

İTKİB HEDEF 220

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

15 NİSAN - 15 MAYIS 2012

İTKİB'DEN İHRACATIN YILDIZLARINA ÖDÜL

ISSN: 1309-579X



TEŞVİK PAKETİ
AÇIKLANDI

BAHARIN COŞKUSU
ÇOCUK MODASINDA

ASTAŞ JUKI

Teknoloji ve Çözümler Dünyası



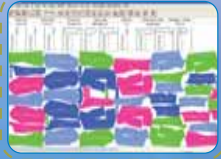
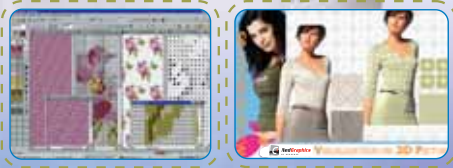
assyst

Premium CAD Sistemleri



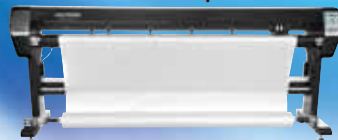
Kesimhane Teknolojileri

Modayı bizimle yönlendirin!



DDL-9000B

Direct Drive Yüksek Devirli Elektronik Düz Dikiş Makinası



ASSYST CAD SİSTEMİ

Bilgisayar Destekli Kalıp Yaratma,
Serilendirme, Pastal Planı Hazırlama Sistemleri



PROCUT XL 8001

Yüksek Katlı Kesim Makinası (Cutter)



astajuki@astajuki.net | www.astajuki.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



SORCHA
by Sedef Öztürk

SORCHA TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
HALASKARGAZI MAH. RUMELI CAD.
NO: 45/B NİŞANTAŞI/İSTANBUL
TEL.:(0212)246 43 69
www.sorcha.com.tr

SAHİBİ

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon
İhracatçı Birlikleri adına
Selçuk GÖKART

DANIŞMA KURULU

Hikmet TANRIVERDİ,
İsmail GÜLLE,
Lemi TOLUNAY,
İbrahim YILMAZ

YAYIN KURULU BAŞKANI

Birol SEZER

YAYIN KURULU

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

YAZI KURULU

Cemal BAYAZIT, Esin USTA, Hüsnüye
GÖKART

YÖNETİM YERİ

Çobançeşme Mevkii Sanayi Cad.
Dış Ticaret Kompleksi
34550 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
ceyda guven@kucukmucizeler.com

SORUMLU YAZI İŞLERİ MD.

Hüsne PAMUK
husnepamuk@kucukmucizeler.com

GRAFİK TASARIM

Uğur KARAGÜL

EDİTÖR

Selçuk CEYLAN
selcukceylan@kucukmucizeler.com

FOTOĞRAFLAR

İFA - www.ifatolye.com

PAZARLAMA İLETİŞİMİ REKLAM

GRUP DİREKTÖRÜ
Özgür SEYHAN
ozgurseyhan@kucukmucizeler.com

REKLAM SATIŞ KOORDİNATÖRÜ

Özgür HASÇELİK
ozgurhascelik@kucukmucizeler.com

BASKI ÇİLT

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

DAĞITIM

Tele Kurye

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

12 İTKİB KISA

14 SEKTÖR

Çin ve Türkiye arasındaki Ticaret Köprüsü

16 SEKTÖR

Çin, Türk deri sektörüyle işbirliği yapmak istiyor

20 SEKTÖR

İTKİB Genel Kurulları gerçekleştirildi

38 ÖDÜL TÖRENİ

İhracat yıldızlarının başansı ödülle taçlandırıldı

46 SEKTÖR

Kanaat önderleri 15. Avrasya Ekonomi
Zirvesi'nde buluştu

50 GÜNDEM

Yeni Teşvik Sistemi neler getiriyor

58 RÖPORTAJ

Türk Ticaret Kanunu'nda yeni bir
dönem başlıyor

64 TİCARET HUKUKU

66 EKONOMİ

Eximbank, ihracatçılara verdiği desteği
yüzde 65 artırıyor

70 ANALİZ

Hedef Pazar Rusya

74 FUAR

İplik sektörü fuarın odak noktası oldu

80 SEKTÖR

Fantazi iplikte inovasyonun adı; Keten Tekstil

84 İTKİB İTA

88 DOSYA

Baharın coşkusu çocuk modasına yansıyor

98 FUAR

İHİB yeni pazarlara yelken açtı

104 FUAR

Hong Kong Türk deri sektörüne odaklandı

110 FUAR

Pekin'de iki Türk

114 BRÜKSEL MEKTUBU

125 LOJİSTİK

GERÇEĞİNDEN AYIRAMAYACAKSINIZ!

Müşteri memnuniyetini ilke ederek, tutkulu bir bakışla, ÖZCAN PELUŞ sizlere geniş kaliteli ve orijinal koleksiyon sunuyoruz

Suni kürk ve deride gerçeğinden ayırt edilemeyecek kalitede bol çeşit

peluscu.com



ÖZCAN
SUNİ KÜRK
İthal Suni Kürk ve Deri Çeşitleri

Veli Efendi Mh. Prof. Dr. Turan Güneş Cd. No: 192
Zeytinburnu / İstanbul Tel: (0212) 510 50 99

GERÇEK KÜRK VE DERİ
ÖZCAN KATILIMINA SOY



Abdullah Kiğılı'dan yaza özel ceketler

Erkek giyim markası Abdullah Kiğılı, 2012 ilkbahar-yaz ceket koleksiyonunu erkeklerin beğenisine sunuyor. 220 gramı geçmeyen ağırlıklarıyla, ilkbahar ve yaz dönemi kullanımına uygun Abdullah Kiğılı "SeerSucker" ceketler ile erkekler, hem daha rahat hem daha şık. Abdullah Kiğılı 'SeerSucker' ceketler; yüzde 100 pamuklu kumaşları, şık kesimi ve özenle tasarlanmış desenleri ile yaza merhaba diyor. Lacivert-beyaz pötikare ile açık ve koyu mavi renklerin beyazla birleştiği düz ve çubuk çizgilerle oluşturulan desen çeşitliliğine sahip ceketler 4 ve 6 drop seçeneklerine sahip. Ayrıca SeerSucker ceketler hem yarım hem de tam astarın kullanıldığı farklı çeşitlerde üretildi.



En sevilen kahramanlar taç perde ile evinizde

Ev tekstili modasına yön veren TAÇ, çocukları ve gençleri en sevdikleri çizgi film kahramanlarıyla buluşturmaya devam ediyor. Zorluteks Tekstil Grubu markalarından TAÇ, Türkiye'de ilk defa lisanslı stor perde üretimi gerçekleştirerek Türk Tekstil Sektörü'nde bir yeniliğe daha imza atıyor. Disney karakterlerinden Spiderman'e, Şirinler'den Pepee'ye kadar 10 farklı desen seçeneğine sahip lisanslı stor perdeler TAÇ tarafından üretilerek satışa sunuldu.

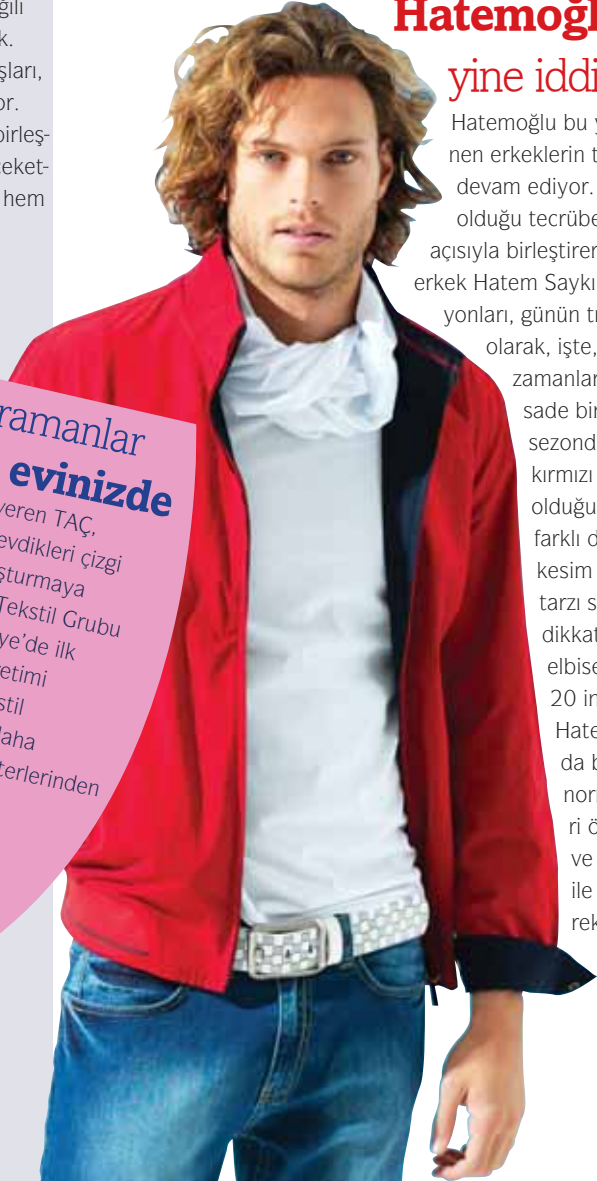


Şık ve rahat çizgiler NakedCat'te

Moda tasarımcısı üç arkadaş tarafından 2011 yılında kurulan NakedCat, yeni koleksiyonunu moda severlerin beğenisine sundu. Tasarımlarını cesur ve kişilikli olarak tanımlayan NakedCat tasarımcıları, takipçi olmak yerine takip edilen kadınlara ürünler tasarladıklarını belirtiyorlar. Ürünlerinin karakteristik yapısı olan şık ve rahat çizgiler, asil ve kadınsılığı bir arada bulundurarak NakedCat kadını özgür kılıyor. Yaza zarif ve modern çizgilerle girmek isteyenler için NakedCat sıra dışı alternatifler sunuyor.

Hatemoğlu yine iddialı

Hatemoğlu bu yaz kendine güvenen erkeklerin tercihi olmaya devam ediyor. Yıllardır sahip olduğu tecrübeyi, yenilikçi bakışıyla birleştirerek oluşturduğu erkek Hatem Saykı ve Html koleksiyonları, günün trendlerine uygun olarak, işte, davette ve sair zamanlarda giyilmek üzere sade bir şıklık sunuyor. Bu sezonda lacivert, beyaz, kırmızı renklerin ağırlıklı olduğu koleksiyonlar ile farklı detaylar, düzgün kesim şekilleri, İtalyan tarzı slim takım elbiseler dikkat çekiyor. 2. takım elbiseye ekstra yüzde 20 indirim yapan Hatemoğlu, mağazalarında bulunan terzilerle normal takım elbiseleri özel saten yakalar ve saten düğmeler ile smokine çevirerek, şık bir takım olarak kullanılmasına yardımcı oluyor.



Yazılım

- ERP Çözümleri
- Barkodlu Stok Takibi
- Mağaza Satış Yönetimi

Donanım

- Barkod Yazıcılar
- El Terminalleri
- Barkod Okuyucular

Teknik Servis

- Ücretsiz Demo
- Ücretsiz Kurulum
- Ücretsiz Telefon Desteği

Sarf Malzemeleri

- Termal Transfer Ribonlar
- Etiketlik Kumaşlar
- Barkod Etiketleri



ZebraCare
3 Yıl
Sigorta



Barkod
Her
Yerde!!!

AKBARKOD[®]
Etiket Sanayi ve Ticaret. Ltd. Şti.

M.Nesih Özmen Mh. Fatih Cd. Zakkum Sk. No: 10 PK 34173 Merter / İstanbul
Tel : +90 212 637 25 30 (Pbx) Faks : +90 212 637 88 25 - barkod@akbarkod.com

www.akbarkod.com



hedef kısa kısa



Doğanın en güzel renkleri Calvin Klein'dan

Enerjisini gençlikten alan Calvin Klein Jeans, rengârenk tasarımlarıyla göz dolduruyor. Doğanın en güzel renklerini tazelikten ve özgürlükten aldığı ilhamla birleştiren Calvin Klein Jeans, unisex yaşam tarzını yansıtan kotlarını kadın moda takipçilerine sunuyor. Yeni koleksiyonunda işlevselliğin yanı sıra, özgürlük ve maceraperestlik de dikkat çeken ve özgür ruhunu tarzıyla bütünleştirmek isteyenler kadınlar için özel koleksiyon sunan Calvin Klein Jeans, müdavimi olan kadınların beklentilerini fazlasıyla karşılıyor. Metal süslerle ve paça fermuarlarıyla detaylandırılan yeni koleksiyon kotlarında renkler oldukça geniş bir yelpazeye sahip. Pembelerin, kırmızılardan, yeşillerin ahenkle dans ettiği bu koleksiyon, gençlik ruhuna hitap ediyor.



Dockers'tan tek şortta üç ayrı stil

Dockers'in çift taraflı giyilebilen khaki şortu pratik erkeklerin favorisi olacak. Bu orijinal şortun tek tarafı orijinal krem khaki renginde, diğer tarafı ise kareli. Düz renkli tarafı tercih ettiğinizde, dilerseniz paçalarınızı kıvrarak kareli desenin görünmesine sağlayabilirsiniz. Yazın çimlere oturup bohem bir pikniğe katılmak ya da tatilde antik bir kentin kalıntılarını keşfe çıkmak isterseniz, kareli bir şortu tercih etmeniz idealdir. Akşamüstü sevdiklerinizle bir yemeğe çıkıp ardından geceyi gündüze bağlamak istediğinizde ise düz renkli ve gereken eşyalarınızı alabilecek büyüklükte cep-sonu gündüz caddelerde, kafelerde turlarken ise paçaları kıvrılan bir şortla hem şık hem de rahat bir görünüm sergileyebilirsiniz.

Lectra'dan teknolojik çözümler

Kumaş ve benzeri yumuşak malzemeler kullanan sektörlerde özel entegre teknoloji çözümlerinde öncü marka Lectra, moda ve hazır giyim sektörü çözümlerini Tüay Konfeksiyon Makineleri Fuarı'nda sergiledi. Tasarımdan ürün geliştirmeye, üretimden koleksiyon yönetimine kadar hazır giyim tüm sürecine katkıda bulunan çözümler Lectra standında ziyaretçiler tarafından ilgiyle takip edildi. Sürekli değişen dünya ekonomisi ve gelişen Türk hazır giyim sektörü firmaları, büyürken karlılığı koruyabilme ve hem esnek hem hızlı çalışabilme zorunlulukları karşısında bırakıyor. Bu noktalarda destek vermeyi hedefleyen Lectra çözümleri artan rekabete ve farklılaşan müşteri taleplerine karşı süreci yönetimini kolaylaştırıyor.



Valentino prestijiyle anneler şımartılacak

Valentino'nun yeni koleksiyonunda yer alan birbirinden çarpıcı modeller, Anneler Günü hediyesi için en gözde seçenekler olarak dikkat çekiyor. Kıyafet kombinasyonlarını tasarım şıklığı çantalarla tamamlamak isteyen kadınlar için özel marka Valentino, yeni sezon trendleri arasında yer alacak 2012 ilkbahar-yaz çanta koleksiyonuyla fark yaratıyor. Tüm kahve tonlarının, kırmızılardan renk ahenği oluşturduğu bu koleksiyonda zincir askılar ve şık tokalar çantaları birer tasarım harikasına dönüştürüyor.

“PENYE ÜRETİMİNDE YAĞ LEKESİNE SON”



% 100 JAPON
Yüksek Kaliteli
Reçme Dikiş Makinesi

YAMATO
VGS 3721

ELEKTRONİK
ÜST TRANSPORTLU
REGULALI
REÇME MAKİNASI

brother

Yamato

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



YENİ

BROTHER
S-7200C-433

ELEKTRONİK DIRECT DRIVE
YARIM YAĞLAMALI DÜZ DİKİŞ MAKİNESİ



YENİ

YAMATO
AZ-7000SD

YÜKSEK DEVİR MİKRO YAĞLAMALI
OVERLOK MAKİNESİ

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

0212 495 00 00

Türkiye Distribütörü
UĞUR
M A K İ N A



Doğadan gelen romantizm

Berr-In 2012 ilkbahar - yaz koleksiyonu doğadan ilham alıyor. Doğanın tezatlıklarını yansıtan asit sarısı ,zümrüt yeşili, narçeçegi, mor, siyah ve beyazın kullanıldığı; kesimlerde ise rahat ama şık, sade ama iddialı zıtlıkların öne çıktığı koleksiyon, güçlü kombinlerle ahenkli bir görünüm sergiliyor. Koleksiyonun renk geçişleri hardal çiçeğinden papatyaya, taş serinliğinden toprağın sıcaklığına akıyor. Uçuşan kumaşlarda saten, şifon ve ağırlıklı olarak doğal materyaller, doğadan gelen toprak renkleriyle uyum içerisinde dans ederken, Berr-In kadını özgür seçimleriyle kendi kombinlerini oluşturabileceği rahat ve şık tasarımlarda Berrin Eser'in dokunuşlarıyla kimlikli duruşundan yine taviz vermiyor. Romantik, güçlü ve özgür çizgisiyle öne çıkan yeni Berr-In koleksiyonu modanın trendlerini belirlemede yine çok etkili olacağına benziyor.



Form Düğme'den gizemli inci tanesi

Ürettiği düğmelerde yüzde yüz doğal malzemeler kullanan Form Düğme, deniz ve okyanusların en güzel süsü olarak bilinen deniz kabuklarından sedef düğme tasarlayarak, kıyafetlere şıklık ve ışıltı katmaya devam ediyor. Deniz altı dünyasının rengarenk ve gizemli şekilleri olarak dikkat çeken deniz kabukları, Form Düğme'nin usta ellerinde kıyafetlerin en önemli tamamlayıcı aksesuarı düğmeye dönüşüyor. Çeşitleri yüz bini bulan, göze hoş gözüken renk ve zarıflığa sahip deniz kabuklarından bazıları evlerde süs eşyası olarak en saygın köşelere oturtulurken, bazıları ise kıyafetlerimizdeki estetiği tamamlamak için düğme olarak kullanılıyor. Doğaya dönüşüm özelliğine sahip sedef düğmeler, inci çiftliklerinde içindeki incisinin ya da deniz canlılarının alındığı kabuklardan tasarlanıyor.

Matraş'tan uyumun sırrı

Matraş, trendler arasında sıyrılmamanın tek kuralının doğru tercihlerle ayakkabı ve çanta arasında uyumu yakalamak olduğunu belirtiyor. Dikkatleri üzerinde top-lamanın ve çekici bir kişisel stile kavuşmanın yolu gece ya da gündüz fark etmeksizin ayakkabı ve çantada birbirleriyle uyumlu ayakkabı, çanta ve aksesuarları bu yaz kalabalıklardan sıyrılmak isteyenlerin can simidi olacak. Yazın moda trendleri takip ederken herkesle aynı görünmekten kurtulmanın tek bir yolu var.



Trikonfex Gaziantep'e triko getiriyor

TRİKONFEX Triko İpliği, Konfeksiyon ve Teknolojileri Fuarı AKORT Fuarçılık tarafından, Gaziantep Sanayi Odası işbirliği ve Trikotajcılar Odası desteği ile 21-24 Haziran 2012 tarihleri arasında Gaziantep Ortadoğu Fuar Merkezi'nde gerçekleştiriliyor. Defile, panel ve çeşitli konuşmacıların katılacağı etkinliklerle de desteklenen fuar, sektörün tek fuarı olma özelliğini taşıyor. Markalaşma sürecinde hızla ilerleyen ve ihracatın lokomotifini tekstilin alt kolu olan trikotaj sektörünün ilk ve tek fuarı olan TRİKONFEX Triko, Triko İpliği, Konfeksiyon ve Teknolojileri Fuarı hem satış hem de tanıtım açısından katılımcılarına ve ziyaretçilerine çok önemli fırsatlar sunuyor. KOSGEB'in de desteklediği fuar yoğun ilgi görmekte. İlerleyen yıllarda sektörün en kapsamlı ve etkili buluşması noktalarından birisi haline gelmesi beklenen TRİKONFEX, yeni pazar arayışları içinde bulunan üreticilere cazip fırsatlar sunacaktır.



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





Dünya devine **Türk yönetici**

SGS Türkiye'de Gıda Dışı Bölüm Müdürü olarak görev yapan Nadin Hacerestunç, SGS Global'de bölgesel bir pozisyona getirilen ilk Türk yönetici oldu. Hacerestunç, tekstil alanında Avrupa ve Afrika'dan sorumlu Bölge Geliştirme Müdürü pozisyonuna getirildi. İstanbul Teknik Üniversitesi'nde Kimya Mühendisliği'nden mezun olduktan sonra profesyonel kariyer yaşamına tekstil alanında test hizmetleri veren çok uluslu şirketlerde devam eden Nadin Hacerestunç, 8 yıldır yönetici olarak görev yaptığı SGS Türkiye'de, Tüketici Ürünleri Gıda Dışı Bölümündeki pozisyonunun yanı sıra SGS'nin uluslararası organizasyonunda da Avrupa ve Afrika'dan sorumlu tekstil alanındaki Bölge Geliştirme Müdürü görevine atandı.

Astaş'ta Styleshoots workshopuna büyük ilgi

Çeyrek asrı aşkın süredir Türk Hazır Giyim sektöründe dünyanın en ileri teknolojilerine sahip markaları ve geniş ürün yelpazesi ile hizmet sunan ASTAŞ, Türkiye temsilciliğini alarak bünyesine yeni kattığı dünyada konusunda ilk ve tek, patentli olan Styleshoots Fotoğraf çekme sistemi için workshop düzenledi. ASTAŞ'ın ev sahipliğinde ASTAŞ Plaza'da 12 Nisan Perşembe günü gerçekleşen workshopta Styleshoots Yönetimi, Styleshoots CEO'su Bartel Huibregtsen, Pazarlama ve Teknik Ekibi, seçkin konuklarla tanışma fırsatı buldu. Hollanda menşeli olan Styleshoots ile ürünlerin fotoğraflarının çok hızlı, kolay ve yüksek çözünürlükte çekilebildiğini ve üstelik tüm işlemin iPad kontrolü ile kolayca yapmanın mümkün olduğunu gören davetliler bu teknoloji harikasına tam not verdiler.



Aksa Elektrik geleceği planlıyor

Aksa Fırat Elektrik Dağıtım A.Ş. faaliyet kapsamındaki Bingöl, Elazığ, Malatya ve Tunceli ile Aksa Çoruh Elektrik Dağıtım A.Ş. faaliyet kapsamındaki Artvin, Giresun, Gümüşhane, Rize ve Trabzon illerinin şebeke master plan çalışmasına başladı. Bölgenin enerji ihtiyacının karşılanmasına yönelik 5 ve 10 yıllık senaryoların değerlendirileceği Master plan projesi kapsamında; elektrik dağıtım şebekelerinde yapılacak yeni yatırımlar ile yatırım projelerinin planlanmasına yönelik analiz ve fizibilite yer alıyor. Master plan projesi için Aksa Fırat ve Aksa Çoruh Elektrik Dağıtım A.Ş. ile Almanya merkezli Horvath & Partners Management Consultans Gmbh firması arasında anlaşma sağlandı. Avrupa'nın önde gelen elektrik dağıtım şirketlerine hizmet veren danışmanlık firması Horvath & Partners ile yapılan anlaşma çerçevesinde süratle çalışmalara başlanan Projenin, 2013 yılı başında tamamlanması öngörülmüyor.

İpekiş Zeropollen ile polensiz bahar

Tüketicilerin farklı ihtiyaçlarına yenilikçi ürünleriyle cevap veren yılların markası İpekiş, polene alerjisi olanların özellikle mevsim değişimlerinde zorlaşan hayatlarını kolaylaştırmak ve onları rahat ettirmek amacıyla geliştirdiği Zeropollen'i sunuyor. İpekiş'in Kumaşın 7 Harikası konseptli akıllı kumaş koleksiyonu kapsamında sunulan Zeropollen sayesinde polene alerjisi olanlar da baharın tadını çıkarma fırsatı yakalıyor. İpekiş ve Alman Rudolf GmbH tarafından geliştirilen antipolen apresinin yüzde yüz yün kumaşa uygulanmasıyla ortaya çıkan Zeropollen akıllı kumaş, özel yapısı sayesinde polen tozlarının kumaş yüzeyine tutunmasını engelliyor. Zeropollen, polen alerjisinden oluşacak alerjik reaksiyonları engellemeye yardımcı olurken, polen tutmama özelliği ile şıklığı da artırıyor ve doğal yumuşaklık sağlıyor.



Şimdi
daha güçlü,
daha gizli

Emr'den
Yeni gizli fermuar

Yeni "U" Stop



PİTTİ IMMAGINE FUARI HAZIR GİYİMCİLERİ BEKLİYOR



Erkek giyiminde kreatif koleksiyonlar hazırlayan seçkin firmaların katıldığı Pitti İmmagine Fuarı, uzun yıllardan bu yana Türk firmalarının kadrajında yer alıyor. Bu fuara girmek istedikleri halde kendine yer bulamayan Türk hazır giyim firmaları İHKİB'in yoğun çalışmaları sonrasında artık bu fuarda ürünlerini sergileyecek. Türk firmalarının bu fuara katılmaları için çalışmalara başlayan İHKİB, geçtiğimiz Mart ayında fuar temsilcileri ile bir araya geldi. İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi ve Fuarlar Komitesi Başkanı Volkan Atik'in temsilci olarak yer aldığı görüşme sırasında Türk firmalarının tanıtımı yapıldı ve bu fuara Türk firmalarının katılımının gerekliliği vurgulandı. Yapılan görüşmeler sonra-

sında Fuarın Yönetim Kurulu Başkanı Raffaello Napoleone ve Pazarlama Müdürü Antonio Cristaudo İstanbul'a ziyaret gerçekleştirdi. Bu ziyaret sırasında Türkiye'nin dev markalarından Hatemoğlu, Mondo, Giovane Gentile, Avva, Climber, Sarar ve Mithat Giyim'in aralarında olduğu çok sayıda firma gezildi. Firma ziyaretleri sonrasında fuar temsilcilerini İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi ve İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Volkan Atik ile bir araya getiren yemekte önümüzdeki dönemde Türkiye'den de tasarım yönü güçlü olan hazır giyim firmalarının fuara katılabileceğinin mesajı verildi. Fuarın Türk Hazır Giyim Sektörü için önemine değinen İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Volkan Atik, "Pitti İmmagine Fuarı, erkek modasında İtalyanların kendilerini tüm dünyaya kabul ettirdikleri bir operasyon olarak göze çarpıyor. Türk firmaları olarak bu fuara bugüne kadar toplu katılımında bulunma imkanımız olmadı. Ancak yaptığımız görüşmeler ve lobi çalışmaları ile bu önemli fuarda kendimize yer bulduk. Gelecek dönemdeki hedefimiz Pitti İmmagine Fuarı'na katılacak Türk firmalarının sayılarını artırmaktır" dedi.

SEKTÖR BAHARI BİRLİKTE KARŞILADI

Bahara Suada'da merhaba diyen OTİAD, Türk tekstil ve moda sektörünün duayenlerinden oluşan 400'ün üzerinde davetliyi bir araya getirdi. OTİAD Başkanı Ali Ulvi Orhan'ın ev sahipliğinde gerçekleşen geceye, Şişli Belediye Başkanı Mustafa Sarıgül, İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, İTHİB Başkanı İsmail Güllü ile birlikte iş dünyasından önemli isimler katıldı. OTİAD Yönetim Kurulu Başkanı Ali Ulvi Orhan'ın konuşma yaptığı gecede, tekstil piyasasının sorunları ve gelecek planları masaya yatırıldı. Görevde bulunduğu süre içerisinde Osmanbey'in daha ileri bir noktaya taşınması için önemli çalışmalara imza attıklarını dile getiren OTİAD Başkanı Orhan, sokaklarını yenilenmesi, Afrika'ya yapılan yardımlar, Osmanbey logosunun tescillenmesi ve Osmanbey'in marka haline getirilmesi gibi konulara dikkat çekti. Yemekte, geçtiğimiz ay gerçekleştirilen Vitrin Tasarım Yarışması'nda dereceye giren ilk 3 firmaya plaketlerini Şişli Belediye Başkanı Mustafa Sarıgül verirken, yaptığı konuşmada Osmanbey'in gerek sektördeki tecrübesi, gerekse bir dünya moda başkentine yakışır şekilde yenilenen çehresi ile yalnızca İstanbul'un değil, tüm dünyanın moda merkezi olduğunu vurguladı.



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

ÇİN VE TÜRKİYE ARASINDAKİ TİCARET KÖPRÜSÜ



BAŞBAKAN RECEP TAYYİP ERDOĞAN'IN ÇİN'E YAPTIĞI ZİYARETTE İŞADAMLARI BU ÜLKEYLE İŞBİRLİĞİNİ GELİŞTİRMEYE YÖNELİK ANLAŞMALAR İMZA ATTI. ÇALIŞMANIN HEMEN ARDINDAN, BU ÜLKEDEKİ İLK RESMİ TÜRK DERNEĞİ OLAN TÜRKİYE ÇİN SANAYİCİ VE İŞADAMLARI DERNEĞİ'NİN TİM İLE ORTAKLAŞA DÜZENLEDİĞİ ÇALIŞMA KAHVALTISINA DAVET EDİLEN İTHİB BAŞKANI İSMAİL GÜLLE, TOPLANTIDA İKİ ÜLKE ARASINDAKİ TİCARİ İLİŞKİLER ÇERÇEVESİNDE ÖNEMLİ MESAJLAR VERDİ.

Başbakan Tayyip Erdoğan'ın Çin ziyaretinin son durağı olan Şanghay şehrinde düzenlenen toplantıda Çinli firmalar, iyi niyet anlaşması imzalayıp Türkiye'ye çıkarma yapma kararı aldı. Gezinin Şanghay ayağında Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ve Türkiye Çin Sanayici ve İşadamları Derneği'nin (TÜÇSİAD) ortaklaşa düzenlediği çalışma kahvaltısında, iki ülke işadamlarının birbirlerini tanımadıkları belirtildi. TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, İstanbul Tekstil ve Hammadeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı İsmail Gülle, Başbakanlık Yatırım Destek Ajansı Başkanı İlker Aycı, Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği Başkanı (UTİB) İbrahim Burkay ve TÜÇSİAD Başkanı Murat Sungurlu, programa konuşmacı olarak katıldı. İTHİB Başkanı İsmail Gülle

konuşmasında Türkiye ve Çin gibi iki büyük ülkenin kazan-kazan ilişkisi içine girmesinin mevcut durumu daha da geliştireceğini kaydetti. Gülle toplantıda, "Dünya ekonomisinin yapısal nitelikte bir krizi atlarmaya çalıştığı ve bunun için büyük bedeller ödediği bir dönemde, Çin, dünyanın gözünü diktiği sayılı ülkelerden birisidir. Çin'in gösterdiği büyüme enerjisi bugün tüm dünyaya ilham veriyor. Çin'in ortaya koyduğu dinamizm, Çin'le işbirliği yapmayı başaran ülkeler için de bir itici güç niteliğindedir. Tarihi ve kültürel bağlarımızın çok güçlü olduğu bu büyük ülkeyi Türkiye olarak takdir ediyor ve kendimiz için de büyük bir potansiyel olarak kabul ediyoruz. Tıpkı Çin gibi güçlü büyüme hızıyla Türkiye bölgesinde giderek daha da önemli bir güç haline geliyor. Özellikle

tekstil konfeksiyon sektöründe tıpkı Çin gibi biz de çok önemli bir aktör durumundayız. Bu iki büyük ülkenin kazan kazan ilişkisi içine girmesinin mevcut durumun daha da geliştirilmesine imkan verecektir. Karşılıklı yatırım ve ticaret olanaklarını geliştirecek alanları bulmalı ve vakit kaybetmeden aramızdaki

dostluğu ticaretle pekiştirmeliyiz. Çinli yatırımcıları ve Çin'in know how'ını ülkemize bekliyoruz. Biz de Çin ile daha hızlı çalışan bir ticaret köprüsü kurmak istiyoruz. Bu iyi niyet ve olumlu yaklaşımın kısa sürede her iki taraf için sonuç vermesini temini ediyorum" şeklinde görüşlerini bildirdi. ❖



❖ Toplantı, iki ülke arasındaki ilişkiler için iyi dilek temennileriyle son buldu.

1931

harmancı

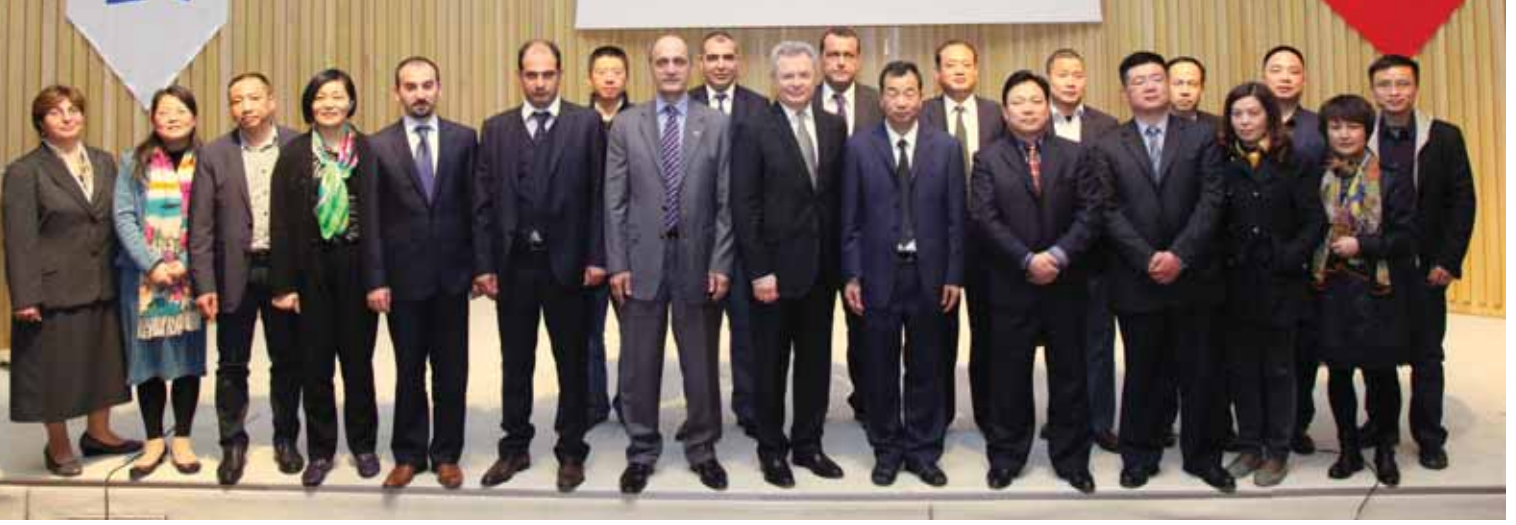
80.^{yıl} anniversary

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

ÇİN, TÜRK DERİ SEKTÖRÜYLE İŞBİRLİĞİ YAPMAK İSTİYOR



İDMİB, 9 NİSAN TARİHİNDE DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ'NDE ÇİN HALK CUMHURİYETİ'NİN HAINİNG BELEDİYE BAŞKAN YARDIMCISI YAO MİNZHONG VE DERİ ÜRÜNLERİ SANAYİCİLERİNDEN OLUŞAN 16 KİŞİLİK BİR HEYETİ AĞIRLADI. HEYET TOPLANTIDA, TÜRK ÜRÜNLERİNİN ALMAN, FRANSIZ VE DİĞER ÜRETİCİ ÜLKE ÜRÜNLERİNDEN DAHA KALİTELİ VE UYGUN FİYATTA OLDUĞU İFADE ETTİ.

Dünya deri sektöründe başarılı çalışmalar yapan İDMİB'e, 9 Nisan tarihinde Çin Halk Cumhuriyeti'nin Haining Belediye Başkan Yardımcısı Yao Minzhong, 16 kişilik bir heyetle Dış Ticaret Kompleksi'nde bir ziyaret gerçekleştirdi. Heyet, İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Lemi Tolunay'ın yanı sıra, İDMİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Mustafa Şenocak ve Yönetim Kurulu Üyeleri Erdal Matraş, Mehmet Ali Dinç ve Hüseyin Çetin'den oluşan Türk deri sektörü temsilcileriyle biraraya geldi. Toplantıda açılış konuşmaları ve Türk deri sektörünü anlatan sunumun ardından Haining şehri ve sanayisini anlatan tanıtım filmi izlendi. İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Lemi Tolunay toplantıda yaptığı konuşmada Türkiye ile Çin arasındaki ticari ilişkilerin son yıllarda hızlı bir artış kaydettiğini belirtti. İkili ticari

ilişkilerin genel olarak Çin tarafının lehine gelişmede Türk deri sektörünün Çin'e yaptığı yarı işlenmiş ve bitmiş deri ihracatının son dönemde hızla arttığını ve kaliteli ürünler üreten Türk deri sektörü olarak gittikçe zenginleşen ve alım gücü artan Çin pazarını büyük bir fırsat olarak gördüklerini dile getirdi.

“Türk deri ürünlerinin işçilik ve malzeme kalitesini çok beğeniyoruz”

İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Lemi Tolunay'ın ardından, Haining şehri ile ilgili daha önce temasları olan İDMİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Mustafa Şenocak'ın yanı sıra deri işleme sektörünü temsilen Türkiye Deri Sanayicileri Derneği Başkanı ve İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi Erdal Matraş, deri konfeksiyon sektörü adına Türkiye Deri Konfeksiyoncuları Derneği Başkanı ve İDMİB Yönetim Kurulu

Üyesi Mehmet Ali Dinç ile ayakkabı sektörünü temsilen İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi Hüseyin Çetin kısa birer konuşma yaparak Türk deri sektörünün, Çin deri sektörü ile işbirliği isteğini ortaya koydular. Türk tarafının ardından söz alan Haining Şehri Belediye Başkan Yardımcısı Yao Minzhong Haining kenti ve sanayi altyapısıyla ilgili bilgi vererek Türk tarafını şehirlerine davet etti. Toplantıda söz alan Haining bölgesi deri sanayicileri ise Türk

deri ürünlerinin işçiliğini ve malzemelerinin kalitesini beğendiklerini, Türk ürünlerinin Alman, Fransız ve diğer üretici ülke ürünlerinden daha kaliteli ve uygun fiyatta olduğunu belirterek Türk deri sektörüyle işbirliği yapmak istediklerini ifade ettiler. Toplantının ardından öğle yemeğine geçildi ve öğleden sonra Çin'li deri firmaları ile Türk deri firmaları arasında ikili görüşmeler gerçekleştirilerek karşılıklı işbirliği ve ticaret imkanları hakkında konuşuldu. ❖



Dünyayı Birleřtiriyoruz!



*Sizlerle birlikte
60yıl*



etikette; etiket sanayi

Etiket Sanayi a.ş.

since 1976

Cmp.Sys.Dokuma Etiket
Comp. Sys. Woven Label

Bez Baskı Etiket
Cloth Printing Labels

Barcod Etiket
Barcode Label

Silikon Etiket
Silicone Label

Deri Etiket
Leather Label



Karton Etiket
Carton Label

Jakron;Kanvas
Jakron ; Canvas

Serigraf & UV Lak
Screen Printing & UV lacquer

Lazer Frekans
Laser Frequency

Ultrasonic Kesim
Ultrasonic Cutting

Doğu Sanayi Sitesi 5.Blok / 11-13 Yenibosna-İST.
TEL : 0(212) 552 38 00 (pbx) Fax : 0(212) 639 93 82

www.etiketsanayi.com
etiket@etiketsanayi.com

etikette; etiket sanayi

Etiket Sanayi a.ş.

since 1976



İTKİB GENEL KURULLARI



İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB)

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) 2011 yılı faaliyetlerine ilişkin Olağan Mali Genel Kurulu 5 Nisan tarihinde Dış Ticaret Kompleksi konferans salonunda gerçekleştirildi. Fikret Tanrıverdi'nin divan kurulu başkanlığını yaptığı genel kurulda birliğin 2011 yılı mali tabloları ele alındıktan sonra yapılan oylamada Yönetim Kurulu ibra edildi. 2011 yılı faaliyetleri ve 2012 yılı planlamasıyla ilgili söz alan İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, 2012'nin mali açıdan da yükselişe geçen bir yıl olacağını söyleyerek özellikle Fashion Week organizasyonunun sektörün en önemli kazanımlarından biri haline geldiğinin altını çizdi.



İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB)

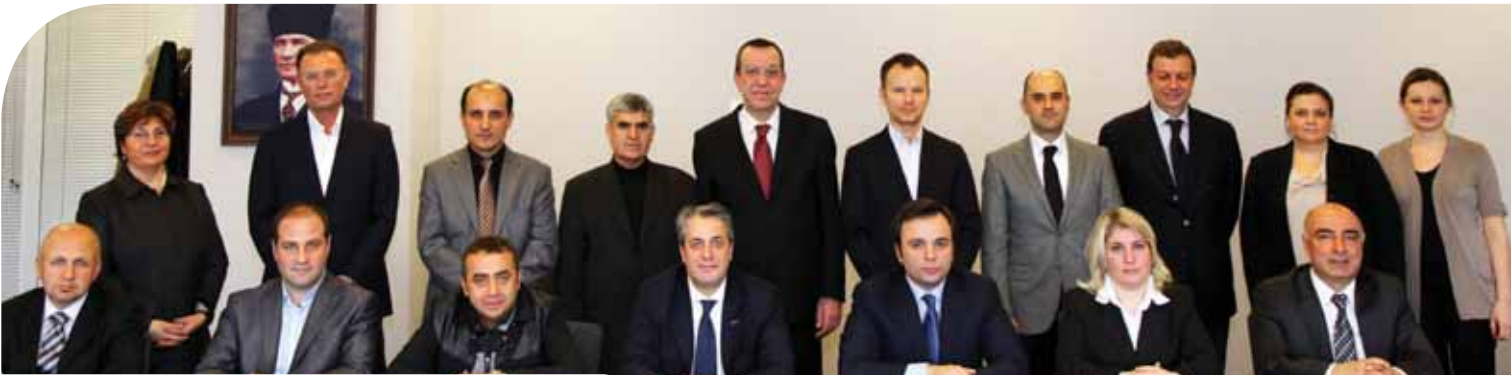
İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) 2011 Yılı Olağan Mali Genel Kurulu 6 Nisan tarihinde Dış Ticaret Kompleksi konferans salonunda gerçekleştirildi. İTHİB Yönetim Kurulu üyeleri ve sektör mensuplarının hazır bulunduğu genel kurulda, birliğin 2011 yılı faaliyetleri ele alındıktan sonra yapılan oylama ile yönetim kurulu ibra edildi. İTHİB Başkanı İsmail Gülle'nin katılımcıları selamladığı genel kurulda Gülle, sektöre yönetim kurulunun faaliyetlerine verdikleri destekten dolayı teşekkür etti.

