,108	2.2	32.1
İRAN	2,529	3,468	37.2	23,846	2.1	30,902	2.1	29.6
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	68,832	80,123	16.4	575,347	50.4	803,316	54.7	39.6
POLONYA	3,376	3,051	-9.6	28,641	2.5	30,721	2.1	7.3
JAPONYA	1,592	2,024	27.2	19,280	1.7	30,602	2.1	58.7
KAZAKİSTAN	4,568	3,957	-13.4	36,708	3.2	29,946	2.0	-18.4
BELÇİKA	1,592	2,268	42.4	20,631	1.8	26,422	1.8	28.1
AZERBAYCAN-NAHÇİVAN	3,567	3,436	-3.7	21,742	1.9	25,456	1.7	17.1
KUVEYT	1,066	1,389	30.3	13,002	1.1	23,657	1.6	81.9
İSRAİL	2,737	3,193	16.6	16,670	1.5	22,103	1.5	32.6
TÜRKMENİSTAN	1,662	1,973	18.7	14,803	1.3	21,797	1.5	47.2
ROMANYA	2,850	2,682	-5.9	24,471	2.1	21,276	1.5	-13.1
AFGANİSTAN	1,440	1,745	21.2	15,028	1.3	21,203	1.4	41.1
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	93,281	105,840	13.5	786,322	68.9	1,056,497	72.0	34.4
TACİKİSTAN	2,242	2,108	-6.0	19,562	1.7	20,794	1.4	6.3
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	612	1,710	179.6	6,452	0.6	16,625	1.1	157.7
İTALYA	1,243	1,420	14.2	14,561	1.3	16,337	1.1	12.2
KIRGIZİSTAN	2,133	2,548	19.5	9,498	0.8	15,870	1.1	67.1
LİBYA	1,566	6,660	325.3	21,277	1.9	15,695	1.1	-26.2
YUNANİSTAN	2,609	1,230	-52.8	18,062	1.6	14,440	1.0	-20.1
GÜNEY AFRIKA CUMHURİ	458	746	62.8	10,788	0.9	13,617	0.9	26.2
AHL SERBEST BÖLGE	1,698	1,831	7.8	10,519	0.9	13,196	0.9	25.5
LİTVANYA	2,587	4,200	62.3	13,219	1.2	12,786	0.9	-3.3
MISIR	2,807	1,512	-46.1	25,521	2.2	11,538	0.8	-54.8
ÇEK CUMHURİYETİ	304	1,292	325.2	7,669	0.7	11,307	0.8	47.4
AVUSTRALYA	331	641	94.0	9,250	0.8	11,071	0.8	19.7
MALEZYA	434	1,026	136.3	7,153	0.6	11,029	0.8	54.2
CEZAYİR	137	1,178	762.2	5,895	0.5	10,637	0.7	80.4
KANADA	439	978	122.7	5,211	0.5	10,132	0.7	94.4
FAS	645	295	-54.2	6,448	0.6	9,649	0.7	49.6
KOSOVA	734	380	-48.3	7,320	0.6	9,299	0.6	27.0
PAKİSTAN	401	391	-2.5	5,368	0.5	9,249	0.6	72.3
BOSNA-HERSEK	1,049	715	-31.8	9,358	0.8	8,536	0.6	-8.8
İSVEÇ	649	938	44.5	5,172	0.5	7,678	0.5	48.5
KATAR	561	920	63.8	6,985	0.6	6,989	0.5	0.1
HOLLANDA	375	719	91.8	3,790	0.3	6,830	0.5	80.2
AVUSTURYA	312	767	145.6	14,566	1.3	6,824	0.5	-53.1
SURİYE	823	852	3.5	6,821	0.6	6,658	0.5	-2.4
BULGARİSTAN	750	663	-11.6	5,343	0.5	6,330	0.4	18.5
MACARİSTAN	166	595	258.0	2,942	0.3	6,029	0.4	105.0
ENDONEZYA	200	390	95.4	3,231	0.3	5,572	0.4	72.4
İSVİÇRE	192	580	201.5	2,719	0.2	5,520	0.4	103.0
UMMAN	120	557	364.4	4,026	0.4	5,415	0.4	34.5
BREZİLYA	294	342	16.5	4,090	0.4	5,397	0.4	31.9
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	120,153	144,026	19.9	1,059,139	92.8	1,367,543	93.2	29.1
DIĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	9,810	9,519	-3.0	82,490	7.2	99,743	6.8	20.9
AB (27) TOPLAMI	37,790	36,618	-3.1	300,879	26.4	359,211	24.5	19.4
TOPLAM HALI İHRACATI	129,963	153,545	18.1	1,141,629	100.0	1,467,286	100.0	28.5