GERÇEKLEŞTİRİLDİ



İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB)

İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) 2011 Yılı Olağan Mali Genel Kurulu'nu sektör mensupları ve Yönetim Kurulu üyelerinin katılımıyla 10 Nisan tarihinde Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirdi. Mali genel kurulla güven tazeleyen yönetim kurulu adına söz alan İDMİB Başkanı Lemi Tolunay, yönetim kurulunun sektörlle el ele uyum içinde çalıştığının altını çizdi ve tüm deri sektörünü kucaklayacak bir yapı kurduklarını, birliğin kapısının tüm sektör mensuplarına açık olduğunu altını çizdi. Konuşmalardan sonra yapılan oylama ile İDMİB Yönetim Kurulu ibra edildi.



İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB)

İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB) 2011 Yılı Olağan Mali Genel Kurulu'nu 10 Nisan tarihinde Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirdi. Divan Başkanlığı'nı Hazım Evrengil'in yaptığı genel kurulda söz alan İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz 2011 yılında yapılan çalışmalar ve 2012 hedefleriyle ilgili bilgi verdikten sonra yapılan oylama ile İHİB Yönetim Kurulu ibra edildi.

AYMOD KÜRESEL OYUNCULARA EV SAHİPLİĞİ YAPTI



2012 sonbahar ve 2013 kış sezonu ayakkabı moda-sının görücüye çıkarıldığı Türkiye'nin en büyük, Avrupa'nın ise üçüncü büyük ayakkabı moda fuarı 47. AYMOD Uluslararası Ayakkabı Moda Fuarı, 19-22 Nisan tarihleri arasında CNR Expo İstanbul'da gerçekleşti. Sektörün küresel oyuncularını buluşturan ve ayakkabı sektörünün temsilcilerinin desteğini arkasına alan fuar, bu yıl 3 bin 217'si yabancı olmak üzere 40 bin 625 profesyonel ziyaretçi gezdi. Dört gün boyunca önemli ziyaretçileri ağırlayan fuar, CNR Holding kuruluşu Pozitif Fuarlık organizasyonu, Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma, Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TASEV), Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD), Türkiye Umum Ayakkabı Federasyonu (TUAF), İstanbul Ayakkabı Esnaf ve Sanatkarlar Odası (İAESO) ve KOSGEB'in destekleriyle düzenlendi. Fuar, düzenlendiği bir önceki yıla göre yabancı ziyaretçi kapsamında yüzde 30 oranında artış gösterirken, metre kare olarak da yüzde 15 daha büyüdü. 60 bin metre karelik alanda düzenlenen fuar, yalnızca ekonomiye olan katkısıyla değil, sektörün sorunlarının da dile getirildiği bir platforma dönüştü. TİM Başkanı Mehmet

Büyükeksi, İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Lemi Tolunay, İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi ve TASD Başkanı İslam Şeker ve İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi Hüseyin Çetin fuara katılan isimler arasında yer aldı. İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Lemi Tolunay "Son yıllarda dış pazarlara yönelik ciddi projelerle ihracatımızı artırdık. 2011 yılında 450 milyon dolarlık ayakkabı ihracatı gerçekleştirildi. Sektörümüzün dünya pazarlarına açılması için yeni projelerimiz de olacak. Ayakkabı ihracatında öncelikli hedefimiz İtalya ve Çin. Sektörümüz bu projelerle 2023 yılında ihracatını 1.5 milyar dolara çıkarmayı hedefliyor" şeklinde görüşlerini belirtti. İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi ve Türkiye TASD Başkanı İslam Şeker, "Ayakkabı sektörümüz 2011 yılında 230 milyon çift ayakkabı üreterek ülke ekonomisine üretici fiyat ortalaması ile 5.2 milyar dolarlık katkı sağladı. Üretilen ayakkabıların yaklaşık 93 milyon çiftini ise yurtdışına satma başarısını gösterdi" şeklinde görüşlerini aktardı.

İnovatif ürünler büyük beğeni topladı

47. AYMOD Uluslararası Ayakkabı Moda Fuarı, inovatif ürünlerin de buluşma noktası oldu. Yürüyüş

19-22 NİSAN TARİHLERİNDE DÜZENLENEN 47. AYMOD ULUSLARARASI AYAKKABI MODA FUARI, CNR EXPO'DA GERÇEKLEŞTİ. SEKTÖRÜN BÜTÜN TEMSİLCİLERİNİ BİR ARAYA GETİREN VE BU YIL 3 BİN 217'Sİ YABANCI OLMAK ÜZERE, 40 BİN 625 PROFESYONELİN ZİYARET ETTİĞİ FUAR İNOVATİF ÜRÜNLERLE DE GÖZ DOLDURDU.

yaptıkça karın kaslarını harekete geçirip yağları yakan özel tabanlı ayakkabılardan klimalı ayakkabıya kadar pek çok fonksiyonel ürün AYMOD'a damgasını vurdu. Tasarımlar arasında en çok dikkat çeken bel ağrılarına, romatizmaya iyi gelen ayak ısısını 65 dereceye kadar çıkarabilen ısıtmalı ayakkabı oldu. Asya ve Asya'nın kuzeyindeki kış aylarının uzun ve soğuk olduğu ülkeler hedef alınarak tasarlanan ayakkabı, AYMOD Fuarı için ilk kez görücüye çıkarıldı. Hedef alınan ülkeler tarafından büyük ilgi gören ısıtmalı ayakkabı hakkında TİM Başkanı Mehmet Büyükeksi,

"Bugüne kadar ayakkabıların tabanında değişik buluşlar yapıldı. Nefes alan su geçirmeyen ayakkabılar, taban yastıklı ayakkabılar, günlük ve yürüyüş ayakkabısı olarak tasarlanan MBT ayakkabıları gibi çok sayıda inovatif ürünler ortaya koyduk. AYMOD Fuarı'nda karşılaştığım ilginç ürünlerden biri olan ısıtmalı ayakkabı inovasyon açısından son derece önemli bir ayakkabı tasarımı" dedi. Tüm bunların yan sıra fuar alanında ayrıca İDMİB'in 2011 yılında düzenlediği Ayakkabı Tasarım Yarışması'nda ilk 9'a giren ayakkabı tasarımları da sergilendi. ❖



❖ TİM Başkanı Mehmet Büyükeksi, çok sayıda inovatif ürünler ortaya koyulduğunu belirtti.



ALL NATURAL BUTTONS IN TURKEY'S HIGH FASHION BUTTON FACTORY



COROZO

HORN

SHELL

COCONUT

LEATHER

FACTORY

Address: Akcaburgaz Mah.
97.sokak No:16 Esenyurt
Istanbul - TURKEY
Phone : +90 212 886 17 00
Fax : +90 212 886 23 23

MERTER SHOWROOM

Address: M.Nesih Ozmen Mah.
Fatih cad. Ceviz Sk. Nazmi Is Hanı
No:22/3 Merter - Istanbul / TURKEY
Phone : +90 212 637 48 94
Fax : +90 212 637 48 98

OSMANBEY SHOWROOM

Address: Mesrutiyet Mahallesi
Tugrul Sk. No: 2/3 Osmanbey
Istanbul / TURKEY
Phone : +90 212 246 26 10-11
Fax : + 90 212 246 21 31

WHO'S NEXT PRÊT À PORTER PARIS İÇİN GERİ SAYIM BAŞLADI



FRANSA'NIN İKİ ÖNEMLİ HAZIR GİYİM FUARININ BİRLEŞEREK, WHO'S NEXT PRÊT À PORTER PARIS İSMİYLE DÜZENLENDİĞİ FUARIN İKİNCİSİ, 30 HAZİRAN-3 TEMMUZ TARİHLERİ ARASINDA PARİS'TE GERÇEKLEŞİYOR. WHO'S NEXT PRÊT À PORTER PARIS'İN İKİNCİ DÖNEMİNE KATILACAK OLAN FİRMALAR, 2012-2013 İLKBAHAR-YAZ SEZONU KOLEKSİYONLARINI GÖRÜCÜYE ÇIKARMAYA HAZIRLANIYOR.

Avrupa'nın en önde gelen hazır giyim ve aksesuar fuarı "Who's Next Prêt à Porter Paris" 30 Haziran - 3 Temmuz tarihleri arasında dünyaca ünlü markaları ağırlamaya hazırlanıyor. 2012-2013 İlkbahar-Yaz sezonu koleksiyonlarının alıcılarla buluşacağı fuarda İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri milli katılımı organize ediyor. Fuarda uluslararası alanda markasını kanıtlamış moda tasarımcıları, tanınmış ve yükselen markalar, çağdaş bayan giyim trendlerini yansıtan hazır giyim ürünleri, spor erkek giyim ve moda aksesuarlarını sergileme imkanı bulacak. Tüm katılımcılar fuarın Fame, Private, Mr. Brown, Premiere Classe, Le Cube, Mess Around isimli 6 farklı ürün grubundan birinde yer alacak. Ürünlerini uluslararası butik alıcı-

lara tanıtmak, güçlü dağıtım ağlarının temsilcileri ile bağlantılar kurmak, pazarı yerinde görmek yoluyla satış stratejileri belirlemek, önemli firmaların yöneticileri ve satın alıcıları ile doğrudan temasa geçmek isteyen tüm firmalar için Who's Next Prêt À Porter Paris ideal bir fuar olacak.

İlk sezonda önemli gelişmeler yaşandı

1960'lı yıllardan bu yana düzenlenen Prêt à Porter fuarı ile son yılların en hızlı gelişen ve tasarım ağırlıklı Who's Next fuarının birleşmesi sonucunda Ocak ayında ilk defa Who's Next Prêt À Porter Paris adıyla düzenlenen fuara ilgi oldukça yoğun oldu. Toplam 22 ülkeden 2 bin firmanın aksesuar, ayakkabı, kadın ve erkek giyim gibi farklı ürünlerle katıldığı fuarı yaklaşık 50 bin kişi ziyaret etti. Who's Next Prêt à Porter

Paris fuarı, düzenlediği defile organizasyonları ile modacıların kreasyonlarını görsel bir biçimde ziyaretçilerin beğenisine sunarak, fuar anlayışı ile hazır giyim sektörüne önemli katkılar sağlamış oldu. Yurtdışındaki en önemli konfeksiyon fuarlarına milli katılım düzenleyen İHKİB ise araların-

da Ark-İstanbul, Demmy Leather, Elaidi, Classic Lusin&Lussy, Kuzu, L&G Lagos'un olduğu 11 ihracatçı firma ile katıldı. Tasarımcılardan deri konfeksiyon üreticilerine kadar farklı segmentlerden firmaların yer aldığı fuarda, Türk katılımcıların stantlarına da ziyaretçilerin ilgisi oldukça yoğundu. ❖



❖ Ocak ayında gerçekleşen fuarın ilk sezonuna katılan Türk firmalarının standları yoğun ilgi gördü.



DEĞER FAKTORİNG
alacaklarınıza yön verin

Vadeli Ticari Alacaklarınıza
Finansman Sağlamak İçin
Telefonun Ucundayız.

0 212 290 30 50



Beybi Giz Plaza Dereboyu Cad. Meydan Sk. No:28 Kat:25 D:96 34398 Maslak - İstanbul
T: +90 212 290 30 50 F: +90 212 290 3056

www.degerfaktoring.com.tr

EV TEKSTİLİ DÜNYASI EVTEKS'TE BULUŞUYOR



DÜZENLENDİĞİ HER YIL ULUSLARARASI ALANDA BÜYÜK YANKI UYANDIRAN İSTANBUL EV TEKSTİLİ FUARI, 16-20 MAYIS TARİHLERİ ARASINDA CNR EXPO'DA 18'İNCİ KEZ DÜZENLENECEK. GLOBAL EV TEKSTİLİ TİCARETİNE SAĞLADIĞI KATKIYLA DÜNYANIN EN BÜYÜK FUARI OLAN EVTEKS'TE, 1000'E YAKIN KATILIMCI FİRMA 2000 MARKAYLA YER ALACAK.

CNR EXPO'da 16-20 Mayıs tarihleri gerçekleştirilecek EVTEKS 18. İstanbul Ev Tekstil Fuarı, dünyaca ünlü tasarımcıların seminerlerine ve trend alanlarına ev sahipliği yapmaya hazırlanıyor. CNR Holding kuruluşu CNR Uluslararası Fuarçılık tarafından Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (TETSİAD) desteğinde düzenlenecek fuarda 1000'e yakın katılımcı firma 2000 markayla yer alacak. Geçtiğimiz Mayıs ayında CNR EXPO'da gerçekleştirilen EVTEKS Fuarı, 116 bin ziyaretçiyle ciddi bir rekora imza atmıştı. Daha şimdiden 500'e yakın firmanın sırada olduğu İstanbul Ev Tekstil Fuarı'na yerli ve yabancı 1000'e yakın firma 2000 marka ile katılıyor. İtalyanların sektördeki devlerinden Enzo ve Gruppo Carillo, Verdi, Brillant, Soley, Özdilek,

Taç, Vanelli, Sanko, Pierre Cardin, Altınbaşak, Home Sweet Home ve Chakra fuardaki önemli markalar arasında yer alıyor. 160 bin metre kare alanda gerçekleştirilecek dev fuarda 2013'ün ev tekstili trendleri belirlenecek. Fuarda dünyaca ünlü Fransız trend tahmin ajansı NellyRodi'nin, 2013 için hazırladığı ev tekstili trendleri sergilenen Yeni müşteri davranış modellerinin çözümlenmesi ve yaratıcı sezginin pazarlama analizinin bileşimini geliştiren NellyRodi ev tekstili, dekorasyon, endüstriyel tasarım, mimari, moda ve kozmetik alanlarında dünya trendlerini oluşturuyor. 1985'ten bu yana dünya genelinde yenilikçi firmaların yaratıcı sürecine eşlik eden NellyRodi, yeni konseptleri ve yetenekleri araştırarak 30 kişilik ekibiyle yarının markalarını, ürünlerini ve perakendeciliğin

kurallarını Evteks için yeniden icat edecek.

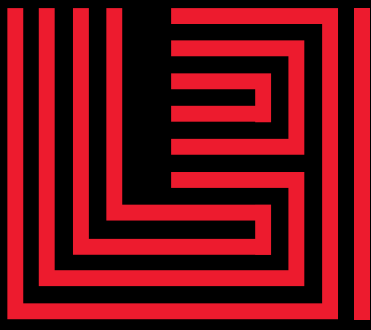
Ev dünyasında değişim hız kazanıyor

Yeni tasarımlarda tüm yıl boyunca, sınırları taşımak, bölünmüşlükten kurtulmak, klasik olanı silkelemek ve çözümlerle dolu bir etkiye doğru modernitenin içine itiliş ön plana geçiyor. NellyRodi tarafından hazırlanan 2013 ev tekstili trendinin ana konseptini "Değişim" oluştururken, "Hassas Rüya, Egzotik Pazar, Zengin Grafik, Zarif Değişim, Deniz Enerjisi ve Orman Ateşi" bu değişimin temalarının birer parçası olacak: Gelenekselliğin kodları, Zarif Değişim'de daha az gelenekselleşerek ve Egzotik Pazar'da canlandırılarak yenilendi. 2013 ev dekorasyonlarındaki tasarım evreni, Deniz Enerjisi'nde hareketlenecek ve

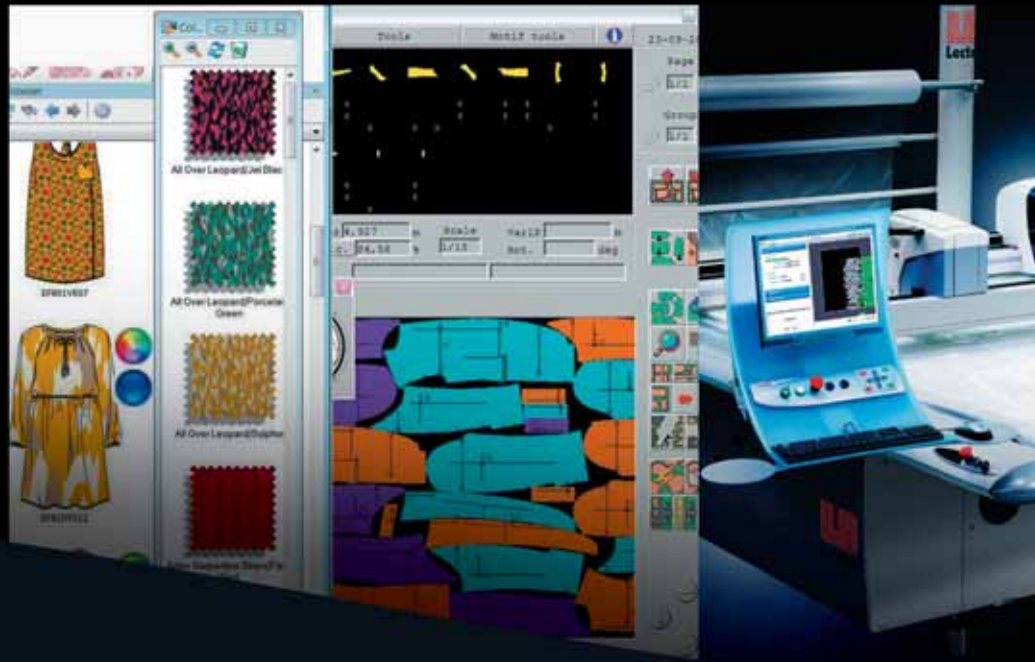
Zengin Grafik'te açığa çıkacak. Doğa temaları, rustik bir havadan, zenginleştirilmek üzere Orman Ateşi'ne ve şiiresleştirilmek üzere Hassas Rüya'ya doğru hareket edecek.

Ev tekstili stilinde tek tip tasarıma son

Bir güvence ihtiyacı ve tekrardan cezbedilme veya yavaşlatılmış gerçeğin rüyası ile abartılmış gerçeğin fantezisi gibi hızlı ve yavaş değerler arasında bocalayan tüketicilere benzer şekilde ev de stilleri harmanlamaya heves ediyor. Bu alışlagelmiş tek tip görünümün de sonudur. Yeni ev tekstili trendlerinde karşıtlar uzlaştırılıyor, yeniyile eskiyi birleştiriyor, endüstriyel ile el işini, yenilikçiyle eskilerden geleni, sanal olanla duyarlı olanı, halka özgü olanla soylu olanı ve renkler ile nötrleri bir arada sunuyor. ❖



Lectra



Lectra Moda ve Teknolojiyi buluşturuyor



**KONFEKSİYON
MAKİNESİ 2012**

23. Uluslararası Konfeksiyon Makineleri, Nakış Makineleri,
Konfeksiyon Yan Sanayii ve Aksesuarları Fuarı
www.konfeksiyonmakinelertifuari.com

31 Mayıs - 3 Haziran 2012

**SALON : 3
STAND : 306**

HAZIR GİYİM SERTİFİKASYON MERKEZİ KURULUYOR



TÜRKİYE'DE "MESLEKİ YETERLİLİK KURUMU'NUN VE ULUSAL YETERLİLİK SİSTEMİ'NİN GÜÇLENDİRİLMESİ PROJESİ" KAPSAMINDA, 'KATMA DEĞER VE İSTİHDAM ODAKLI İŞ GÜCÜ SEFERBERLİĞİ PROJESİ' ÇERÇEVESİNDE BİR HAZIRGIYIM SERTİFİKASYON MERKEZİ KURULUYOR. YÜRÜTÜCÜLÜĞÜNÜ İHKİB'İN ÜSTLENDİĞİ MERKEZDE, MESLEKLERİN ULUSAL YETERLİLİKLERİNİN HAZIRLANACAĞI, MESLEKİ YETERLİLİKLERE GÖRE ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME SİSTEMİNİN OLUŞTURULACAĞI BELİRTİLİYOR.

Farklı sektörlerde ulusal yeterlilik sisteminin oluşturulmasını desteklemek, meslek standartları ve yeterlilikleri hazırlamak, ölçme, değerlendirme ve belgelendirme faaliyetlerinde bulunmak üzere kalıcı Mesleki Bilgi ve Beceri Sınav ve Belgelendirme Merkezleri kuruluyor. Belirlenen öncelikli 11 sektörden biri olan hazır giyim ve konfeksiyon sektörü adına projeyi, sektörün en büyük temsilcisi olan İHKİB yürütüyor. "Türkiye'de Mesleki Yeterlilik Kurumunun ve Ulusal Yeterlilik Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi

(UYEP)" kapsamında, Katma Değer ve İstihdam Odaklı İşgücü Seferberliği (KİBİS) projesi çerçevesinde kurulmakta olan Hazır Giyim ve Konfeksiyon sektörlerinde yer alan mesleklerin ulusal yeterliliklerini hazırlayacak ve mesleki yeterliliklere göre ölçme ve değerlendirme sistemini oluşturacak. Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı tarafından fonlanan proje; Mesleki Yeterlilik Kurumu tarafından yürütülüyor. Çorap Sanayicileri Derneği'nin iştirakçi olduğu proje

kapsamında bir Hazır giyim Sertifikasyon Merkezi kurulacak.

"İhtiyaca en uygun istihdama olanak sağlanacak"

Bu konu hakkında bilgi vermek için 10 Nisan tarihinde Dış Ticaret Kompleksinde bir farkındalık toplantısı düzenlendi. Toplantıya İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Nilgün Özdemir, İTKİB Genel Sekreter Yardımcısı Cemal Bayazit, Voc-Test Proje Yöneticisi Erbil Cihangir ve İHKİB Proje Ofisi, Projeler Koordinatörü Özlem Güneş ve sektör mensupları ve akademisyenler katıldı. Katılımcıların bilgilendirildiği toplantıda İHKİB Yönetim

Kurulu Üyesi Nilgün Özdemir, İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Tanrıverdi'nin proje hakkındaki görüşlerini şöyle aktardı: "Hazır Giyim Sertifikasyon Merkezi sektörümüz içindeki mesleklerin standartlarını belirleyecek, ölçme, değerlendirme teknikleri içeren bir sistem kuracak ve firmalarımızın ihtiyaç duyduğu işgücü tanımlarını yapacaktır. Çalışanların veya sektöre yönelik kariyer planlaması yapan kişilerin özgüven ve motivasyonunu yükselteceği gibi, bu proje, ihtiyaca en uygun istihdam olanak sağlayacağından, insan kaynakları açısından performans ve maliyet kaybı gibi riskleri en aza indirecek, firma ve marka imajına katkıda bulunacaktır. Merkez, sektörün 2023 hedefleri doğrultusunda önemli bir yardımcı adım olmaktadır. Bu proje sanayinin ihtiyacı olan nitelikli istihdam ile yeterlilikleri ihtiyaçla örtüşen işgücü arasındaki ilişkiyi güçlendirecektir" Tüm bunların yanı sıra, Turkak tarafından akredite edilecek olan bu merkez, sektör için belirlenen meslek standartları doğrultusunda örgün ve yaygın mesleki eğitim ve öğretim kurumlarının akademik programlarının geliştirilmesine yardımcı olacağı, hayat boyu öğrenmeyi teşvik etmenin yanı sıra, eğitim ve belgeli işgücü istihdamı arasındaki ilişkinin sektör özelinde güçlendirilmesine katkıda bulunacağı ifade edildi. Toplantıda ayrıca Mesleki Yeterlilik Kurumundan Hilal Doğruöz Özer bir sunum yaptı. ❖



İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Nilgün Özdemir, İTKİB Genel Sekreter Yardımcısı Cemal Bayazit, Voc-Test Proje Yöneticisi Erbil Cihangir ve İHKİB Proje Ofisi, Projeler Koordinatörü Özlem Güneş toplantıda bilgilendirme yaptı.



La paglia
Ristorante

ŞİMDİ HİZMETİNİZDE / AT YOUR SERVICE NOW

Titanic Business Hotel Europe - Topçular Mevkii Cicoz Yolu No: 32 - 34 Kat/Floor: 17 Bayrampaşa

Rezervasyon / Reservation: (0212) 467 81 00

TITANIC-HOTELS.COM

EN MODA KONFERANS BAŞARIYLA TAMAMLANDI



Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD) tarafından bu yıl beşinci kez düzenlenen; 5. İstanbul Moda Hazır Giyim Konferansı; 3-4 Mayıs'ta, Haliç Kongre Merkezi'nde gerçekleşti. Konferans'ta dünyanın 38 önemli marka ve alıcılarıyla Türk imalatçıların buluştuğu toplantılarda; iki gün içinde alım gruplarıyla tedarikçiler arasında yaklaşık 3 bin görüşme gerçekleşti. 5. İstanbul Moda Hazır Giyim Konferansı'nın açılışını; T.C. Avrupa Birliği Bakanı ve Başmüzakereci Egemen Bağış'ın da katılımları ile Başbakan Recep Tayyip Erdoğan gerçekleştirdi. Açılış konuşmasında tekstil dünyasına seslenen Erdoğan; TGSD'ye, konferansa katılan ve katkı veren tüm kuruluşlara, konferansa yurtdışından katılarak destek veren herkese teşekkür etti. Son 12 aylık ihracat rakamlarının 138 milyar doları aşacağını ifade eden Erdoğan; "Bu başanda kuşkusuz tekstil ve hazır giyim sektörünün payı büyük. En fazla ihracat yapan sektör olarak tekstil ve hazır giyim sektörü Türkiye'nin büyümesinde en fazla katkı sağlayan sektörlerin başında yer alıyor. Nisan ayı rakamlarına göre AB ülkelerindeki kriz nedeniyle bu ülkelere yapılan ihracatta yüzde 18 oranındaki düşüşe karşın; bağımsız devletlere (yüzde 8), Orta Doğu'ya (yüzde 17), Afrika'ya (yüzde 43) yapılan ihracatta ciddi

artış yaşandı. Ülke bazında da Katar, Nijerya gibi ülkelere yapılan ihracat rekor seviyelere ulaştı" dedi. Erdoğan sözlerine şöyle devam etti; "Sektörle sürekli diyalog içinde olduğumuz 9,5 yıllık süre zarfında vergi, istihdam yükü gibi sorunlara ortak çözümler geliştirdik. Küresel rekabette ayakta kalabilmek ve gücümüzü muhafaza etmek için birlik içinde hareket ederek 2023 vizyonunu yakalayacağız." 30 ülkeden katılımcılarla, bu yılki konferansta 38 dünya markası ve alıcılarıyla Türk imalatçıların buluşturdıklarını ifade eden Negrin; "İhracatımız 2011 yılında 16 milyar dolar ile tüm zamanların zirvesine ulaşmıştır. 380 milyar dolarlık dünya hazır giyim ticaretinden aldığımız yüzde 4.25 pay ile 2011'de de dünya pazarlarında en yüksek paya sahip sektör olma ayrıcalığımızı sürdürmüş bulunuyoruz" şeklinde konuştu. Diğer yandan tekstil sektörü olarak istihdam ve özellikle kadın istihdamında ilk sırayı almaya devam etmekte olduklarına işaret eden Negrin, geçen yıldan bu yana sektörde kayıtlı 30.000 istihdam artışı sağlandığını söyledi. Negrin; "2013 için sözümüz sektör olarak 75bin kayıtlı istihdam artışı" dedi.

YENİ TTK SEMİNERLERİ DEVAM EDİYOR

İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Birol Sezer, Yeni Türk Ticaret Kanunu'nun yürürlüğe girecek olması dolayısıyla Yeni Türk Ticaret Kanunu (Yeni TTK) hakkında seminerler vermeye devam ediyor. 13 Mart tarihinde Dış Ticaret Kompleksi'nde İstanbul Denetim ve Kronos Danışmanlık Şirketleri "Yeni Türk Ticaret Kanunu'nun İş Hayatına ve Ekonomi Düzenine Getirdikleri" isimli bir seminer düzenlemişti. Moderatörlüğünü Sezer'in gerçekleştirdiği seminer bir hayli ses getirmişti. Yeni TTK hakkında İstanbul Denetim ve Kronos Danışmanlık Şirketleri, bir diğer semineri de 3 Mayıs tarihinde Osmanbey Tekstilci İşadamları Derneği'nde (OTİAD)'da gerçekleştirdi. Sezer'in moderatörlüğünde yapılan seminerde Kronos Danışmanlık Şirketi Temsilcileri Burcu Çapın ve Ali Tuncay da yer aldı. Yine oldukça yüksek katılım sağlanan ve ilgiyle takip edilen toplantıda, Türk Ticaret Kanunu ve yeni muhasebe standartları KOBİ - TFRS hakkında oldukça önemli ve yararlı bilgiler verildi.



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



TÜRK ŞİRKETLERİ İÇİN YURT DIŞINDAN GELEN KDV İADESİ

ÜLKEMİZDE FAALİYET GÖSTEREN YERLİ VE YABANCI ŞİRKETLER, YURTDIŞINDA KATILDIKLARI FUAR, SEMİNER VE SEMPOZYUMLARDA YAPTIKLARI BELİRLİ HARCAMALAR KARŞISINDA ÖDEDİKLERİ KDV'Yİ AMERİKA VE AVRUPA'DA 30 ÜLKEDE HİZMET VEREN İSVİÇRELİ CASH BACK FİRMASI'NIN ARACILIĞIYLA GERİ ALABİLECEKLER.


Yurtdışında gerçekleşen fuarlar, seminer ve sempozyumlarda boy göstermek ve burada hem sektörü hem de ülkemizi temsil etmek oldukça önem verilen bir konu olarak karşımıza çıkıyor. Yapılan katılımlarda firmaların birçok harcamaları oluyor. Bu tür organizasyonlara katılan firmalara Cash Back Türkiye tarafından, belirli harcamaların KDV iadesi yapılıyor. Cash Back Türkiye, 25 yıldır tüzel kişiler için KDV iadesi işini yapan, Amerika ve Avrupa'da 30'dan fazla ülkede ofisleri bulunan İsviçreli Cash Back firmasının distribütörü olarak konumlanıyor. Ülkemizde faaliyet gösteren yerli ve yabancı şirketler, yurtdışında katıldıkları fuar, seminer ve sempozyumlarda katılım ücretleri, eğitim ücretleri, otel ve konaklama ücretleri, otoban geçiş ve yakıt ücretleri, araba kiralama gibi hizmet giderlerini esas alarak, ödedikleri KDV'yi Cash Back firması aracılığıyla geri alabiliyorlar. Aralarında Avusturya, Belçika, Bosna

Hersek, Danimarka, Finlandiya, Fransa, Hırvatistan, Hollanda, İrlanda, İngiltere, İsrail, İsveç, İsviçre, İzlanda, Karadağ, Kanada, Lüksemburg, Malta, Monaco, Norveç, Romanya, Slovakya ve Slovenya'nın bulunduğu ülkeler Türk firmalarının hizmet karşılığında ödedikleri faturaların KDV'lerinin iadesi konusunda anlaşması olan ülkeler olarak dikkat çekiyor.

90 gün içerisinde sonuç alınıyor

Firmadan bu hizmeti almak için bir takım işlemlerin yapılması gerekiyor. Alınan hizmeti gösteren orjinal fatura, vergi levhası fotokopisi, vergi dairesi yazısı, vekaletname (Cash Back'in matbuu vekaletnamesi) gibi evrakların hazırlanıp başvuru yapıldıktan sonra Cash Back merkez ofisine gönderiliyor ve gerekli kontroller yaptıktan sonra KDV iadesinin yapılacağı ülkedeki vergi dairesine Cash Back ofisi tarafından başvuru yapılıyor. O ülkedeki vergi dairesi başvuru işlemlere koyuyor

ve bu işlem en fazla 90 gün içinde sonuçlanıyor. Sonucun olumlu olması taktirinde o ülkedeki vergi dairesi, Cash Back'in İsviçre'deki merkez ofisinin banka hesabına gerekli ödeme-yi yatırıyor. Ardından merkez ofisi Türkiye'deki şirketin hesabına, anlaşılan komisyon oranı düşürülerek, iade edilecek olan KDV miktarını transfer ediyor. Tüm bu işlemlerin ardından ise anlaşılan komisyon tutarı kadar fatura, şirkete gönderiliyor. KDV iadesi alınmış olan orijinal faturalar, şirkete iade ediliyor. Cash Back ile vergi iadesinden yararlanan şirketler arasında British American Tobacco, Siemens, Coca Cola, Ikea, Astra Zeneca, Atlas Copco, Danfos, Nestle, Tetra Pak, KPMG, Ernst & Jang, Nokia,

Philip Morris, Hewlett Packard, Porsche, IBM, Johnson & Johnson, Loreal, Volvo, Henkel, Swarovski, National bank of Abu Dhabi, Slovak Telekom, Telekom Srbija, T-Mobile, Vip Mobile, Telekom Bosne i Hercegovine, Motorola ve Unilever gibi dünya devleri bulunuyor. 

www.yurtdisikdviadesi.com



ÖNEMLİ BİR NOT

Çoğu ülkede KDV iadesi, talep edilen yıl bitiminden sonra 6 ay içinde sonlanıyor. 2011 yılı KDV iadesi için 30.06.2012. tarihine kadar başvuruda bulunulması zorunluluğu bulunuyor. KDV iadesi olumlu sonuçlanmazsa, firmalar bu işlemler için hiç bir bedel ödemiyor.

afaf

afaf
fermuar / düğme



444 20 61

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

COATS İPLİKTE 60. YILINI KUTLUYOR

1952 YILINDA TÜRKİYE'DE, SANTRAL DİKİŞ
İPLİK SANAYİİ UNVANI İLE J&P COATS
LİMİTED VE İSTANBUL GENEL DOKUMACILIK
ORTAKLIĞI İLE KURULAN COATS TÜRKİYE
İPLİK SANAYİİ, 60 YILI GERİDE BIRAKTI.

Ürünleri ile Türkiye iplik piyasasının önemli temsilcilerinden olan Coats, el emeğinin kıymetini bilen Türk halkı ve bilinçli sanayii yatırımcılarımızın kaliteye verdikleri önem sayesinde, hem el nakışı hem de konfeksiyon piyasasında 60 yıl boyunca oldukça önemli bir marka konumunu sürdürüyor. Anchor/Çapa, Drima Domino, Chain/Zincirli, Koban gibi markaların yaratıcısı olan Coats, küreselleşen dünya ortamında, 67 ülkede aynı ürün, kalite ve tek marka ile hizmet vermek üzere küresel altyapı oluşturma sürecini tamamladı. 250 yıllık Coats tecrübesinin en önemli parçalarından biri olarak Coats Türkiye, endüstriyel dikiş ipliğinde global markaları olan epic, dualduty, gral, gramax, tre cerchi, aptan, eloflex, seamsoft, terko satin ile Türkiye ve dünya konfeksiyon piyasasına kaliteli üründe öncülük yapmaya devam ediyor. 1952 yılından bugüne, Türkiye'de hazır giyim, yatak, mobilya, deri eşya, ayakkabı, otomotiv yan sanayii gibi çok sayıda sanayii kollarını

destekleyen, kaliteli ve çözüme yönelik ürün ve hizmetleri ile Coats Türkiye, sektörde olduğu her sene büyümeyi sürdürdü. Gelişen ve sürekli değişen global ticaret ve tedarik koşulları ortamında Coats Grubu, Türkiye'de yatırımlarını devam ettirerek Coats Türkiye'nin grup içinde Avrupa'nın tedarik merkezi ve aynı zamanda bir eğitim ve araştırma üssü haline gelmesini sağladı. Coats Türkiye, 900'e yakın çalışanı ile ürün kalitesi ve çevreye duyarlılık konularında özenli tutumunu sürdürüyor. Firma, entegre iplik üretim tesisinde, her tür hammaddeden, her kalınlıkta ve sınırsız renk seçeneği ile kaliteli dikiş ipliklerini üretiyor. Konfeksiyonda gelişen trendleri ve ihtiyaç duyulan malzemeleri çok yakından takip eden Coats, son yıllarda organik, geri kazanımlı, anti bakteriyel, su geçirmez, leke tutmaz ve super stretch, ütü ile yapışan iplikler gibi birçok yeni dikiş ipliği geliştiriyor ve ürünlerinin yanı sıra, dikiş teknikleri, doğru iplik seçimleri, verimlilik, iplik tüketim hesaplama gibi konularda ücret-

siz eğitimleri ile de müşterilerine hizmet veriyor. Sektörün eğitimli işgücü potansiyeline destek olmayı sorumluluk bilen firma, fakülte ve teknik lise konfeksiyon bölümlerine yönelik dikiş ipliği ve fermuar konulu seminerler düzenliyor.

Türk konfeksiyon sektörü itici güç

Coats Türkiye'nin bulunduğu konuma gelmesinde Türk konfeksiyon sektörünün itici gücü büyük önem taşıyor. Coats Türkiye, Coats Grup'ta EMEA olarak tanımlanan Avrupa-

Ortadoğu-Afrika bölgesinin en önemli üretim ve satış/pazarlama üslerinden birisi konumunda. 9 ülkede üretim, 32 ülkede aktif satış faaliyetleri yürütülen bu bölgede, Coats Türkiye tek başına tüm bölge satışının yüzde 20'si ile en yüksek ülke satışına sahip. Firma, küreselleşen dünya ticaret ve tedarik ortamında Türk konfeksiyon firmalarının, kaliteli ürünleri, dinamik tasarımları ve güvenilir iş anlayışları ile rekabet güçlerini korumasının yaratılan katma değeri yüksek ve teknoloji ile mümkün olacağına bilincinde. ❖





Üzerinize Sağlık

Sertex fitalatsız deri ürünleriyle “sağlığa zararlı” kelimesini hayatımızdan çıkarıyor. Dünya standartlarının çok ötesinde olan giyimlik teknik deri ürünleriyle geleceğe, doğaya ve yeni nesillere sağlıklı bir dünya bırakıyor.

Sizi ve sevdiklerinizi koruma altına alıyor.

TURQUALITY®

FLOKSER®
GROUP

www.sertex.com.tr

sertex®
Deri • Süet • Kumaş

Drifter

2013-2014 SONBAHAR KIŞ TRENDLERİ BELİRLENDİ

**COTTON
INCORPORATED
TREND FORECAST,
30 NISAN TARİHİNDE
BİR TOPLANTI
GERÇEKLEŞTİRDİ.
2013 – 2014 SONBAHAR
KIŞ TRENDLERİNİN
RENK, KUMAŞ VE
SİLÜETLERİNİN
ANLATILDIĞI
TOPLANTIDA KEŞİF,
HAM, TEPKİ, HIPNOTİK,
ÇİNGENE OLMAK
ÜZERE BEŞ BAŞLIK
BELİRLENDİ.**

Geçtiğimiz 18 sezondur olduğu gibi, 100'ün üstünde Türk tekstil ve hazır giyim endüstrisi ile alım ofislerinden üst düzey yönetici ve tasarımcıları 2013-2014 Sonbahar – Kış trendlerine

hakim olacak renk, kumaş ve silüetlere ilk bakışlarını atmak için 30 Nisan günü bir araya geldi. Yeni sezon trendleri geçmiş ve nostaljiden esinlenirken en soğuk ve çetin kış gününü bile ısıtacak zenginlikte renk ve desenleri ortaya koydu. Cotton Incorporated Trend Forecast'ın analizleri sonucunda belirlediği renkler, moda takipçilerinin ve tasarımcıların öngörülerinde büyük rol oynuyor. CCI 2013-2014 Sonbahar – Kış modasına damgasını vurmasını öngördüğü renkler ve duygular beş ana başlıkta toplandı.

Keşif/ Discovery

Alışılmışın dışındaki yüceliğin keşfine dalmamızı sağlayan aqua mavi ve yeşillerin zorlayıcı gücü. Gizemli mavi menekşe tonları ve dolgun morlar garip ve heybetli arasında gelip gidiyor. Merak hissimiz canlı turuncu ile ilgi çekerek gizli bir dünya uyandırmakta. Rafine yenilik hissi dolambaçlı palette ortaya çıkıyor.

Ham/ Raw

Hemen göze çarpmayan fakat içgüdüsel, güçlü ve hazırlıklı olan bu renkler hem şık hem de abartısız duruyor. Soft Cloud, Pink Sand ve Blush hafif ve havai hissi korurken hardal ve Hide derinlik ve boyutsallık katarken paleti daha pigmentli tonlarla topraklıyor. Bulanık ve tazeleyici bir şekilde tamamlanmamış olan bu tonlar kırılğanlık ve zamansızlık hislerini birlikte belirginleştiriyor.

Tepki/ Rebound

Renklerin enerji dolu ve ara sıra ortaya çıkan arsızca ve küstahça gürültülü arbedesi. Yenilenmiş kırmızı, beyaz ve mavi hiperaktif sarı ve yeşil ile aynı anda var oluyor. Ateşli pembe ifade yoğun ve pişmanlık içermeyen moda-yı anımsamamıza yol açıyor. Gururla uyanan sokak sanatı ve 90'ların hip-hop sahnesi, cesur renkler yeteneği ve şehir stilindeki yaratıcı tutkuyu simüle ediyor.

Hipnotik/ Hypnotic

Akil, beden ve ruhumuzun üstünde büyüleyici etkisi olan karanlık ve metotlu bir renk hikayesi. Renk katmanları karmaşık ve belirli; her ton pürüzsüzce bir diğerine geçiyor. Kahveleşen morlar, patlıcan ve cezir ile yarı saydam gri arasındaki akış; hepsi parlak ışıldayan morda aydınlanıyor. Renkten bir gece denizi; büyüleyici ve içine çekici.

Çingene/ Drifter

Göçebe ruh ile doğanın yabani güzelliğinin coşkulu evliliği. Yumuşak seftali, turuncu ve açık yeşilin elektrik patlaması ile karışıyor. Hararetli bir şekilde kızaran parlak renkler seyahat tutkusunu ateşlerken zamansız yeşil ve toprak kahvesi bizi doğaya dönmemiz için kıskırtıyor. Bu tutkulu renk hikayesine bir bakışta resim çekilmiş, yaşam tarzı kutlanmış ve özgürlük haz vermiş oluyor. ❖



❖ Toplantıda anlatılan trendler oldukça ilgiyle dinlendi.

KOLAYINA KAÇIN

Ürün Geliştirme ve Üretim Çözümlerimizi Keşfedin

Sade
Zengin
Detaylı



İhtiyacınız olan
ilgi, tecrübe
ve teknoloji

PolyPattern

Kalıp Tasarım, Serileme ve Otomatik Pastal
Yerleştirme Sistemi (CAD/CAM)

Daha hızlı, kontrollü ve hatasız çalışarak
zaman ve kumaş tasarrufu sağlayın,
modelhanenizi mükemmel kılın.

PolyOrganize

Ürün Yaşam Döngüsü Yönetimi
(PLM)

Model geliştirme süreçlerinizi daha
etkin hale getirerek hızlı ve görülebilir
performans artışı sağlayın.

www.polytropon.com



İHRACAT YILDIZLARININ BAŞARISI ÖDÜLLE TAÇLANDIRILDI

27 NİSAN TARİHİNDE LÜTFİ KIRDAR KONGRE SARAYI'NDA GERÇEKLEŞEN '2011 YILI BAŞARILI İHRACATÇILAR ÖDÜL TÖRENİ' GÖRKEMLİ BİR ŞEKİLDE GERÇEKLEŞTİ. KATILIMIN BİR HAYLI YÜKSEK OLDUĞU TÖRENDE, HAZIR GİYİM, TEKSTİL, DERİ VE HALI SEKTÖRLERİNDEN EN YÜKSEK İHRACATA İMZA ATAN 124 FİRMA ÖDÜLLENDİRİLDİ.

Ülkemizin en köklü ve önemli kuruluşları arasında yer alan İTKİB ailesi "2011 Yılı Başarılı İhracatçılar Ödül Töreni" nedeniyle yine biraradaydı. 27 Nisan tarihinde Lütfi Kırdar Kongre Sarayı'nda gerçekleştirilen gecede hazır giyim, tekstil, deri ve halı sektör temsilcileri oldukça heyecanlı anlar yaşadılar. Törende 2011 yılını başarılı bir performansla sonlandıran üretim ve ihracatta gösterilen performans ile ülke ekonomisine katkı sağlayan 124 firma ödül

almanın sevinci ve gururunu yaşadı. Geçtiğimiz yıl ise, toplamda 82 firma platin ve altın plaket almaya hak kazanmıştı.

İhracatçıların kaptanı Zafer Çağlayan

Ece Sükan'ın sunuculuğunu yaptığı gecede başarılı ihracatçılara ödülleri vermek için Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan, TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, İTHİB Başkanı İsmail Gülle, İDMİB Başkanı Lemi

Tolunay ve İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz sahnede yerlerini aldılar. Renkli anların sahnelendiği törende, İTKİB Koordinatör Başkanı Lemi Tolunay, Birlik başkanları adına, "İhracat gemisinin kaptanı" olarak tanımladıkları Çağlayan'a kaptan şapkası hediye etti. İhracatçıların kaptanı olarak nitelendirilen Çağlayan, aldığı şapka karşısında duygulu anlar yaşayarak, "Aldığım şapka ihracatçılarımızla dünyanın dört bir yanını dolaşmanın güzel bir simgesi oldu. Hayatımda ilk kez

gemi kaptanı şapkası alıyorum ve ilk kez böyle bir şapka takıyorum. Ancak mürettebatsız kaptan olmaz. Kaptan, ekibiyle birlikte anlamlı olur. İhracatta yaşadığımız bu başarıda tüm ihracatçıların katkısı büyük. Ben bu gecede ülkenin bölünmezliğinden ayrılmayan, ülkemizi ay yıldız altında başarıyla temsil eden ihracatçılarımızı kutluyorum" diyerek sözlerini noktaladı. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Müsteşarı Ziya Altunyaldız ve Ekonomi Bakanlığı Müsteşar

Yardımcısı İbrahim Şenel ve CHP Milletvekili Umut Oran da törene katılan önemli isimler arasında yer aldı. Gecede TİM Başkanı ve İTKİB Başkanları Hedef Dergisi'ne görüşlerini açıkladı. Büyükeksi, "İTKİB bünyesindeki firmalarımız 2011 yılında toplam 20 milyar dolara yakın ihracat gerçekleştirdiler. 2011 yılında Türkiye'nin; hazır giyim ve konfeksiyon İhracatı 15 milyar 664 milyon dolar, tekstil ve hammaddeleri ihracatı 7 milyar 709 milyon dolar, deri ve deri mamulleri ihracatı 1 milyar 262 milyon dolar, halı ve yer kaplamaları ihracatı 1 milyar 601 milyon dolar olarak gerçekleşti. TİM olarak 2012 yılında 50 bini aşkın ihracatçımızdan aldığımız güçle 150 milyar dolar ihracat yapmayı hedefliyoruz. Hedeflerimizi sizlerden ve ülkemizden aldığımız güçle planlıyoruz." şeklinde düşüncelerini ifade etti.

"İhracat ekonominin can damarı"

İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi "16 milyar doların üzerinde ihracat, yüz binlerce çalışan, 13 milyar dolar net ihracat fazlası... Türk hazır giyim sektörünün başarı karnesini bu üç rakam çok net ifade ediyor. Türk hazır giyim sektörü olarak moda yaratmak, hızlı ve esnek olmak gibi bir zorunluluğumuz var. Bunu da hayata geçirecek

olan sizlersiniz. Biz hedeflerinize ulaşabilmek için İHKİB Yönetim Kurulu olarak emrinizdeyiz. Fuar organizasyonları, ticaret heyetleri, pazar araştırmaları, maliyetlerimizi düşürecek çalışma, eğitim ve sertifikasyon programları, teknik çalışmalar ve benzeri çalışmalarını sizler için yapıyoruz. İçine birazcık da sevgi katarak sizlere hizmet ediyoruz. Ödül alan arkadaşlarımızı kutluyorum" şeklinde düşüncelerini ifade etti. İTHİB



Ferhat Göçer, gecenin sonunda şarkılarıyla misafirlere keyifli anlar yaşattı.



Ece Sükan gecenin sunuculuğunu üstlendi.

Başkanı İsmail Güllü ise "İTKİB'in temsil ettiği dört sektör, binlerce firma, milyonlarca çalışan anlamına geliyor. Ama bu dört büyük sektör gerektiğinde tek bir vücut gibi hareket edebiliyor. Bunun kıymetini bilmek ve asıl bunu takdir etmek gerekiyor. Önümüzde büyük bir hedef var. Şunun şurasında

2023'e 11 yıl kaldı. Görüyoruz ki siz de giderek hızlanıyor, tempoyu giderek artırıyorsunuz. Biz yıllardır büyük iddialara, güçlü rekabete alışkiniz. Görüyoruz ki siz de heyecanınızdan zerre kaybetmediniz. İyi ki varsınız, iyi ki bu kadar koşuyoruz" şeklinde konuştu. İDMİB Başkanı Lemi Tolunay, ihracatı ülke

ekonominin can damarı, ihracatçının elde ettiği döviz ise ekonominin can suyu olarak tanımladı. "İTKİB olarak, son derece önemseydiğimiz 'Başarılı İhracatçılar Ödül Töreni' ile bu gece hem sektörlerimizin performanslarını vurguluyor hem de bu performansa en büyük katkıyı veren firmaların hakkını teslim etmiş oluyoruz. Türk derisi, uluslararası platformda artık marka konumuna geldi. Dünya fuarlarında aranan ülke olmayı başardık. Tüm bunlar, Türk deri ve deri ürünlerinin ihracatı için gerekli faktörler" diyerek görüşlerini ifade etti. İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz da "Halı, deri, tekstil ve konfeksiyon sektörlerinin oluşturduğu İTKİB'in başarısı, sadece ihracat performansı ile sınırlı değildir. Sektörümüz tüm ekonomik konjoktür baskısına rağmen yeni bir canlanma dönemine girmiştir. Almanya'da 22 yıldır katıldığımız Domoteks Halı ve Yer Kaplamaları Fuarı'nda en fazla firma katılımı ile en fazla alan kaplayan Türk halı sektörü son 3 senedir birinciliği elinde bulunduyor. 2023 yılında 500 milyar dolar hedefine ulaşma başarısının keyfini inşallah hep birlikte el ele kutlayacağız. Tüm meslektaşlarımızı tüm İTKİB üyelerini kutluyorum. Bugün bir adım öne çıkanlar burada ödülleri alırken bizler hem sektörümüz hem de ülkemiz adına onlarla gurur duyacağız" şeklinde konuştu.



HAZIR GİYİMİN BAŞARI TABLOSU



Törende hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe 2011 yılında yüksek ihracat performansı sergileyen 47 firma, platin plakete hak kazandı. Hedef Dergisi'ne konuşan İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi "Son üç yıl tüm dünya için gerçekten çok zorlu geçti. Avrupa'dan Amerika'ya, Asya'dan Afrika'ya dünyanın dörtte üçünün ekonomik krizi yaşadığı bir ortamda, 100 milyar dolarların altına düşen ihracatımızı iki yıl gibi kısa bir sürede yeniden 136 milyar dolara çıkardık" şeklinde görüşlerini bildirdi. 50 milyon dolar ve üzerinde ihracat yapan firmalar platin; 20-50 milyon dolar arasında ihracat yapan firmalar altın; 10-20 milyon dolar arasında ihracat yapan firmalar gümüş; 2 milyon 500 bin-10 milyon dolar arasında ihracat yapan firmalar bronzplakete aldı. Gecede imalatçı-ihracatçı firmalar kategorisinde 47 firma platin, 141 firma altın, 192 firma gümüş, 688 firma bronz, 1.096 firma da başarı sertifikası ile ödüllendirildi.



PLATİN ÖDÜL KAZANAN HAZIR GİYİM FİRMALARI

- | | | | | | |
|----|-----------------------------|----|---------------------------------|----|---------------------------|
| 1 | ONGAN TEKSTİL A.Ş. | 17 | BEKS ÇORAP VE İÇ GİYİM A.Ş. | 33 | MEDİT TEKSTİL LTD. ŞTİ. |
| 2 | İPEK TEKSTİL A.Ş. | 18 | ERAK TEKSTİL LTD. ŞTİ. | 34 | ATK TEKSTİL A.Ş. |
| 3 | HEY DIŞ TİCARET A.Ş. | 19 | ÖZAK TEKSTİL A.Ş. | 35 | TAHA TEKSTİL A.Ş. |
| 4 | ŞIK MAKAS A.Ş. | 20 | GELAL ÇORAP A.Ş. | 36 | EKSPRES TEKSTİL LTD. ŞTİ. |
| 5 | HEY TEKSTİL A.Ş. | 21 | TAYPA TEKSTİL A.Ş. | 37 | FALCON TEKSTİL A.Ş. |
| 6 | ERPA HAZIR GİYİM A.Ş. | 22 | İMTEKS GİYİM A.Ş. | 38 | INTERSOURCE TEKSTİL A.Ş. |
| 7 | BEYPA DIŞ TİCARET A.Ş. | 23 | NAZ DIŞ TİCARET A.Ş. | 39 | YILTEKS A.Ş. |
| 8 | REAL A.Ş. | 24 | URŞAN KONFEKSİYON LTD. ŞTİ. | 40 | DEBATEKS TEKSTİL LTD.ŞTİ. |
| 9 | LEVİ STRAUSS İSTANBUL A.Ş. | 25 | HİSAR GİYİM LTD. ŞTİ. | 41 | EROĞLU GİYİM A.Ş. |
| 10 | REALKOM TEKSTİL A.Ş. | 26 | BONY TEKSTİL A.Ş. | 42 | YILTEM KONFEKSİYON A.Ş. |
| 11 | YENİ DÜNYA TEKSTİL A.Ş. | 27 | EDA DIŞ TİCARET VE TEKSTİL A.Ş. | 43 | ACT TEKSTİL A.Ş. |
| 12 | CROSS TEKSTİL A.Ş. | 28 | KARDEM TEKSTİL A.Ş. | 44 | RİMAKS TEKSTİL A.Ş. |
| 13 | BAYKANLAR TEKSTİL LTD. ŞTİ. | 29 | TANER TRİKO A.Ş. | 45 | HAMARATLI TEKSTİL A.Ş. |
| 14 | ÇAK TEKSTİL A.Ş. | 30 | ÖR-MA TEKSTİL A.Ş. | 46 | AYTİM TEKSTİL A.Ş. |
| 15 | VENÜS GİYİM A.Ş. | 31 | RE GRUP TEKSTİL A.Ş. | 47 | SAİDE TEKSTİL A.Ş. |
| 16 | ERAK GİYİM A.Ş. | 32 | EFES TEKSTİL LTD. ŞTİ. | | |

TEKSTİLİN YILDIZLARI



Geçtiğimiz yılda tekstil sektöründe imalatçı-ihracatçı firma kategorisinde 19 firmanın platin ödül kazandığı törende, bu yıl 40 firma platin ödül kazandı. Bu kategoride ödül alan birinci firmanın ismi ise geçen yıl olduğu gibi Aksa Akrilik Kimya Sanayi oldu. Törende platin ödüllerin yanı sıra 78 firma altın, 106 firma gümüş, 411 firma bronz, 245 firma da başarı sertifikası almaya hak kazandı. İTKİB Başkanı İsmail Güllü Hedef Dergisi'ne düşüncelerini şu şekilde ifade etti: "Türkiye'nin nüfusu 70 milyonu, dünyanın nüfusu 7 milyarı aştı. Dünyada ekonomik ve siyasi sınırlar eski önemini kaybetti. Ekolojik sorunlar, insan sağlığı ve çevre bilinci gibi yepyeni talep ve standartlar hayatımıza girdi. Dünya bu hızla değişirken biz bir adım geri kalmadık, hatta hep bir adım önde olma iddiamızı koruduk. Bunlar tek başına ihracat rakamlarından daha anlamlı ve daha büyük başarılarıdır. İTKİB'in temsil ettiği dört sektör, binlerce firma, milyonlarca çalışan anlamına geliyor. Ama bu dört büyük sektör gerektiğinde tek bir vücut gibi hareket edebiliyor; bunu takdir etmek gerekiyor."



PLATİN ÖDÜL KAZANAN TEKSTİL FİRMALARI

- | | | | | | |
|----|-----------------------------|----|----------------------------|----|--------------------------------|
| 1 | AKSA AKRİLİK A.Ş. | 15 | TGS DIŞ TİCARET A.Ş. | 29 | CESUR AMBALAJ A.Ş. |
| 2 | AK-PA TEKSTİL A.Ş. | 16 | KASAR VE DUAL TEKSTİL A.Ş. | 30 | ÜNVER TEKSTİL LTD. ŞTİ. |
| 3 | KORDSA GLOBAL ENDÜSTRİ A.Ş. | 17 | GSD DIŞ TİCARET A.Ş. | 31 | KERİM ÖRME KUMAŞ LTD. ŞTİ. |
| 4 | ZORLUTEKS TEKSTİL A.Ş. | 18 | KİMTEKS A.Ş. | 32 | FLOKSER TEKSTİL DIŞ. TİC. A.Ş. |
| 5 | ZORLU DIŞ TİCARET A.Ş. | 19 | GÖZEK TEKSTİL A.Ş. | 33 | OĞUZ TEKSTİL A.Ş. |
| 6 | SUNJÜT SUNİ JÜT SANAYİ A.Ş. | 20 | DENİZ EKSPORT LTD.ŞTİ. | 34 | ALTINYILDIZ MENSUCAT A.Ş. |
| 7 | ORTA ANADOLU A.Ş. | 21 | GAP GÜNEYDOĞU A.Ş. | 35 | DOĞAN TEKSTİL LTD. ŞTİ. |
| 8 | BOSSA A.Ş. | 22 | BAYDEMİRLER TEKSTİL A.Ş. | 36 | BAHARİYE MENSUCAT A.Ş. |
| 9 | YÜNSA A.Ş. | 23 | SEPA MENSUCAT A.Ş. | 37 | HYOSUNG İSTANBUL LTD.ŞTİ. |
| 10 | KADİFE TEKS A.Ş. | 24 | İPEK İDROFİL PAMUK A.Ş. | 38 | GÜLLE ENTEGRE A.Ş. |
| 11 | ÜNSA AMBALAJ A.Ş. | 25 | AYDIN MENSUCAT A.Ş. | 39 | BAHARİYE TEKSTİL A.Ş. |
| 12 | ORMO YÜN İPLİK A.Ş. | 26 | AYDIN TEKSTİL A.Ş. | 40 | BTD TEKSTİL A.Ş. |
| 13 | KETS TEKSTİL A.Ş. | 27 | FLOKSER TEKSTİL A.Ş. | | |
| 14 | ORMO İTH. İHR. A.Ş. | 28 | TORAMAN TEKSTİL LTD.ŞTİ. | | |

DERİ SEKTÖRÜNÜN ONUR GECESİ



Gecede, deri ve deri mamulleri sektöründe 7 firma platin plaket ile ödüllendirildi. Bunlardan Desa Deri, Matraş Deri, Aydınli Deri, Gezer Ayakkabı, Punto Deri, DSD Deri Sanayicileri Dış. Tic. A.Ş. ve GSD Dış Tic. A.Ş. platin ödülün sahibi olurken, 11 firma altın, 25 firma gümüş, 131 firma bronz ve 94 firma da başarı sertifikası aldı. Yaptığı konuşmada deri sektöründe eğitim, inovasyon ve Ar-Ge'nin de büyük önem kazandığını vurgulayan İDMİB Başkanı Lemi Tolunay "Okullarımız, meslek liselerimiz, yüksek okullarımız ve deri mühendisliği bölümlerimizle eğitimde uzman bir altyapıya sahibiz. Deri ürünleri tasarım yarışmaları yapıyoruz ve sektörün geleceği olan gençlerimize destek veriyoruz. Tasarım ve inovasyonda rakiplerimizi geride bırakmayı başardık. Tüm bunların ışığında, Cumhuriyetimizin kuruluşununun 100'üncü yılı olan 2023'te sektör adına 5.2 milyar dolar ihracat yapmayı planladık ve bunun stratejisini oluşturduk" diye konuştu.

PLATİN ÖDÜL KAZANAN DERİ FİRMALARI

- 1 DESA DERİ A.Ş.
- 2 MATRAŞ DERİ A.Ş.
- 3 AYDINLI DERİ A.Ş.
- 4 GEZER AYAKKABI A.Ş.
- 5 PUNTO DERİ LTD.ŞTİ

ALTIN ÖDÜL KAZANAN DERİ FİRMALARI

- 1 ŞEN DERİ A.Ş.
- 2 ORJİN DERİ A.Ş.
- 3 BİLGİN TEKS. DERİ LTD.ŞTİ
- 4 VİZYON DERİ A.Ş.
- 5 SÜED MOD DERİCİLİK LTD.ŞTİ
- 6 MRM KONFEKSİYON A.Ş.
- 7 VERONA DERİ GİYİM.SAN LTD ŞTİ
- 8 ALDERİ TİC. LTD.ŞTİ
- 9 ULAŞ-CAN DERİ LTD.ŞTİ.
- 10 HİPERBOL DERİ A.Ş.
- 11 TREXTA TR DERİ A.Ş.

PLATİN ÖDÜL KAZANAN DIŞ TİCARET ŞİRKETLERİ DERİ FİRMALARI

- 1 DSD DERİ SANAYİCİLERİ DİŞ. TİC. A.Ş.
- 2 GSD DİŞ TİC. A.Ş.



HALININ BAŞARI LİSTESİ



2011 yılında başarılı ihracat rakamlarına imza atan ve ekonomiye önemli katkılar sağlayan Türk firmalarının ödüllendirildiği törende halı sektöründe 11 firma platin plaket almaya hak kazandı. Dinarsu İmalat A.Ş.'nin birinci olduğu platin kategorisinde DTY Detay Turizm A.Ş. ikinci, Dinarsu Halı A.Ş. üçüncü oldu. Bunların yanı sıra törende 16 firma altın plaket alırken, 29 firma da gümüş plaket ile ödüllendirildi. İHKİB Başkanı İbrahim Yılmaz görüşlerini şöyle ifade etti: "Bu güzel gece vesileyle, halı ihracatçıları birliğinin performansında bahsetmek istiyorum. 2011 yılını yüzde 27'lik ihracat artışıyla 1 milyar 630 milyon dolar ile kapatan sektör, son 4 ayda yüzde 37'lik artış oranı il yoluna devam ediyor. Türkiye genel ihracatının üzerinde olan bu performans, özellikle son 5 yılda halıcılık sektörü ana pazarların yanında yeni pazarlar ekleyerek üretim yanına yeni pazarlar ekleyerek üretim süreçlerinde ve ürünlerinde katma değer süreçlerinde ve ürünlerinde katma değeri artırarak bu başarıya ulaşmıştır. Tüm İHKİB üyelerini, tüm meslektaşlarımı kutluyorum, onlar zor olanı başardılar."



PLATİN ÖDÜL KAZANAN HALI FİRMALARI

- 1 DİNARSU İMALAT A.Ş.
- 2 DTY DETAY A.Ş.
- 3 DİNARSU HALI A.Ş.
- 4 SOFİTEKS A.Ş.
- 5 ÇINAR HALICILIK A.Ş.
- 6 SENTEZ TURZ. A.Ş.
- 7 LADİK HALICILIK A.Ş.
- 8 ALTIN İPLİK DERİ LTD. ŞTİ.
- 9 CEYHAN TEKSTİL LTD.ŞTİ
- 10 NURTEKS HALI A.Ş.
- 11 NRT A.Ş.

ALTIN ÖDÜL KAZANAN HALI FİRMALARI

- 1 ÜRGÜP HADOSAN A.Ş.
- 2 TURKUVAZ HALI LTD.ŞTİ.
- 3 A-R HALICILIK AŞ.
- 4 BAHARIYE MENSUCAT A.Ş
- 5 BAHARIYE TEKSTİL A.Ş.
- 6 STEP HALICILIK A.Ş.
- 7 TAFT-EL TAFTİNG A.Ş.
- 8 EDENTURİZM A.Ş.
- 9 AYDIN TEKSTİL A.Ş
- 10 AYDIN MENSUCAT A.Ş.
- 11 DENKAP TURİZM LTD.ŞTİ.
- 12 SARAY HALI A.Ş
- 13 BATI TURİZM TEKSTİL A.Ş.
- 14 AGA CAN LTD.ŞTİ.
- 15 IŞIK KADİFE VE TEKSTİL LTD.ŞTİ.
- 16 IŞIK KADİFE LTD.ŞTİ.

DIŞ TİCARET ŞİRKETLERİ SAHNEDE



İmalatçı firmalarla birlikte "Dış Ticaret Sermaye Şirketleri" de ödül almak için sahneyeydi. Törende 8 dış ticaret firmasının platin ödül kazandığı törende 1 firma gümüş ve 3 firma da bronz sertifika aldı. Hazır giyim kategorisinde platin plaket kazanan birinci firma GSD Dış Tic. A.Ş., ikinci firma TGS Dış Tic. A.Ş., üçüncü firma ise Birgi Birleşik A.Ş. olarak sıralandı.



PLATİN ÖDÜL KAZANAN DIŞ TİCARET ŞİRKETİ HAZIR GİYİM FİRMALARI

- | | | | |
|---|-------------------------------|---|------------------------------------|
| 1 | GSD DIŞ TİC. A.Ş. | 5 | TÜRKMEN GRUP A.Ş. |
| 2 | TGS DIŞ TİC. A.Ş. | 6 | İLERİ GİYİM VE SAN. DIŞ. TİC. A.Ş. |
| 3 | BİRGİ BİRLEŞİK A.Ş. | 7 | PERGAMON STATUS A.Ş. |
| 4 | TAHA PAZ. VE MAĞAZACILIK A.Ş. | 8 | ETİK DIŞ TİC. VE PAZ. A.Ş. |

BÜTÜN İTKİB AİLESİ BİRARADA



KANAAT ÖNDERLERİ 15. AVRASYA EKONOMİ ZİRVESİ'NDE BULUŞTU



MARMARA GRUBU STRATEJİK VE SOSYAL ARAŞTIRMALAR VAKFI, KURULUŞU TARAFINDAN HAZIRLANAN 15. AVRASYA EKONOMİ ZİRVESİ İSTANBUL VE İZMİR'DE GERÇEKLEŞTİ. 11 NİSAN TARİHİNDE ZİRVEDE BİR KONUŞMA GERÇEKLEŞTİREN İHKİB YÖNETİM KURULU BAŞKANI HİKMET TANRIVERDİ, HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNÜN VİZYONU HAKKINDA KATILIMCILARA BİLGİ VERDİ.

Marmara Grubu Vakfı tarafından geleneksel olarak düzenlenen Avrasya Ekonomi Zirvesi toplantıları, bu yıl İstanbul ve İzmir'i kapsayacak şekilde genişletildi. 10-12 Nisan tarihleri arasında gerçekleşen 15. Avrasya Ekonomi Zirvesi'nin bir bölümü İstanbul'da Avrupa Birliği Bakanı ve Baş Müzakereci Egemen Bağış ile TBMM Başkanı Cemil Çiçek'in katılımlarıyla Lütfi Kırdar Kongre Merkezi'nde gerçekleşti. İkinci bölümü ise Swiss Otel Grand Efes'te gerçekleştirilen zirvede, tüm dünyadan kanaat önderleri yer aldı. Yaklaşık 50 ülkeden Cumhurbaşkanları,

Başbakanlar ve Bakanların da yer aldığı 200'ün üzerinde davetli, iki gün devam eden Zirve'de ekonomi, siyaset, kadın hakları ve toplumsal sorunlarla alakalı toplantılar gerçekleştirildiler. İstanbul The Ritz-Carlton Hotel'de iş ve cemiyet hayatından birçok davetlinin katıldığı açılış gecesinde İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Tanrıverdi, İHKİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı ve TİM Başkan Vekili Ahmet Akbalık, İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri Birol Sezer, Nilgün Özdemir, Cem Kaprol, Jale Tuncel, Cem Altan, Ümit Özüren, İTKİB Genel Sekreteri Selçuk Gökart ve İTKİB Genel

Sekreter Yardımcısı Cemal Bayazıt geceye katılan isimler arasında yer aldı. İHKİB'in Zirve'ye yaptığı katkılardan dolayı sahneye çağırılan İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Tanrıverdi bir konuşma yaptı ve kendisine bir hediye takdim edildi. Ayrıca açılış gecesinde moda tasarımcısı Mehtap Elaidi İHKİB'in desteğiyle "Rağmen" isimli koleksiyonunu sunarak, geceye renk kattı. Uğurkan Erez'in koreografisini yaptığı defilenin podyumunda İstanbul Fashion Week'ten de hatırlayabileceğiniz Didem Soydan, Deniz Pulaş, Sinem Sülün, Ecehan Epçim, Ezgi Bozkurt ve birçok manken yürüdü. Defilenin

ardından 2011 yılı Eurovision birincisi Azerbaycanlı Nigar ve Eldar'ın verdiği konserle gece devam eden gece, diğer bir Azerbaycanlı ses sanatçısının seslendirdiği şarkılarla sona erdi.

Tasarlayan üreten ve pazarlayan bir Türkiye

Avrupa Birliği Bakanı ve Baş müzakereci Egemen Bağış ile TBMM Başkanı Cemil Çiçek'in katılımlarıyla Lütfi Kırdar Kongre Merkezi'nde gerçekleşen zirvenin ikinci gününde bir konuşma yapan İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi "50 katılımcı ülke ile bugün bir bakıma Birleşmiş Milletler'in dörtte biri ile aynı çatı altında bulunuyo-

ruz. Bu ülkemiz, ekonomimiz ve Marmara Grubu Vakfı adına gerçekten gurur duyulması gereken bir ayrıntı. İHKİB olarak geçmişte olduğu gibi 15. Avrasya Ekonomi Zirvesi'ne bugün de destek veriyoruz. Dün gece ünlü moda tasarımcımız Mehtap Elaidi düzenlediği defile ile Türkiye'nin tasarım gücünü sergiledi. Bunu İstanbul Fashion Week'te çok daha geniş bir platformda global pazarların dikkatine sunuyoruz" dedi. Türk hazır giyim sektörü olarak son çeyrek asırda yakalanan ivmenin, onca yıl geçmesine rağmen Türkiye'de hiçbir sektörün yakalayamadığını belirten Tanrıverdi, "Tasarlayan, üreten, pazarlayan bir başka ifadeyle dünya moda endüstrisine yön veren Türkiye için elde edilen bu başarılar eminim benim gibi sizleri de tatmin etmiyor. Türk hazır giyim sektörü Avrupa'nın



İHKİB'in Zirve'ye yaptığı katkılardan dolayı İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Tanrıverdi'ye hediye takdim edildi.

gelişmiş ülkelerini kapsayan geleneksel pazarların yanı sıra alternatif pazarlar da yaratmak zorunda. Rekabetin, fiyat tutturmanın her geçen gün daha da zorlaştığı günümüzde kendimize

yeni kanallar açmalıyız" şeklinde konuştu. "Değişen uluslararası ekonomik dengeler sonucunda ülkemizin ve İstanbul'un parlak bir gelecek vaat etmesi bizi çok daha geniş bir vizyona

yöneltiliyor. Türkiye 180'in üzerinde ülkeye az ya da çok hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı yapıyor. Ancak, bu ihracatın dolar bazında yüzde 80'ini AB ülkelerine gerçekleştiriyoruz.





Çeşitli nedenlerden dolayı AB pazarlarındaki daralma eğilimini telafi etmek için, alternatif pazarların yaratılması son derece önemli bir konu olarak sektörün karşısında duruyor. Yılbaşından bu yana rakamlara baktığımızda en fazla ihracat yapılan 10 ülkenin 6'sında ihracat düşüşleri olduğunu görüyoruz. Hazır giyimde en çok ürün sattığımız Almanya'ya yapılan ihracatta yılın Ocak-Mart döneminde yüzde 12,3'lük bir düşüş var. Benzer şekilde Fransa'da yüzde 12,8, Belçika'da ise yüzde 10,2'lik ihracat kayıpları söz konusu" dedi. Bu durumun farklı oranlarda da olsa diğer geleneksel pazarlar için de geçerli olduğunu belirten Tanrıverdi, "Zirveye katılan

ülkelere baktığımızda ihracatımızın yüzde 100'lere varan oranlarda arttığını görüyoruz. Suudi Arabistan, Kazakistan, Birleşik Arap Emirlikleri ve Mısır'ı, 2012 yılının Ocak-Mart döneminde hazır giyim ve konfeksiyon ihracatında dikkate değer ihracat artışı sağlanan pazarlar olarak sayabiliriz. Belki bugün için ihracat rakamları çok tatmin edici görünmese de bu yeni pazarlardan Türkiye adına iyi ticari sonuçlar alacağımıza inanıyorum. Yeni kapılar açmanın, o yoksa yeni yollar inşa etmenin burada bulunan herkesin görevi olduğunu düşünüyorum. Doğuyla batının bir sentezini oluşturmak ve buna uyumlu ekonomik iklimi yaratmakla bu yollar işlerlik kazanır.

Yıllardır "az gelişmiş veya gelişmekte olan" nitelendirmeleriyle Türkiye ve interlandındaki ülkeler üzerinden zenginleşen Batı'nın bugün içinde bulunduğu durum, şu anda bu masanın etrafında toplanan ülkeler için ders niteliğinde olmalıdır" dedi.

Tanrıverdi, "Zirveye katılan ülkelerin ekonomik ilişkilerini canlandırılmaları, karşılıklı kazanç temeline oturan işbirliklerini geliştirmeleri, Avrasya coğrafyasına daha fazla zenginliği, siyasal huzuru,

barışı ve beraberinde güzel yarınları getirecektir" diyerek sözlerini sonlandırdı. Zirve ekonomi, enerji verimliliği, sürdürülebilir kalkınma, işsizlik oranı gibi birçok önemli konuya yatırıldığı Zirve, başarıyla tamamlandı. ❖



Elaid'in açılış geçesinde sergilediği "Rağmen" koleksiyonu geceye renk kattı.

Sektörün tek fuarı!

trikonfeX

2.TRİKO, TRİKO İPLİĞİ, KONFEKSİYON VE
TEKNOLOJİLERİ FUARI

2.TRICOT, TRICOT YARN, CLOTHING AND TECHNOLOGIES FAIR

21-24 HAZİRAN/JUNE 2012

Ziyaret Saatleri/Visiting Hours: 11.00-19.00

Düzenleyen / Organizer



www.akort.com
Tel: +90342.2200877



Ortadoğu Fuar Merkezi
Fair Ground

GAZİANTEP / TÜRKİYE

GAP SHOES 2012

15.Ayakkabı, Terlik, Saraciyeye ve Yan Sanayi Fuarı
15th Footwear, Slipper, Saddlery and Footwear Industry Suppliers Fair

05-08 TEMMUZ / JULY

Ziyaret Saatleri/Visiting Hours: 10.00-19.00

Düzenleyen / Organizer



www.akort.com
Tel: +90342.2200877



YENİ TEŞVİK SİSTEMİ NELER GETİRİYOR?

**BAŞBAKAN ERDOĞAN
YERLİ VE YABANCI
YATIRIMCILARIN
MERAKLA BEKLEDİĞİ
TEŞVİK PAKETİNİ 5
NİSAN'DA AÇIKLADI.
4 ANA BİLEŞENDEN
OLUŞAN SİSTEME GÖRE
TÜRKİYE 6 BÖLGEYE
AYRILACAK. YATIRIMIN
HANGİ BİLEŞENDE
YER ALDIĞINA,
BÜYÜKLÜĞÜNE VE
BÖLGEYE GÖRE FARKLI
TEŞVİKLER SÖZ
KONUSU OLACAK. YENİ
TEŞVİK SİSTEMİ, 1
OCAK 2012 TARİHİNDEN
İTİBAREN UYGULAMAYA
KONULACAK.**

Başbakan Recep Tayyip Erdoğan, 5 Nisan tarihinde tüm Türkiye ekonomisini oldukça yakından ilgilendiren yeni teşvik paketini açıkladı. Konuyla ilgili olarak geçtiğimiz günlerde Ankara'da bir basın toplantısı yapıldı. Başbakan Erdoğan toplantıda, Türkiye ve dünyadaki yeni gelişmelerin ışığında hazırladığı



belirtilen yeni teşvik sistemi için belirli bölgelere, belli zümrelere, belli çevrelere değil, tüm Türkiye'ye hitap edecek bir teşvik anlayışını hakim kıldıklarını vurguladı. 2023'e yürüyen bir ülke olarak, bu yeni teşvik sisteminin ülke genelinde yatırımı daha da özendirceğini belirten Erdoğan, yeni teşvik sisteminin yatırımları daha da özendirceğini dile getirdi. Erdoğan, yeni teşvik sistemi hazırlanırken TOBB, TİM ve YASED önde olmak üzere ilgili bütün sivil toplum kuruluşlarıyla, birliklerle, derneklerle, bireysel yatırımcılarla yoğun istişarelerde bulduklarını belirtti. İlgili tüm bakanlıkların yeni sistem üzerinde koordineli bir şekilde çalıştığını sözlerine ekledi. 2002 yılında, toplam yatırım miktarı 59 milyar lira iken, 2011 sonunda bu miktarın, yaklaşık 5 kat artışla 283 milyar liraya çıktığını açıklayan Erdoğan, özel sektör yatırımlarının da aynı

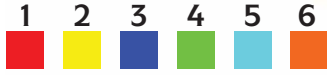
dönemde 43 milyar liradan 235 milyar liraya yükseldiğini bildirdi. Ortaya konulan hedeflere ulaşıldığını bildiren Erdoğan, 2009 yılının Temmuz ayından bu yana mevcut teşvik uygulaması kapsamında 11 bin 382 adet teşvik belgesinin düzenlendiğini söyledi. Konuşmasında yeni teşvik sisteminin temel hedeflerini açıklayan Erdoğan, bu yeni sistemle, cari açığın azaltılması amacıyla, ithalat bağımlılığı yüksek olan ara malı ve ürünlerin, ülkemizde yatırım ve üretiminin artırılmasını hedeflediklerini ifade etti. En az gelişmiş bölgelere sağlanan yatırım desteklerinin artırılmasını, bölgesel gelişmişlik farklılıklarının giderilmesini, destek unsurlarının etkinliğinin artırılmasını, kümelenme faaliyetlerinin özellikle desteklenmesini, teknolojik dönüşümü sağlayacak yüksek ve orta yüksek teknoloji içeren yatırımların artmasını da hedeflediklerini sözlerine ekledi.

“6. bölgeye pozitif ayrımcılık yapıyoruz”

Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan ise yeni teşvik sistemiyle ilgili olarak, getirdikleri yeniliklerden birinin yatırımların 6. bölgeye yönlendirilmesi olduğunu belirtti ve özellikle bu bölgede gerçekleştirilecek yatırımların, yeni sistem kapsamında daha avantajlı koşullarla destekleneceğini ifade etti. İşgücü maliyetlerini azalttıklarını, finansman imkanlarını artırdıklarını dile getiren Çağlayan, sektörlerin kapsamını genişlettiklerini ve 6. bölgeye pozitif ayrımcılık yaptıklarını belirtti. TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi de konuyla ilgili olarak yazılı açıklamasında yeni teşvik sistemini olumlu bulduklarını sistemi Türkiye sanayisinin ihtiyaç duyduğu teknolojik dönüşüm süreci için ateşleyici bir etki yapacağına, uygulamaya konulan il bazlı bölgesel sistemin, Türkiye'nin ihtiyaç duyduğu sosyal barış



BÖLGELER



ortamına da büyük katkı sağla-
yacağına, bölgeler arasındaki
gelişmişlik farklarını hızlı bir
şekilde azaltacağına inandıkları-
nı ifade etti.

Bölgeler ve illerin seçilme kriterleri

Yeni teşvik sisteminde illerin belirlenmesi ve yeni bölgesel haritanın oluşturulması kapsamında çeşitli çalışmalar yapıldı. Kalkınma Bakanlığı ekonomik ve sosyal gelişmişlik düzeyini belirlemek için 61 değişken belirledi. İllerin sosyal ve ekonomik gelişmişlik düzeyinin ortaya koyan 61 değişken tüm illere uygulandı. 2011 yılında, "İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması" çalışması tamamiyle baştan ele alınarak yenilendi. Bu çalışma ile iller 6 bölgeye ayrıldı. Yeni bölgesel ayırımın, mevcut sis-

1. Bölge

Ankara, Antalya, Bursa, Eskişehir, İstanbul, İzmir, Kocaeli ve Muğla illerine yayılan bölgede 2013 yılı sonuna kadar yapılacak yatırımlarda işverene 2 yıl süreyle sigorta prim desteği sağlanacak. 2013 yılı sonuna kadar başlatılan yatırımlarda yüzde 15 katkı sağlanacak. 2014 yılından sonra başlatılacak yatırımlarda bu oran yüzde 10 olacak. Büyük ölçekli yatırımlarda ise sırasıyla yüzde 25 ve yüzde 20 katkı sağlanacak.

temdeki il gruplarını ve onların sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeylerini dikkate almak yerine, bizzat illerin sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeylerini esas almak suretiyle oluşturuldu.

2. Bölge

Adana, Aydın, Bolu, Çanakkale, Denizli, Edirne, Isparta, Kayseri, Kırklareli, Konya, Sakarya, Tekirdağ, Yalova illerini kapsayan bölgede, 2013 yılı sonuna kadar yapılacak yatırımlarda işverene 3 yıl süreyle sigorta prim desteği sağlanacak. 2013 yılı sonuna kadar başlatılan yatırımlarda yüzde 20 katkı sağlanacak. 2014 yılından sonra başlatılacak yatırımlarda bu oran yüzde 15 olacak. Büyük ölçekli yatırımlarda ise sırasıyla yüzde 30 ve yüzde 25 katkı sağlanacak.

3. Bölge

Balıkesir, Bilecik, Burdur, Gaziantep, Karabük, Karaman, Manisa, Mersin, Samsun, Trabzon, Uşak, Zonguldak'ı kapsayan bölgede 2013 yılının sonuna kadar yapılacak yatırımlarda işverene 5 yıl, daha sonra yapılacak yatırımlarda 3 yıl süreyle sigorta prim desteği sağlanacak. 2014 yılı sonuna kadar yapılacak yatırımlarda yüzde 25, sonrasında yüzde 20 katkı sağlanacak. TL cinsi kredilerde 3 puan döviz cinsi kredilerde ise 1 puanlık destek verilecek.

İllerin bölgesel dağılımdaki yerlerinin, Kalkınma Bakanlığı tarafından yapılacak periyodik çalışmalar sonucunda elde edilecek veriler çerçevesinde

4. Bölge

Afyonkarahisar, Amasya, Artvin, Bartın, Çorum, Düzce, Elazığ, Erzincan, Hatay, Kastamonu, Kırkkale, Kırşehir, Kütahya, Malatya, Nevşehir, Rize, Sivas'tan oluşan bölgede 2013 yılı sonuna kadar yapılacak yatırımlarda işverene 6 yıl, daha sonra yapılacak yatırımlarda 5 yıl süreyle sigorta prim desteği sağlanacak. 2014 yılına kadar yapılacak yatırımlarda yüzde 30, sonrasında yüzde 25 katkı sağlanacak. TL cinsi kredilerde ise 1 puan destek verilecek.