Ocak-Kasım 2011		
	İTKİB	DİĞER
KONFEKSİYON	76.0	24.0
TEKSTİL	50.9	49.1
DERİ	77.3	22.7
HALI	22.0	78.0
	121,352,120	
İTKİB	16,925,383	
DİĞER	104,426,738	

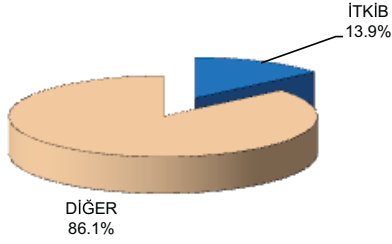
TÜRKİYE HAZIRGIYIM ve KONFEKSİYON İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-KASIM 2011)



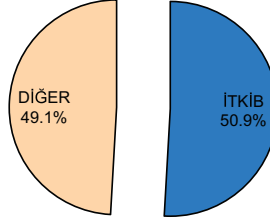
TÜRKİYE DERİ ve DERİ MAMÜLLERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-KASIM 2011)



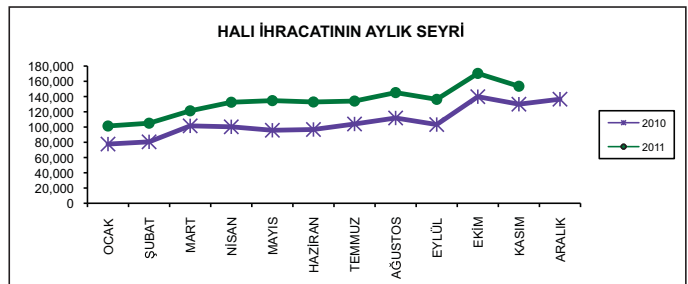
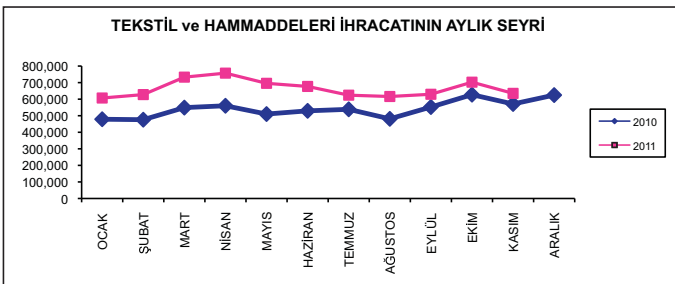
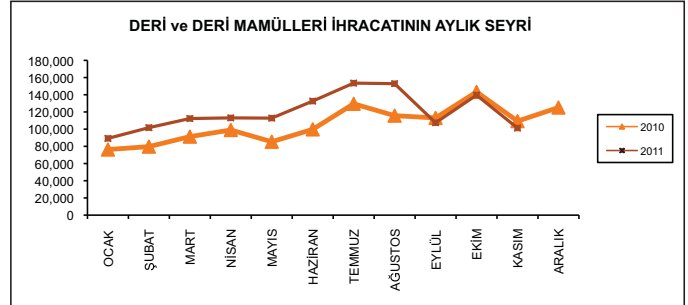
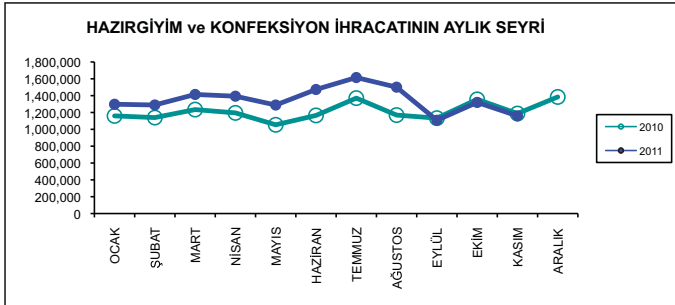
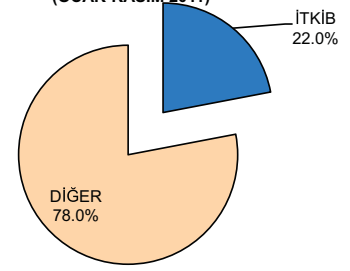
TÜRKİYE GENELİ İHRACATTA İTKİB'İN PAYI (OCAK-KASIM 2011)