5. Bölge

Adıyaman, Aksaray, Bayburt, Çankırı, Erzurum, Giresun, Gümüşhane, K. Maras, Kilis, Niğde, Ordu, Osmaniye, Sinop, Tokat, Tunceli, Yozgat'ı kapsayan bölgede 2013 yılı sonuna kadar yapılacak yatırımlarda işverene 7 yıl, daha sonra yapılacak yatırımlarda 6 yıl süreyle sigorta prim desteği verilecek. 2014 yılına kadar yapılacak yatırımlarda yüzde 40 sonrasında yüzde 30 katkı sağlanacak. TL cinsinden kredilerde 5 puan, döviz cinsi kredilerde ise 2 puanlık destek verilecek.

yeniden değerlendirilmesi de mümkün olabilecektir.

6. Bölge

Ağrı, Ardahan, Batman, Bingöl, Bitlis, Diyarbakır, Hakkâri, Iğdır, Kars, Mardin, Muş, Siirt, Şanlıurfa, Şırnak ve Van'ı kapsayan bölgede 2013 yılı sonuna kadar yapılacak yatırımlarda işverene 10 yıl, daha sonra yapılacak yatırımlarda 7 yıl süreyle sigorta prim desteği sağlanacak. 2014 yılına kadar yapılacak yatırımlarda yüzde 50, sonrasında yüzde 35 katkı sağlanacak. TL cinsi kredilerde 7 puanlık, döviz cinsi kredilerde ise 2 puanlık destek verilecek.

Yeni teşvik sisteminin 4 ana bileşeni

- Genel teşvikler
- Bölgesel teşvikler
- Büyük ölçekli yatırımların teşviki
- Stratejik yatırımların teşviki

Yeni teşvik sisteminin 4 ana bileşeni

- Gümrük Vergisi Muafiyeti
- Vergi İndirimi
- Faiz Desteği
- Katma Değer Vergisi istisnası,
- Sigorta Primi İşveren Hissesi Desteği (asgari ücret üzerinden)
- Yatırım Yeri Tahsisi
- Gelir Vergisi Stopajı Desteği
- KDV İadesi Desteği



Teşvik için lojistik destek yolda

Yeni teşvik paketinin açıklanması ile Doğu illerine yatırım yapmaya hazırlanan ancak, bu bölgelere ulaşımın sağlanması konusunda kaygı taşıyan yatırımcılara, lojistik sektörden tam destek geldi. Geçtiğimiz hafta açıklanan yeni teşvik paketi ile rotasını Doğu illerine çevirmeye hazırlanan yatırımcıların en büyük kaygısı bu bölgelere ulaşımın nasıl sağlanacağı konusunda. Teşvikten yararlanarak doğu bölgelerine yatırım yapmak isteyen yatırımcılara göre teşvikin yanı sıra ulaşım desteğinin sağlanması gerekiyor. Konuyla ilgili DÜNYA'ya açıklamalarda bulunan lojistik sektörü temsilcilerine göre ise yatırımcıların ulaşım konusunda kaygı taşımalarına hiç gerek yok. Çünkü sektör yatırımcıya her türlü desteği vermeye ve yeni yatırımlarla beraber bu bölgelerde yeniden organize olmaya hazır. UND konuyla

ilgili 15 maddelik bir çalışmanın hazırlığı içinde. Doğu bölgelerine yatırım yapmayı planlayan yatırımcıya her türlü lojistik desteği sunmaya hazır olduklarını belirten Uluslararası Nakliyeciler Derneği (UND) Başkanı Ruhi Engin Özmen, "Yatırımcı nereye yatırım yaparsa biz oradan o malları alıp Avrupa'ya ve dünyanın her yerine götürmeye hazırız. Yolun uzun olması bu noktada problem olmayacak" dedi.

Ar-Ge yatırımları özendiriliyor

Yeni teşvik sistemi, Ar-Ge yatırımlarının özendirilmesini hedefliyor. Bu sisteme göre Ar-Ge faaliyetleri sonucunda bulunan veya geliştirilen ürünün ticarileştirilmesine yönelik girişimler desteklenecek. Bu çerçevede TÜBİTAK tarafından desteklenen Ar-Ge projeleri sonucunda geliştirilen ürünün üretimine yönelik yatırımlara, vergi indirimi ve sigorta primi

işveren hissesi desteklerinden, buldukları bölgenin bir alt bölgesinde uygulanan oran ve sürelerde yararlanma imkanı sağlanacak. Teşvik sistemi, kümelenmenin desteklenmesi ve yatırım havzalarının oluşturulması hedefi doğrultusunda yatırımları organize sanayi bölgelerinde (OSB) yoğunlaşmasını hedefliyor. Yeni sisteme göre, yatırımların OBS'lere yapılması halinde yatırımcılar, yatırımın bulunduğu bölgenin bir alt bölgesinde uygulanan oranlardan yararlanacaklar. Eğer yatırım 6. bölgedeki OBS'de ise yatırıma katkı oranı, 5 puan artırılarak (Bölgesel Teşvik Uygulamaları için yüzde 55, Büyük Ölçekli Yatırımları Teşviki için ise yüzde 65) uygulanacak. Yeni sistemin getirdiği bir diğer yenilik de lokomotif sektörlerin desteklenmesi olacak. Bu kapsamda, madencilik, demiryolu ve denizyolu ile yük veya yolcu taşımacılığına yönelik

yatırımlar, otomotiv, uzay veya savunma sanayine yönelik test merkezleri, rüzgar tüneli ve benzeri nitelikteki yatırımlar, kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgelerinde yapılacak turizm yatırımları, özel sektör tarafından gerçekleştirilecek ilkökul, ortaokul ve lise yatırımları, yatırım tutarı 20 milyon lira üzerinde olan biyoteknolojik ve onkolojik ilaçlar ile kan ürünlerinin üretimine yönelik ilaç yatırımları, savunma sanayi yatırımları, Türkiye'nin hangi ilinde yapılırsa yapılsın, 5. bölge desteklerinden yararlanacaklar. Yatırımın 6. bölgede yapılması halinde doğal olarak bu bölgenin desteklerine de tabi olacaklar. Türkiye'deki 27 adet Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi, turizm destekleriyle teşvik edilecek. Türkiye'nin turizm gelirlerini artırmak amacıyla, turizm algısını deniz turizminin dışına çıkarılacak. Kültür ve sağlık turizmi teşvik edilecek.



Permess, inovatif tela çözümleriyle ününüzün değerini artırır, size daha fazla para kazandırır*

*Yapılan bir araştırmaya göre ,kelimelerin harflerinin hangi sırada yazıldığı önemli değildir. Önemli olan baştaki ve sondaki harflerin yerinde olmasıdır.Çünkü beyin, kelimeleri harf harf değil bir bütün olarak algılar.

Daha fazla bilgi için inovasyon@permess.com.tr

Permess
International

a world of textile innovation...

Tekstilkent A11 Blok No: 13 34235 / Esenler / İstanbul
Tel: +90 (0) 212 438 06 50 Fax: +90 (0) 438 06 51
email: inovasyon@permess.com.tr





GENEL ÇERÇEVEDE OLUMLU BİR SİSTEM İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi

Yeni teşvik paketine ilişkin açıklamalar genel anlamda öncekilere nazaran daha gerçekçi ve daha olumlu. İş dünyasının Başbakan Erdoğan'ın açıkladığı teşviklerle ilgili ciddi beklentileri vardı. Hatta yatırımlar bile askıya alınmıştı. Türkiye için yeni bir sayfa açıldığını düşünüyorum. Teşvik kapsamına alınan ürünlere ilişkin liste de oldukça önemli. Doğru

ürünlerden oluşan liste, Türkiye'nin teşvik tarihinde bir devrime neden olur. Aynı zamanda cari açığın da panzehiri olur. Girdi Tedarik Stratejisi'ne göre (GITES) buradan çıkacak spesifik ürünler çerçevesinde cari açığı azaltacak yatırımlara bölge farkı gözetmeden ürün bazında desteklenmesi çok olumlu. Sistemde hazır giyim sektörü için hazırlanan özel bir teşvik yok. 6. bölge bizim isteklerimizi karşılıyor. Önemli olan oraya yatırımı götüreceği ortamı yaratmak. 6. bölgedeki şartları tamamıyla 5. bölgelerdeki organize sanayilere verilerse, 5. bölgede ciddi şekilde konfeksiyon sektörünün büyüyeceğini düşünüyorum.



SADECE ENERJİ YÖNÜNDE EKSİKLİK VAR İTHİB Başkanı İsmail Gülle

Bugüne kadar hazırlanan teşvik yasalarında genel yanlış bölümlenmelerin yeterince detaylı yapılmamış olmasıydı. Her zaman karşımıza gri alanlar çıkıyordu. Bu yasa tüm yurdu ele almış ve daha çok kriter kullanarak bölümlendirmeyi olabildiğince detaylandırmış. Bu durum yatırım hevesi ve hazırlığındaki herkesi bir biçimde teşvikin kapsamı içinde tutuyor. Ayrıca bir

takım stratejik sektörlerin seçilmiş olmasını da olumlu karşılıyoruz. Sektör olarak yatırımların içinde ismimizin görünmemesini sektörün teşvik edilmeyeceği yönünde algılamadık. Özellikle 5. bölgedeki bir yatırımcının 6. bölgedeki bir yatırımcının imkanlarından yararlanması son derece olumlu. Yeni pakette sadece enerji yönünden teşvikin olmamasını eksiklik olarak görüyoruz. Ancak yeni sistemin genel olarak oldukça doyurucu bir teşvik olduğunu düşünüyoruz. Kısa vadede yatırım planı olmayan biz bile bu koşullarda artık yatırıma sıcak bakıyoruz.



VAR OLAN SEKTÖRLERE KAÇKI SAĞLAMİYOR İDMİB Başkanı Lemi Tolunay

Teşvik paketinin genel anlamda olumlu olduğunu ve içeriğinin gayet güzel hazırlandığını düşünüyorum. Bu paket Türkiye'nin geleneksel sektörlerine değil de teknolojiye bağlı yeni sektörleri için gayet pozitif. Ancak bizim sektörümüz için etkin bir faydası yok çünkü her şeyden önce deri üretiminde organize deri

sanayi bölgeleri var. Bunlar yerleşik, altyapısı oldukça zahmetli; devlet tarafından ön hazırlığı yapılan ve deri sektörüne açılan bölgeler. Bizim bunları taşımamız mümkün değil. Bir anlamda teşvik paketi kümelenmeyi de teşvik ediyor ama biz zaten 15 sene önce kümelendik. Teşvikin bize kümelenme anlamında getireceği bir destek yok. Varsayalım 6. bölge sektörümüz için çok uygun. O zaman da bir lojistik sorunu, çıkacak maliyetler artacak. Biz yer değiştiremeyeceğimiz için bölgelere göre harekete etmemiz mümkün değil. Pakette belki bizim için enerji ve arıtma havuzlarının maliyetinin devlet tarafından karşılanması öngörülebilirdi.



EL HALI SEKTÖRÜ İÇİN ÇOK FAZLA ARTI YOK İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz

Yeni açıklanan teşvik paketi çerçevesinde halı sektörünü değerlendirmeye aldığımızda 5. ve 6. bölgede imkan bulabilsek, oralara gidip tezgahları kuracağız. Ancak maalesef yapılan bir araştırmada gösteriyor ki özellikle Diyarbakır bölgesinde ki eskiden bizim orada halı tezgahlarımız vardı- dokuyucu

bulmakta zorlanıyoruz. Bu anlamda yaşanan bazı sıkıntılar var. Bunun yanı sıra teşvik kapsamında makine halısı için faydalı bir takım konuların da odlunu görüyoruz. Yeni teşvik sistemi genel anlamıyla iyi bir çalışma ancak çok spesifik bakıldığında el halısı sektörü çerçevesinde bize çok da fazla bir artışı olacağı görünmüyor. Bizim esas kaynağımız, makineleşme olmadığı için dokuyucudur. Dokuyuculuk da o bölgelerde şu dönemlerde mevcut değildir. Tüm bu nedenlerden dolayı da İstanbul'dan o bölgelere gitmek, buradan oralara bir göç sağlamak şu an için çok zor görünüyor.



ETİKET ve MATBAACILIK LTD. ŞTİ.



www.simsekege.com.tr

pazarlama@simsekege.com.tr



YENİ YATIRIMLARA YÖNELİK BİR SİSTEM

Uğur Güneş Günkar Tekstil-Sunset Mayo YK Üyesi

Biz yeni teşvik paketini daha geniş kapsamlı beklerken şu an için gözükten teşviklerin neredeyse tamamen yeni yatırımlara yönelik olduğunu söyleyebiliriz. Sonuç olarak bu konu bizim gibi bölgede yatırımlarını tamamlamış firmalar için büyük bir hayal kırıklığı. Bölgemize yapılan yeni

yatırımlarda ciddi bir haksız rekabet oluşacağı endişesini taşıyoruz. Ayrıca Adıyaman olarak bir değerlendirme yapmak gerekirse zaten senelerdir hem özel sektörden yatırım anlamında hem de devlet hizmetlerinden yeterince fayda sağlayamamış olan ilimizin 5. bölgede değerlendirilmesini büyük haksızlık olarak görüyoruz. Tabii ki bu bölgelendirme konusunda bu sene çok ciddi çalışmalar yapıldı ve önemli kriterler üzerinden alınan verilerle gerçekleştirildi. Ancak bölgede yer alan diğer illerle çok detaya girmeden bir kıyaslama yaptığımızda bu konunun ilimiz için ne kadar talihsiz bir durum olduğunu sizlerde göreceksiniz. Kendi yatırımlarımız konusuna gelince; tabii ki yukarıda bahsettiğim yatırımlarımızı bu teşvik paketinden sonra yapmış olsaydık ciddi avantajlardan faydalanacaktık. Ama biz Günkar Yönetim Kurulu olarak Adıyaman'a yaptığımız yatırımlarda çıkış noktamız şu ana kadar teşvikler olmadı bundan sonrada olmayacaktır. Bunu da zaten herkes yeni teşvik paketini beklerken, Adıyaman'a şu ana kadar ki en yüksek yatırımımızı 2011 senesinde gerçekleştirerek gösterdik.

Tekstilciden 5 ve 6'ncı bölgeye yatırım atağı

Yeni teşvik sistemiyle birlikte ilk yatırım sinyalleri tekstil ve hazır giyim sektörlerinden gelmeye başladı. Fasoncu bulma sıkıntısıyla hem fiyat, hem kapasite hem de zaman sorunu yaşayan hazır giyimciler, teşvikler sayesinde 5'inci ve 6'ncı bölgelerde yatırım atağı başlatacak. İlk aşamada büyük oranlarda ihracat yapan bin civarında şirketin en az yüzde 15'nin yatırım için harekete geçmesi bekleniyor. İhracatçı bin civarında şirketin fiyat ve kapasite sorunu nedeniyle kendi fabrikalarını kurma girişimi, özellikle 5'inci ve 6'ncı bölgelerde yoğunlaşıyor. Tekstilin yoğun olduğu Denizli gibi illerde de ihracatçı hazır giyim şirketlerinin kendi atölyelerini kurma talepleri olduğu

belirtiliyor. Kayseri'den Bitlis'e, Mersin'den Adana'ya, başta hazır giyim olmak birçok sektörde yatırımcı bekleyen OSB'ler, bu yılın sonundan itibaren çok sayıda yatırımın realize olmasını hedefliyor.

Teşvikin maliyeti net 1.5 milyar dolar

Geçtiğimiz ay açıklanan ve yatırımlara KDV istisnası, gümrük vergisi istisnası, SGK prim desteği, vergi indirimi, faiz desteği, yatırım yeri tahsis desteği ve KDV iadesi desteği sağlayan yeni teşvik paketinin net maliyeti 1.5 milyar dolar olarak belirlendi. Maliye Bakanı Mehmet Şimşek, yaptıkları hesaplamalara göre, 2013 yılı için yeni teşvik sisteminin devlete maliyetinin 2 milyar lira olacağını bildirdi. Yeni gelen torba



tasarıda gelen tedbirlerden 450 milyon liralık bir gelir beklentilerine de dikkati çeken Şimşek, 'Dolayısıyla net etkisi de yaklaşık 1,5-1,6 milyar lira olacak' dedi. Şimşek, yeni teşvik sisteminin, kaynakların doğru alanlara tahsil edilmesine yönelik bir

çalışma olduğunu dile getirdi. Yeni teşvik sistemiyle ekonomik açıdan çok net bir tercih yaptıklarını ifade eden Şimşek, yeni yatırımlar için gelir vergisinden, kurumlar vergisinden ve sosyal güvenlik priminden vazgeçmeye hazır olduklarını vurguladı. ❖



İPLİK SEKTÖRÜ İÇİN ÖNEMLİ BİR ÇALIŞMA YAPIYORUZ

Mehmet Karagözlü Karagözlüler Tekstil Genel Müdürü

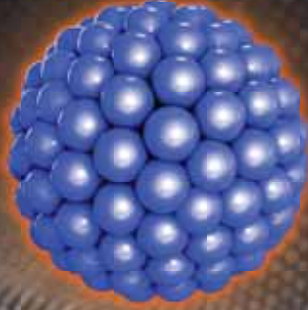
Teşvik paketinin Türkiye'de olup da yatırımlarını artırmak isteyenler, yeni yatırım yapacak olanlar ve yurtdışından gelecek yatırımcılar adına olumlu olduğunu düşünüyorum. Burada önemli olan sürdürülebilir olması ve takip edilmesi. Ben bu sistemin Türkiye adına oldukça olumlu olduğunu düşünüyorum.

Sektör çerçevesinde mevcut yatırımlar adına bir şey olmayacak ama bizim fabrikamız Malatya'da olduğu için Malatya bölgesi işveren payına düşen hislerde, vergi indirimlerinde ve sigorta primlerinde yeni yatırımlar yapmayı biz de düşünüyüz. Malatya Bölgesi'nde iplik üretim tesisi anlamında ciddi yatırımlar bunlar olacağını tahmin ediyoruz. Biz de bu kapsamında bir çalışma yapıyoruz. Teşviklerden daha fazla istifade edebilmek adına 2013'e kadar bun çalışmalara başlamak zorundayız. Bu gelişmelerin genel çerçevede daha iyi olacağını düşünüyorum.

TERLETMEYEN KUMAŞ

ALTINYILDIZ

TECHNO CLIMATIC



Altinyıldız'ın kumaş teknolojisindeki son mucizesi.

Altinyıldız Techno şimdi de uzay giysilerinde kullanılan teknolojiyi günlük yaşama taşıyor. Kızılötesi ışınları geri yansıtan reflektör özelliği ve mikrokapsüllü dokusuyla sıcaklığı dışarıda tutuyor. Yünlü takım elbiseniz yaz güneşi altında bile serin kalıyor. Terletmiyor. Techno Climatic'in iç yüzeyi ideal serinliği gün boyu sabit tutuyor. Sokakta, işyerinde, arabada, metroda, kısacası girmek zorunda kaldığınız farklı sıcaklıklardaki tüm ortamlarda aynı giysiyle, terlemeden, üşümeden, rahat ve konforlu bir gün geçirmenizi sağlıyor. Bu sayede artık yazın da koyu renk takım elbise giyilebiliyor.

Tüm Altinyıldız Techno serisi gibi ilk günkü canlı ve yeni görünümünü yıllarca koruyan, dayanıklılığıyla yıllara meydan okuyan, Nano teknolojisiyle birleştiğinde su ve leke tutmayan, daha dokunduğunuzda farkını hissedeceğiniz üstün bir kumaş.

Isı kontrollü Techno Climatic. Yine Altinyıldız'dan...

ALTINYILDIZ

TECHNO
CLIMATIC

TÜRK TİCARET KANUNU'NDA YENİ BİR DÖNEM BAŞLIYOR



26 MART TARİHİNDE İHKİB YÖNETİM KURULU ÜYELERİ BİROL SEZER VE NİLGÜN ÖZDEMİR İLE İTHİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ SULTAN TEPE VE İTKİB GENEL SEKRETER YARDIMCISI CEMAL BAYAZIT, GÜMRÜK VE TİCARET BAKANLIĞI MÜSTEŞARI ZİYA ALTUNYALDIZ'I MAKAMINDA ZİYARET EDEREK, YENİ TÜRK TİCARET KANUNU HAKINDA GÖRÜŞMEDE BULUNDULAR.

Son dönemlerde gündemi en çok meşgul eden konulardan biri de Yeni Türk Ticaret Kanunu oldu. Yürürlüğe gireceği tarih öncesinde Yeni TTK hakkında olumlu ve olumsuz yorumlarda bulunuldu. 26 Mart tarihinde İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri Birol Sezer ve Nilgün Özdemir, İTHİB

Yönetim Kurulu Üyesi Sultan Tepe ve İTKİB Genel Sekreter Yardımcısı Cemal Bayazıt, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Müsteşarı Ziya Altunyaldız'ı makamında ziyaret ederek, yeni Türk ticaret kanunu hakkında görüşmede bulundular. Hedef Dergisi de YTTK hakkında kendisiyle bir söyleşi gerçekleştirdi.

Sayın Altunyaldız, öncelikle sizden Türk ticaret hayatını düzenleyen yeni bir kanuna neden ihtiyaç duyulduğunu, bu kanunun arkasında hangi dinamikler olduğunu öğrenebilir miyiz?

Türk Ticaret Kanunu 1957 yılından bu yana yürürlükte. Yani yarım asırdan fazla bir

süredir hayatımızda. Kanun'un hazırlandığı 50'li yıllardan bu yana dünyada siyasal, sosyal, ekonomik ve finansal birçok gelişme yaşandı. Dünya ekonomisinin son 50 yılda geçirdiği değişim ve dönüşümün ortaya çıkardığı dinamikler, yeni Türk Ticaret Kanunu'nun hazırlanmasına giden yolun da kilometre



↓
Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Müsteşarı Ziya Altunyalız

taşlarını oluşturmuştur. Özetle belirtmek gerekirse, ticaret, sermaye, üretim ve emek küreselleşti. İşbirliğine, yenilikçiliğe açık ekonomiler yeni döneme imza atıyor. Bu gelişmeler karşısında, örneğin başta Almanya, Avusturya, Fransa, İtalya, İngiltere gibi AB üyesi ülkeler ile İsviçre ve ABD'deki ticaret hukukunu ilgilendiren kanunlar, 20. yüzyılın ikinci yarısında çok büyük değişikliklere uğradı. "Uluslararası piyasaların etkin bir küresel oyuncusu olma" vizyonumuz doğrultusunda, bizler için de gerekli adımları atmak bir zorunluluk haline gelmişti. Küresel gelişmelerin gerisinde kalmamak için bizim de köklü değişiklikler yapmamız kaçınılmazdı. Ticari aktörlerimizi her anlamda uluslararası piyasalara entegre etmek, şeffaflığı, verimliliği, yenilikçiliği ve rekabetçiliği tam anlamıyla tesis ederek,

kurumsal yönetim ilkelerini yerleştirebilmek için yeni Türk Ticaret Kanunu'nun tam anlamıyla katalizör olacağına inanıyorum.

Yeni Türk Ticaret Kanunu'nun yürürlüğe girmesi öncesinde Bakanlık olarak yaptığınız çalışmalardan söz eder misiniz?

Şirketlerimizin Kanun'da öngörülen düzenlemelere uyum sağlayabilmeleri ve hazır olabilmeleri için Bakanlık olarak yoğun mesai harcıyoruz. Yeni TTK'nın tanıtımına yönelik olarak kamu kurum ve kuruluşları, meslek örgütleri, üniversiteler, basın ve medya ile sivil toplum kuruluşları gibi tüm paydaşlarımızla birlikte hazırlık çalışmalarımızı yürütüyoruz. Bu kapsamda gerek Bakanlığımız gerek diğer ilgili kurum ve kuruluşlarca bugüne kadar çeşitli vesilelerle çok sayıda tanıtım

ve bilgilendirme toplantıları düzenlendi. Ayrıca, Yeni Kanunu ticaret erbabımızın kolaylıkla anlayabilmesi ve gerekli uyum çalışmalarını yapabilmesi için eski Kanun ile karşılaştırmalı olarak ve örneklerle "140 Soruda Yeni Türk Ticaret Kanunu" isimli bir kitapçık hazırladık. Yine, bu toplantılara katılamayan ilgili tüm kesimler için ise internet sitemizde bu çalışmamızı yayımladık. Diğer taraftan, Yeni TTK'nın uygulanmasında son derece önem taşıyan ikincil mevzuatın hazırlanması çalışmalarını da sürdürüyoruz. Bu çalışmaları, Kanun Tasarısı Hazırlık Komisyonunu Başkanı değerli hocamız Prof. Dr. Ünal Tekinalp ile birlikte, değerli akademisyenlerimiz ve Bakanlığımız uzman personeli yürütüyor.

Yeni TTK'nın uygulanmasında önemini vurguladığınız, tüm tarafların merakla beklediği ikincil düzenlemelerden söz eder misiniz?

Yeni TTK'nın uygulanmasına ışık tutacak alt mevzuatın hazırlanması yetki ve görevi Bakanlığımıza verilmiştir. Bu çerçevede, yirmiyi aşkın ikincil düzenlemenin hazırlanarak yürürlüğe konulması söz konusu olacaktır. Bu kapsamdaki her bir düzenleyici işleme ilişkin çalışma komisyonları oluşturulmuş ve bu komisyonlara ilgili kamu kurum ve kuruluşlarının, kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarının ve sivil toplum kuruluşlarının temsilcilerinin iştiraki sağlanmıştır. Bunlardan en önemli olan; Ticaret Sicili Tüzüğü, Ticaret Şirketlerinin Denetimine Dair Tüzük ve Anonim Şirketlerde Elektronik Ortamda Genel Kurul Yapılmasına Dair Tüzük'tür. Metinlerinin taslak çalışmalarını tamamladık. Bu taslak metinleri, ilgili kurum ve kuruluşlara görüşlerini almak üzere göndereceğiz. Ayrıca, Bakanlığımızın internet sitesinde de yayımlayarak

kamuoyunun bilgisine sunacağız. Bunların yanı sıra, çıkarılacak yönetmelik ve tebliğlerin çalışmalarına da devam ediyoruz. Bu düzenlemeleri de Nisan ayının sonuna kadar görüşe açmayı ve kamuoyunun bilgisine sunmayı planlıyoruz. Bakanlığımızın sorumluluğuna bırakılan tüzük, yönetmelik ve tebliğ gibi tüm düzenleyici işlemlerin taslak metinlerini en geç Mayıs ayı sonuna kadar kamuoyunun bilgisine sunmayı ve Yeni TTK'nın yürürlüğe giriş tarihine kadar yayımlamayı hedefliyoruz.

Bu Kanun için tanınan geçiş sürecinin çok kısa olduğu belirtiliyor, yürürlüğün ertelenmesi gündemde yer alıyor mu?

Şunu bir kez daha vurgulamak isterim ki, Sayın Bakanımız Hayati Yazıcı'nın değişik platformlarda çok açık bir şekilde defaten ifade ettiği üzere, Yeni TTK 1 Temmuz 2012 tarihinde yürürlüğe girecektir. Kanun'da da düzenlendiği şekliyle, sadece Türkiye muhasebe standartlarının uygulanmasına ilişkin hükümler 1 Ocak 2013'te, sermaye şirketlerinin internet sitesi oluşturmalarına ilişkin hükümler ise 1 Temmuz 2013'te yürürlüğe girecektir. Hatırlanacağı gibi, Yeni TTK Şubat 2011'de Resmi Gazete'de yayımlanmış, yürürlük tarihi ise Temmuz 2012'ye, yani yaklaşık bir buçuk yıl sonrasına bırakılmıştır. Dolayısıyla bu geçiş sürecinin kısa olduğunu söylemek haklı bir değerlendirme değildir. Kaldı ki, şirketlerimizin ticaretin yeni kurallarına adaptasyonu ve alt yapı hazırlıkları da dikkate alınarak, Yeni Kanun'un bazı maddelerinin yürürlüğü ise Temmuz 2013'e, yani iki buçuk yıl sonrasına bırakılmıştır. Bu nedenle, Kanun'un geçiş sürecinin çok kısa olduğu ve yürürlüğünün ertelenmesi gerektiği yönündeki değerlendirmelere katılmıyorum.



Bakanlığımızda da bu yönde herhangi bir çalışma yapılmamaktadır. Ancak, kamuoyunun belli maddelerle ilgili kaygılarını dikkate alıyoruz. Bunları olabildiği ölçüde, yapacağımız ikincil düzenlemelerle gidermeye gayret gösteriyoruz.

Yeni TTK ticari hayata ne gibi artılar ve eksiler getirecek?

Rekabetin günden güne kızıştığı, sınırları olmayan bir ticari dünyada yaşıyoruz. Ticaret sahnemizin baş aktörleri olan şirketlerimiz, kendilerini değişen ve zorlaşan rekabet koşullarına adapte etmek zorunda. Yeni TTK bu noktada devreye giriyor. Şirketleri geleneksel yönetim anlayışından çıkarmayı amaçlıyor. Yönetimden finansal tablolara, denetim raporlarından azınlık haklarına, imtiyazlı paylardan nesnel adalete daha birçok değişim bu anlayışın birer yansıması. Rekabet edebilirliği, profesyonelleşmeyi, karşılıklı güveni, şeffaflığı ve kurumsallaşmayı şirketlerin yaşam felsefesi yapmayı amaçlayan

bir düzenlemeden söz ediyoruz. Yatırımcıya güven veren ve sürdürülebilir bir gelişmeyi hedefleyen, bu hedefini kendi hukuki kurumlarında somutlaştırmış bir Kanun var karşımızda. Etkin bir iç ve dış denetimi, profesyonel yönetim anlayışını, bilgi toplumu çağının uygulama gereksinimlerini kendi bünyesinde somutlaştırmış bir Kanun. Ticaret hayatına katkıları noktasında karşımızda en bariz şekilde duran kavram kurumsal yönetim ilkeleridir. Şeffaflık, adillik, hesap verilebilirlik ve sorumluluk kavramları Kanun'un özünde açıkça görülmektedir.

“Kötüye kullanılan hakimiyete izin vermiyor”

Bir diğer unsur ve yenilik, bence şirketlerin internet sitesi kurması, bir başka ifade ile kendilerini uluslararası ticaret ağına bağlaması. Şirketlerimizin uluslararası yatırımcıların dikkatini çekmek için, şirketin mal ve hizmetlerini tüm dünyaya pazarlayabilmesi için, ürünlerinin kalitesini ve kurumsal yönetim ilkelerini uluslararası aktörlere duyurabilmesi

ve tanıtılması için büyük bir fırsat bu. Tek ortaklı anonim ve limited şirket kurulabilmesi de yine önemli bir yenilik. Şirket ile alakası olmayan kişilerin şirket ortağı yapılmasını kaldıran bir düzenleme bu. “Saman adamlar”ın devrini kapatan bir düzenleme. Anglosakson ve Alman hukukunda yıllar öncesinde yerini alan şirketler topluluğu kavramı geliyor. Bu yeni kuruma ilişkin düzenlemeler, kontrol mekanizmalarından yavru şirket ilişkilerine kadar bütün durumları ele alıyor. Kötüye kullanılan hakimiyete izin vermiyor. Uluslararası Finansal Raporlama Standartları (UFRS) ile ticari defterlere yeni düzen geliyor. Yeni TTK evrensel nitelikte ortak finansal raporlama standartlarını ticaret hayatına getiriyor. Bugün Avrupa Birliğine dahil ülkeler ile Kanada, Rusya ve daha bir çok ülke bu standartları kendi ticari mevzuatlarına adapte etmişlerdir. Ülkemizin uluslararası ticaret ağına entegrasyonu bu yolla hız kazanacaktır. Bir diğeri, denetim anlayışında getirilen yeniliktir. Denetimin şirket orga-

nı niteliğindeki denetim kurulları yerine, alanında uzman, mesleki yönden yeterli, uluslararası denetim kuralarını uygulayan dış denetçiler tarafından yerine getirilmesi öngörülüyor. Şirketlerimiz için yol gösterici ve olası risklerden korunmayı da amaçlayan bir denetim anlayışı bu. Eksileri ne olur bunu zaman gösterecek. Ancak belirtmek isterim ki, Bakanlık olarak ticari hayatı olumsuz etkileyebilecek her türlü eksikliğin zamanında giderilmesi için proaktif bir anlayışla çalışmalarımızı paydaşlarımızla birlikte yürütüyoruz.

Yeni TTK bir taraftan olumlu karşılanıyor ama bir taraftan da konuyla ilgili büyük endişeler duyuluyor. Örneğin şirketlere getirilen internet sitesi kurma zorunluluğunun sıkıntı yaratacağı belirterek, “Hapis cezasında şirket ölçeklerine göre sınıflandırma yapılmalı” deniyor. Siz bu olumsuz tepkileri nasıl yorumluyorsunuz?

Ne yazık ki, Yeni TTK'da üzerinde en çok spekülasyon yapılan

Tekstil Dijital Baskı 'da Komple Çözüm: BTC BİLGİ TEKNOLOJİLERİ



Desen Tasarım Programı, Dijital Baskı için Hızlı Renk ayrımı, Varyant ve Giydirme Paketleri. AVA İLE, DİJİTAL BASKIDA DESEN HAZIRLIK AŞAMASINDA VE RENKLENDİRMEDE VAKİT KAYBI YAŞANMAZ!



Süblimasyon Transfer Baskı kağıdı.
Kalitenizden ödün vermeyin!

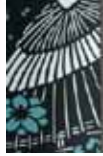
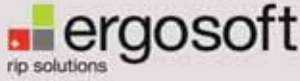


RAMSETE III ve Portrait 2 Desen Tasarımı ve Giydirme Yazılımlarında 17 yıllık tecrübe ile, Program Eğitimi, desteği ve danışmanlık hizmeti.



Tekstile direkt dijital baskı boyları

Reaktif - Asit - Dispers - Pigment



Dijital Baskı makinelerinde Renk Yönetimi
Yazılımı **TEXPRINT / POSTERPRINT**



Dijital Baskı makinelerinde Renk Yönetimi Yazılımı NeoStampa, INEDIT - Photoshop Plugin Tekstil Yazılımları



İlk Endüstriyel Süblimasyon Dijital Baskı Makinesi Hayal değil gerçek, **Saatte 500 m2 üzerinde Süblimasyon Dijital Baskı!**



Süblimasyon Dijital Baskı Boyalarında hem Dünya hem de Türkiye Lideri!
Pekçok dijital baskı kafası teknolojisi için çözüm Sensient'te.



**ITM Fuarı - Salon 7 / Stand No. 718A
21 - 24 Nisan 2012 / Tüyap Fuarçılık**





konulardan biri internet sitesi kurma zorunluluğudur. Bu konu biraz abartılıyor kanaatimce. Bakınız, ülkemizde faaliyet gösteren ticaret şirketlerinin yüzde 99,9'u KOBİ niteliğinde ve TÜİK'in 2010 yılı verilerine göre, küçük ölçekli şirketlerin yüzde 48'inin, orta ölçekli şirketlerin yüzde 73,9'unun ve büyük ölçekli şirketlerin de yüzde 87,3'ünün kendisine ait bir internet sitesi zaten bulunmaktadır. Ayrıca KOSGEB, KOBİ- Net projesi kapsamında KOBİ niteliğindeki şirketlere ücretsiz olarak web sayfası kurulumu desteği sağlamaktadır. Dolayısıyla, şirketlerimizin web sayfası kurma zorunluluğu ile ilgili olarak herhangi bir sorun yaşayacaklarını düşün-

müyorum. Buradaki esas endişenin, web sayfası kurmaktan ziyade web sayfasının içeriği, yani web sayfasında yayınlanacak bilgi ve belgeler ile ilgili olduğu kanaatindeyim. Tabii ki, şirketlerimizin ticari sırlarının web sayfalarında ifşa edilmesi söz konusu değil. Bu tür bilgiler elbette ki kapsam dışında tutulacak. Zaten hangi bilgilerin web sitesinde yer alacağı, nihayetinde ikincil düzenlemelerle belirlenecek. Bu noktada şirketlerimizin endişelerini giderme yoluna gideceğiz.

Yeni TTK'nın ihracatçının 2023 hedeflerine nasıl yansıtacağını düşünüyorsunuz?

Ülkemiz, ilk kez büyük bir hedef

belirledi. İlk kez büyük hayaller kurduk ve bu hayalleri gerçeğe dönüştürmek için bir strateji oluşturduk. Şüphesiz, 60'lı yıllardan bu yana planlar yapıldı ve bu planlar çerçevesinde kalkınma modelleri ortaya konuldu. Ancak, "2023", bir planı değil bir ideali temsil ediyor. "2023", ülkenin tüm kurumlarının daha iyi bir Türkiye konusunda sinerji yaratmalarına vesile olacak bir politika katalizörüdür. "2023", vatandaşlarımızın daha müreffeh bir yaşam sürmesine, devletin uluslararası arenada söz sahibi güçlü bir ülke olmasına yönelik bir ufuk turudur. Ülke olarak, Cumhuriyetimizin yüzüncü kuruluş yılı olan 2023'te, dünyanın en büyük

10 ekonomisinden biri olmayı hedefliyoruz. Bu, aynı zamanda 2 trilyon dolarlık bir milli gelir büyüklüğüne ve 1 trilyon doların üzerinde dış ticaret hacmine ulaşmak demek. Kişi başına düşen milli gelirin 25 bin dolara yükselmesi demek. Bu hedefleri gerçekleştirebilmek için, ülkemizdeki ticaret ortamının rekabet halinde olduğumuz ülkelerin ticaret ortamı ile yarışabilecek düzeyde olması gerekir. Bu da, ticaretin dünyada en kolay ve en şeffaf yapılabildiği ülkelerden biri haline gelmekle mümkündür.

"Ekonomimizde sürdürülebilir kalkınma ve büyümenin bir anlamda güvencesi olacaktır"

Bugün Türkiye, ekonomik büyüklük olarak dünyada on altıncı sırada. Tekstil ürünleri ticaretinde dünyanın yedinci, Avrupa'nın üçüncü büyük ülkesi. Otomotiv üretiminde dünyada on yedinci sırada. Altın-mücevherat üretiminde dünyada ilk beş ülke arasında. Avrupa'nın en büyük üçüncü demir çelik üreticisi Türkiye. Bu rakamlara baktığımızda çok ciddi bir sanayimiz ve üretim potansiyelimiz var. Ancak, bu potansiyeli 1957'den beri yürürlükte olan bir yasa ile sürdürmek artık mümkün değildir. Bakınız, Türkiye'de şirketlerin yüzde 65'i ilk 5 yılda kapanıyor. Yüzde 25'i 5-10 yıl arasında yaşıyor, yalnızca yüzde 10'u 10 yıldan uzun yaşıyor. Amerika ve Japonya'ya baktığımızda 200-300 yıllık şirketler görüyoruz. Yeni Kanun, şirketlerimizi izlenebilirlik, hesap verilebilirlik ve şeffaflık ilkeleri üzerinde daha da yükseltecektir. Şirketlerimizin, çınar ağaçları gibi asırlarca yaşamalarını sağlarken, aynı zamanda ekonomimizde de sürdürülebilir bir kalkınma ve büyümenin bir anlamda güvencesi olacaktır. ❖

DEV YATIRIM PARKUR



Kaliteli üretim
İleri teknoloji
Tecrübeli kadro
Yeniliğe açık vizyon
Yüksek marka değeri
Müşteri odaklı üretim anlayışı



Akçaburgaz Mah. 109. Sok. No: 14 Esenyurt 34500 / İstanbul / Türkiye

Tel: + 90 212 886 60 50 (5 hat) - Fax +90 212 886 60 56





Doğan ERDEM
M.B.A – Yeminli Mali Müşavir
doganerdem@istanbulymm.com



YTTK'DA YAPILAN SUÇ VE CEZA DÜZENLEMESİNE GÖRE, SAYILAN SUÇLAR İÇİN RESEN TAKİP ÖNGÖRÜLMEKTEDİR. KANUN KOYUCU "EKONOMİK SUÇA EKONOMİK CEZA" İLKESİNDEN HAREKET ETMEMİŞ, TACİRLERİ, ŞİRKET YÖNETİCİLERİNİ, DENETİM İŞİYLE UĞRAŞANLARI VE TEMSİLCİLERİ CEZA YARGILANMASI İLE KARŞI KARŞIYA BIRAKACAK BİR YOL İZLEMİŞTİR.

YENİ TTK'DA SUÇ VE CEZALAR

Ticari yaşamı yeniden düzenleyen Yeni Türk Ticaret Kanunu (YTTK) özellikle çok tartışılan suç ve ceza sistemiyle gündeme gelmiştir. Şirketler açısından pek çok yeni uygulama ortaya koyan YTTK, bu uygulamaların yaşama geçebilmesi için de "keskin" olarak nitelendirebileceğimiz bir suç ve ceza düzeni oluşturmaktadır. Bu yazıda 1 Temmuz 2012 tarihinde yürürlüğe girecek olan yeni suç ve ceza sisteminin yapısını irdelemeye çalıştık. Ancak hemen belirtelim ki YTTK'nın yasalaşma sürecinde "destek" açıklamala-

rında bulunan iş dünyasının yasa-laştıktan ve yürürlüğe girmesi için süre azalmaya başladıktan sonra özellikle bu suç ve ceza sistemine karşı eleştirel bir tavır takındığı da görülmektedir. Bu çalışmamızda YTTK'da suç ve ceza sistemini irdeledik. YTTK'nın 562'nci maddesinde cezai sorumluluk ad altında düzenleme yapılmıştır. Söz konusu madde metninden yola çıkarak suçları ve cezalarını şöyle sayabiliriz. Defter tutma yükümlülüğünü yerine getirmeyenlere 200 güne kadar adli para cezası (YTTK 64/1)

Belgelerin kopyasını saklamayanlara 200 güne kadar adli para cezası, (YTTK 64/2) Defterlerin açılış ve kapanışında gerekli onayları yaptırmayanlara 200 güne kadar adli para cezası (YTTK 64/3) Defterlerini düzenlemelere uygun tutmayanlara 200 güne kadar adli para cezası (YTTK 65) Hileli envanter çıkaranlara 200 güne kadar adli para cezası (YTTK 66) Basılı ortamda belgeleri ibraz etmeyenlere 200 güne kadar adli para cezası (YTTK 86) Muhasebe standartlarına uyma-

yanlara yüz günden üç yüz güne kadar adli para cezası (YTTK 88) Bağlı şirket yönetim kurulunun faaliyet yılının ilk üç ayı içinde gerekli raporu tanzim etmeyenler yasaya aykırı hareket edenler iki yıla kadar hapis ve adli para cezası (YTTK 191/1-4)

YTTK hükümlerine göre tutulmakla veya muhafaza edilmekle yükümlü olunan defter, kayıt ve belgeler ile bunlara ilişkin bilgileri, denetime tabi tutulan gerçek veya tüzel kişiye ait olup olmadığına bakılmaksızın, Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının denetime yetkili olanlarca istenmesine rağmen vermeyenler veya eksik verenler ya da bu denetim elemanlarının görevlerini yapmalarını engelleyenler, fiilleri daha ağır cezayı gerektiren başka bir suç oluşturmadığı takdirde, üç aydan iki yıla kadar hapis cezası (YTTK 210)

Şirket kurucularının gerçeğe aykırı beyanda bulunan kurucularına 300 günden az olmamak üzere adli para cezası (YTTK 349)

Gerçeğe aykırı rapor veren kurum denetçisine 300 günden az olmamak üzere adli para cezası (YTTK 351)

Pay sahiplerinin yasal düzenlemede yer alan istisnalar dışında şirkete borçlanması halinde 300 günden az olmamak üzere adli para cezası (YTTK 358)

Yönetim Kurulu üyelerinin kendisinin veya yakınlarının ortağı oldukları şahıs şirketleri ile en az yüzde 20'sine iştirak ettikleri şirketlerin, şirkete borçlanması halinde 300 günden az olmamak üzere adli para cezası (YTTK 395)

Anonim şirketin ve topluluğun finansal tablolarını düzenlemekle yükümlü ana şirketin yönetim kurulunun tabloları, raporları, genel kurul kararını ilan ettirmemesi 200 günden az olmamak üzere adli para cezası (YTTK 524)

Görevlerinden dolayı öğrendikleri sırları açıklayanlar bir yıla

kadar hapis ve 300 güne kadar adli para cezası (YTTK 527) Şirketlerin kuruluş, sermaye artırımını, azaltılma, birleşme, bölünme, tür değiştirme veya menkul kıymet ihracıyla ilgili belge, beyan ve taahhütnamelerinin Kanun'a veya gerçeğe aykırı olması, bir yıldan üç yıla kadar hapis cezası (YTTK 549)

Taahhüt olunmamış veya ödenmemiş sermayeyi, taahhüt edilmiş veya ödenmiş gibi göstermek veya sermaye taahhüdünde bulunanların ödeme yeterliliğinin olmadığını bilerek taahhüde muvafakat etmek üç aydan iki yıla kadar hapis veya adli para cezası (YTTK 550)

Aynı sermaye veya devralınacak işletme veya aynılara emsaline nazaran yüksek fiyat takdir etmek veya bunların durumlarını farklı göstermek üç aydan iki yıla kadar hapis cezası (YTTK 551)

Şirket kurmak veya sermaye artırımını amacıyla Sermaye Piyasası Kurulu'ndan izinsiz olarak halktan para toplamakaltı aya kadar hapis cezası (YTTK 552)

YTTK'nun 1524 üncü maddesinde öngörülen internet sitesini bu Kanunun yürürlüğe girmesinden itibaren üç ay içinde oluşturmayan veya internet sitesi mevcut ise aynı süre içinde internet

sitesinin bir bölümünü bilgi toplumu hizmetlerine özgülemeyen anonim şirket yönetim kurulu üyeleri, limited şirket müdürleri ve sermayesi paylara bölünmüş komandite şirkette yönetici olan komandite ortaklar altı aya kadar hapis ve yüz günden üçyüz güne kadar adli para cezasıyla ve aynı madde uyarınca internet sitesine konulması gereken içeriği usulüne uygun bir şekilde koymayanlara üç aya kadar hapis ve yüz güne kadar adli para cezası, öngörülmektedir. Yukarıda sayılan fiiller ile ayrıca daha ağır cezayı gerektiren bir suç da işlenmiş olursa, ağır olan hükümler uygulanacaktır.

Yine tescil ve kayıt için bilerek gerçeğe aykırı beyanda bulunma (YTTK 38/1), kanunun ticari işletme ve ticaret unvanının bildirimine ilişkin düzenlemelerine aykırı davranışlar (YTTK 51), YTTK'un 55. maddesinde yazılı haksız rekabet fiillerinden birini kasden işlemek (YTTK 62/1-a), kendi icap ve tekliflerinin rakiplerine nazaran kabul edilmesi için kasten yanlış veya yanıltıcı bilgi vermek (YTTK 62/1-b), çalışanları, vekilleri veya yardımcılarını üretim veya ticaret sırlarını ele geçirmek için aldatmak (YTTK 61/1-c), çalışanların veya vekillerinin haksız rekabet

oluşturan fiillerini işlediklerini öğrenip de önlemeyen veya gerçeğe aykırı beyanı düzeltmeyenler (YTTK 62/1-d) için; ilk iki fiilden dolayı 3 aydan 2 yıla kadar ve diğerleri için de 2 yıla kadar hapis ve adli para cezası öngörülmektedir.

YTTK'da yapılan suç ve ceza düzenlemesine göre (YTTK 563) sayılan suçlar için resen takip öngörülmektedir. Kanun koyucu yukarıda anlatıldığı üzere "ekonomik suça ekonomik ceza" ilkesinden hareket etmemiş, tacirleri, şirket yöneticilerini, denetim işiyle uğraşanları ve temsilcileri ceza yargılanması ile karşı karşıya bırakacak bir yol izlemiştir. Türk ceza hukukunun yeniden dizayn edildiği çalışmalarda suç-kabahat ayrımı tanımlamaları yapılmış olmasına ve aslında ekonomik suçun kabahat kapsamında değerlendirilmesine olanak sağlayacak bir yapının mevcudiyetine rağmen "sabıka kaydının" oluşacağı para ve hapis cezalarının ortaya çıkacağı bir süreç tercih edilmiştir. Kanımızca hazırlık sürecini iyi değerlendiremeyen, bilgi noksanlığı olan ya da geleneksel yönetim tarzını sürdürmeyi hedefleyen yönetici, pay sahibi, temsilci ve denetim sürecinde yer alacaklar için sıkıntılı bir gelecek beklenebilir.❖



EXİMBANK, İHRACATÇILARA VERDİĞİ DESTEĞİ YÜZDE 65 ARTIRIYOR



TÜRK EXİMBANK 2012 YILINDA İHRACATÇILARA SAĞLADIĞI FİNANSMAN DESTEĞİNİ YÜZDE 65 ORANINDA ARTIRARAK 20.5 MİLYAR DOLARA ÇIKARMAYI PLANLIYOR. BÖYLECE, BANKANIN TÜRKİYE İHRACATINA SAĞLADIĞI TOPLAM DESTEĞİN, YÜZDE 13.8 SEVİYESİNE YÜKSELTİLECEĞİ BELİRTİLİYOR.

Kredi, garanti ve sigorta programlarını aynı çatı altında birleştiren Türk Eximbank, ihracatı ve döviz kazandırıcı faaliyetleri kapsayan oldukça geniş bir alanda hizmet veriyor. Kısa, orta ve uzun vade seçeneklerinden oluşan kredi programlarına sahip olan banka, 2012 yılında ihracatçılara verdiği desteği yüzde 65 oranında artırmayı planlıyor. Bu noktadan hareket-

le Türk Eximbank Genel Müdür Yardımcısı Mesut Gürsoy ile bankanın verdiği hizmetler ve destekteki artış oranı üzerine bir söyleşi gerçekleştiriyoruz.

Mesut Bey, öncelikle sizden Türk Eximbank'ın ihracatçı firma ve kuruluşlar için ne tür destek paketleri sağladığını öğrenebilir miyiz?

Türk Eximbank olarak, ihracatçı

firma ve kuruluşlara verdiğimiz destek programlarını; kredi, sigorta ve garanti başlıkları altında toplayabiliriz. Kredi programlarımız kısa, orta ve uzun vade seçeneklerinden oluşuyor. İhracatı ve döviz kazandırıcı faaliyetleri kapsayan oldukça geniş bir alan içinde hizmet veriliyor ve piyasa faiz oranlarına kıyasla çok uygun faiz oranlarıyla kullanılıyor. Sigorta ve garanti programla-

rıyla ihracatçılarımızın yurtdışı alacak riskleri ortadan kaldırılıyor. Türk Eximbank olarak biz, ülkemizin ve ihracatçı firmalarının ihtiyaçlarını analiz ederek hizmetlerimizi sürekli geliştirmekteyiz. Bankamızdaki yeni yönetim anlayışı, dinamik bir yapı öngörüyor ve eski programlardaki eksiklik ve aksaklıkların giderilerek, bu programların ülkemiz ve ihracatçılarımız lehine yenilenmesini içeriyor.

İhracat girişiminde bulunmak isteyen yeni bir girişimci, firma ya da kurum için önerebileceğiniz yol haritası nedir?

Yeni ihracata başlayan bir firmanın bankamızın sunduğu İhracat Alacakları Sigorta Programı'ndan kesinlikle yararlanması gerektiğini düşünüyoruz. Yıllardır ihracat ile uğraşan firmaların ihracatçıya doğan alacaklarını tahsil edemedikleri için yaşadıkları sorunları gördükten sonra, yeni başlayan bir firmanın özellikle bir kriz döneminden geçen, dünyada en risksiz buldukları pazarlarda bile bu tür sorunlarla karşılaşabileceklerini biliyoruz. Böyle bir durumda firmalarımızın ayakta kalabilmesi için alıcılarına sevkiyat yapmadan önce, Türk Eximbank'a gelecek, İhracat Alacakları Sigorta Programı kapsamında Alıcı Limiti başvurusunda bulunmalarını, Türk Eximbank'ın yurtdışında yaptıracağı istihbarat sonrasında kendilerine sağlanan limitler dahilinde sevkiyatlarını gerçekleştirmelerini öneriyoruz. Üstelik bankamız bu istihbarat çalışması için firmalarımızdan hiçbir ücret talep etmiyor. İhracat Alacakları Sigorta Programı kapsamında, alıcı limiti verilen alıcının mal bedelinin ödememesi durumunda firmalarımız Türk Eximbank'tan risklerini tazmin edebileceklerdir. Bunun dışında ihracata yeni başlayacak firmalarımıza aracı bankalar kanalıyla kullandığımız Sevk Öncesi İhracat Kredisini öneriyoruz. Bu program kapsamında ilk defa ihracata başlayan, ilk defa kredi müracaatı yapan firmalara öncelik veriyoruz.

Türk Eximbank geçtiğimiz günlerde 2012 yılında ihracatçılara sağladığı finansman desteğinin yüzde 65 oranında artırmayı planladığını açıkladı. Banka destek sigorta

garanti ve kredi yüzdelerini ihracatçıların talepleri doğrultusunda mı arttı? Bu artış yüzdesini belirleyen faktörler neler oldu?

Bu artışı belirleyen birçok faktör bulunuyor. İlk olarak bankamızda yaşanan yönetim ve anlayış değişimi ile 2011 yılından berifaz oranları, vade yapısı ve firma limitlerinde ihracatçıların lehine düzenlemeler yapıldı, bürokrasi azaltıldı. Firma memnuniyetini amaçlayan bir politika benimsendi, tanıtım ve bilgilendirme faaliyetlerine önem verilerek firmaların programlarımız hakkında farkındalığı artırıldı. Tüm bu çalışmaların meyvelerini vermeye başladığını söyleyebiliriz. Daha sonra T.C. Merkez Bankası'nın, sağladığı kaynağı artırması ve ihracatçıları bu kaynak ile buluşturmak için her türlü kolaylığı bize sağlamaları kredi-lerde yaşanan artışın en önemli nedenlerin biridir diyebiliriz.

Banka Kredi kullandırışında sektörler içerisinde farklı tutum izleniyor mu? Örneğin tekstil ve hazır giyim ihracatçıları için ayrı, yaş sebze meyve ihracatçıları için ayrı prosedürler var mı?

Bankamızın kredi programları ile mümkün olduğunca geniş kitlelere ulaşmayı hedefliyoruz. Bu nedenle kredi programlarımızı belirli sektörlerle yönelik sunmak yerine mümkün olduğunca fazla sayıda ihracatçının yararlanabileceği şekilde hazırlamaya özen gösteriyoruz. Bu çerçevede sektör ayrımı olmaksızın, imalatçı ve ihracatçıların kredi başvuruları için eşit koşullar uygulanıyor. Ancak tüm kredi programlarımızda mevsimsel sevkiyat özelliğine sahip sektörlerde faaliyet gösteren firmalarımızın finansman ihtiyaçlarına hızlı bir şekilde destek veriliyor. Ayrıca KOBİ niteliğine haiz firmalarımız kredi programlarımızdan öncelikli olarak ve daha uygun koşullarda yararlanıyor.



Türk Eximbank Genel Müdür Yardımcısı Mesut Gürsoy

Diğer taraftan, bankamız bünyesinde sunulan toplam 20 kredi programının 14'ünden tekstil ve hazır giyim sektöründe faaliyet gösteren ihracatçıların doğrudan faydalanabiliyor.

Peki, tekstil ve hazır giyimdeki ihracatçı firma ve kuruluşların Türk Eximbank kredilerinden yararlanma oranı nedir?

İhracat sektörüne bankamızca sağlanan desteğin yıllar itibarıyla dağılımına bakıldığında, tekstil ve konfeksiyon sektörüne verilen desteğin, bu sektörlerin ülkemiz ihracatındaki paylarına yakın oranlarda seyrettiğini görüyoruz. Zira son üç yılda bu sektörlerin ülkemiz ihracatındaki toplam payları yaklaşık yüzde 35-38 arasında iken, bankamızca bu

sektöre sağlanan destek yaklaşık yüzde 35 seviyesinde gerçekleştirildiği görülüyor. Diğer taraftan, 2011 yılsonu, kısa vadeli ihracat kredilerimizin yüzde 35'i tekstil ve hazır giyim sektörüne tahsis edilmiş bulunuyor. Ayrıca, 2013 ihracat stratejisi kapsamında tekstil sektörünü desteklemek üzere Bankamız orta ve uzun vadeli işletme sermayesi kredisi ve yatırım kredileri de kullanılmaktadır.

İhracatçıların sigorta ve kredi kullanımı konusunda sizce yeterli bilgiye sahip mi? Bu konuda sizin onları aydınlatıcı çalışmalarınız oluyor mu?

Bankamızın yeni misyonu olan müşteri odaklı yaklaşım para-

TOPLAM DESTEK YÜZDE 13.8'E YÜKSELİYOR

Türk Eximbank Genel Müdürü Hayrettin Kaplan geçtiğimiz Nisan ayında, bankanın 2011 yılında ihracat sektörüne 6.67 milyar doları nakdi kredi ve 5.75 milyar doları sigorta-garanti imkanı olmak üzere sağladığı toplam desteği yüzde 39 oranında artırarak 12.42 milyar dolara yükselttiğini dile getirmişti. Kaplan 2011'de ihracatın yüzde 9.2'sine finansman imkanı sağlandığını belirterek "2012 yılında, ihracatçılarımıza sağladığımız finansman desteğini yüzde 65 oranında artırarak 20.5 milyar dolara çıkarmayı planlıyoruz. Böylece, toplam desteği de yüzde 13.8 seviyesine yükselteceğiz" şeklinde açıklamada bulunmuştu.



Sigorta programları ile firmaların yeni piyasalara girebilmelerini kolaylaştırdığımız gibi firmaların karşılaştıkları yeni rekabet ortamlarında başarı olabilmeleri için yapacakları yatırımlar için finansman kaynağı da sağlamaktayız.

Size göre ihracatçı bir firma kredi kullanımı için neden Türk Eximbank'ı tercih etmeli?

Özel sektör gibi kar amacı gütmeyip ülkemizin ve ihracatçılarımızın çıkarlarını düşünerek kamusal yarar hedefleyen Türk Eximbank; kredi, garanti ve sigorta programlarını aynı çatı altında birleştirerek piyasaya göre çok daha uygun maliyetli bir hizmet sunuyor ve ihracat sektörünün tek destek kurumu olarak işlevini sürdürüyor. Mevduat toplama işlevi olmayan ve öz kaynakları dışında sadece borçlanarak kaynak yaratabilen Türk Eximbank'ın güçlü öz kaynak yapısı, bankanın uluslararası piyasalardan borçlanma ve kaynak yaratma kabiliyetini yükseltiyor. Dolayısıyla özellikle bankaların kaynaklarını krediye dönüştürme eğiliminin azaldığı dönemlerde, piyasanın ihtiyaç duyduğu likiditeyi sağlayabiliyor. Tüm bu değerlendirmeler ışığında bankamız, firmaların dış ticarete yönelik finansman ihtiyaçlarını bir bütün olarak en uygun maliyet ve en az bürokrasi ile süratle karşılayabilecekleri bir kurum olarak nitelendirilebilir. ❖

Bankanın Türkiye ihracatına sağladığı toplam desteğin, yüzde 13.8 seviyesine yükseltileceği belirtiliyor.

lelinde firmalarımızın yeterli bilgiye ulaşması konusunda azami gayret gösteriliyor. Bu konuda başta TİM olmak üzere İhracatçı Birlikleri ile ortaklaşa düzenlenen toplantılar, tanıtım faaliyetleri ve sürekli yapılan firma ziyaretleri ile Türk Eximbank'ın sunmuş olduğu olanaklar hakkında ihracatçılarımızı bilgilendiriyoruz. Farklı şehirlerdeki şube ve irtibat bürolarımız aracılığıyla sorunları yerinde tespit edebiliyoruz. İhracatçılarına, Türk Eximbank'ın kar odaklı bir banka olmadığını, bize verilen ihracatın desteklenmesi misyonu çerçevesinde imkanlar sunduğumuzu, amacımızın Türkiye'nin ihracatının artırılması ve 2023 hedefi olan

500 milyar Amerikan Doları'na ulaşmak için elimizden geleni yapmak olduğunu her fırsatta iletmeye çalışıyoruz. Bu amaç doğrultusunda son altı ayda 1000'den fazla firmaya ziyaret yapıldığı gibi gerek uzmanlarımız gerekse Genel Müdür seviyesinde yapılan toplantılar ile sürekli firmalar ile temas halinde kalmaya gayret ediyoruz.

Avrupa pazarında yaşanan krizler nedeniyle Türk ihracatçı ve girişimcilerde bir kaygı söz konusu. Tam bu noktada Türk Eximbank olarak Avrupa'da ihracat yapan girişimcilere özel bir

koruma paketi ya da farklı bir uygulamanız var mı?

Ülkemizin ihracatının en büyük bölümü Avrupa ülkelerine yapılmaktadır. Avrupa'da yaşanan krize bağlı olarak ihracatçılarımızın alacaklarını garanti altına almaları, yani Bankamız sigorta programlarından yararlanmalarının firmalar için hayati önem taşıdığını düşünüyoruz. Ayrıca kriz ortamında karşılaştığımız hususlardan birisi de ihracatçı ve girişimcilerimizin yeni pazarlara açılarak, piyasa çeşitlendirmesine gitmeleri ve bu piyasalarda yeni alıcılar, yeni rakipler ve yeni piyasa şartları ile karşı karşıya kalmalarıdır.

YÜZDE 60 HASARSIZLIK İNDİRİMİ

TGSD'yi ziyaret eden Eximbank Genel Müdürü Hayrettin Kaplan ile Genel Müdür Yardımcıları Mesut Gürsoy, Alaaddin Metin ve Cenan Aykut, tekstil ve hazır giyimde de içinde yer aldığı ihracatta öne çıkan sektörlerle yönelik kredi kullanımı ve sigorta uygulamalarıyla ilgili yenilikleri paylaştı. Eximbank Genel Müdürü Kaplan, hasarsızlık indirimi esaslarında değişiklik yaparak, belirli koşulları yerine getiren firmalara sigorta prim oranlarında yüzde 60'a kadar indirimde gidebileceklerini ifade etti. Sigortalama sürecini 2-3 aydan sekiz güne düşürerek ihracatçıya zaman kazandırdıklarını belirten Kaplan, ihracatçının Eximbank kaynak ve uygulamalarından daha fazla yararlanabilmesi için pazar odaklı bir çalışma sürdürdüğünü ve Türkiye'nin ihracatta öne çıkan illerine tek tek giderek, yaşanan sorunları yerinde belirleyip bu doğrultuda çözüm ürettiklerini vurguladı. Eximbank'ta yaşanan değişim ve dönüşümü tüm sektörlerin hissedeceğini ifade eden Kaplan, 'Merkez Bankası üzerinden yarattığımız kaynaklarla ihracatçımızı çok daha hızlı fonlayacak, başta kredi ve sigorta olmak üzere bize gelen taleplere en kısa sürede yanıt vereceğiz' diye konuştu.



700a

SIRUBA'dan Mechatronics Makinalar



DL 989

web: www.kecoglu.com
email: kecoglu@kecoglu.com

TÜRKİYE MÜMESSİLİ

 **KEÇOĞLU®** SIRUBA®

HEDEF PAZAR RUSYA

**BİRLEŞMİŞ MARKALAR
DERNEĞİ'NİN (BMD), 21 ÜLKE
ARASINDA YAPTIĞI ARAŞTIRMADA,
TÜRKİYE'NİN VAZGEÇİLMEZ PAZARI
OLAN RUSYA, 5 ÜZERİNDEN 3,8
NOT ALDI. HEDEF PAZARLAR
ENDEKSİNDE RUSYA İLK
SIRADA YER ALIRKEN, İKİ YIL
ÖNCE MARKALARIN YÖNÜNÜ
ÇEVİRDİĞİ SURİYE İSE YAŞADIĞI
ÇALKANTILARIN ARDINDAN 1,9 NOT
ORTALAMASI İLE SONUNCU OLDU.**

Birleşmiş Markalar (BMD) öncülüğünde Mikado Eğitim ve Danışmanlık tarafından iki yıllık bir çalışma sonucunda ortaya çıkan, "Hedef Ülkeler Raporu", araştırmaya konu olan ülkelerin ekonomik ve siyasal pozisyonlarını değerlendirip, Türkiye'nin markalarına yeni bir rota çizdi. BMD, 21 ülke

arasında yaptırdığı araştırmada Rusya 5 üzerinden 3,8 not aldı. Hedef pazarlar endeksinde Rusya ilk sırada yer alırken, iki yıl önce markaların yönünü çevirdiği Suriye ise yaşadığı çalkantıların ardından 1,9 not ortalaması ile sonuncu oldu. BMD'nin üyelerinin yurtdışına açılma hedeflerine ulaşmaları için hazırladığı Hedef

Ülkeler Raporu, 21 farklı ülkeye ilişkin ekonomik, sosyal ve demografik verileri, perakende sektörüne özel bilgileri, bu pazarlardaki tüketici eğilimlerini ve geleceğe yönelik fırsat ve avantajları içeriyor. Rapor, bir yandan Türk markalarına hedef pazar önerilerini sunarken diğer yandan da bu pazarlarda markaları bek-

leyen fırsatları, geçmiş ve mevcut deneyimler ışığında ele alıyor. Rapordaki tüm verilerin temel amacı ise markaların genişleme planlarını gerçeğe dönüştürmelerinde kendilerine yardımcı olmak. Rapor, hedef pazarlardaki perakende ortamının gerekleri, her firmanın kendi koşulları ve büyüme stratejileri çerçevesinde değer-

lendiriliyor. Bir başvuru kaynağı olarak hazırlanan Hedef Ülkeler Raporu çalışması, Cumhuriyetin 100. yaşında Türkiye'nin yurtdışında 20 bin mağaza hedefine giden yolda değerli bir rehber olma özelliği taşıyor.

21 ülke bu raporda bulundu

Düzenlediği tanıtım toplantısıyla Hedef Ülkeler Raporu'nu sektörle paylaşan BMD, üyesi olan markalara izlemeleri gereken yol haritalarını bu anlattı. TİM Başkanı Mehmet Büyükeksi, TGSD Başkanı Cem Negrin ile markaların üst düzey yöneticilerinin katıldığı toplantıda Hedef Ülkeler Raporu'nun detayları paylaşıldı. Açılış konuşmalarının ardından düzenlenen panelde, Rönesans Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Erman Ilıcak, Bilgi Üniversitesi Mtevelli Heyeti Üyesi Prof. Dr. Deniz Ülke Arıboğan ve Koç Üniversitesi İşletme Enstitüsü Yönetici Direktörü Esel Çekin, Rusya başta olmak üzere 21 ülkenin taşıdığı riskler ve güçlü yanlar masaya yatırıldı.

Siyasal risk öne çıktı

BMD Başkanı Yılmaz Yılmaz, yaptığı konuşmada BMD yönetimine geldiklerinde 1370 olan yurtdışındaki mağaza sayılarının bugün 2603'e çıktığını, yani iki katına yakın arttığını ifade ederek, geçtiğimiz iki yılda Türkiye'de de çok hızlı bir şekilde büyüdüklerini belirtti. A.C. Nielsen'in perakende endeksine göre sektörlerinin 2011'i yüzde 30 büyüyerek kapattığını vurgulayan Yılmaz sözlerine şöyle devam etti: "BMD markaları 2023 hedefine doğru hızla ilerliyor. Diğer taraftan dünya ve Türkiye'nin bulunduğu bölge gerçekten çok hızlı değişiyor. İki yıl önce bölgede ki yatırım önceliklerini konuşurken siyasi risk çok önemli bir kriter değil iken, bu gün belki de en önemli risk unsuru haline geldi. Batımızda yaşlı ve yorgun Avrupa; kuzey ve



“BMD öncülüğünde Mikado Eğitim ve Danışmanlık tarafından iki yıllık bir çalışma sonucunda ortaya çıkan ‘Hedef Ülkeler Raporu’nun açıklandığı toplantıda önemli bilgiler verildi.

doğumuzda büyüme potansiyeli olan ancak dünya konjoktüründeki muhtemel değişimler nedeniyle eskisi kadar güvenli bakamadığımız BDT ülkeleri; günümüzde ise Arap Baharı ve İran'ın nükleer inadı ile istikrarı sorgulanan Ortadoğu pazarı. Bu denklemi nasıl çözeceğiz? Yaklaşık bir buçuk yıl önce markalarımızın yurtdışı büyümelerinde yol gösterici olmak adına Türkiye'nin ekonomik etki alanı olarak gördüğümüz üç coğrafi bölge ile (Doğu Avrupa, Kuzey Afrika ve Ortadoğu), Rusya ve Türkiye Cumhuriyetleri içine alan, BMD yurtdışı hedef pazarlar raporunu başlattık.” BMD Başkanı Yılmaz Yılmaz, BMD markalarına yeni bir rota çizen çalışmanın, 2023 hedeflerini yakalamak için son derece önemli bir kılavuz niteliği taşıdığını sözlerine ekledi.

Büyükeksi: “BMD'nin çalışması dikkat çekici”

Avrupa'da işlerin hala iyi gitmemesine rağmen ihracatın artmaya devam ettiğini belirten TİM Başkanı Mehmet Büyükeksi ise, Mart ayında Libya, Etiyopya, Yemen, Bahreyn ve Mısır'a yapılan ihracatta rekor artış yakalandığını kaydetti. Büyükeksi, 2023

yıllı hedeflerine giderken Irak'ın önemli bir rol oynayacağını da altını çizdi. İleri teknoloji ve markalaşmanın ihracatta büyük önem taşıdığını vurgulayan Büyükeksi, bu nedenle BMD'nin yaptığı çalışmayı dikkat çekici bulduğunu söyledi. Büyükeksi, “Sektörlerimizin tamamı Rusya'ya hedeflenmiş durumda. Biz ihracata pozitif ayrımcılık istiyoruz. Buna katkı sağlayacağı için de yurtdışı mağazacılığı destekliyoruz” şeklinde konuştu.

Rusya'dan Türkiye'ye pozitif ayrımcılık

Rönesans Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Erman Ilıcak ise herkesin iş planında mutlaka yolun başındaki Rusya'nın olması gerektiğine dikkat çekti. Ilıcak, Rusya'da Türklere ayrıca pozitif ayrımcılık yapıldığını belirtti ve sözlerine şöyle devam etti: “Rusya'da bugün 6 tane Türk bankası var. Türkiye ile Rusya arasındaki ikili ilişkiler iyi bir noktada. Türk girişimcilerin de bunları iyi değerlendirmesi gerekiyor.” Ilıcak, Nijerya'nın mutlaka hedef pazarlar arasında değerlendirilmesi gerektiğini belirterek, nüfus yoğunluğu ve petrole dayalı

geliriyle ülkenin Türk markaları için önemli fırsatlar taşıdığını ifade etti.

BMD'den dev pazar analizi

BMD Hedef Ülkeler Raporu kapsamında hazırlanan “Rusya Ülke Raporu”, Türk markaları için önemli fırsatlar sunan dev bir pazarın analizini içeriyor. BMD üyelerine sunulan Rusya Ülke Raporu, Rusya pazarında nüfus yapısı, tüketicilerin alım gücü ve tercihleri, kanuni altyapı, insan kaynağı, bürokratik yapı gibi özellikleri incelenirken, markalara pazarın fırsatları kadar tehdit ve zorlukları da aktarılıyor. Yalnızca kendi coğrafyasında sunduğu olanaklarla değil, Bağımsız Devletler Topluluğu'na bir erişim alanı olarak da dikkat çeken Rusya, raporda Türk markalarının yurtdışına açılım planlarında mutlaka yer alması gereken ülkelerden biri olarak gösteriliyor. Rusya'da zaten mağazaları olan ve bu coğrafyada genişlemeyi planlayan, Rusya'da mağazası olmayan ve yakın gelecekte açmayı düşünen, Rusya'yı uzun vadeli hedef pazar olarak gören tüm markalar için bu raporun önemli yararlar sağlayacağına inanılıyor.



Hedef pazarlar endeksinde Rusya ilk sırada yer alıyor.

Her şehrinde ayrı fırsat

Rusya'nın geçmişte ve bugün Türkiye'nin önemli bir komşusu olduğu, iki ülke arasındaki siyasi ve ekonomik ilişkilerin her zaman güncelliğini koruduğu herkes tarafından bilinen bir gerçek. Tarihin erken dönemlerinden başlayarak günümüze kadar uzanan Türkiye-Rusya ilişkilerinin ekonomik boyutunun, gelecekte daha da güçlü bir biçimde iki ülke ilişkilerini etkileyeceği de son derece açık. Bu ekonomik etkileşimde Türk perakende sektörünün ve Türk markalarının da önemli payı olacağı belirtiliyor. 2012 Ocak ayı itibarıyla 34 BMD markasının 593 mağazasının bulunduğu Rusya Federasyonu, geniş coğrafyaya yayılmış olan büyüklüğü ve her

bir şehrinin sağladığı farklı fırsatlar ve barındırdığı farklı perakende ortamıyla Türk markaları için önemli bir genişleme alanı olarak görülüyor. Rusya'da son 20 yılda yaşanan ekonomik ve sosyal dönüşüm, gelir gruplarının çeşitlenmesi, dünyaya açılım ve dünyada olan tüm yeniliklere erişim özelliği gibi unsurlar, Rusya pazarının dünya markaları için büyük bir oyun alanı olmasını da beraberinde getirdi. Türk markalarının da bu oyunda yer alması kaçınılmaz bir sonuç. Bugün Moskova'nın en önemli caddelerinde yer alan Türk markalar, Moskova dışındaki şehirlerdeki projeleri de yakından takip ederek, Rusya'da dünya markalarıyla rekabet ediyor.

Rusya dünyanın en pahalı 5'inci ülkesi

Raporda, 2011 yılında 15 bin 837 dolarlık kişi başı milli gelir ile hedef pazarlarda tüketim açısından en zengin 9'uncu ülke konumuna gelen Rusya'nın, Gayrisafi Yurtiçi Milli Hasıla'da 2012 yılında yüzde 3,9 büyüyeceği öngörülmüyor. 2000-2011 yılları arasında tüketici fiyatlarında en hızlı yükseliş gösteren ülkeler içerisinde bulunan Rusya'nın, tüketicilerin ortalama harcama alışkanlıklarına göre; dünya genelinde 16 hedef pazarlar içerisinde 5'inci en pahalı ülke konumunda olduğu ortaya çıktı. Hizmetler sektöründe geçtiğimiz 10 yıl içerisinde GSYİH'deki payını yüzde 50 seviyesinden yüzde 60'ın üzerine çekerken; ülke-

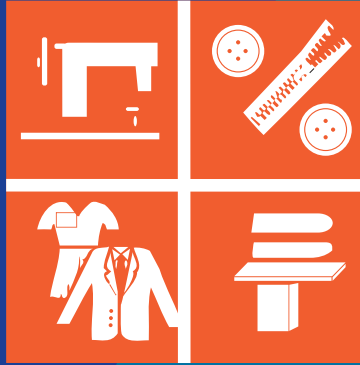
de tarımcılığın GSYİH'deki payına oranla daha fazla işgücü çektiğinin görüldüğü Rusya'da; 2010 ve 2011 yıllarında ihracatta önceki yıllarda gördüğü büyüme oranlarını yakalamış olduğu kaydedildi. 2012 yılı beklentileri ise AB ekonomisi yüzünden Rusya için 2011 yılına göre daha kötü olacağı doğrultusunda. Rusya 2011 yılında hedef pazarlar arasında en çok yabancı yatırımı kendine çeken 4'üncü ülke konumuna gelirken; 2010 ve 2011 yıllarında ihracatta 6'ncı sıraya yükseldi. Türkiye'nin ithalatında ise 2010'da ilk sıradayken 2011'de 2'nci sıraya gerilemiş olduğu da bilgiler arasında. Raporda, Rusya'nın Türkiye'den ağırlıklı olarak gıda maddeleri alınırken daha sonra tekstil ve konfeksiyon ürünleri, deri, kürk, makine ve teçhizat, otomobil aldığı; Türkiye'nin ise Rusya'dan enerji kaynakları (petrol, doğal gaz, kömür) başta olmak üzere makine aksam ve parçaları, demir çelik, kimyasallar ve gübre ithal ettiği ayrıntıları da mevcut.

Ünlü markalar sıraya girdi

Tüketici eğilimlerinde, dünya genelinden büyük farklilik olmamakla birlikte, genelde gelire göre tüketim eğiliminin mevcut olduğu; kredi kartı sayısındaki artışa rağmen nakit ödemenin hala en yaygın yöntem olduğu belirtiliyor. Son dönemde pazara giriş yapan firmalar; H&M, River Island, One Step, New Look, IKKS, Bebe, GAP, Uniqlo, Uterque, Carrefour, Kika, Burger King, Dunkin Donuts iken; pazara giriş yapması beklenen markalar, Victoria's Secret, Payless Shoe Source, American Naturalizer, Santana, Steve Maden, Debenhams, The North Face, Tape a L'oeil, Biba Happy Mother, Alexander McQueen, Stella Mc Cartney, Ann Christine, Wall-mart, Sainsbury, Saturn, Game Group, American Naturalizer, Santana olarak listeleniyor. Yeni iş modeli veya büyüme öngören markalar ise Mustang, Nike, Geox, Levis, Diesel, Guess, McDonalds, Starbucks, Subway, Metro Group olarak kaydediliyor. ❖



www.tuyap.com.tr



KONFEKSİYON MAKİNESİ 2012

23. Uluslararası Konfeksiyon Makineleri,
Nakış Makineleri, Konfeksiyon Yan Sanayii ve
Aksesuarları Fuarı

www.konfeksiyonmakinelertifuari.com



31 Mayıs - 3 Haziran 2012



İSTANBUL



TUYAP FUAR VE KONGRE MERKEZİ

Büyükcçekmece, İstanbul / Türkiye

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



İPLİK FUARI

SEKTÖRÜN ODAK NOKTASI OLDU

İPLİK SEKTÖRÜ, YENİ PAZARLARA GİRMEK VE ÇEŞİTLİLİĞİNİ ARTIRMAK İÇİN 21-24 NİSAN 2012 TARİHLERİ ARASINDA 9. ULUSLARARASI İSTANBUL İPLİK FUARI'NDA BULUŞTU. YERLİ VE YABANCI ZİYARETÇİLERİN AKIN ETTİĞİ FUAR, İPLİK SEKTÖRÜNÜN ÖNEMİNİ BİR KERE DAHA VURGULADI.

Türk iplik sektörü, mevcut ihracatını korumak, yeni pazarlara girmek ve çeşitliliğini artırmak amacı ile ITM Texpo Eurasia 2012 29. Tekstil, Dokuma, İplik, Terbiye, Örgü, Çorap Makineleri, Yan Sanayileri ve Kimyasalları Fuarı ve HIGHTEX 2012 Fuarı ile eş zamanlı olarak

gerçekleştirilen 9. Uluslararası İstanbul İplik Fuarı'nda bulundu. Fuarlar, 21-24 Nisan tarihleri arasında Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi'nde düzenlendi. Tekstil sektörünün makine, iplik ve hammadde yatırımlarına cevap vermeyi hedefleyen ve mamul ipliğin yanı sıra tekstil, dokuma, iplik, terbiye,



☛
Başyazıcıoğlu Tekstil

☛
İTHİB Başkan Yrd.
Tamer Pala,
fuarda firmaları ziyaret etti.



☛
Akren İplik



örgü, çorap makineleri, yan sanayi ve kimyasallarının sunulacağı fuarlarda bu yıl da uluslararası alıcı ve satıcıları aynı platforma konuk oldu. Sektör için çok önemli olan 9. Uluslararası İplik Fuarı'nda pamuk, pamuk karışımı, elastan, yün, yün karışımı, viskon, viskon karışımı, akrilik, akrilik karışımı, fantezi, polyester, polyester karışımı, ipek, ipek karışımı, polipropilen, polyamid, keten, keten karışımı, naturel, rejenere, metalik, teknik, naylon iplikler ile dikiş, nakış, el örgü, tektüre iplikleri, elyaflar, bobin, masura

ve makaralar alanında ürünler sergilendi. İTHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcı Tamer Pala, fuarın açılışına katıldı ve firmaları ziyaret etti. Ayrıca İTHİB YK Üyesi Şerafettin Demir de fuarı ziyaret edenler arasında yer aldı. Fuara katılan firmalar arasında ise Tepar Tekstil, Keten Tekstil, Kale İplik, Akren İplik, Haksa İplik, Başyazıcıoğlu Tekstil gibi isimler yer aldı.

Sektör için önemli bir platform

Fuarda iplik sektörünün önemli fir-



Uzakdoğu ve Hindistan'dan gelen alım heyetleri fuardan memnun kaldı



malarının yanında pamuk ve elyaf hazırlama, iplik hazırlama, dokuma hazırlık ve dokuma, boya-baskı-terbiye makineleri, tekstil kimyasalları, laboratuvar cihazları ve kalite kontrol sistemleri görülmeye çıktı. Öte yandan teknik tekstiller ve nonwoven ile ilgili teknoloji, hammadde, kimyasalları ile yarı mamul ve nihai ürün firmaları da fuardaki yerini aldı. Son dönemde artan teknolojik yatırımlardan dolayı Tüayap Tüm Fuarçılık Yapım

A.Ş. ve Teknik Fuarçılık işbirliğiyle ve Tekstil Makine ve Aksesuar Sanayicileri Derneği TEMSAD desteği ile gerçekleştirilen ITM TEXPO EURASIA 2012 Uluslararası Tekstil Makineleri Fuarı, dünyanın önemli markalarını İstanbul'da buluşturdu. Avrasya bölgesi başta olmak üzere, global tekstil sektörünün önemli pazarlarından uluslararası profesyonellerin katılımıyla zenginleşen fuar, sektör için önemli bir pazarlama platformu da oluşturdu.❖



PROFESYONEL ÜRÜN GAMLARI SUNULUYOR Fahrettin Elmas Kale İplik YK Başkanı

Öncelikle şunu belirtmekte fayda var; bu tür fuarların daha sık ve geniş kapsamlı yapılması önemli. Çünkü bu fuarlar artık direkt satışların yapıldığı pazar mantalitesinden uzakta daha profesyonel ilişkilerin ve ürün gamlarının sunulduğu alanlar olarak göze çarpıyor. Ancak firmalar bunu yavaş yavaş fark ederek markalarını en iyi şekilde sunmaya çalışıyorlar.

Dünyanın pek çok yerinde gerçekleşen fuarlara katılarak neyin nasıl yapılması gerektiğini de öğreniyor ve 5-10 sene önce yaptıklarımızın ötesinde bir tutum sergiliyoruz. Zaten halihazırda katılımcı ve müşteri profili de değişiyor, gelişiyor. Daha önce çoğunluğunu Doğu Bloğu ülkelerinin oluşturduğu katılımcılar yerini daha globalleşen bir kitleye bırakıyor.