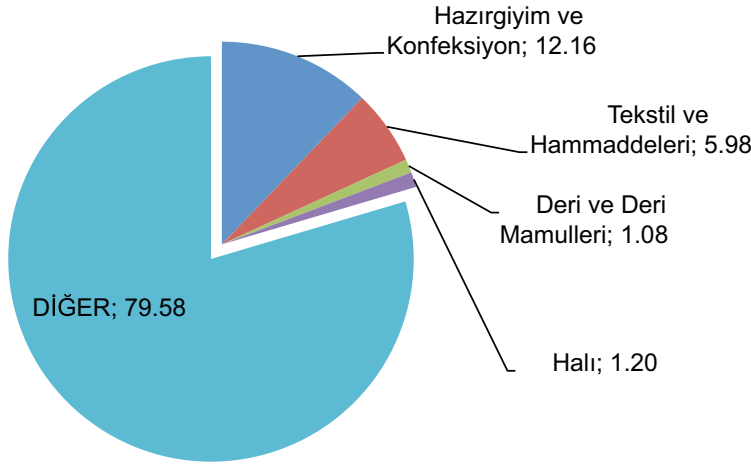


TÜRKİYE TEKSTİL ve HAMMADDELERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-KASIM 2011)



TÜRKİYE HALI İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-KASIM 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	1.8789	2.4640

SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI - 1000 \$

	KASIM				OCAK-KASIM				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	1,386,310	1,710,519	23.39	15.90	13,310,478	16,027,295	20.41	13.12	14,722,080	17,685,992	20.13	13.20
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	1,042,952	1,306,051	25.23	12.14	9,854,272	11,692,066	18.65	9.57	10,934,662	12,931,127	18.26	9.65
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mam.	320,521	491,841	53.45	4.57	3,633,315	4,891,848	34.64	4.00	4,004,385	5,349,543	33.59	3.99
Yaş Meyve ve Sebze	243,218	279,725	15.01	2.60	1,860,548	1,998,086	7.39	1.64	2,158,350	2,308,090	6.94	1.72
Meyve Sebze Mamulleri	107,451	138,960	29.32	1.29	1,006,495	1,085,829	7.88	0.89	1,106,146	1,197,037	8.22	0.89
Kuru Meyve ve Mamulleri	129,462	130,974	1.17	1.22	1,104,828	1,252,321	13.35	1.03	1,198,093	1,386,470	15.72	1.03
Fındık ve Mamulleri	174,881	205,624	17.58	1.91	1,387,175	1,617,828	16.63	1.32	1,512,272	1,763,435	16.61	1.32
Zeytin ve Zeytinyağı	12,215	13,367	9.43	0.12	170,803	160,945	-5.77	0.13	196,595	178,254	-9.33	0.13
Tütün ve Mamulleri	51,666	41,261	-20.14	0.38	640,566	613,922	-4.16	0.50	703,013	671,787	-4.44	0.50
Süs Bitkileri	3,536	4,298	21.53	0.04	50,540	71,287	41.05	0.06	55,806	76,513	37.11	0.06
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	84,260	132,340	57.06	1.23	845,852	1,275,838	50.83	1.04	924,458	1,388,415	50.19	1.04
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	84,260	132,340	57.06	1.23	845,852	1,275,838	50.83	1.04	924,458	1,388,415	50.19	1.04
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	259,098	272,129	5.03	2.53	2,610,354	3,059,392	17.20	2.50	2,862,959	3,366,450	17.59	2.51
Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri	259,098	272,129	5.03	2.53	2,610,354	3,059,392	17.20	2.50	2,862,959	3,366,450	17.59	2.51
II. SANAYİ	7,796,063	8,721,276	11.87	81.07	83,966,420	101,793,371	21.23	83.33	91,332,197	110,830,043	21.35	82.72
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	810,174	889,888	9.84	8.27	8,157,702	10,088,923	23.67	8.26	8,852,943	10,975,277	23.97	8.19
Tekstil ve Hammaddeleri	570,873	635,062	11.24	5.90	5,873,742	7,304,935	24.37	5.98	6,365,359	7,929,618	24.57	5.92
Deri ve Deri Mamulleri	109,338	101,282	-7.37	0.94	1,142,331	1,316,702	15.26	1.08	1,249,198	1,441,845	15.42	1.08
Halı	129,963	153,545	18.15	1.43	1,141,629	1,467,286	28.53	1.20	1,238,386	1,603,814	29.51	1.20
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	1,148,998	1,253,570	9.10	11.65	11,276,238	14,992,968	32.96	12.27	12,159,891	16,370,606	34.63	12.22
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	1,148,998	1,253,570	9.10	11.65	11,276,238	14,992,968	32.96	12.27	12,159,891	16,370,606	34.63	12.22
C. SANAYİ MAMULLERİ	5,836,892	6,577,818	12.69	61.14	64,532,480	76,711,480	18.87	62.80	70,319,364	83,484,159	18.72	62.31
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1,187,590	1,159,631	-2.35	10.78	13,164,474	14,858,972	12.87	12.16	14,329,590	16,243,613	13.36	12.12
Otomotiv Endüstrisi	1,325,338	1,624,445	22.57	15.10	15,662,840	18,637,333	18.99	15.26	17,073,760	20,261,726	18.67	15.12
Gemi ve Yat	76,104	36,258	-52.36	0.34	1,087,900	1,252,438	15.12	1.03	1,306,007	1,303,002	-0.23	0.97
Elektrik - Elektronik Mak. Bilişim	912,039	988,161	8.35	9.19	8,655,276	9,653,953	11.54	7.90	9,541,446	10,585,937	10.95	7.90
Makine ve Aksamları	500,347	681,453	36.20	6.33	5,646,605	7,537,134	33.48	6.17	6,171,169	8,202,274	32.91	6.12
Demir ve Demir Dışı Metaller	499,684	556,702	11.41	5.17	5,227,475	6,422,391	22.86	5.26	5,744,454	6,972,330	21.37	5.20
Çelik	955,793	1,136,877	18.95	10.57	11,020,574	13,948,708	26.57	11.42	11,745,043	15,119,776	28.73	11.29
Çimento Cam Seramik ve Toprak	244,054	236,075	-3.27	2.19	2,927,561	2,969,770	1.44	2.43	3,187,069	3,245,390	1.83	2.42
Mücevher	132,105	153,350	16.08	1.43	1,084,218	1,362,459	25.66	1.12	1,161,095	1,477,500	27.25	1.10
Diğer Sanayi Ürünleri	3,838	4,867	26.81	0.05	55,557	68,322	22.98	0.06	59,731	72,612	21.56	0.05
III. MADENCİLİK	260,347	326,059	25.24	3.03	3,314,270	3,531,454	6.55	2.89	3,599,226	3,868,540	7.48	2.89
Madencilik Ürünleri	260,347	326,059	25.24	3.03	3,314,270	3,531,454	6.55	2.89	3,599,226	3,868,540	7.48	2.89
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat					1,469,499	803,582	-45.32	0.66	2,461,726	1,593,679	-35.26	1.19
T O P L A M (*)	9,442,720	10,757,854	13.93	100	102,060,667	122,155,702	19.69	100	112,115,259	133,978,254	19.50	100

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

■ B-RLKLER

Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB)

Tel: 0 324 325 37 37
Faks: 0 324 325 41 42
e-mail: arge@akib.org.tr
internet: www.akib.org.tr

Antalya İhracatçı Birlikleri (AİB)

Tel: 0 242 311 80 00
Faks: 0 242 311 79 00
e-mail: aib@aib.gov.tr
internet: www.aib.gov.tr

Denizli İhracatçı Birliği

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

Doğu Anadolu İhracatçıları Birliği (DAİB)