FUARIN ÖNEMİ HER GEÇEN SENE ARTIYOR Hasan Tepe Tepar Tekstil YK Başkanı

Üretimde Avrupa'da birinci, dünyada ise ilk üçte yer alan Türk iplik sektörünün tüm dinamiklerinin, önemi her geçen sene artan bir fuarda görmek mutluluk vericiydi. Özellikle komşu ve yakın ülkeler Rusya, İran, Mısır, Suriye, Makedonya, Bulgaristan'dan gelen ziyaretçiler, yenilikçi, nitelikli ve teknik tekstiller

alanında kullanılabilen ipliklerimize yoğun ilgi gösterdiler. İplik fuarının, Tekstil makineleri fuarı (ITM) ile birleştirilerek düzenlenmesi, ziyaretçi sayısına ayrı bir ivme kazandırdı. Sektörün en prestijli fuarlarından biri kabul edilen iplik fuarının gelecekte dünyanın çok önemli fuarlarında birisi olacağına yürekten inanıyoruz ve Tepar olarak fuara sürekli katılımcı kalacağımızı belirtmek istiyoruz.



ALICILARLA GÜÇLÜ BİR İLETİŞİM KURDUK Bayram Keten Keten Tekstil YK Başkanı

Geçen senelere göre çok daha iyi bir fuar geçirdiğimizi söyleyebilirim. Hem yurtdışından hem de yurtçinden birçok alıcı ile güçlü iletişimler kurduk. Gelecek dönemde burada başlattığımız ilişkilerimizin olumlu yansımalarını alacağımız düşünce-sindeyim. Katılımcı yoğunluğu geçtiğimiz senelere göre büyük farklılık

göstermiyor diyebilirim ancak fuar potansiyelinin arttığı bir gerçek. Avrupa fuarları ile boy ölçüşen ve yapısal olarak da her geçen yıl profesyonelleşen bir fuara sahibiz. Türkiye iplik sektörü olarak bunun farkında olmalı. Ben, ortaya koyduğumuz katma değerle fark yaratmamız gerektiği görüşündeyim.



FUARIN HİTAP ETTİĞİ KİTLE DAHA DA BÜYÜDÜ Mahmut Başyazıcıoğlu Başyazıcıoğlu Tekstil YK Üyesi

Bu sene fuar, geçtiğimiz senelere göre daha canlı, daha profesyonel ve daha kapsamlı. Bu fuara katılımımızın dördüncü senesi. Bu senenin en iyi geçirdiğimiz sene olduğunu söylemek çok da yanlış olmaz. Öte yandan iplik makineleri ve non-woven iplik sektörlerinin de katılımı

ile fuarın hitap ettiği kitle daha da büyüdü. Başyazıcıoğlu Tekstil olarak fuarın bu özelliklerini korumasını istiyoruz. Gerek yurtdışı, gerekse yurtçinden iletişim kurduğumuz birçok müşterimiz ile gelecek iş birliklerimizin adımlarını atma imkanı buluyoruz. Yurtdışı fuarları ile karşılaştırıldığında İplik Fuarı'nın birçoğundan çok daha verimli geçtiğini söylemek mümkün.



AVRUPA'DAKİ FUARLAR GİBİ ETKİN Serdar Sağiroğlu / Haksa İplik YK Üyesi

Portföyümüzde yer alan müşterilerimiz ile iletişimimizi güçlendirmek ve potansiyel müşterilerimizle de yakınlık kurmak için buradayız. Bu sene altıncı yılımız ve diğer yıllara nazaran çok daha aktif ancak katılımcı sayısı daha az bir fuar geçirdiğimizi söyleyebilirim. Ekonomik dalgalanmaların bunda büyük etkisi olduğu düşüncesindeyim. Yurtdışı ilişkileri daha güçlü olan bir firma olarak biz Avrupa'da yaşanan resesyondan direk etkilendik diyebilirim. Avrupa'da düzenlenen birçok fuarda da boy gösterdik ve bu fuarlarda da aynı etkinin görüldüğünü bizzat deneyimledik.



İLİŞKİLERİMİZ DAHA DA GÜÇLENİYOR

Cem Tezeren

Hassan Group Pazarlama Müdürü

Fuarın genel itibarıyla iyi geçtiğini söyleyebiliriz. 23 Nisan tatilinin araya girişi, katılımcı sayısında bir düşüşe sebep olsa da iplik makineleri ve non-woven iplik sektörünün de katılımıyla daha güçlü bir fuar olduğunu gözlemliyoruz. Non-woven iplik sektöründe hizmet veren Hassan Group olarak, sektörümüzde gözle görülür bir gelişme olduğunu söylemek yanlış olmaz. Bu tür fuarlarla da hem kendimizi ilişkili olduğumuz sektörlere daha iyi anlayabiliyor hem de potansiyel müşterilerimizle daha gelişkin ilişkiler kurabiliyoruz.

TÜRKİYE İLE ÖNEMLİ İŞBİRLİKLERİ YAPACAĞIZ

Haresh A. Patel TheIndiaTextile Association Yönetici Mühendis

Bu, heyet olarak Türkiye'ye ilk gelişimiz. Daha öncesinde birçok kez Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sanayisinde ilerleme kaydeden ve gelişen bir ülke olduğunu biliyorduk. Kendi adıma konuşmam gerekirse Türkiye'ye gelmeden önce yanlış bir izlenime kapılmış olduğumu söylemeliyim. Ancak henüz üç gün olmasına rağmen Türk insanının hoşgörülü, gelişmeye açık ve çalışkan olduğunu gördüm. Bu fuar da hissettiklerimin bir uzantısı niteliği taşıyor. Burada profesyonel ilişkiler kurduğumuz tüm firmalar ile gelecek dönemde önemli işbirlikleri yapacağımız kanaatindeyim. Hindistan'da gerçekleşen organizasyonlarda popülasyonun daha fazla olduğunu söylemek mümkün. Ancak ilişkilerin çoğu kağıt ve belge üzerinde kalıyor. Ancak Türkiye'de bire bir iletişim ve fikir alışverişinin üst düzeyde olduğunu söyleyebilirim.



TÜRKİYE AVRUPA'NIN ÖNDE GELEN ÜRETİCİLERİNDEN BİRİ

AndreWissenberg
Oerlikon Textile
Pazarlama
Kurumsal İlişkileri
Başkan Yrd.

Öncelikle Uluslararası İplik Fuarı'nın Avrupa'da ve dünyanın gelişkin ekonomilerinin düzenlenilen fuarlardan hiçbir farkı olmadığını belirtmek gerek. Üçüncü günün sonunda standımızda birçok müşteri ve mühendis ile teknolojilerimiz üzerine görüşmelerde bulunduk. Türk iplik üreticileri sektördeki gelişmeleri yakından takip eden ve takip eden değil edilen olmaya çaba sarf eden yöneticilerden oluşuyor. Türkiye büyük bir potansiyeli olan ve Avrupa'nın önde gelen üreticilerinden biri durumunda. Bu tür fuarlarla Türkiye'nin gelecek portresinin her geçen sene daha da parlak çizmek mümkün.



HER GEÇEN GÜN BÜYÜYEN VE GELİŞEN PAZAR; TÜRKİYE

Joong AeShin
Solsang International
Pazarlama Müdürü



Solsang International olarak Türkiye önemli işbirlikçilerimizden birisi durumunda. Kore, Japonya, Çin ve Malezya gibi Uzakdoğu ülkelerinin teknoloji, ürün çeşitliliği ve pazar yapıları konularında görüş alışverişinde bulunuyoruz. Öte yandan burada bulunan birçok müşterimiz ile de ilişkilerimizi tazeleyip yeni gelişmelerle ilgili görüş paylaşıyoruz. Türkiye'nin her geçen gün gelişen ve büyüyen bir üretici ve aynı zamanda da pazar olduğu göz ardı edilemez bir gerçek. Artık hazır giyim ve tekstilin merkezi yer değiştiriyor. Doğuya doğru hareketlenen sektör fuar kalitesindeki artıştan, müşteri memnuniyetine kadar yansıyor. Bu sene fuar alanının genişlemesi ve diğer sanayi kollarının da katılımıyla daha da ilerleyeceğinin sinyallerini verdi.



KAYRA®

www.kayra.com.tr
facebook.com/kayratekstil
twitter.com/kayratekstil

colours,
uniquely diverse

• BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ • SURİYE • KATAR • SUUDİ ARABİSTAN • KUVEYT • ÜRDÜN • FİLİSTİN • İRAK
TÜRKİYE

FANTEZİ İPLİKTE İNOVASYONUN ADI KETEN TEKSTİL

**SEKTÖR İÇİN BÜYÜK BİR ÖNEME SAHİP OLAN
FANTAZİ İPLİK ALANINDA HİZMET
VEREN KETEN TEKSTİL BU
ALANDA BAŞARILI
ÇALIŞMALAR
YAPIYOR.**

**FİRMANIN
YÖNETİM KURULU
BAŞKANI BAYRAM
KETEN, FİRMANIN
YOĞUNLUKLU
OLARAK SEKTÖRDEKİ
TRİKO/ÇORAP VE EL
ÖRGÜ İPLİK İHTİYACINI
KARŞILADIĞINI
AKTARIYOR.**

Tekstil teknolojisindeki gelişmeler ve müşteri taleplerindeki çeşitlilik, tekstil endüstrisinin yeni kumaş tiplerine olan eğilimini hızlandırıyor. Bu nedenle değişik kumaş yapılarının oluşturulması için üreticiler değişik yapısal ve görünüm özelliklerine sahip fantezi iplikleri üretmeye hız kazandırıyor. Günümüzde teknolojik gelişmelerin de etkisiyle fantezi iplik üretimi için çeşitli teknikler kullanılırken, daha çok görsel

özel-
liği ön planda
olan kumaşlar elde etmek için ise normal ipliklerle kıyaslanmayacak kadar değişik yapıları olan fantezi iplikler geliştiriliyor. Yakın döneme kadar fantezi ipliklerin oldukça dar olan kullanım alanı artan ihtiyaç ve talep karşısında dekoratif amaçlarla kullanılmamanın dışına

çıkarak tekstil sektörünün en önemli dinamiklerinden biri haline gelmiş oluyor. Fantezi iplikler insanların hayal gücü ilgili olduğundan oldukça geniş bir çeşitlilik sunuyor. Yani renk ve biçimlerin istenildiği kadar kullanılabilmesi sadece bir iplik türünün bile araştırılmasının ne kadar geniş olacağını gösteriyor. Günümüzde sıklıkla kullanılan fantezi iplik türleri lup, bukle, hav, düğüm ve düz

iplik türleri olarak sıralanıyor. Tekstil teknolojisindeki gelişmeler ve müşteri taleplerindeki çeşitlilik tekstil endüstrisinde yeni kumaş tiplerinin geliştirilmesini hızlandırıyor ve bu kumaşların üretiminde kullanılmak üzere normal ipliklerden farklı yapı ve görünümüne sahip fantezi iplik türlerinin üretilmesini zorunlu kılıyor. Günümüzde fantezi ipliklerin, farklı teknikler kullanılarak üretimi mümkün oluyor. Kullanılan bu farklı tekniklere bağlı olarak, bu ipliklerden üretilen kumaşların göstermiş oldukları görsel ve fiziksel özellikler de değişiklik gösteriyor. Son yıllarda teknolojik gelişmelerden olumlu etkilenmesi ve rekabet



↓
Keten Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı Bayram Keten

ortamının getirdiği yenilikler bu sektörün atılım yapmasında önemli rol oynuyor. Türkiye’de ise fantezi iplik sektörü her geçen gün gelişim gösteren ve tekstil sektörünün en önemli oyuncularından biri haline gelme yolunda büyük adımlar atıyor. Türkiye’nin önde gelen fantezi iplik üreticilerinden Keten Tekstil ise teknolojiden yaşanan gelişmeleri yakından takip eden ve ortaya çıkan talebe en iyi şekilde cevap verme konusunda çalışmalarını büyük bir konsantrasyonla sürdüren firmalara öncülük yapıyor. Fantezi iplik hakkında görüşme yaptığımız Keten Tekstil firmasının Yönetim Kurulu Başkanı Bayram Keten için fantezi iplik bambaşka bir anlam taşıyor. Keten, bu sektördeki yolculuklarına 93 yılında başladıklarını belirtiyor. Şirket’in 2012 yılı itibarıyla

tedarikçileriyle birlikte 350-400 kişilik istihdam yarattığını dile getiren Keten, firmanın yoğunluklu olarak sektördeki triko/çorap ve el örgü iplik

ihtiyacını karşıladığını aktarıyor. Firmanın ihracat bilgilerini paylaşan Keten üretimlerinin yüzde 45’ini İngiltere, Fransa, Rusya, Romanya, Suriye, İran, Fas ve Tunus’a ve geri kalan üretimin yüzde 45’i dolaylı olarak iç piyasadaki müşteriler tarafından ürüne dönüştürülerek ihraç edildiğini söylüyor. Ayrıca yüzde 10’luk bir kısmının ise iç piyasada tüketildiğini de sözlerine ekleyen Keten, ürettikleri ipliklerden oluşan final ürünleri dünyadaki belli başlı perakende zincirleri tarafından satıldığını dile getiriyor.

“İtalyan hakimiyetine son vermek niyetindeyiz”

Dünyada fantezi iplik sektörüne İtalyan firmalarının hakim olduğunu belirten Keten, Türkiye’de her geçen gün daha da kızışan rekabetin yoğunlaşmasıyla üreticilerin ürün çeşitliliğini artırdığını ve bunun sektörün dış alıcıların ilgisini çekmeye başladığını sözlerine ekliyor. Maliyet fiyatlarının optimize edilmesiyle birlikte Türkiye’nin aynı üründe İtalya’dan yüzde 35, Çin’de üreten İtalyan firmalarından, yüzde 18 daha fazla fiyat avantajı sunarken bu avantajın

pazarı sürekli büyüttüğünü söyleyen Keten, 2008 yılındaki krizden sonra perakende sektörünün satışlarını artırabilmek için klasik ürünlerden farklı ürünlere yönelmesi ile fantezi iplik üretim ve satışının arttığını söylüyor.

Konuşmasında fantezi iplik trendlerine de değinen ve aynı üründe birçok farklı ve zıt dokunun kullanıldığını ancak renk ahenginin bulunduğu tasarımların ön planda olduğunu söyleyen Keten, “Keten Tekstil koleksiyon oluştururken önce şu iki basit soruya cevap arar: Bir kadının giysi dolabında ne vardır? Mağazada bundan farklı ne görürse ilgisini çeker ve satın alır. Bu iki soruya üretilen cevaplar koleksiyonun ana fikrini oluşturur” diyor. Bu fikir ekseninde estetik görüşü, felsefe, mühendislik ve ticari bakışla harmanlayarak ürüne dönüştürdüklerini belirtiyor. Türk fantezi iplik sektörünün geleceğini inovatif düşünce tarzı ve yaratılacak katma değerde bulan Keten, önümüzdeki dönemde fantezi ipliğinin Türk Tekstil Sektörü’nün önemli oyuncularından biri olacağı görüşünde olduğunu belirterek sözlerini noktalıyor. ❀



↓
Keten Tekstil ürünleri ile İplik Fuarı’ndaki yerini aldı.

DOSSO DOSSI FASHION SHOWS



STAS MIHAYLOV



Expo Center



IC Green Palace



Delphin Imperial

07 ИЮНЯ 2012
14 JUNE 2012
Antalya

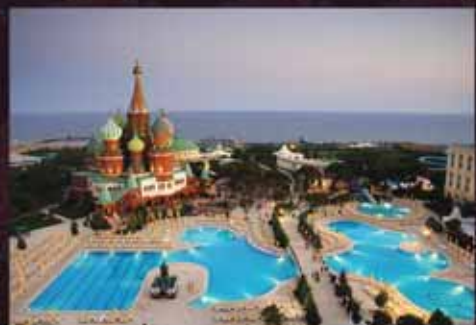


Doso Dossi

www.dosodossi.com.tr



PHILIPP KIRKOROV



Kremlin Palace



Rixos Lares



Topkapi Palace

İTKİB İTA'NIN ÇALIŞMALARI HIZ KESMİYOR



İTKİB İTA, 26 ÜLKEDEN AR-GE KURULUŞLARI İLE ORTAK OLARAK YER ALDIĞI, FONLANMIŞ ÖNEMLİ BİR AB PROJESİ KAPSAMINDA MAYIS 2013 TARİHİNDE YAPILACAK OLAN TEKNİK VE FONKSİYONEL TEKSTİLLERLE İLGİLİ BİR KONGRE ORGANİZASYONUNA İMZA ATMAYA HAZIRLANIYOR.

Avrupa Birliği'nin Moda ve Tekstil İş Kümesi (MTK) projesi kapsamında, KOBİ'lerin rekabet güçlerinin artırılmasına ilişkin belirlenen ortak amaçlar çerçevesinde, Avrupa Komisyonu ve Türk Hükümeti'ni temsilen Dış Ticaret Müsteşarlığı, İstanbul Tekstil Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri tarafından yürütülen MTK projesi sonucunda kurulan İTKİB İTA, çalışmalarını tüm hızıyla sürdürüyor. Gerek üniversiteler gerekse sanayicilerle yapılan ortak projeler, firmalara Ar-Ge çalışmaları yapmaları için sağlanan imkanlar ve uluslararası boyutta yapılan işbirlikleri, tekstil ve hazır giyim sektörüne ivme kazandırıyor. İTKİB İTA'nın yaptığı bu başarılı çalışmaları daha yakından incelemek için önemli

fabrikalarda laboratuvar, Ar-Ge, işletme müdürlüğü görevlerinde ve tekstil boyaları teknik pazarlamasında uzun yıllar çalışmış, merkezin yeni Genel Müdürü Julide Sunday Özgen ile bir söyleşi gerçekleştirdik. Öncelikle sözlerine İTKİB İTA'yı tanıtarak başlayan Özgen şunları söylüyor: "Avrupa Birliği projesi kapsamında kurulan İTKİB İTA, faaliyetlerini Halkalı'da bulunan Tekstilpark yerleşkesinde sürdürüyor. Sektörü uluslararası rekabette bir adım öne taşımayı; Türkiye'de Ar-Ge ve yenilikçi eğitimin üssü olmayı hedefleyen bir projedir. Biz bu bağlamda üniversitelerle sanayi arasında bir köprü oluşturabilecek yönlendirici bir güç olmayı amaçlıyoruz." Burada hem tekstilin Ar-Ge projelerinin yapılması, hem de kon-

ferans, eğitim ve defilelerin de düzenlenmesinin düşünüldüğünü belirten Özgen, buranın 3 bin 850 metrekairelik bir kapalı fuar alanı olduğunu ve bu alanın sadece tekstile yönelik değil, tekstilin yan kuruluşlarına yönelik de kullanılabilirliğini ifade ediyor. Sektörel birçok fuarın burada düzenlenebileceğini dile getiren Özgen "Merkezin inanılmaz güzel bir göl manzarası var. Ayrıca buranın yaklaşık 1000 arabalık birpark alanı, 750 metrekairelik konferans ve defile salonu var." diyerek buranın bir Ar-Ge merkezi olmasının yanı sıra sahip olduğu diğer özellikleri de aktarıyor. Sözlerine merkezin son dönemdeki Ar-Ge çalışmaları hakkında bilgi vererek devam eden Özgen, "Belçika'daki Ghent Üniversitesi'nin yürütücü

olduğu, 26 ülkeden Ar-Ge departmanlarının katıldığı, İTÜ ve Ege Üniversitesi'nin de yer aldığı, fonlanmış 2BFUNTEX isimli bir AB projesi içerisinde yer alıyoruz. Bu projenin konusu, araştırma merkezlerinin dünya pazarındaki yenilikçi fonksiyonel tekstilleri ve bu doğrultudaki ihtiyaçları araştırması ile bu tekstil malzemelerinin tanıtımı için dünya sanayisi ile işbirliği ağlarını artırmalarını kapsıyor. Belçika'da son katıldığımız toplantıda 2013 yılı Mayıs sonunda yapılacak olan toplantının, teknik ve fonksiyonel tekstillerde yeni trendler konulu kongreyi de kapsamı ve bu kongreyi İTÜ ile İTKİB İTA'nın ortaklaşa düzenlemesi kararı alındı. Ayrıca bu organizasyonda yer alacak olan proje pazarı ve techno-fashion defilesinin

İTKİB İTA'da yapılması düşünülüyor. Bu kongre yurt içi ve yurt dışından geniş katılımın beklendiği bir kongre olacak” diyerek çok önemli bir çalışmaya değiniyor.

Üniversite ve sanayicilerle ortak projeler yapıyor

Özgen bu projenin yanı sıra, üniversitelerle ortak olarak SAN-TEZ, sanayicilerle ortak olarak da TÜBİTAK-TEYDEB projelerinde yer almaya çalıştıklarını belirtiyor. Üniversitelerle sürekli irtibatla olarak, yüksek lisans ve doktora projelerini ütopik olmayan, sanayide gerçekleştirilebilecek, yenilik getirecek türde olan projelerini desteklemeye çalıştıklarını, bu projelerin SAN-TEZ projesi şeklinde bir yürütücü hoca ile birlikte hazırladıklarında, proje sürecince, proje masraflarının yüzde 75'lik kısmının Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından karşılandığını, yüzde 25'inin projeye ortak giren sanayici tarafından karşılandığını söyleyen Özgen, sanayici olarak ortak bulmalarına yardımcı olduklarını, bu projelere ortak girdiklerini veya hizmet alımlarını uygun şartlarda İTKİB İTA'dan yapmalarını sağladıklarını dile getiriyor. Özgen, ayrıca diğer bir proje olan TÜBİTAK-TEYDEB'de ise üniversite tez projesinin değil, üniversiteden danışmanlık hizmeti alınarak hazırlanmış bir sanayicinin projesinin

TÜBİTAK tarafından onaylandığında bu oranlarda yine Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'ndan maddi destek gördüğünün altını çiziyor. Özgen, bu dönemlerde Marmara Üniversitesi ve Namık Kemal Üniversitesi ile ortak birer SAN-TEZ projesi ve Tekstil sektöründen bir sanayici ile TÜBİTAK-TEYDEB yapma hazırlığı içinde olduklarını sözlerine ekliyor.

“Pilot üretim hatlarını Ar-Ge için daha aktif hale getirmeye çalışıyoruz”

İTKİB İTA'da laboratuvarların yanı sıra, pilot üretim hatlarının da bulunduğunu belirten Özgen, bunları nonwoven (dokusuz yüzeyler) tesisi, kaplama laminasyon makinesi, dijital baskı makinesi, ekstruder (cipsten sentetik iplik üreten) olarak sıralıyor. “Nonwoven ve kaplama hattımızda 1 metre eninde numune yapabiliyoruz. Ayrıca normal üretim, hem polyester hem de pamuk baskısı yapabilen, buharlayıcısı da olan dijital baskı makinamız, ekstruder (cipsten sentetik iplik üreten) makinamız ve küçük numune yapabilecek tarak, fitil, ring, bobin aktarma, örme makinesi şeklinde elyaftan, iplik ve örme kumaş üretebilen numune entegre tesisimiz var. Normal tekstil üretiminde fabrikadaki makinaları durdurup bir numune üretmek zaman ve

enerji açısından çok büyük kayıptır. Bu nedenle firmalar kolay kolay numune ve Ar-Ge yapmak istemez. Ancak sanayiciler ve üniversiteler, pilot işletmemizdeki makinaları uygun şartlarda numune ve Ar-Ge yapmak için kullanabilirler ve yaptıkları numunelerin her türlü testlerini laboratuvarlarımızda gerçekleştirebilirler” diyerek üniversite ve sanayiciler için merkezin ne kadar yararlı olabileceğini dile getiriyor. Özgen ayrıca kurumun internet sitesinden hizmetlerin, etkinlik ve eğitimlerin takip edebileceğini söylüyor. Teknik tekstillerle ilgili Nisan ayı sonunda bitmiş yarışmanın koşullarının da internette yayınlandığını, katılımın olduğunu, katılımcıların sunumlarını yapmaları için aranıp randevu verilerek, önümüzdeki aylarda sonuçların açıklanacağını belirtiyor.

İTKİB İTA'nın hedefleri

Böylesi değerli bir merkezi tanıtmak amacıyla önemli çalışmalar yaptıklarını belirten Özgen, Türkiye'de Tekstil Mühendisliği bölümüne sahip İTÜ, EGE Üniversitesi Dokuz Eylül Üniversitesi gibi belli başlı üniversitelerle ve buralardaki öğretim görevlileri ile yakın ilişkiler kurduklarını, onların merkezdeki test ve Ar-Ge olanaklarını iyi tanımlarını, buradaki test hiz-



İTKİB İTA Genel Müdürü
Julide Sunday Özgen

metlerinden, laboratuvarlarından indirimli olarak yararlanmalarını, İTKİB İTA'daki eğitimlere indirimli olarak katılmalarını sağladıklarını anlatıyor. Bunların yanı sıra tekstil baskıcılığında trend olan dijital baskı makinasında yaz döneminde İTKİB İTA'da bir ilk olacak olan sertifikalı eğitimlerini başlatacaklarını dile getiren Özgen, Tekstil Mühendisleri Odası İstanbul Şubesi ile de artık sırt sırta verdiklerini, rutin toplantılar yaparak, hem eğitimler hem projeler için işbirliği sürecine girdiklerini sözlerine ekliyor. “Uzun vadede değerlendirildiğinde burası özellikle tekstil ve hazır giyim sektörünün eğitim ve Ar-Ge merkezi haline dönüşecek. Bir ay içerisinde önce dijital baskı makinamızı, sonra sıra ile nonwoven hattını ve kaplamayı devreye alıp bu makinaların başında uygulamalı sertifikalı eğitimlerle sektöre kalifiye teknik eleman kazandıracacağız. Teknik ve fonksiyonel tekstiller çok hızlı ilerleyen, ülkesini ileriye taşıyan bir sektör ve biz de teknik tekstiller dediğimiz medikal tekstiller, filtreler, akıllı tekstiller, jeotekstiller, savunma sanayinde kullanılan koruyucu yüzeyler, kompozitler gibi alanlarda sanayiye ileriye götürecek projeler çıkarmak istiyoruz” şeklinde açıklama yapıp İTKİB İTA'nın önümüzdeki dönem hedeflerini belirterek sözlerini noktalıyor. ❖



İTKİB İTA EĞİTİMLERİ SÜRÜYOR

VERDİĞİ EĞİTİMLERLE TEKSTİL VE HAZIR GİYİM MODA SEKTÖRÜNDE FARK YARATMAYI AMAÇLAYAN İTKİB İTA, 25 NİSAN'DA NAMIK KEMAL ÜNİVERSİTESİ ÖĞRETİM ÜYESİ YRD. DOÇ DR. RIZA ATAV VE MODİANO FİRMASINDAN MARIO SCATIZZI KONUŞMACI OLARAK KATILDIĞI "LABORATUVARDAN BOYAHANEYE GEÇİŞTE OPTİMİZASYON" EĞİTİMİ GERÇEKLEŞTİRDİ.

İTKİB İTA, 25 Nisan günü Bursa, İstanbul ve Çorlu bölgesinden yaklaşık olarak 100 kişilik bir katılımcı kitlesine "Laboratuvardan Boyahaneye Geçişte Optimizasyon ve Tek Seferde Doğru Üretim" konulu bir eğitim düzenledi. Gerçekleşen eğitimde Technorama (Modiana) laboratuvar pipetleme makinaları, Spectro firması ve Namık Kemal Üniversitesinden Yrd. Doç. Dr. Rıza Atav ile işbirliği yapıldı. Verdiği eğitimde reaktif boyamaddelerin genel özellikleri ve boyama yöntemlerine değinen Atav, laboratuvarda hazırlanan reçetelerin boyahaneye arasındaki uyumu etkileyecek faktörler ve dikkat edilmesi gereken hususlar konusunda katılımcıları bilgilendirdi. Atav, reaktif boyamada boyamanın adımlarını ve bu adımları etkileyen parametrelere detaylı bir şekilde açıkladıktan sonra, doğru ve verimli bir boyama yapılabilmesi için dikkat edilmesi gereken noktaları katılımcılarla paylaştı. Modern bir boyama



işletmesinin görevinin istenen rengin; düzgün, tekrarlanabilir, yeterli haslıklarda, çevreye zarar vermeden ve en ekonomik şekilde elde edilmesinin sağlanması şeklinde özetleyen Atav, boyahanelerde tek seferde renk tutturmanın önemini vurguladı. Atav, boyamada kullanılan suyun özellikleri, malın gördüğü ön terbiye işlemi, boyamada, tuz ve alkalinin cinsi ile miktarı, flotte oranı, boyama sıcaklığı, boyama süresi gibi parametrelerin soğuk ve sıcak gruba ait reaktif boyalarla yapılan boyamalarda elde edilen rengi nasıl etkilediğini detaylı bir şekilde örneklerle açıkladı. Atav, sunumunun son bölümünde kısaca poliester liflerinin boyanma mekanizmasına değindikten sonra, dispers boyamada düzgün ve tekrarlanabilir bir boyama eldesini etkileyen önemli parametreleri katılımcılarla paylaştı. Sunumun soru-cevap bölümünde laboratuvarda hazırlanan reçetelerin boyahaneye geçişinde aradaki farklılıkları minimuma indirmenin yollarına dair katılımcılardan çeşitli sorular gündeme geldi. Atav, her şeyden önce laboratuvar ve işletmede aynı su ve kumaşın kullanılmasını gerekliliğini hatırlattı ve boyamada, tuz ve alkali miktarlarında doğabilecek sapmaların trikormideki boyalar-

dan özellikle daha hassas olanı etkilemesi sonucu rengin nüansının da tutturulmasının zorlaşabileceğini ifade etti. Laboratuvardan Boyahaneye Geçişte Optimizasyon Eğitimi'nin ikinci kısmında İtalya'da uzun seneler boyahane ve tekstil kimyasalları pazarlamasında çalışan, daha sonra Technorama firmasına kuran Mario Scattizzi konuşmacı olarak yer aldı. Mario Scattizzi'nin sunumunda firmasının son teknoloji

lojisi olan, boyama makinasına bağlanabilen spektrofotometre'den bahsedildi. Firmalar tarafından boyama kombinasyonundaki boyaların ayrı ayrı çekim eğrilerinin, PH ve Temperature değişimindeki davranışlarının boyama süresince takibi ve reçete optimizasyonu hakkında grafikler ile açıklandı. Polyester, naylon ve pamuk boyamada bu değişimlerin ne şekilde olacağı örneklendirildi. ❖



İTKİB İTA Genel Müdürü Sunday Özgen, Yrd. Doç. Dr. Rıza Atav'a katılımlarından dolayı bir plaket takdim etti.

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 / onteks@onteks.com

Havaların ısınmaya, güneşin artık tam anlamıyla bizi selamlamaya başladığı günler nihayet geldi. Bahar, kendini sadece güneşin sıcaklığıyla değil şehirde, evde, işte ya da okulda değişen renklerle de hissettirmeye başladı. Uzun süren gri ve karanlık bir kışın ardından, yenilenen evren farklı farklı renkleri de beraberinde getirdi. Doğa, bir süredir üzerine yağın toz bulutlarından arındı ve uyanışa geçti. Doğanın bu uyanışı bir çocuğun hayat akışını andırıyor adeta. Her şey yeniden başlıyor. Minik tomurcuklar dallarda tekrar hayat buluyor, sular daha bir berraklaşıyor. Yaşam döngüsü, daha bir yenilenerek ve güzelleşerek devam ediyor.

BAHARIN ÇOCUK MODASINA

Hedef Dergisi olarak bu sayımızda baharın gelişini, yaşanan değişimleri çocuklarla özdeşleştirdik ve sizlere bir çocuk giyim dosyası hazırladık. Aralarında LC Waikiki, Bücürük, Panço ve Zeynep Giyim'in olduğu çocuk giyim firmalarını sayfalarımıza taşıyoruz. Bu sene çocuk modasını nelerin beklediğini, bu firmaların üretim kapasitelerini, yaptıkları ihracatı, yurtdışında mağazalaşma çalışmalarını ve daha birçok konuya dergimizde yer veriyoruz. Ancak diğer bir yandan da hayatımızda çok önemli bir yere sahip olan çocuklarımızın sağlıklı bir şekilde üretilmiş kıyafetleri giymeleri gerektiğini unutmadık ve Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından hazırlanan taraftan "Çocuk Giysilerinde Güvenlik" isimli bir makaleyi de sizlerle paylaşıyoruz.

ÇOŞKUSU

YANSIYOR



Tema Mağazacılık Erkek Çocuk Satın Alma Müdürü Safiye Kılınc, çocuk giyim günümüzde adından daha çok söz ettirmeye başlamasının sebeplerinden birinin okul öncesinde çocuklar için sosyal alanların artması nedeniyle, onların artık hayata daha fazla dahil olması ve giyim ihtiyacının artması olduğunu belirtiyor. Çocuk giyimde tasarımın önemine değinen Kılınc, "Çocuk modası da yetişkin modasıyla paralel olarak ilerliyor; yetişkin kıyafetleri kadar şık oluyor ve trendleri takip ediyor. Biz koleksiyonlarımızı sezonun öne çıkan renklerine ve detaylarına göre spor, günlük ve abiye olmak üzere çocukların ihtiyaçlarına göre tasarlıyoruz. Ürünün kalitesi, rahatlık, fonk-

siyonellik ve çocuk güvenliğine uygun ürünler tasarlanırken çocukların sevdiği renkler, baskı figürleri, nakışlar, aplikeler, kız çocuklarında pul, payet, sim detayları da trendleri yansıtabilecek şekilde dizayn ediliyor" şeklinde açıklamada bulunuyor. Kendi markalarının çocuk giyimine yaptığı en büyük katkının çocukların tüm giyim ihtiyaçlarını karşılamak, farkındalık yaratmak, geniş ürün yelpazesi ile birlikte renkli ve eğlenceli giysiler sunmak olduğunu dile getiren Kılınc, uygun fiyat politikası ile modayı ve kaliteyi ulaştırılabilir hale getirmenin de yaptıkları katılar arasında yer aldığını söylüyor. Çevreye ve sağlığa duyarlı üretim yaptıklarını belirten Kılınc, "LC Waikiki olarak kanunen yasaklı kabul edilen kimya-

RENKLİ VE EĞLENCELİ TASARIMLAR



— Tema Mağazacılık Erkek Çocuk Satın Alma Müdürü Safiye Kılınc

salların ürünlerimizde kullanılmaması için kendi bünyemizde 'İnsan Sağlığına Zarar Vermeyen Ürün Tedarik Süreci' ile ilgili yönetmeliği 2004 yılında hazırladık. Yönetmeliğe uygun olarak bir yandan kendi bünyemizde önlemler alırken diğer yandan tedarikçilerimizi insan sağlığına zarar vermeyecek ürünlerin tedarigi ve üretimi konusunda uyarıyor ve bilgilendiriyor ve kendilerini denetimler yaparak kontrol ediyoruz. Böylelikle LC Waikiki ürünlerinde insan sağlığına zarar verebilecek kimyasalların kullanılmaması yönünde tedarikçilerimizin 'Ekolojik Ürün Tedariği' bilincini yaygınlaştırmaya çalışıyoruz." şeklinde açıklama yapıyor. Kılınc, firmanın yurt içinde ve yurtdışında bir aile markası niteliğinde olduğunu ve bu nedenle de mağazalarında bebek, çocuk,

genç, yetişkin, hamile, büyük beden yani herkesime hitap eden ürünler bulunduğunu dile getiriyor. Kılınc, son olarak yurtdışında mağazalaşma konusunda ise "2009 yılında başladığımız yurtdışı serüvenine LC Waikiki Uluslararası Mağazacılık olarak şu anda 10 farklı ülkede tamamı bizim tarafımızdan işletilen 30 mağazamız ile devam ediyoruz. Şu anda Almanya, Arnavutluk, Bosna, Bulgaristan, Irak, Kazakistan, Mısır, Romanya, Rusya ve Suriye'de süren operasyonumuza 2012 yılında Azerbaycan, Fas, Gürcistan, İran, Polonya, Suudi Arabistan ve Ukrayna'yı eklemek istiyoruz" diyerek sözlerini tamamlıyor. ❖





kali-
tesi kumaş
seçimi ve ürünün
çocuğun üzerindeki
duruşu ve ürünün kulla-
nışı ön plana çıkan unsur-
lardır” diyerek bu alanda

Bücürük Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı Kenan Ünal, çocuk giyim günümüzde adından daha çok söz ettirmesinin, iletişim araçlarının yaygınlaşmaya başlamasından kaynaklandığını belirterek sözlerine başlıyor. Bu alanda ön plana çıkan etmenlerin hijyen, ürünlerin yüzde 100 pamuk olması, kanserojen olmayan baskılı çeşitleri, moda-ya uygunluk, sadelik, renk ve kumaş kalitesi olduğunu belirtiyor. Çocuk giyimde tasarımın da oldukça önemli olduğunu belirten Ünal, “Tasarım moda- nın vazgeçilmez unsurudur. Çocuk giyim sektöründe ürünlerin tüketicisine ulaşmasında yalnızca çocukları etkilemesi hedef alınmıyor. Özellikle anneler çocuklarının alışverişini bire bir kendileri yaptıkları için bu ürünlerin tasarımlarında annenin de ruhuna uygun ürünler yapılması bir zorunluluktur. Bu anlamda yalnızca model değil ürünün

yapılan tasarımların, çocukların kıyafetlerini seçen annelere hitap etmesi gerektiğinin de altını çiziyor. Ünal’a kendi markalarının çocuk giyime yaptığı en büyük katkının ne olduğunu sorduğumuzda kendisi “17 yıl içinde çok para kazanacağımızı bilmemize rağmen özellikle Çin ve Uzakdoğu ülkelerine imalat için yönelmeyerek yüzde 100 Türk kalitesinde ve işçiliğinde üretim yapmamız bizi nihayı tüketici gözünde önemli bir yere koymuştur” şeklinde açıklama yapıyor. Çocuk giyimde son dönemlerde daha çok ön plana çıkan çevreye ve sağlığa duyarlı ürünler söz konusu olduğunda Ünal, 2012 yılında ürettikleri pek çok üründe yüzde 100 pamuk kullanmayı önemstediklerini, imalatlarını da bu şekilde gerçekleştirdiklerini ve 2012’nin son çeyreğinde ise yüzde 100 organik ürün üretmek için

ÜRÜN KALİTESİ VE KUMAŞ SEÇİMİ ÇOK ÖNEMLİ

şimdiden Ar-Ge çalışmalarına başladıklarını dile getiriyor. Firmanın ihracatı söz konusu olduğunda ise “Üretimimizin yüzde 70’ini Türkiye’de kendimize ait mağaza ve bayilerimizin vasıtası ile satışlarını gerçekleştiriyoruz. Yüzde 20’lik bölümü ise K.K.T.C, Azerbaycan, İran, Irak, Rusya, Bulgaristan, Libya, Slovenya, Ukranya, Lübnan, İsrail, Filistin, Kazakistan, Türkmenistan gibi ülkelere yaptığımız ihracat ile gerçekleştiriyoruz” diyen Ünal ithalat yapmadıklarını fakat üretimde bazı kullandıkları kumaş ve aksesuarları ithalatçı firmalardan temin ettiklerini belirtiyor. İç pazardaki satış oranlarının yıl ortalamasında yüzde 80 olmasını planladıklarını söyleyen Ünal, ürünlerinin yurt içi ve yurt dışında direkt olarak B grubuna hitap etiklerini ancak A ve C grubundan da müşteri aldıklarını ifade ediyor. Son olarak yurtdışındaki mağazalarının hangi bölgelerde olduğuna değinen Ünal, “K.K.T.C, Azerbaycan, İran, Irak, Rusya, Bulgaristan, Libya, Slovenya,

Ukranya, Lübnan, İsrail, Kazakistan, Türkmenistan gibi ülkelerde ön ceplerinde Bücürük yazan 25 civarı bayimiz, ayrıca Bücürük mağazası olmayan ama corner olarak ürünlerimizi satan 60’ın üzerinde müşterimiz var” diyerek sözlerini tamamlıyor. 🇹🇷



→ Bücürük Yönetim Kurulu Başkanı
Kenan Ünal





ERKEKLER İÇİN SPORTİF, KIZLAR İÇİNSE RENKLİ ÇİZGİLER



—*— Panço Mağazalar Koordinatörü Yeşim Kurtuluş Yücel

Panço Mağazalar Koordinatörü Yeşim Kurtuluş Yücel, “Çocuk giyim, ülkemizde her zaman ön plandaydı. Son yıllarda medyanın bu konuya daha fazla yer vermesi sayesinde çocuk giyimde daha göz önünde olması sağlandı” diyerek sözlerine başlıyor. Çocuk giyimde son dönemlerde özellikle sağlıklı giysi konusunun ön plana çıktığını ve bunun nedenin de bazı ülkelere ithal edilen ürünlerde çocuk sağlığına zararlı kimyasal maddelerin bulunmasını ve bunun da anneleri çocuk giysilerinde bu konuya özen gösteren firmaların ürünlerini almaya yönlendirdiğini dile getiriyor. Tasarımın bayan ve erkek giyimlerinde olduğu gibi çocukta da çok önemli bir etken olduğunu dile getiren Yücel, bir çocuk kıyafetinin daha iyi satması için kumaş materyalinin yanı sıra çocukların ve annelerin hoşlarına gidecek tasarımların yapılması gerektiğinin, hatta bunun zaman zaman günün favori çizgi karakterleri halinde yapıldığının altını çiziyor. Markanın çocuk giyime

yaptığı en büyük katkı söz konusu olduğunda Yücel, “Panço markasının 34 yıllık geçmişinde en önemli özelliği hep müşteri memnuniyetidir. Kuruluştan beri hep özgün modeller yaparak diğer çocuk firmalarından ayrıştık. Her zaman kaliteye önem verdik” şeklinde açıklama yapıyor. Önümüzdeki dönemlerde çocuk modasında kız çocukları için ilkbahar/yaz koleksiyonunda ağırlıklı olarak fuşya, ekru ve mercan tonlarının ağırlıkta olacağını belirten Yücel, erkekler içinse sportif çizgilere sahip kıyafetler ön planda olacağını dile getiriyor. Çevreye ve sağlığa duyarlı ürünler hakkında “Sağlıklı ürün üretmek Panço’nun her zaman önde gelen bir olmazsa olmazı idi. Günümüzde de bu duyarlılığı aynı şekilde devam ettiriyoruz. Bu arada tabii ki güncel teknolojik gelişmeleri de takip ediyoruz. Özellikle en hassas olduğumuz yeni doğan bebekler için bir kısım ürünlerimizi organik pamuktan üretiyoruz” diyerek çalışmalarını aktarıyor. Çocuk giysisi üretmenin oldukça zahmetli

ve dikkat gerektiren bir iş olduğunu belirten Yücel, bu nedenle yüzlerce kadın ve erkek giyim firması olmasına rağmen çocuk firmalarının sayılarının çok fazla olmadığını, bu durumun dünyada da böyle olduğunu ifade ediyor. Bunun yanı sıra yerli çocuk firmalarının avantajının, satış yapmış olduğu kitlenin isteklerini daha iyi bilmesi daha yakından takip edebilmesi olduğunu da sözlerine ekliyor. Firmanın ihracatını daha çok Türki Devletleri’ne

ve bazı Arap ülkelerine yaptığını belirten Yücel, ithalatın ise kapasiteleri içerisinde çok az yer tutan bir bölüm olduğunu, daha çok Türkiye’de üretilmesi güç olan bazı hazır giysileri ithal ettiklerini aktarıyor. Şu an için Panço mağazalarının sayısı 80’in üzerinde olduğunu dile getiren Yücel, bulardan bir kısmı da yurt dışındadır. Örneğin Kıbrıs, Azerbaycan, İran ve Türkmenistan’da bulunduğunu belirterek sözlerini nokt alıyor. ❖





olmayan boyama ve yıkama yöntemleri ile işlemler yapılıyor” şeklinde açıklamada bulunuyor. Bu alanda tasarımda ön plana

Zeynep Giyim Yönetim Kurulu Üyesi Zeynep Benli çocuk giyim günümüzde daha adından söz ettirmesi hakkında “En değerli varlıklarımız olan çocuklarımız söz konusu olunca, tabii ki onların da bir tarzının olması ve anne babaların bunu takip etmeleri çok doğal oluyor” şeklinde görüşlerini dile getiriyor. Çocuk giyimde ön plana çıkan etmenlere değinerek sözlerine devam eden Benli, “Çocuk giyiminde ön planda olan konu çocuklarımızın sağlığıdır. Bununla birlikte koleksiyonlarımızı oluştururken önceliğimiz ürünün kalitesi ve rahatlığıdır. Büyük oranda doğal pamuklu kumaşlarla, Ekoteks 100 sertifikalı boyahanemizde toksin

çıkarmenlerin renkleri ve ürünün kullanışlı olması gibi öğeler olduğuna değiniyor. Markalarının çocuk giyime yaptığı en büyük katkıyı çocuk sektöründe istikrarlı büyümeyi ve gelişmeyi iyi bir şekilde göstererek örnek olması doğrultusunda açıklıyor. Önümüzdeki dönemlerde çocuk giyimde bizi yine çok renkli, hareketli ürünlerin beklediğini dile getiren Benli, farklı kumaşların da kullanılmaya başladığını ve büyüğün küçüğü diye tabir edilen tarzın ilgi gördüğünün altını çiziyor. Benli, Türkiye’nin tekstil konusunda çok büyük atılımlar yaptığını, diğer ülkelerin Türkiye’ye gıpta ile baktığını, örnek aldığını ifade ediyor

“ÇOCUK SAĞLIĞINA ÖNEM VERİYORUZ”



→ Zeynep Giyim Yönetim Kurulu Üyesi Zeynep Benli

ve ülkemizde artık kopyalayan değil kopyalanan tasarımların yapıldığını sözlerine ekliyor. Çevreye ve sağlığa duyarlı ürünler söz konusu olduğunda üretimlerde kullanılan tüm malzemelerin kanserojen madde içermeyen boya ve aksesuarlarla, Ekoteks 100 belgesi standartlarına uygun olarak yapıldığını dile getirerek markanın bu alandaki çalışmalarına bu alandaki çalışmalarına bir örnek gösteriyor. Firmanın üretim kapasitesi hakkında bilgi veren Benli “Fabrikamızda aylık 150 bin adet kapasite ile örme ve dokuma çocuk giyimini üretimi yapıyoruz. Baskı ve boya

tesislerimiz günlük 12 bin kg örme mal boyası, 10 bin metre dokuma mal boyası ve 40 bin metre rotasyon metraj baskısı yapıyor. Koleksiyonlarımız başta Avrupa (İtalya, Almanya; Hollanda; Fransa) ve Rusya, Ukrayna, Kazakistan gibi birçok ülkeye ihraç ediliyor ve iç piyasada yaklaşık 200 çocuk butiğinde satılıyor. Ayrıca tüm ürünlerimiz Türkiye’de üretiliyor” şeklinde açıklama yapıyor ve son olarak yurtdışında franchise bayileri olduğunu ve daha çok Rusya bölgesinin kendileri için avantajlı durumda olduğunu dile getiriyor. ❖



ÇOCUK GİYSİLERİNDE GÜVENLİK

ÇOCUK GİYSİLERİ SATIN ALINIRKEN YARALANMALARA VE BOĞULMALARA SEBEP OLABİLECEK UZUNLUKTA KORDON VE BAĞCIKLARIN BULUNMAMASINA DİKKAT EDİLMELİDİR. AYRICA ÇOCUKLARIN DIŞLARIYLA VEYA PARMAKLARIYLA KOPARIP YUTABİLECEĞİ KÜÇÜK DÜĞME VE AKSESUARLAR DA RİSK TEŞKİL ETMEKTEDİR.