Tel: 0 442 214 11 84-85
Faks: 0 442 214 11 89-90
e-mail: daib@tr-net.net.tr
www.daib.org.tr

Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği

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

Ege İhracatçı Birlikleri (EİB)

Tel: 0 232 488 60 00
Faks: 0 232 488 61 00
e-mail: eib@egebirlik.org.tr
internet: www.egebirlik.org.tr

Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri (GAİB)

Tel: 0 342 220 00 10
Faks: 0 342 220 00 16
e-mail: gaib@gaib.org.tr
internet: www.gaib.org.tr

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB)

Tel: 0 212 454 02 00
Faks: 0 212 454 02 01 - 454 04 10
internet: www.itkib.org.tr

İstanbul İhracatçı Birlikleri (İİB)

Tel: 0 212 454 05 00
Faks: 0 212 454 05 01
e-mail: iib@iib.org.tr
internet: www.iib.org.tr

İstanbul Maden ve Metal İhracatçı Birlikleri (İMMİB)

Tel: 0 212 454 00 00
Faks: 0 212 454 00 01
internet: www.immb.org.tr

Karadeniz İhracatçı Birlikleri (KİB)

Tel: 0 454 216 24 26 - 216 13 38
Faks: 0 454 216 48 42
e-mail: kib@hnutexp.org
internet: www.kib.org

Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri (OAİB)

Tel: 0 312 447 27 40
Faks: 0 312 446 96 05 - 447 01 80
e-mail: oaib@foreigntrade.gov.tr
internet: www.foreigntrade.gov.tr

Uludağ İhracatçı Birlikleri

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

■ DERNEKLER

Adana Giyim Markaları Derneği (AGİMAD)

Tel: 0 322 453 53 21
internet: www.agimad.org

Ankara Giyim Sanayicileri Derneği

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

Ayakkabi Yan Sanayicileri Derneği (AYSAD)

Tel: 0 212 518 03 79
Faks: 0 212 516 03 01
e-mail: aysad@anet.net.tr
internet: www.aysad.org

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD)

Tel: 0 212 320 82 00
Faks: 0 212 320 82 03
e-mail: eutku@birlesmismarkalar.org.tr

Çorap Sanayicileri Derneği (ÇSD)

Tel: 0 212 438 32 08
Faks: 0 212 438 32 09
e-mail: csd@csd.org.tr
internet: www.csd.org.tr

Denim Sanayicileri Derneği (DENİMDER)

Tel: 0 212 465 69 70 - 71
Faks: 0 212 465 69 72
e-mail: info@denimder.com
internet: www.denimder.com

Ege Giyim Sanayicileri Derneği (EGSD)

Tel: 0 232 446 46 93
Fax: 0 232 441 10 43
e-mail: ayfera@egsd.org.tr
internet: www.egsd.org.tr

Ege Tekstil ve Konfeksiyon Makine Satıcıları Derneği

Tel: 0 232 448 99 04

İstanbul Gümrük Müşavirleri Derneği

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

İstanbul Nakış Sanayicileri Derneği (İNSAD)

Tel: 0 212 556 58 87
Faks: 0 212 644 88 95
e-mail: posta@insad.org.tr
internet: www.insad.org.tr

İstanbul Tekstil Üreticileri Derneği (İTÜD)

Tel: 0 212 512 38 69
Faks: 0 212 512 38 70

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon Fasoncular Derneği

Tel: 0 216 336 87 72
Faks: 0 216 467 47 62
e-mail: itfad@itfad.com
internet: www.itfad.com

Konfeksiyon Yan Sanayicileri Derneği (KYSD)

Tel: 0 212 438 12 96 - 97
Faks: 0 212 438 12 98
e-mail: kysder@superonline.com
internet: www.kysd.org.tr

Laleli Sanayici ve İşadamları Derneği (LASİAD)

Tel: 0 212 458 12 49
Faks: 0 212 458 12 50

Merter Sanayici ve İşadamları Derneği (MESİAD)

Tel: 0 212 643 47 22
Fax: 0 212 553 80 80
e-mail: mesiad@mesiad.org.tr
internet: www.mesiad.org.tr

Moda Tasarımcıları Derneği (MDT)

Tel: 0 212 296 90 45
Fax: 0 212 296 90 47
www.mtd.org.tr

Osmanbey Tekstilci İşadamları Derneği (OTİAD)

Tel: 0 212 231 92 85
Faks: 0 212 231 89 46
e-mail: otiad@otiad.org.tr
internet: www.otiad.org.tr

Örme Sanayicileri Derneği (ÖRSAD)

Tel: 0 212 637 68 05
Faks: 0 212 637 68 07

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

Rus Türk İşadamları Birliği (RTİB)

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

Tekstil Aksesuar Sanayi İşadamları Derneği (TASİAD)

Tel: 0 212 557 07 07
Tel: 0 212 557 29 64
E-mail: tasiad@tasiadaksesuar.org
www.tasiadaksesuar.org

Tekstil Etiketçileri Derneği

Tel: 0 212 565 32 06
Faks: 0 212 565 32 06
e-posta: info@etider.org
internet: www.etider.org

Tescilli Markalar Derneği

Tel: 0 212 219 79 99
Faks: 0 212 219 54 83

Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TETSİAD)

Tel: 0 212 292 04 04 (pbx)
Faks: 0 212 292 23 04
e-mail: info@tetsiad.org
internet: www.tetsiad.org

Tüm İçgiyim Sanayiciler Derneği (TİGSAD)

Tel: 0 212 438 65 15
Fax: 0 212 438 65 16
e-mail: info@tigsad.org
internet: www.tigsad.org

Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD)

Tel: 0 212 549 71 71
Faks: 0 212 549 71 17
e-mail: info@tasd.com.tr
www.tasd.com.tr

Türk Deri Konfeksiyoncuları Derneği (TDKD)

Tel: 0 212 665 27 47
Faks: 0 212 546 77 53
e-mail: tdkd@tdkd.org.tr
internet: www.tdkd.org.tr

Türkiye Dış Ticaret Derneği (TÜRKTİCARET)

Tel: 0 212 272 69 81
Faks: 0 212 275 51 36

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD)

Tel: 0 212 639 76 56
Faks: 0 212 451 61 13 - 13
e-mail: tgسد@tgسد.org
internet: www.tgسد.org

Tekstil Boya ve Madde İhracatçıları Derneği (TEKS-BOYA DER)

Tel: 0 212 261 80 85 - 86
Faks: 0 212 261 02 33

Türkiye Triko Sanayicileri Derneği (TRİSAD)

Tel: 0 212 438 06 60
Faks: 0 212 438 00 98
e-mail: dernek@trisad.org
internet: www.trisad.org

Türkiye Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği

Tel: 0 212 227 06 86
Faks: 0 212 260 11 57

■ KURUMLAR

Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı (DPT)

Tel: 0 312 294 50 00
Faks: 0 312 231 34 98
e-mail: bilgi@dpt.gov.tr
internet: www.dpt.gov.tr

Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı

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

Devlet İstatistik Enstitüsü (DİE)

Tel: 0 312 417 64 40
Faks: 0 312 425 33 87
internet: www.die.gov.tr

Gümrük Müsteşarlığı (GM)

Tel: 0 312 311 20 00
Faks: 0 312 212 22 97
İstanbul Tel: 0 212 243 50 56

Hazine Müsteşarlığı (HM)

Tel: 0 312 204 60 00
Faks: 0 312 212 22 97
internet: www.treasury.gov.tr

İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi (İGEME)

Tel: 0 312 417 22 33
İstanbul Tel: 0 212 454 08 00
e-mail: igeme@igeme.org.tr
internet: www.igeme.org.tr

Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)

Tel: 0 312 212 81 90
Faks: 0 312 212 25 80
e-mail: kos@kosgeb.gov.tr
internet: www.kosgeb.gov.tr

Rekabet Kurumu

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

Sosyal Sigortalar Kurumu Genel Müdürlüğü (SSK)

Tel: 0 312 458 70 00
Faks: 0 312 435 72 36
İstanbul Tel: 0 212 252 31 04

İstanbul Vergi Dairesi Başkanlığı

Tel: 0 212 402 44 00
internet: www.ivdb.gov.tr

■ SENDİKA VE ODALAR

DİSK Tekstil Sendikası

Tel: 0 212 637 29 00
Faks: 0 212 637 29 09

Tüm Dokuma, İplik, Trikotaj ve Giyim Sanayi İşçileri Sendikası (ÖZ İPLİK-İŞ)