Çocuk giysileri, pek çok fiziki ve kimyasal riski içerdiği için bulundurulamaz. Çocuk giysilerinde bulunan uzun kordonlar ve büzme ipleri boğulma ve yaralanmaya sebep olabilirken, özellikle çocukların parti kıyafetlerinde yer alan pelerin, tüy ve benzeri unsurların kolaylıkla alev alabilmesi ciddi bir risk oluşturmaktadır. Ayrıca giysilerin üretiminde kullanılan tehlikeli kimyasallar kanserojen riskleri de beraberinde getirmektedir. Ulusal kaza istatistiklerine göre, çocuk giysilerindeki kordon ve büzme ipleri ile ilgili ciddi kazalar çocuğun yaşına göre iki ana gruba ayrılmaktadır:

- **2-8 yaş aralığındaki çocuklarda:** Kaydırak gibi oyun alanı gereçlerine, başlık kordonlarının takılması sonucu ölümlerle sonuçlanan kazalar.
- **10-14 yaş aralığındaki çocuklarda:** Otobüs kapıları, telesiyerler ve

bisikletler gibi hareket eden araçlara, giysilerin bel ve etek uçlarındaki kordon ve şeritlerin takılması sonucu ciddi yaralanma veya ölüm ile sonuçlanacak şekilde, araç tarafından sürüklenme veya ezilme şeklinde meydana gelen kazalar. Bunlara ek olarak, elastik başlık veya yaka kordonları, çocukların yüzünde birçok yaralanmaya da neden olmaktadır.

Alevlenme, çocuk giysilerinde ortaya çıkabilecek ve ciddi yanıklara ve neticesinde yaralanmalara neden olabilecek bir risktir. Çocukların kullandığı bazı maskeler, pelerinler ve şapkalarındaki tüyler kolaylıkla alev alabilmektedir. Çocuk giysileri bir alev, kıvılcım veya diğer ateş çıkarabilecek maddelerle doğrudan karşı karşıya kaldığında kolayca yanmayan (alev kaynağı ortadan kalkınca tutuşmayan ya da alevi sönen), tutuştuğunda yavaş yavaş ve yanma süresini geciktirici apre-den oluşmalıdır. Fakat bu tarz

aprelerde kullanılan kimyasalların ise yasaklanmış olup olmadığına dikkat edilmelidir. Alev geciktirici bazı kimyasalların kullanımı tamamen yasaklanmıştır. Ürünlerde tespit edilmemesi gereklidir. Çocuk giysilerinde bulunması muhtemel en önemli risk ise üretimde kullanılan kimyasallardır. Konuyla ilgili olarak Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından hazırlanan ve Bazı Tüketici Ürünlerinin Tehlikeli Kimyasal Madde İçeriğine Yönelik Piyasa Gözetimi ve Denetimine İlişkin Tebliğ” 02.04.2011 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Tebliğ ile azo renklendiriciler, fitalatlar ve alev geciktirici kimyasallar konusunda kısıtlama ve yasaklar getirilmiştir. Kanserojen etkiye sahip azo boyar maddelerin, giyim eşyalarında, nihai tüketicinin kullanımına yönelik iplik ve kumaşlarda, ayakkabı, eldiven, kol saati kayışı,

çanta vb. deri ürünlerinde 30 mg/kg limit olarak kabul edilmektedir. 30 mg/kg ve üzerinde kullanımı kısıtlanmıştır. Ter ve tükürük yoluyla vücuda giren, çocuklarda hormon sistemine ciddi zararlar veren altı adet fitalatın kullanımı ise % 0.1 ile sınırlandırılmıştır. Fitalatlar, çocuk giysilerindeki plastik baskı ve aksesuarlarda sıklıkla kullanılabilir. Fitalatlar, plastik ve benzeri maddelerin daha yumuşak ve kullanışlı olması açısından ilave edilmektedir. Tebliğ ile ilgili olarak ilgili Bakanlık, piyasa gözetimi ve denetimi yoluyla riskli ürünleri tespit etmekte ve güvensizliği anlaşılan ürünlerle ilgili yasal müeyyideleri (toplatma, imha, idari para cezası) uygulamaktadır. Çocuk giysileri satın alınırken yaralanmalara ve boğulmalara sebep olabilecek uzunlukta kordon ve bağcıkların bulunmamasına dikkat edilmelidir. Ayrıca çocukların dişleriyle veya parmaklarıyla koparıp yutabileceği küçük düğme ve aksesuarlar da risk teşkil etmektedir. Çocukları cezbeden çizgi film kahramanlarının resimlerinden oluşan plastik baskılı ürünler ise fitalat açısından riskli olabilmektedir. Sonuç olarak anne babaların tekstil ürünlerinin satın alınması esnasında bu risklere karşı bilinçlenmesi çocuklarımızın diğer bir deyişle geleceğimizin sağlıklı yetişmesi açısından önem arz etmektedir. ❖

Bu makale
Gümrük ve Ticaret Bakanlığı
Tüketicinin Korunması ve
Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü
Tekstil Mühendisi
Meral Karaaslan
tarafından kaleme alınmıştır.

Dantelde kalitesi ve fiyatı ile fark yaratır
Creates difference with its quality and prices in lace



CABTURKEY TEKSTİL, TEKSTİL AKSESUARLARI
İNŞAAT İTHALAT İHRACAT SANAYİ TİC. LTD.

Gençosman Mah. Çinçin Deresi Cad. Uzay Sokak
No: 18 / A Güngören / İstanbul / Türkiye

Tel: +90.212.562 00 70 Faks: +90.212.562 00 71
www.cabturkey.com.tr cabturkey@hotmail.com

DARÜŞŞAFAKA'NIN KAPISI

ANNESİ OLMAYAN ÇOCUKLARA DA AÇILIYOR



OLDUKÇA UZUN BİR SÜREDİR BABASI HAYATTA OLMAYAN, MADDİ DURUMU YETERSİZ YETENEKLİ ÇOCUKLARA EĞİTİM FIRSATI SUNAN DARÜŞŞAFAKA'DA 14 NİSAN'DA YAPILAN TÜZÜK DEĞİŞİKLİĞİYLE, 2013- 2014 EĞİTİM VE ÖĞRETİM YILI'NDAN İTİBAREN 'ANNESİ HAYATTA OLMAYAN ÇOCUKLARA' DA KOLEJ SEVİYESİNDE EĞİTİM OLANAĞI SUNULACAK.

ve misyonunun çağın gereklerine uygun olarak değiştirildiğinin ve Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olma koşulunun getirildiğinin altını çizdi. Başbakan Erdoğan Darüşşafaka Üniversitesi kurulması hazırlıklarının da yapılarak kurumsal yapının tamamlanması gerektiğini vurguladı.

Darüşşafaka Giriş Sınavı 27 Mayıs'ta yapılacak

Babası hayatta olmayan, maddi olanakları yetersiz, yetenekli çocuklara parasız ve yatılı eğitim fırsatı tanyan Darüşşafaka Eğitim Kurumları sınav takvimine göre Darüşşafaka Giriş Sınavı'na başvurular 23 Mayıs 2012 Çarşamba günü ise sona eriyor. Sınav, 27 Mayıs 2012 Pazar günü saat 10.00'da 20 ilde gerçekleşiyor. Bütün çocukların iyi bir eğitim alma hakkı olduğuna inanan hayırsever kişiler tarafından 1873'te kurulan

Darüşşafaka, her yıl sınavla seçtiği 120 öğrencinin eğitim, sağlık, beslenme ve giyim gibi tüm gereksinimlerini karşılıyor ve onları en iyi biçimde yetiştirerek liseden mezun ediyor. Tüm öğrencilerini 11. ve 12. sınıfta üniversiteye hazırlık için dershaneye gönderen Darüşşafaka, üniversiteyi kazandıklarında da burs desteğini sürdürüyor. Özel Darüşşafaka İlköğretim Okulu aday öğrenci kayıt şartları ise babasının hayatta olmaması, ailesinin maddi durumunun iyi bir eğitim için yeterli olmaması, Ocak 2002 ve sonrası doğmuş olması (Yaş düzeltmesi geçersizdir), 2011- 2012 Eğitim-Öğretim yılında üçüncü sınıf öğrencisi olması, sağlık ve diğer yönlerden yatılı okula kabulünde sakınca bulunmaması ve T.C. vatandaşı olması şeklinde sıralanıyor.

www.darussafaka.k12.tr

Yaklaşık bir buçuk asırdır babası hayatta olmayan, maddi durumu yetersiz yetenekli çocuklara çağının en ileri eğitim fırsatını sunan, eğitimde fırsat eşitliği ilkesinin sembolü Darüşşafaka, 14 Nisan'da tarihi bir karara imza attı. Darüşşafaka Cemiyeti, Cemiyet Başkanı ve Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın katılımıyla düzenlenen "Olağanüstü Genel Kurul"da oy çokluğuyla kabul edilen tüzük değişikliği ile "annesi hayatta olmayan" çocuklara da eğitimde fırsat eşitliği tanımak için kapılarını açıyor. 1971 yılında kız öğrencilere kapılarını açan Darüşşafaka, 2013- 2014 Eğitim ve Öğretim Yılı'ndan itibaren "annesi hayatta olmayan çocuklara" da kolej seviyesinde eğitim olanağı sunacak. Böylece Darüşşafaka Cemiyeti Yönetim Kurulu Üyeleri'nin, tüzük değişikliğini görüşmek için 19 Kasım 2011'de Başbakan Sayın Recep Tayyip Erdoğan ile bir araya geldikleri

görüşmede Başbakan'ın da onayladığı değişiklik hayata geçirilmiş oldu. Darüşşafaka Cemiyeti Yönetim Kurulu Başkanı Zekeriya Yıldırım yaptığı konuşmada "Darüşşafaka, annesini kaybetmiş çocukları da okula alarak aslında kuruluş amacını değiştirmemekte, pozitif ayrımcılık yelpazesini genişletmekte ve eğitimde fırsat eşitliğine derinlik kazandırmaktadır" dedi. Cemiyetin doğal Başkanı olarak Olağanüstü Genel Kurula katılan Başbakan Recep Tayyip Erdoğan değişikliğin tarihi nitelikte olduğunu belirterek bu büyük değişikliğe şahit olmanın gurur duyduğunu ifade etti. Başbakan Erdoğan sözlerini şöyle sürdürdü: "Bugünkü değişiklikte yetim ve öksüz ayrımını kaldırıyor. Bu tarihi değişikliğin vatanımıza ve milletimize hayırlı olmasını temenni ediyorum." Başkan Erdoğan Tüzüğün 2. Maddesinde yer alan Darüşşafaka'da okumak için aranan Türk-İslam vatandaşı olmak şartının da kaldırılarak kurumun vizyon



Darüşşafaka "Olağanüstü Genel Kurul" toplantısında Darüşşafaka Cemiyeti YK Başkanı Zekeriya Yıldırım, Cemiyet Başkanı ve Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'a plaket taktim etti.



BEBEKLERİN PAMUKTAN DÜNYASI

BEBEK SANATÇISI LÜTFİYE BATUKAN'IN 50 YIL ÖNCE KURMAYA BAŞLADIĞI PAMUKTAN DÜNYADA BUGÜN BİN KİŞİ YAŞIYOR. BATUKAN'IN PAMUKLAR İÇİNDE GEÇEN SANAT YAŞAMI BOYUNCA ÜRETTİĞİ VE DEPOSUNDA BİRİKTİRDİĞİ BİN BEBEK MÜZEYE TAŞINMAYI BEKLİYOR.



Bir sanat olarak bebekçiliğin gelişimi 20. yüzyılın başına rastlamasına rağmen folklorumuzda yüzyıllar öncesine uzanan bir yeri var. Anadolu köylerinde daha çok yağmur dualarında ve bahar törenlerinde büyüsel özellikler taşıyan bir sembol olarak kullanıla gelmiştir. Aslında dünyanın en eski oyuncacı olarak bilinir. Hititlerden Mısır'a, Amerika yerlilerinden Uzakdoğu'ya kadar tüm kültürlerde yeri var. Günümüzde tüm dünyada bebek sanatı oyuncak anlamının çok ötesinde resim ve heykel gibi sanatsal bir anlatım dili olarak yerini bulmuş durumda. Dünya bebekleri, sanatçıların düş gücünü ortaya koyduğu kadar her ülkenin milli değerlerini de temsil ediyor. Pek çok sanatçı, sanatçı derneği, koleksiyoncu, broker, kitap ve dergi yayıncısıyla kendine özgü bir pazarı var. İnsanlık tarihi

kadar eskiye uzanan bebekçilik bugün Türkiye'de kaybolmaya yüz tutmuş olsa da, dünyadaki ilk bebek sergisi 1936 yılında yurdumuzda açılmıştı. Kızılay, Kızılhaç, Kızıllar ve Güneş derneklerinin katılımıyla Taksim Belediye Bahçesi'nde açılan sergi yarışmalı olarak düzenlenmiş ve 20 ülke katılmıştı. Daha sonra Türkiye'de ve dünyada pek çok kez bebek sergileri düzenlendi. Akşam Kız Sanat ve Olgunlaşma enstitülerine bebekçilik dersleri konuldu. Türkiye'nin ilk önemli bebek sanatçısı olarak Zehra Müfit'i anabiliriz.

Yalnızca bize özgü bir sanat

Lutfiye Batukan tam 50 yıldır kitle-pamuk tekniğiyle milli kıyafetli bebekler yaparak Türk kültürünü, tarihini, folklorunu küçük bir dünyada yansıtmaya çalışıyor. Alanında biri ulusal

diğeri uluslararası iki ödülü buluyor. Yurtiçi ve yurtdışında açtığı sergilerle bu küçük ama zengin dünyayı daha çok kişinin tanınmasına uğraşiyor. Bugüne kadar devletten ya da özel bir kurumdan destek almadan çalışmalarını sürdüren sanatçının asıl amacı kendi yaptığı bin bebekten oluşan koleksiyonuyla bir müze kurmak. Bebek sanatının Türk kültür, gelenek ve geçmişini nesiller boyunca yaşattığını belirten Batukan, yurt dışında gezdiği müzelerde bebelere gösterilen ilginin Türkiye'de olmadığını belirtiyor. Türk bebek sanatçılığının kültür tanıtımında önemli bir rolü olduğunu ve bebekçiliğin diğer el sanatları gibi göz göre göre yok olmasına izin verilmemesi için çalışmalarını sürdürüyor. Bebeklerinin Japonya'da kurulan Kashiwazaki Türk Kültür Kasabası'nda bir müzede daimi olarak sergilenmesi için aldı-

ğı teklifi reddeden Batukan, bebeklerini Türkiye'de bir müzede sergilemek isteğini belirtiyor. Batukan, hazırladığı koleksiyonunda Anadolu insanını tüm gerçekliği ile yansıtan, yöresel kıyafetli bebeklerin yanı sıra, Fatih Sultan Mehmet, Kanuni Sultan Süleyman, Hacı Bayram Veli, Nasreddin Hoca, Yunus Emre, Mevlana, Atatürk gibi tarihin önemli isimlerinin bulduğunu dile getiriyor. Bunların yanında koleksiyonda Noel Baba, Ali Baba ve Kırk Haramiler, Pamuk Prenses ve Yedi Cüceler gibi fantastik karakterlerin de yer aldığını söyleyen Batukan, Semazenler ve Mehteran Bölüğü gibi büyük ve kalabalık kompozisyonlara da yer verdiğini ifade ediyor. Batukan, yurtdışında kendi kullandığı teknik ve malzemelerle böylesi çalışmaların yapılmadığını, bu durumun yalnızca bize özgü olduğunu belirterek sözlerini noktalıyor. ❖

TEKSTİLE OLAN MERAKINIZ NEREDEN KAYNAKLANIYOR?

Babam Hasan Özmen tekstilciydi ve evi depo gibi kullandığı için doğduğumdan itibaren kumaşların içinde büyüdüm. Kumaşlarla oynayıp bebekler yapardım. Bu sanata yönelmemde kumaşların rolü büyük tabii. Dört erkek kardeşim de tekstili seçerek baba mesleğini devam ettirdiler. Pazarlıkla başlayıp, kendi üretimlerini yaptıkları fabrikanın sahibi olarak Plamen markasıyla bugünlere geldiler. Atilla, Ahmet, Mehmet ve Cengiz Özmen bugün tekstil sektöründe belli bir yere sahip. Beş kardeş olarak hepimiz üretmeyi seviyoruz.

İHİB YENİ PAZARLARA YELKEN AÇTI

İHİB, 2023 HEDEFLERİ ARASINDA YER ALAN 'YENİ PAZARLARA AÇILMAK' İLKESİ İÇİN ÖNEMLİ BİR GELİŞME KAYDEDEREK, 27-29 MART'TA SHANGHAI'DA GERÇEKLEŞEN DOMOTEX ASIA-CHINAFLOOR'A KATILDI. ASYA KITASININ EN BÜYÜK HALI VE YER DÖŞEMELERİ FUARINA 11 FİRMA İLE MİLLİ KATILIM SAĞLAYAN İHİB'İN BAŞKANI YILMAZ, GELECEK SENE KATILIM SAYISINI ÜÇ KATINA ÇIKARARAK ÇİN PAZARINDA SÜREKLİLİĞİ SAĞLAYACAKLARINI İFADE ETTİ.





Türk halı ihracatçıları, Çin'in Shanghai' da düzenlediği dünyanın ikinci, Asya kıtasının ise en büyük halı ve yer döşemeleri fuarı Domotex Asia-Chinafloor'a, İHİB öncülüğünde 27-29 Mart tarihlerinde ilk kez çıkarma yaptılar. 126.500 metrekarelik bir alanda gerçekleşen fuara İHİB çatısı altında 5 el halısı ve kilim, 6 makine halısı olmak üzere toplam 11 Türk firması 357 metrekarelik bir alanda katılım gösterdi. Katılan firmalar arasında Agaçan Halı, Angel Halı, Durkar Halı, Eko Halı, Fatih Halı, Yasin Kaplan, Festival Halı, ICI Halı, ITC Halı, Malatya Patchwork, Sırma Halı gibi isimler yer aldı. Bin 100'den fazla katılımcıyla 11 salonda düzenlenen fuara, 25 binden fazla kişi kayıt yaptırdı. Katılımcı sayısı itibariyle fuar bu yıl yüzde 28 gibi önemli bir oranda büyüme gösterdi. Fuarda İHİB'in düzenlediği

milli katılımın yanı sıra Belçika, Hollanda, Almanya, A.B.D., İran ve Pakistan gibi ülkeler de milli katılım düzenleyen ülkeler oldu. El halıları, makine halıları, tekstil zemin kaplamaları (duvardan duvara ve rulolar), esnek zemin kaplamaları, parke ve diğer ahşap zemin kaplamaları, laminat, doğal taş ve seramik çiniler, lifler, elyaf ve kumaşlar ile bu sektörlere ilişkin teknolojilerin sergilendiği fuarla eş zamanlı olarak, China Building and Construction Expo Fuarı'nın da düzenlenmesi, ayrıca buna bağlı olarak China Sustainable Building Forum & Expo; Shanghai International Landscape Design and Urban Construction Expo; and Green Building China fuarlarının da düzenleniyor olması, bu fuarların ziyaretçilerinden Domotex Asia - Chinafloor katılımcılarının da yararlanmasını sağladı.İHİB, sektör açısından oldukça önemli bir fuar



İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz fuara katılan firmaların ciddi iş bağlantılarının önünü açacak görüşmelerde bulduklarını belirtiyor.



ÇİN, SEKTÖRÜMÜZ İÇİN ÇOK ÖNEMLİ BİR PAZAR

Hazım Evrengil İHİB YK Üyesi

2023 hedefleri yani 500 Milyar Dolar ihracat hedeflerini gerçekleştirmek için yeni pazar arayışları kapsamında hedef ülkeleri belirledik. Hedef ülkeler içinde Japonya'dan sonra gelen Çin bizim için önemli ve büyük bir pazar konumunda idi. Çin'de yaşayan 1 Milyar 300 milyon kişinin 300 milyonunun Avrupa Birliği standardının üzerinde bir gelire

sahip olduğu bilgisi ve gerçeği ile bu pazara yönelmeye karar verdik. Bu kapsamda geçtiğimiz yıl bu fuarı gezdik, gördük ve katılmaya karar verdik. Bu pazarda çok geçmeden, geç kalmadan yerimizi almak için harekete geçtik; biz de Çin'in çok büyük bir pazar olduğunu biliyoruz ve burada bir başlangıç yaptık. Çünkü Avrupa artık zaman içerisinde kendini doyurmuş ve bitme noktasına gelmiş bir pazar... Ancak Çin'de tamamen bakir ve yönlendirilmeye yönelik bir pazar var. Ayrıca Çin, Almanya'daki fuara kıyasla daha olumlu. Her dört yerli ziyaretçiden üçü alıcı ya da karar verici veya üst düzey yönetici. Domotex Asia-Chinafloor'un dörtte üçü yerel pazar yani tamamen o pazarı keşfetmeye yönelik bir fuar. Şunu da belirtmek isterim ki bu fuara sadece katılmak yeterli değil. Ülkemizin halı alanında nasıl bir geçmiş, ne kadar önemli bir tedarikçi olduğunu, halılarımızın ne kadar iyi olduğunu da bu pazarda onlara anlatmamız gerekiyor aslında bu işin olmazsa olmazı; yani Çin'de sadece en iyi ürüne sahip olmak yetmiyor ayrıca sizin ürününüzü onlara tanıtmamız ve yıllarca ürünün arkasında durmanız da gerekli; başarı bu şekilde geliyor. Bu yeni pazara yeni bir adım atıldı ve bunun arkasında gelen adımların da atılması durumunda bu pazarda bir yere sahip olunabilir. Bu fuarda biz fuarın analizini de yaptık. Önümüzdeki yıl katılımcılara bazı ek kolaylıklar sağlanacak; otel - fuar transferleri yapılacak, tercüman hizmetleri sağlanacak, reklam ve fuarda satış için gereken hukuki ve ticari alt yapı organize edilecek. Ayrıca katılımcılardan aldığımız destekle önümüzdeki yıl bu fuar için daha fazla yer isteyeceğimizi söyledik onlar da bize daha fazla yer vereceklerini ifade ettiler. Amacımız bu yeni pazarda yerimizi çok geçmeden almak ve pazarın gereklerini yerine getirmek için katılımcılarımıza tam destek vermek. Önümüzdeki yıl fuara daha fazla organize olarak gideceğiz. Tüm bunlar ve daha fazlasıyla Çin pazarındaki yerimizi sürekli hale getirmeyi hedefliyoruz. 2023 ve 500 milyar Dolar hedeflerinde ülkemiz ve ihracatımızı, halıcılığımız ve ihracatçımızı daha iyi yerlere getireceğiz.

olan Domotex Asia-Chinafloor için tanıtım çalışmaları da gerçekleştirdi. Birlik ofis ve info stand için 42 metrekarelik bir alan tahsis ederek burada katılımcı firmalara faks ve bilgisayar hizmeti verdi. Ayrıca 40 metrekarelik oluşturulacak lounge alanında da katılımcı firmalarımızın müşterilerine ve stantları ziyaret eden misafir-

lere ikramda bulunuldu. Ayrıca fuar esnasında İHİB tarafından düzenlenen organizasyon kapsamında düzenli olarak çeşitli tanıtım faaliyetlerine yer verildi ve Türk Halı sektörünün yurtdışındaki bilinirliğinin, kalite algısının yükseltilmesi sağlandı. Fuarda dağıtılacak newsletter'da ilan yer aldı ve içinde Türk katılımcılarınınde-



İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz, Shanghai Ticaret Ateşesi Bilgehan Şaşmaz ve Hannover Messe İstanbul Genel Müdürü Alex Kuhne'ye tarihi Uşak halısından bir kesit armağan etti.

taılı bilgilerinin yer aldığı katılımcı broşürü de Birliğin info standında ziyaretçilere dağıtıldı. Bunların yanı sıra İHİB için tahsis edilen alanda katılımcı firmalara fuar esnasında her türlü desteği verebilmek için kurulacak info-stand alanında ki ofis bilgisayar, telefon, faks, internet gibi ofis ekipmanları ile donatıldı.

Türk halıcıları, Çin pazarında istikrarlı olmayı hedefliyor

Fuar hakkında değerlendirmelerde bulunan İHİB Yönetim Kurulu Başkanı İbrahim Yılmaz, "Halı sektörü olarak Mart ayında 169 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirerek, yüzde 39 oranındaki ihracat artışıyla en fazla ihracat artışı olan sektörlerin arasında yer aldık. Sektör olarak katıldığımız fuarların, yürüttüğümüz çalışmaların meyvelerini alıyoruz" dedi. Yılmaz, Domotex Hannover'da sektörün öncü ihracatçısı Çin'in metrekarelerini de aşarak 18 bin metrekarelik alanda katılım sağladıklarını hatırlatarak, yaşanan başarıyı Şanghay Domotex Asia-Chinafloor Fuarı'yla per-

çinlemiş olduklarını söyledi. Ekonomisi hızlı bir şekilde gelişen ve IMF verilerine göre 2016'da dünyanın en büyük ekonomisi olacağı düşünülen Çin'in, Türk halı sektörü için büyük bir pazar olduğuna dikkat çeken Yılmaz şöyle konuştu: "Çin'de tüketim alışkanlıkları çok hızlı bir şekilde değişiyor. Özellikle kaliteli, tasarım odaklı, markalı ürünlere karşı olan ilgi her geçen gün artıyor. Diğer bir ifadeyle Çin 200 milyonun üzerinde bir müşteri kitlesiyle AB topluluğunda bulunan en üst gelir grubundan daha yüksek gelir seviyesine sahip bir ülke konumunda. Biz de bu durumu göz ardı etmedik ve 11 halı firmasıyla ilk kez Domotex Asia'ya katıldık. Fuarda katılan firmalar ciddi iş bağlantılarının önünü açacak görüşmelerde bulundular. Gelecek senede katılım sayımızı 3 katına çıkararak Çin pazarındaki sürekliliğimizi sağlayacağız." Yılmaz, Çin'de iş yapma kültürünün ancak Domotex Asia Fuarı'na düzenli bir şekilde katılarak mümkün olacağını belirtti. Fuarda arka arkaya katılan Avrupa'nın önemli firmalarının gösterdikle-



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



ri süreklilikleri sayesinde Çin'de ticari faaliyetlerini büyüterek devam ettirdiklerini hatırlatan Yılmaz, "Türk halı sektörü olarak bizde bu prensipten yola çıkarak daha üstün başarılarla imza atacağız" diye konuştu. Yılmaz, Çin'e yeteri kadar ihracat yapılamadığını, aradaki açığın da Domotex Asia-Chinafloor Fuarı'yla kapatılabileceğini de sözlerine ekledi.

2011 yılı Domotex Asia-Chinafloor'un ardından...

Fuara geçtiğimiz yıl yapılan katılım ve katılımcı görüşlerine bir göz atmak gerekirse Domotex Asia-Chinafloor'a 2011 yılında,36 ülkeden 1.038 firmanın katıldığı ve 72 ülkeden yaklaşık 40 bin kişinin üç gün boyunca ziyaret gerçekleştirdiği görülüyor. Ziyaretçilerin yüzde 60'ı, firma sahibi ya da Genel Müdür, Yönetim Kurulu Başkanı statüsündeki insanlar olarak nitelendirilirken, aynı ziyaretçilerin

yüzde 70'inin ise firmaları adına doğrudan satın alma kararı vermeye yetkili kişilerden oluştuğu belirtiliyor. Ticari alanda katılımcı görüşlerine bakıldığında ise ziyaretçilerin yüzde 76'sının fuardan ve

sergilenen ürünlerden, ticari olarak çok memnun olduklarını belirttikleri ifade ediliyor. Yine ziyaretçilerin yüzde 84'ünün fuardan mal aldıklarını veya almaya niyet ettiklerini ifade ettikleri söyleniyor. Son olarak,

fuara 2011 yılında katılan firmalardan yüzde 20'sinin fuarın sonuçlarından çok memnun olduklarını ifade ettikleri ve yüzde 64'ünün de memnun olduklarını belirttikleri dile getiriliyor. ❖



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

HONG KONG TÜRK DERİSİNE ODAKLANDI

28-30 MART TARİHLERİNDE GERÇEKLEŞEN APLF HONG KONG FUARI'NA İDMİB PATRONAJINDA 46 FİRMA KATILDI. TÜRKİYE'NİN YILIN "ODAK ÜLKESİ" OLARAK KATILDIĞI FUARDA, TÜRK ÜRÜNLERİNİN KALİTESİ VE BORA AKSU'NUN TREND ALANINDA HAZIRLADI ENSTALASYON ÇALIŞMASI İLE TÜRKİYE, FUARA DAMGASINI VURDU.





Dünya deri endüstrisinin en önemli buluşması olarak kabul edilen ve Asya Pasifik Deri Fuarı APLF tarafından düzenlenen Materials, Manufacturing & Technology (MM&T) fuarının bu yılki odak ülkesi Türkiye oldu. 28-30 Mart tarihleri arasında Hong Kong'ta düzenlenen fuar, bu yıl da dünya deri pazarının en önemli alıcılarıyla satıcılarını buluşturmayı başardı. Başta İtalya, Türkiye, Brezilya, Almanya, Tayland ve Çin'den deri profesyonellerinin katıldığı fuar, işlenmiş/yarı işlenmiş deri ve kürk, deri makinaları ve kimyasallarının sergilendiği saracıye, deri giyim gibi bitmiş deri ürünlerinin sergilendiği Fashion Access bölümlerinden oluşuyor. APLF Hong Kong Fuarı 2012 dönemine Türkiye'den 27. kez katılım gerçekleştirildi bu dönemde işlenmiş/yarı işlenmiş deri ve kürk ürün grubunda 42, deri kimyasalları ürün grubunda 2 ve deri makinaları bölümünde 2 firma olmak üzere toplam 46 firma 1090 metrekare toplam stant alanıyla Türkiye Milli Katılımı dahilinde fuarda yerini aldı. Fuara Türkiye'yi temsilen katılan Deri Tanıtım Grubu (DTG) ve 46 Türk firması, deride "Türk Etkisi"ni tüm dünyaya gösterdi. Bu yıl 28'inci kez

kapılarını açan APLF/MM&T, deri sektörünün en önemli buluşma noktaları arasında anılıyor. Toplamda 1200 katılımcı firmanın 51 ülkeden 20 bin ziyaretçi ile bulunduğu fuar, Türkiye ve Uzakdoğu arasındaki deri alışverişinin gelişmesi açısından da kilit bir öneme sahip. Bu fuar aynı zamanda Türk deri markalarının kalite, tasarım ve teknolojik gücünü Uzakdoğu'da sergileyebilmesi açısından da en ideal platform olarak görülüyor. Fuara, Hong Kong ve Çin'in yanı sıra Japonya, Güney Kore, Singapur ve Tayvan gibi önemli pazar potansiyeline sahip ülkelere üretici firmalar da katılıyor. Böylesine büyük bir müşteri potansiyeline sahip MM&T, Türk deri ve deri ürünlerine yönelik algının oluşması ve gelişmesine önemli katkı sağlayan bir fuar olarak adlandırılıyor.

Uzakdoğu'ya açılan kapı: Hong Kong

Deri ve deri ürünlerinde dünyanın en büyük ikinci ithalatçısı konumunda olan Hong Kong, Türk deri markaları açısından ayrı bir önem taşıyor. Türkiye'nin toplam deri ihracatında, Uzakdoğu ve Asya ülkelerinin payı da, söz konusu ülkelerin refah düzeylerinin yükselmesine paralel olarak

son yıllarda büyük bir artış gösteriyor. Türkiye deri ihracatı konusundaki iddiasını sürdürürken, tasarım ve kalitede elde ettiği başarı ile pazarlarını da genişletmeyi hedefliyor. Türkiye'nin 2011'de toplam deri ihracatı yaklaşık yüzde 9 artarak, 1.4 milyar doları aşmış durumda. Deri Tanıtım Grubu (DTG)'nun açıkladığı rakamlara göre Türkiye'nin 2023 yılı ihracat hedefi 4.5 milyar dolar. Türk deri ve deri ürünleri sektörünün 2011 yılı

ihracatının yüzde 35'ini deri ve kürk konfeksiyon ürünleri, yüzde 31'ini ayakkabı, yüzde 17'sini işlenmiş deri ve kürk ve yüzde 17'sini saracıye ürünleri oluşturuyor. Deri ve deri ürünleri ihracatında ülkeler bazında geleneksel en büyük pazar Rusya, İtalya ve Almanya. Bu ülkeleri Fransa, İngiltere, Irak, Ukrayna ve Hong Kong takip ediyor. İDMİB Yönetim Kurulu ve Deri Tanıtım Grubu (DTG) Başkanı Lemi Tolunay, "Asya ve Okyanusya ülke grubuna



İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Lemi Tolunay, Türkiye'nin kaliteli deri üretim merkezi olmak için en büyük aday olduğunu belirtti.



Sıra dışı tasarımlarıyla tüm dünyada ses getiren Bora Aksu APFL Fuarı'nın ilgi çeken tasarımlarına imza attı.

mirasımız ve hizmet kalitemizle yıllardır sürdürdüğümüz güçlü referanslarımız, markalaşmamızı kolaylaştıran özelliklerimizdir" dedi.

"Tasarımda da liderliği hedefliyoruz"

Dünyada markalaşmanın ve ürünün değerini artırmanın en önemli dayanağının inovasyon ve tasarım olduğunu vurgulayan Tolunay, kalite kavramı ile özdeşleşen Türk deri markalarının artık moda odaklı olarak da dünya pazarlarında gün geçtikçe kuvvetlendiğini açıkladı.

"Bu nedenle Hong Kong'taki bu önemli fuara dünyaca ünlü modacılarımız Bora Aksu'nun enstalasyonu ile katılmayı tercih ettik" diyen Tolunay, "Türk deri markaları günün modasına uygun ürünleriyle dünya pazarlarında yerini almakta ve markalaşma faaliyetlerine ağırlık vermektedir" dedi. Tolunay, "Türk deri markaları ve Türk tasarımcıları dünya pazarlarına ne kadar doğru ve etkin tanıtılırsa, Türk deri ürünlerinin algısı da o denli hak ettiği yeri bulacaktır" diye konuştu. B2B olarak adlandırılan iş pazarında

bir kez daha gözler önüne serdi. Tolunay, Hong Kong'ta deride Türk etkisinin öne çıkmasını, Türk deri sektörünün dünya pazarlarına tanıtımı ve Türk derisinin imajının yükseltilmesi açısından önemli bir rol oynayacağını belirtti. Türkiye'nin Avrupa'nın en büyük deri üreticisi olduğunu vurgulayan Tolunay, "Deri firmalarımızın üretim becerisi ve kalitesi dünyaca biliniyor. Şimdi, hepimiz için tasarım ve inovasyona odaklanarak, markalaşma zamanıdır. Derideki büyük kültürel



TÜRK DERİ SEKTÖRÜNÜN ÖNÜ AÇIK Mustafa Şenocak İDMİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı

Fuara gelmeden önce Çin'den korkardım ama artık Çin'e rahatlıkla mal satabileceğimize inanıyorum. 2000 yılından bu yana tasarımda ciddi anlamda ilerledik. Türkiye sektöründe önemli yol kat etmiş bir ülke. Yunanistan'da satılık bir tabakhaneydi. Bizdeki

lerin yüzde 30 kapasite ile çalıştığı bir dönemde oraya gidip satın almak çok da doğru gelmiyor. Orada üretim yapabiliriz, daha pahalı olacağına da inanmıyorum ama biraz daha milliyetçiyiz o konuda. Son 2-3 yılda derinin moda olması ve Akdeniz çanağındaki ekonomik kriz bu durumun en önemli sebebi. Çiftçiler çünkü artık hayvan besleyememeye başladı. Bu yüzden fiyatlar arttı. Bu bizim satışlarımıza yüzde 10 fiyat artışına sebep oldu. Gelecek dönemde Türk Deri Sektörü'nün önünün açık olduğunu belirtmeliyim.