Tel: 0 312 232 06 07
Faks: 0 312 231 99 55
e-mail: oziplik@oziplikis.org.tr
internet: www.oziplikis.org.tr

Tekstil Mühendisleri Odası

Tel: 0 232 446 22 43
Faks: 0 232 446 27 92

Türkiye Tekstil Sanayi İşverenler Sendikası

Tel: 0 212 344 07 77
Faks: 0 212 344 07 66 - 67

T. Tekstil, Örme ve Giyim Sanayi İşçileri Sendikası

Tel: 0 312 431 21 70
Faks: 0 312 435 78 26

■ VAKIFLAR

İHKİB Eğitim Vakfı

Tel: 0 212 454 03 29

Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TASEV)

Tel: 0 212 470 51 53
Faks: 0 212 470 52 13

Türkiye Deri Vakfı (TÜRDEV)

Tel: 0 212 558 23 02
Faks: 0 212 558 22 96
e-mail: turdev@turk.net

Türkiye Tekstil, Hazır giyim, Deri Sanayi Teknoloji ve Tasarım Araştırma Geliştirme Vakfı (TARGEV)

Tel: 0 232 431 16 15
Faks: 0 232 431 16 90
e-mail: targev@targev.org.tr
Internet: www.targev.org.tr

Türk Tekstil Vakfı (TÜTEV)

Tel: 0 212 227 06 05
Faks: 0 212 227 07 05

Türk Dış Ticaret Vakfı (TDV)

Tel: 0 312 235 65 10
Faks: 0 312 235 65 15
e-mail: info@tdv.org.tr
internet: www.tdv.org.tr

■ SERBEST BÖLGE

Atatürk Havalimanı Serbest Bölgesi (SB)

Tel: 0 212 465 00 65 (3hat)
Faks: 0 212 465 00 68

Çorlu Avrupa Serbest Bölge Müdürlüğü

Tel: 0 282 692 10 54 (4hat)
Faks: 0 282 691 10 59

İstanbul Deri ve Endüstri Serbest Bölge Müdürlüğü

Tel: 0 216 394 21 28
Faks: 0 216 394 12 53

İstanbul Trakya Serbest Bölge Müdürlüğü

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

■ GÜMRÜKLER

İstanbul Gümrükleri Başmüdürlüğü

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

Haydarpaşa Gümrük Müdürlüğü

Tel: 0 216 345 32 12
Faks: 0 216 345 32 12

Erenköy Gümrük Müdürlüğü

Tel: 0 216 364 29 75
Faks: 0 216 364 29 75

İstanbul Deri Serbest Bölge Gümrük Müdürlüğü

Tel: 0 216 394 19 07
Faks: 0 216 394 19 21

A.H.L. Serbest Bölge Gümrük Müdürlüğü

Tel: 0 212 465 00 69
Faks: 0 212 465 00 70

Halkalı Gümrük Müdürlüğü

Tel: 0 232 446 22 43
Faks: 0 212 678 47 91

Ambarlı Gümrük Müdürlüğü

Tel: 0 212 875 70 71
Faks: 0 212 875 70 71

Atatürk Havalimanı Gümrük Müdürlüğü

Tel: 0 212 465 52 44
Faks: 0 212 465 52 44

A.H.L. Yolcu Salonu Gümrük Müdürlüğü

Tel: 0 212 465 52 48

Çerkezköy Gümrük Müdürlüğü

Tel - Faks: 0 282 726 58 61

Karaköy Yolcu Salonu Gümrük Müdürlüğü

Tel: 0 212 243 21 39
Faks: 0 212 243 21 39

Sabiha Gökçen Havalimanı Gümrük Müdürlüğü

Tel: 0 216 585 55 35

Ketenden Doğan Kaliteli Yaşam



En modern teknoloji ile en seřkin 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: flobibra@flobibra.com.tr - web: www.flobibra.com.tr



FASHION FABRICS

UNIVERSAL



CONFIDENCE IN TEXTILES
CONFIDENCE IN UNIVERSAL FABRICS



ULTRA-FRESH