2011'de Türkiye'den yapılan deri ve deri mamulleri ihracatı, bir önceki yıla göre yüzde 56.2 oranında artarak 121.2 milyon dolar olarak gerçekleşti. Bu çerçevede Çin'e ve Çin pazarına giriş kapısı olan Hong Kong'a halen Türkiye'den büyük oranda yarı işlenmiş ve bitmiş deri ihracatı yapılıyor. Son dönemde büyüyen bir üst gelir grubuna sahip Çin Halk Cumhuriyeti'nde lüks tüketimin artmasıyla özellikle kaliteli deri ürünlerine talebin yükseleceğini bekliyoruz" dedi.

Deride Türk etkisi

"Meet the Turkish Effect" (Türk Etkisiyle Tanışın) sloganıyla hazırlanan çarpıcı reklam kampanyasıyla APLF/MM&T Fuarı'na damgasını vuran Türk deri markaları, Türk derisinin kalite, değer ve tutkuyla özdeşleştirilen markalaşma serüvenini de ortaya koydular. Ünlü Türk modacı Bora Aksu'nun DTG standına özel olarak hazırladığı enstalasyonla ilgi toplayan Türk deri markaları, tasarım ve uygulamadaki iddialarını da böylece



TÜRK DERİ SEKTÖRÜ GÜCÜNÜ VE ETKİNLİĞİNİ ARTIRIYOR

Bora Aksu Moda Tasarımcısı

Hong Kong'taki bu fuarda Türk deri markalarının konuşuluyor olması, deri sektöründe hızla değişen teknik ve moda trendlerini yakından takip ediyor olduğumuzun da kanıtı. 2002'den bu yana birçok Avrupa ülkesinde moda haftalarında çeşitli koleksiyonlarımla yer aldım. Her

geçen sene Türk deri sektörünün tasarım gücünü ve etkinliğini artırdığını belirtmeliyim. DTG'nin kalite algısının yarattığı olumlu rüzgarını Hong Kong'da birinci elden yaşadım. Gelenekselle geleceği yansıtan tekniklerin bir karmasıyla oluşturulmaya çalıştığım koleksiyonumun büyük ilgi ve heyecanla karşılanması, gelecek dönemde Türkiye'nin tasarım konusunda da Avrupa ve Dünya'nın en önemli güçlerinden biri olacağını gözler önüne serdi.



TEKSTİL YIKAMA

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

**MERTER'DEKİ
ÇÖZÜM
ORTAĞINIZ**



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 **PAKİŞ 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



markalaşmanın en az nihai tüketici pazarı kadar önemli olduğuna değinen Tolunay, "Bu nedenle artık 'Turkish Leather' yerine, 'Turkish Leather Brands' ifadesini kullanıyoruz. Bu bir markalaşma girişimi

olarak sadece ayakkabı, sarıya, konfeksiyon markalarıyla sınırlı kalmayacak; aynı zamanda tabakhanelerimiz de birer marka oldukları bilinciyle hareket edecek. Markalaşma sadece ürünün fiziksel özellik-



Türk stantları sade ve şık tasarımları ile göz doldurdu.

leriyle ilgili bir kavram değildir. Markalaşma sadece büyük şirketlerin kullanabileceği bir araç da değildir. Şirketlere duyulan güven, müşterilerle kurulan ilişki biçimi, satış öncesi ve sonrası hizmetler, ürünlerin sunumu, tanıtımı gibi etkenler, deri üreticilerimizin markalaşmasında önemli rol oynar. Artık fiyatla rekabet etme kısır döngüsünden kurtulmalıyız" dedi.

"2012'de e-pazarlamada büyük adımlar atıyoruz"

Deri Tanıtım Grubu'nun gelecek stratejisi hakkında da bilgi veren Tolunay, "Gerek Türk derisi ve deri ürünlerinin dünyadaki imajının daha da yükseltilmesi, gerek üretici ve son tüketiciye hitap eden markalarımızın

dünyadaki gücünün artırılması için DTG olarak internet tabanlı pazarlama ve tanıtım araçlarını artık daha yoğun kullanacağız. Aynı zamanda üyelerimizi kullanmaları için de teşvik edeceğiz ve destek olacağız" dedi. DTG'nin internet sitesi www.turkishleatherbrands.com üzerinden online tanıtım yapılacağını ve sosyal medyayı daha etkili kullanacaklarını vurgulayan Tolunay, "Online tanıtım araçlarına tüm tanıtım çalışmalarımızda ağırlık vereceğiz. İnternet sitemizi dünyanın her yerindeki deri alıcılarının üyelerimize kolayca ulaşabilecekleri bir araç haline getirmeyi amaçlıyoruz" diye ifade etti.



TÜRKİYE GÜCÜNÜ BİR KERE DAHA KANITLADI

Jak Galiko Lider Deri Yönetim Kurulu Başkanı

APLF Fuarı, Türk İşlenmiş Deri Sektörü için çok önemli bir fuar. Başarılı geçirdiğimiz bu fuarın ardından fuar katılımcılarının işlenmiş deriyi sadece Çin'den değil, artık önemli bir güç haline gelen Türkiye'den alma niyetlerinin ortaya çıktığını görmek büyük mutluluk. Bugüne kadar deri

işlenmesinde ve işlenmiş derinin ürünleştirilmesinde en önemli güç olan Çin ve Hindistan'ın yerine Türkiye'nin yarattığı katma değer damgasını vurmaya hazır olduğunu APLF Fuarı'nda bir kez daha gördük.



TÜRK MARKA BİLİNLİRLİĞİ DAHA DA ARTACAK

Levent Önütoğlu Çetinkaya Deri Satış ve Pazarlama Müdürü

Dünyanın deri sektörü konusundaki en önemli fuarı olan APLF'nin hem katılımcı hem de ziyaretçi konularında profesyonelleştiğini söylemek mümkün. Fuar işleyişinin iyileşmesi, kurulan ilişkileri ve müşterinin gözünün markalara alışması için önemliydi. Kazandığımız alışkan-

lıklar sayesinde yaşanma potansiyeli olan kültür farklılıklarından kaynaklı problemleri de aştığımız inancını taşıyorum. Gelecek dönemde de Türk markalarının bilinirliklerinin artışı ile kendimizi evimizde gibi hissetmeye başlayacağımıza inanıyorum.



OLUMLU BİR GELECEK PERSPEKTİFİ YAKALADIK

Ahmet Kuyulu Marmara Deri Pazarlama Müdürü

Dünya deri piyasalarının en önemli fuarlarından biri olan APLF'ye 2007'den beri katılım gösteriyoruz. Beş senelik süreç içerisinde Türk katılımcılar olarak gerek ilişkiler gerekse ürünlerimizin sunumu konularında duraksız bir gelişim gösteriyoruz. Bu sene tüm dünya ve Çin piyasaların-

da yaşanan resesyonun etkilerini gözlemledik. Ham deri piyasasında yaşanan olumsuz gelişmeler fuar katılımcılarının davranışlarına da yansımış durumdaydı. Ancak fuarın ardından gelişen süreçte tekrardan deneme siparişleri almaya başladık. Fuar süresince hem halihazırda var olan hem de yeni edindiğimiz müşterilerimiz ile olumlu bir gelecek perspektifi çizdiğimiz söyleyebilirim.



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
70-100 D. EKRU
20/1 KARDE HAM
20/1-24/1-30/1 PENYE HAM

Lütfen Kartela İsteyiniz.

İSTER 1 BOBİN İSTER 1650 KG'LIK 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.mayaipolik.com.tr



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



PEKİN'DE İKİ TÜRK

DÜNYANIN BİR NUMARASI ÇİN, TÜKETİMDEKİ HIZLI ARTIŞIYLA DA EN ÖNEMLİ PAZARLARDAN BİRİ HALİNE DÖNÜŞTÜ. ÜRETİCİ KİMLİĞİNİ AŞARAK MODA MARKALARI YARATMAYA BAŞLAYAN ÜLKE, LÜKS TÜRK FİRMALARI İÇİN DE ÖNEMLİ BİR DESTİNASYON OLABİLİR. PEKİN'DE YAPILAN MODA FUARI CHIC'E İSE TÜRKİYE'DEN YALNIZCA İTKİB ÜYESİ İKİ DERİ FİRMASI KATILDI. ÇİNLİLERİN ARTIK TAKLİT ETMEDİĞİNİ, YENİ BİR KONSEPT ORTAYA KOYDUĞUNU GÖSTEREN FUAR, A'DAN Z'YE TÜM SEGMENTLERİ BİR ARAYA TOPLAYAN YAPISIYLA DA FARK YARATILYOR.



—# Zafer Karadağ / Karya International: "Çin bir tehdit değildir. Hatta Türk ihracatçıları için en büyük fırsatlar ülkesidir."



—# Cemal Güzelci / Emiliano Zapata: "Son dönemlerde Rusya'da yaşanan krizler yeni pazarlara yönelmede bir etken."

Çin için sadece bir ülke demek, hem ona hem de diğer tüm ülkelere büyük haksızlık. Yaklaşık 5 bin yıllık yazılı tarihe sahip dünyanın en eski kültür ve uygarlığı, bugün 1 milyar 300 milyon yurttaşıyla dünyanın en büyük nüfusunu, ekonomisini, endüstrisini ve daha birçok şeyini bünyesinde barındırıyor. Dışarıdan bakınca korkulan ve bir kapalı kutu gibi algılanan, halbuki çok renkli dünyası ve hızla batılılaşan yaşam tarzı ile farklılıklarını küreselleşme içinde çok iyi eriten Çin, sadece dünya ekonomisinin vazgeçilmez bir üreticisi değil, aynı zamanda küresel sistemin soluk almasını sağlayan en önemli pazar konumunda bulunuyor. Çin pazarını önemli kılan temel unsur, doğrudan üretimden gelen güçleri değil. Aksine tüketimdeki herkesi şaşırtan düzeyde ilerleyen yüksek trendleri. Ülkede gelir adaletsizliği çok derin bir uçurum yaratıyor. Nüfusun dörtte üçü, yani yaklaşık 1 milyar insan yoksulluk sınırının altında yaşıyor ve çok ucuz maliyetle çalışıyor. Ancak geri kalan yüzde 25'lik bölüm ise kelimenin tam anlamıyla zengin. Serveti 1 milyon doların üzerinde 200 milyondan fazla insan olduğu tahmin ediliyor. Pekin sokaklarında dolaşırken bu zenginliği açıkça görebiliyorsunuz. Otuzar katın altına düşmeyen plazalarıyla dolu caddeler, lüks otomobillerin hayret verici çokluğuyla bezeniyor. Lüks tüketime basit

bir örnek: Başkent Pekin'de ortalıkta Çin malı otomobil göremiyorsunuz; Mercedes, Porsche, Lexus, Audi ve BMW'leri saymaya ise takatiniz yetmez. Alışveriş merkezlerindeki mağazalardaki ürünlerin fiyatları ise, Çin'in ucuz bir ülke olduğu yönündeki algınızı yerle bir eder.

Her şeyi büyük ülke

Çin'de tek bir ulustan bahsetmek mümkün değil. Bir nevi 'Asya Uluslar Topluluğu' olan ülkedeki her eyalet farklı bir dil konuşurken, hakim olan Mandarin lehçesi ülkenin birleştirici dili. Etnik farklılıklara da yansıyan ülkenin kalabalık hali, Çin'de her alanda 'büyük bir tasarım' ihtiyacı doğurmuş. Bunca farklılığı çok uzun zaman komünist yönetimin merkezi iktidarı altında disiplini etmesi de farklı bir yapıyı ortaya çıkarıyor. Planlamanın üst düzeyden yapıldığı her açıdan kendini gösterirken, Çin yine merkezi bir denetim altında giderek batılılaşıyor. Bu demografik büyüme ve refah artışıyla birlikte artan tüketim eğilimi, kendini en canlı biçimde moda alanında da gösteriyor. Bu sene 20'ncisi gerçekleştirilen ve artık bu alanda rüştünü çoktan ispatlamış Çin Uluslararası Giyim ve Aksesuarları Fuarı CHIC Beijing 2012 de 26-29 Mart tarihleri arasında Pekin'de gerçekleştirildi. Dört gün boyunca büyük bir moda şovuna ev sahipliği yapan fuara, 400'ü 21 farklı ülkeden olmak üzere toplamda 1000'in üzerinde

firma standıyla katıldı. 110 bin kişinin ziyaret ettiği fuarın binin üzerinde ulusal ve yabancı basın mensubu takip etti. Pekin'deki devasa fuarlara mekan sağlayan ve henüz dört yıldır faaliyette olan Yeni Çin Uluslararası Fuar Merkezi'nde gerçekleştirilen fuarda katılımcı ülkeler arasında İtalya, ABD, Fransa, Almanya, Japonya, Danimarka ve daha pek çoğu bulunuyordu. İtalya'nın 70'i aşkın markayla katılımcılar arasında birinci olduğu fuarda erkek giyim, kadın giyim, çocuk giyim, deri ve kürk ürünleri, aksesuar ve moda ile ilişkin akla gelen her unsur mevcuttu. Ziyaretçileri bilgilendirme amaçlı moda trendleri, pazara giriş stratejileri, en çok satan markalar gibi konularda 60'dan fazla etkinlik düzenlendi. Farklı ülkelerden ünlü tasarımcıların katıldığı, modayı belirleyici ve markaları teşvik edici özelliğiyle dikkat çeken fuarda ise sadece ve sadece iki tane Türk firması yer aldı.

Türkiye'den dericiler ilgi gösterdi

Modaya dair A'dan Z'ye her segmentin bulunduğu Chic Beijing fuarında Türk firmalarının katılımının azlığı dikkat çekici durumdaydı. Avrupa, Rusya, Ortadoğu ve hatta ABD'de belirli bir üne kavuşan Türk markalarının, Çin pazarında boy göstermemesi önemli bir fırsatı kaçırma anlamına da geliyor. Uzaktan bakınca üretici kimliğiyle ele alınan ve ucuz işgücü sayesinde zaten avantajlı olan Çin'e yaklaşım, firmalarımız açısından ürker bir tavırda oluyor. Halbuki öne çıkan-

ması gereken ana fikir, lüks tüketimin tüm diğer alternatif pazarlara göre daha hızlı büyüdüğü gerçeği. Şimdilik bu hakikate gereken kıymeti veren Türk firmaları, deri konfeksiyon sektöründen çıkıyor. Fuara katılan Türk firmalarından biri Derlüks Deri Konfeksiyon şirketi idi. İsmi, 20. yüzyılın başında Meksika Devrimi'nin lideri olan Emiliano Zapata'dan alan markalarıyla katılan firmanın Genel Müdürü Cemal Güzelci, ilk defa açılım yaptıkları Çin pazarından memnun ayrıldıklarını ifade ediyor. Deri konfeksiyon sektöründe 19 yıldır hizmet veren ve kaliteye önem veren yapılarıyla iyi bir imaj oluşturan markalarının büyük oranda Doğu Bloku ülkelerinde faaliyet gösterdiğini belirten Güzelci, kendilerini Çin'e çeken şeyi şöyle aktarıyor: "Açıkçası yumurtaları biraz ayrı sepete koymak istedik. Çin'de ciddi bir potansiyel olduğunu ve ekonomik seviyesi yüksek çok sayıda insanın olduğunu bildiğimiz için böyle bir pazara yönelme düşüncesine girdik. Son dönemlerde Rusya'da yaşanan ekonomik krizler de bu yönelmede bir etkendi."

Çin'de ayak oluşturmak önemli

Esas olarak deri cekete yoğunlaşan Emiliano Zapata'nın yıllık üretimi 45-50 bin adetler seviyesinde. Güzelci'nin ifadesine göre, bunun yüzde 90'lık kısmını Doğu Bloku ülkeleri oluşturuyor. Firma yanı sıra Avrupa, ABD ve Kanada da ürün satıyor. Çin'de son iki yıldır 7-8 müşteriyle kontak kurarak faaliyete başla-



—# Onur Toraman / Şen Deri: "Burada fiyatlar daha uygun. Yer alabilmek için kesinlikle fark yaratmanız gerekiyor."



dıklarını belirten Güzelci, Şanghay'da ikamet eden Türk girişimci Zafer Karadağ ile yaptıkları ortaklıklarıyla pazarda daha iyi bir kapasite ulaşılabileceğini belirtiyor. Chic Beijing fuarının kendileri için iyi bir başlangıç

olduğunu kaydeden Güzelci, beklentilerinin kısa vadeli olmadığını, uzun vadede yatırım yapıcı bir çalışma planladıklarını, önümüzdeki yıllarda da fuara katılmayı düşündüklerini söylüyor. Emiliano Zapata markasının Çin'de ortaklık kurduğu Karya International Trading Yönetim Kurulu Başkanı Zafer Karadağ, ailesiyle birlikte 8 yıldır Çin'de yaşayan bir girişimci. Şanghay'daki serbest bölgede kurdukları tamamen Türk sermayeli şirketleriyle madencilik, gıda, deri konfeksiyon gibi alanlarda ticaret yapıyorlar. Karadağ, uzun zamandır aynı şeyi söylediklerini

belirterek başlıyor konuşmasına: "Çin bir tehdit değildir. Hatta Türk ihracatçıları için dünyadaki en büyük fırsat ülkesidir. Bu savım her geçen yıl beni daha da haklı çıkartıyor. Çinliler her yıl Türkiye'yi daha fazla ziyaret ediyorlar. Geçtiğimiz yıllık rakam 100 bine ulaşmış durumda. Bu mutluluk verici bir şey. Önümüzdeki yıllarda bu rakam milyon düzeylerine çıkacaktır umudundayım."

Şen Deri ikinci kez fuarda

Türkiye deri ihracatının şampiyon firmalarından Şen Deri, Çin pazarında biraz daha deneyimli. Şirket yöneticilerinden Onur Toraman, 1968 yılından beri deri konfeksiyon sektöründe çalıştıklarını, 1991 yılında kurdukları tabakhanelerinde de önemli bir aktör haline geldiklerini belirtiyor: "Şu anda ağırlıklı olarak İspanyol Entrefino-Merino üreten bir tabakhaneyiz ve bu konuda hem adet, hem kalite anlamında dünyada şu anda ilk üçün içindeyiz. Firma olarak amacımız hem deri, hem de ceket olarak yüksek kalitede ürün üretmek ve pazarlamak." Onur Toraman, değişen dünya şartları ve maliyetler içinde bir yandan Çin, Hindistan ve Pakistan gibi ülkelerin üreticileri ile, diğer yandan da İstanbul ve İzmir'deki bazı küçük işletmelerle fiyat anlamında baş etmenin mümkün olamayabileceğini söylüyor. Kaliteden taviz vermeden kendi ürünlerinin satılabileceği yeni pazarları sürekli araştırdıklarını kaydeden Toraman, Çin'in kendileri adına yeni ve gelişen en önemli pazarlardan biri olduğunu ifade ediyor: "Burası nüfusun yoğun olduğu, insanların bir kısmının zengin olduğu bir ülke ve bizim hedef kitlemiz sayılabilecek bir pazar. Geliş amacımız bu pazara yönelik satış gerçekleştirebilmek. Chic Fuarı'na

ikinci geliştirdik. Geçen sene pazara çok yabancıydık. Bu yıl daha iyi olmasını umut ediyoruz."

Rusya daralıyor, alternatifler aranıyor

Şen Deri firmasının ihracat hacmi 2011 yılı rakamlarıyla 30 milyon dolar civarında bulunuyor. Toraman, firmaları için Çin pazarının toplam satış hacminden yüzde 20-30'luk pay alamayacağını, ama alternatif bir pazar olarak önem taşıdığını vurguluyor. Türk deri firmaları için halen Rusya ve eski Doğu Bloku ülkelerinin genel destinasyon olduğunu ifade eden Toraman, fakat bu pazarların gitgide küçüldüğünü ifade ediyor. Toraman şöyle anlatıyor: "İnsanlar eskiden deri ürünlerine daha fazla rağbet gösteriyordu. Fiyatlar da daha uygundu, ama son iki yılda ham deri fiyatları yüzde 300 oranında arttı. Hatta şu anda dört katını bile geçti. Tabi ki bu fiyatlar, satış aşamasında bizi epeyce zorluyor. Rusya hala büyük bir pazar; fakat eskiden resmin bütünüyken, şimdi genel resim içerisinde bir parça olma yönüne doğru gidiyor. Sonuç olarak bizim alternatif pazarlar bulmamız gerekiyor."

Onur Toraman, Çin pazarının önemli bir açılım alanı olduğu kadar, hiç de kolay bir yer gibi kurgulanmaması gerektiğini dikkatle vurguluyor. Fiyat açısından Türkiye'den çok önde olan Çin pazarına yönelik olarak Toraman, "Burada her şey var. Ucuz üretim de, kaliteli üretim de. Fiyat anlamında da Türkiye'den daha uygun. Bu pazarda yer almak için kesinlikle bir fark yaratmanız gerekiyor. Herkesin yaptığı şeyi yaparak bu pazarda yer alamazsınız. Biz kalitemizle bu farkı yaratmaya çalışıyoruz. Herkesin kendince bir hesabı vardır, ama burada yer alabilmek gerçekten kolay değil" şeklinde konuşuyor. ❖

İÇ GİYİM VE MAYONUN ŞANSI YÜKSEK

Chic Beijing Moda Fuarı, yeni tekstil teknolojilerinden hazır giyimin her segmentine kadar markalarıyla çok geniş bir yelpazede firmayı ağırladı. 400'ü Çin dışından olmak üzere toplamda 1000'in üzerinde firmanın standıyla katıldığı fuarda dikkat çekici noktalardan biri, iç giyim, ev giyimi, mayo ve plaj giyimi ayaklarında zayıf olmasıydı. Lüks tüketimin çok hızlı bir artış gösterdiği Çin'de, bu alanlarda uluslararası başarı ve ün kazanmış Türk markalarını büyük fırsatlar bekliyor.



Nebim V3 ERP ile gerçek verimliliği keşfeden lider kurumların sayısı giderek artıyor.

Satın almadan üretime, planlama ve bütçelemeden satışa, finans yönetiminden mağaza yönetimine, tüm uygulamaların birbiriyle daha entegre çalıştığı, kapsamlı, gelişen vizyonlara kolaylıkla uyum sağlayan, hızı ve pratikliği sayesinde verimliliğin anahtarı olan Nebim V3 ERP, sizi zirveye taşıyor.

LİDER OLMANIN YOLU VERİMLİLİKTE GEÇER

DAHA KAPSAMLI
DAHA HIZLI
DAHA ESNEK
DAHA PRATİK

NEBİM

V3

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

NEBİM

AVRUPA PARLEMENTOSU'NDA GÜMRÜK TARİFELERİ MASAYA YATIRILDI



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

EN BÜYÜK TİCARET PARTNERİMİZ OLAN AB İLE ARAMIZDAKİ DİŞ TİCARET BÜYÜK BİR GELİŞME GÖSTEREREK (2011 YILINDA 120 MİLYAR EURO) AB LEHİNE 25 MİLYAR EURO FAZLA VERİR HALE GELDİ. TOPLULUK TİCARET POLİTİKASINI ÜSTLENİP UYGULADIĞIMIZ İÇİN DÜNYANIN EN LİBERAL PAZARLARINDAN BİRİNE SAHİP KONUMDAYIZ.



Türkiye'nin, üçüncü ülkelerden yapılan bazı tekstil ve hazır giyim mamullerinin ithalatında uyguladığı ilave gümrük tarifeleri, Alman tekstil ve moda birliği GTMI'nın öncelikli hedefi. Almanlar, bu konuyu sürekli gündemde tutmaya çalışıyor. Niyetleri, Komisyonu Türkiye'ye karşı önlem almaya çalışmak. Son olarak geçtiğimiz 10 Nisan tarihinde Avrupa Parlamentosunda, "The Turkish Tariff Policy in the Textile and Apparel Sector -A blurred line between safeguards and duties increase and its implications for the customs union (Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Türk Tarif Politikası-Gümrük birliği için güvenceler ve görevleri artış ile bunun etkileri arasındaki bulanık hat" başlığı altında bir panel düzenlediler.

Parlamentonun INTA Komite üyesi Alman Parlamenter Dantel Caspary'nin yönettiği panele, Avrupa markalı hazır giyim ortaklığı, GTMI'nin hukuk danışmanları ve sektörlerimizi temsilen ben katıldım. Konuşmamda, gelişmelere makro açıdan yaklaştım. AB ile Türkiye arasındaki AB'nin başlamasından günümüze kadar olan 17 yıllık sürede Topluluk Ticaret Politikasındaki değişikliklerin, dış ticaretimizi nasıl etkilediğini aşağıdaki verilerle gündeme getirdim. En büyük ticaret partnerimiz olan AB ile aramızdaki dış ticaret büyük bir gelişme göstererek (2011 yılında 120 milyar Euro) AB lehine 25 milyar Euro fazla verir hale geldi. Topluluk Ticaret Politikasını üstlenip uyguladığımız için dünyanın en liberal pazarlarından birine sahip

konumdayız. Ortalama tarifelerimiz yüzde 4'ler düzeyinde. Bu nedenle, tekstil ve hazır giyim mamulleri ithalatımız sürekli artarak 2011 yılında, 13.5 milyar dolar seviyelerine çıkmış bulunuyor. Topluluk üyesi olmadığımız için, AB'nin üçüncü ülkelerle yaptığı Serbest Ticaret Anlaşmalarında yer alamıyoruz. Bunun sonucunda, AB üzerinden serbest dolaşım yoluyla Türkiye'ye gelen üçüncü ülke malları pazarımızı bozuyor ve haksız rekabet yaratıyor. Sonuçta, bu gelişmeler karşısında Türk Hükümeti, sanayicinin çağrılarını haklı bularak, sektörlerimize eşit rekabet şartları sağlamak amacıyla (AB ve Türkiye'nin STA imzaladığı ülkeler hariç) üçüncü ülkelere yapılan tekstil ve hazır giyim mamullerine ilave gümrük vergisi uygulaması başlatmak zorun-

da kaldı. İlave gümrük vergisi soruşturması DTO Anlaşması kapsamında değil, AB mevzuatı ile aynı paralelede olan Türk mevzuatı çerçevesinde yürütüldü. Panelde yer alan diğer katılımcılara göre üçüncü ülkelerde üretim yapan büyük firmalar bu ilave vergiler nedeniyle zarar görüyor. AB Komisyonu ise, bütün bu gelişmelere sessiz kalmakta. Alman Tekstil ve Moda Birliği, Türkiye'nin uygulamaya koyduğu ilave gümrük vergileri konusunu sürekli olarak AB Komisyonuna şikayet etmesine karşılık bu güne kadar beklediği yanıtı alamadı. Bu nedenle her fırsatta konuyu, AB kurumlarının gündemine taşıyarak canlı tutmaya çalışıyor. Avrupa Parlamentosu'nda düzenlenen panel de bunun en son örneği.

Türkiye'deki üreticiden çok farklı düşünüyorlar
EURATEX içindeki kamplaşmanın sonu nereye varacak tahmin etmek kolay değil. Üyeler arasındaki görüş farkı o kadar büyük ki! Böyle bir ortamda, hiçbir şey olmamış gibi, bir orta yol bulunup da

yola devam edilebilir mi? Pek sanmıyorum. Almanya, Hollanda veya Kuzey ülkelerindeki firma sahipleri, Türkiye'deki üreticiden çok farklı düşünüyor. Yükselen maliyetler nedeniyle bu ülkelerdeki imalat sanayii çok değişik bir yapıya dönüşmüş durumda. İthalata dayalı bir üretim modeli sürdürüyorlar ve onlara göre imalat sanayinin tarifi de bambaşka. Bu ülkelerdeki firmaların en öncelikli hedefleri, bütün korunma mekanizmalarının kaldırılması, mense kurallarındaki kati uygulamaların sona erdirilmesi hatta, gümrük tarifelerinin biraz daha indirilmesi. Böylece hedeflerinde, en düşük fiyatla 3. ülkelerden ithal edecekleri kumaşlara, basit bir baskı yaparak tercihli menşei elde edip bunu, AB içinde (Türkiye dahil) serbest dolaşıma sokmak var. Buna da imalat sanayi diyorlar. Biz bunlara kesinlikle karşıyız. Bir yanda on binlerce kişiye iş imkanı sağlayan büyük entegre tesislerimiz, öte yanda sayıları binleri aşan, küçük ve orta boy işletmelerden oluşan pamuklu

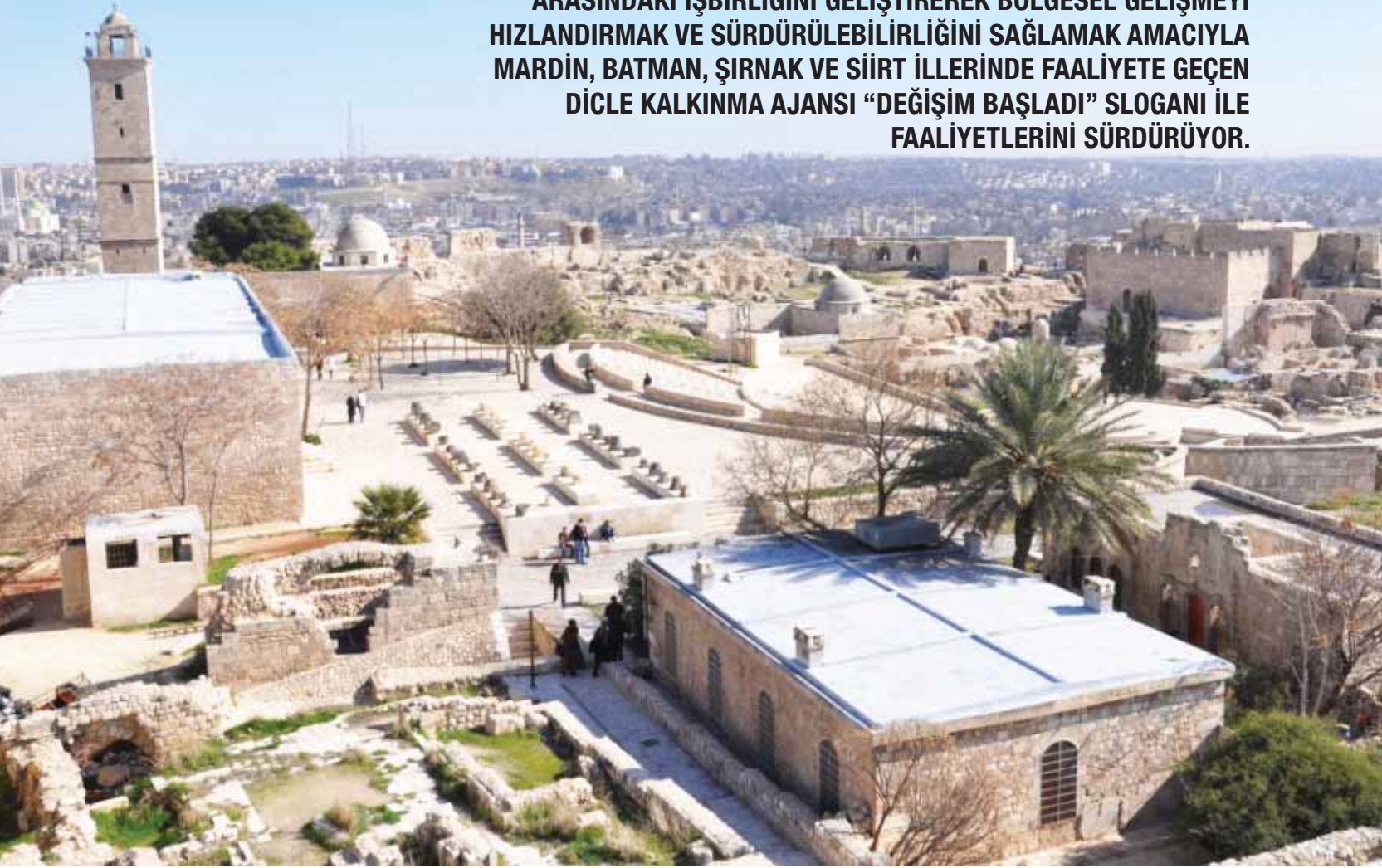
ve suni/sentetik tekstil ve hazır giyim üreticilerimiz. Onlar istihdam yaratıyorlar, üretiyorlar ve ihracat yapıyorlar. Bizim için sanayicinin tarifi bu. AB Komisyonunun uygulamada yapmak istediği her bir değişiklikte EURATEX içinde problem yaşıyoruz. Zaman, zaman normal tartışma kurallarının dışına çıktığı bile oluyor. Bir yanda Alman Tekstil ve Moda Birliği GTMI, diğer yanda Türk Tekstil ve Hazır Giyim İhracatçı Birlikleri. Hollanda, İngiltere ve Kuzey Avrupa Ülkeleri Almanya'nın yanında saf tutarken, İtalyan Moda Birliği SMI, Portekiz tekstil sanayi birliği ATP, Fransız ve Belçika Tekstil Sanayicileri UIT ile Febeltex Türkiye'yi destekliyor. Ayrıca, Avrupa Pamuklu tekstil Sanayii Birliği Eurocoton ve Avrupa Suni ve Sentetik İplik Üreticileri Birliği AIUFASS Türkiye'nin yanında yer alıyor. Bu gelişmelerden sonra EURATEX bölünür mü? Bölünürse, ortaya nasıl bir tablo çıkar? Tahmin etmek kolay değil. ABD Ticaret Temsilciliğinin, Dış

Ticarette Engeller başlığı altında yayımladığı raporda, ülkemizdeki, gıda ve tarım ürünlerinde uygulanan yüksek gümrük vergilerinin yanı sıra, tekstil ve hazır giyimde yürürlüğe koyduğumuz ilave gümrük tarifelerine işaret ediliyor. Öte yandan söz konusu raporda, Türkiye olan dış ticaret verilerine de yer veriliyor. Rakamlar hiç de iç açıcı değil. ABD ile aramızdaki toplam dış ticaret 2011 yılında 19.8 milyar dolar düzeyinde gerçekleşmiş. Söz konusu dönemde ithalatımız, 14.6 milyar dolar, ihracatımız ise, 5.2 milyar dolar. Bu veriler bize, ABD'nin ender dış ticaret fazlası verdiği ülkeler arasında yer aldığımızı gösteriyor. Yine 2011 yılında ABD'nin tüm ülkelere gerçekleştirdiği tekstil ve hazır giyim ithalatı 101.3 milyar dolar. Bunun 77.6 milyar doları, hazır giyim, 23.6 milyar doları ise tekstil. Aynı yıl içinde ABD'nin Türkiye'den yaptığı hazır giyim dışalım 334 milyon dolar, tekstil dışalım 568 milyon dolar. AB'nin ardından dünyanın en büyük ikinci alım merkezi olan ABD pazarındaki payımız ise sadece yüzde 0.91. ❏



DİCLE KALKINMA AJANSI İLE “DEĞİŞİM BAŞLADI”

KAMU KESİMİ, ÖZEL KESİM VE SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI ARASINDAKİ İŞBİRLİĞİNİ GELİŞTİREREK BÖLGESEL GELİŞMEYİ HIZLANDIRMAK VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİNİ SAĞLAMAK AMACIYLA MARDİN, BATMAN, ŞIRNAK VE SİİRT İLLERİNDE FAALİYETE GEÇEN DİCLE KALKINMA AJANSI “DEĞİŞİM BAŞLADI” SLOGANI İLE FAALİYETLERİNİ SÜRDÜRÜYOR.



Kalkınma Bakanlığı'nın ülke gelişiminin sürdürülebilirliğinin altyapısını hazırlamak için revize ettiği Yeni Teşvik Sistemi, her bölgenin kendi dinamiklerini göz önünde bulundurarak çeşitli düzenlemeler getiriyor. Cari açığın azaltılması, ithalat bağımlılığı yüksek olan ara malı ve ürünlerin üretiminin artırılması, en az gelişmiş bölgelere sağlanan yatırım desteklerinin artırılmasını ekonomik özel yatırımlar yoluyla

bölgesel gelişmişlik farklılıklarının giderilmesini amaçlıyor. Bu göstergeler eşliğinde en çok dikkat çeken bölge olarak Şırnak, Batman, Mardin ve Siirt'i içine alan 6. bölgede daha etkin ve sonuç odaklı bir destek mekanizması kurulması, kümelenme faaliyetlerinin desteklenmesi ve teknolojik dönüşümü sağlayacak yüksek ve orta-yüksek teknoloji içeren yatırımların artırılması için Dicle Kalkınma Ajansı (DİKA) elini taşın altına koyuyor.

DİKA Gelişimin ortasında yer alıyor

2009 yılında kurumsallaşma sürecini büyük ölçüde tamamlayarak, 2010 yılında Ön Bölgesel Gelişme Planı'nın Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) tarafından onaylamasını takiben ilk proje teklifi ile çıkan Dicle Kalkınma Ajansı, ilk etapta KOBİ ve Küçük Ölçekli Altyapı Mali Destek Programlarını başarıyla yürütüyor. Ayrıca aynı yıl içerisinde Doğrudan Faaliyet Desteği ve

Teknik Destek kapsamında başarılı bulunan faaliyetler için destek sağlayan Dicle Kalkınma Ajansı, 2010 yılının ilk yarısında faaliyet alanında bulunan Mardin, Batman, Şırnak ve Siirt'te Yatırım Destek Ofislerini hizmete sunarak gelişimin ortasındaki yerini aldı. 2011 yılı başında yeni personel alımının tamamlanmasıyla, yapılan uzman personel takviyesi sayesinde Yatırım Destek Ofisleri'nin kapasitelerinin artırılmasının yanında Kalkınma Ajansı'nın



kurumsal ve teknik yeterliliğinin artırılması için adımlar atıldı. Kalkınma Ajansı, ulusal ihtiyaçları ve kalkınma amaçlı yerel örgütlenme taleplerini dikkate alarak; ülkemizin siyasi, idari, sosyal ve ekonomik koşulları ile dünya tecrübesi ve AB üyeliği perspektifini de gözeten, ülkemize özgü olarak oluşturulmuş bir model olarak dikkat çekiyor. Yerel potansiyeli harekete geçirme ve yerel kalkınmayı gerçekleştirme rolünü üstlenen Dicle Kalkınma Ajansı, küreselleşmeden kaynaklanan tehditlerin bertaraf edilerek, sunduğu fırsatlardan azami yararın sağlanmasına yönelik yerel kalkınma stratejisinin oluşturulmasında çok önemli roller üstlenmeye hazır. Bölgesel Kalkınma Stratejisine uygun olarak, yerel aktörlerce hazırlanacak proje ve faaliyetler; gerek ulusal kaynaklardan gerekse AB'den sağlanacak fonlarla kredi şeklinde

değil, hibe şeklinde desteklenerek; bölge potansiyelini harekete geçirmeyi hedefliyor. Dicle Kalkınma Ajansı, ekonomik ve sosyal potansiyelin ortaya konularak bölge cazibesinin artırılması ve bölgenin gerek ulusal gerekse uluslararası arenada tanıtımının yapılması; bölgede üretim ve istihdamı artıracak özellikteki faaliyetlerin desteklenmesi; göçün etkin olarak yönetilmesi ve insan kaynakları kapasitesinin geliştirilmesini hedefleyerek Türkiye'de başlayan yeni kalkınma hamlesinin en önemli üslerinden biri konumunda. Bölgesel stratejilerin hazırlanmasına destek veren Kalkınma Ajansı, girişimciliğin desteklenmesi ve geliştirilmesi; kırsal ve yerel kalkınma faaliyetlerinin desteklenmesi; kamu, özel kesim ve STK'lar arasındaki işbirliğinin geliştirilmesi rollerini üstleniyor. Bunların yanı sıra bölgenin iş ve yatırım imkanlarının

tanıtımını da gerçekleştiren Ajans, yatırımcıların izin ve ruhsat işlemleri tek elden takip ederek sonuçlandırarak bürokratik verimliliği artırıyor. AB fonları ve uluslararası fonların kullanılmasında da aracılık ve koordinasyon görevini yürüten Ajans, hem araştırma ve veri tabanı oluşturma, hem de izleme ve veri değerlendirme alanlarında da faaliyet gösteriyor.

6. bölge en cazip olanaklara sahip

Daha önce TÜİK bölge sınıflandırma sistemine göre belirlenen 26 alt bölge, bölgesel gelişmişliğe göre dört kategoriye ayrılarak desteklenirken, yeni sistemde illerin sosyoekonomik gelişmişlik düzeyleri dikkate alınmış ve iller arası farklılıkları daha da belirginleştirecek şekilde 6 bölge sınıflandırılması yapıldı. Buna göre belirlenen yeni bölgesel teşvik haritasında Doğu ve Güneydoğu illeri aşağıdaki haritada görüldüğü üzere bir blok halinde en cazip olanakların sunulduğu 6. bölgede yer alıyor. 6. bölgede yer alan illerde asgari sabit yatırım tutarının üzerinde gerçekleştirilecek yatırımlar, sektör ayrımı yapılmaksızın bölgesel desteklerden yararlandırılıyor. Bu çerçevede, söz konusu bölgede yatırım yapacak yatırımcıların, tüm destek unsurlarından azami miktarda yararlanmaları temin ediliyor. Bölgede yapılacak yatırımlar ile sağlanan istihdam kapsamında ödenmesi gereken sigorta primi işveren hissesinin asgari ücrete tekabül eden tutarı 10 yıl, yatırımların organize sanayi bölgelerinde yapılması halinde ise 12 yıl süreyle devlet tarafından karşılanacak. Sadece 6. Bölgeye dahil edilen illerde uygulanmak üzere, işçilerin asgari ücreti üzerinden hesaplanan gelir vergisi stopajı, 10 yıl süreyle terkin edilecek. Bu bölgede 31.12.2013 tarihine kadar başlanılan yatırımlarda Sigorta Primi İşveren Hissesi Desteği 10 yıl süreyle uygulanacak, 01.01.2014 tarihinden sonra başlanılan yatırımlarda bu süre 7 yıla inecek. Yine aynı şekilde 31.12.2013 tarihine kadar başlanılan Bölgesel Teşvik kapsamındaki yatırımlarda yüzde 50 oranında vergi indirim sağlanırken, Büyük Ölçekli Yatırımlarda bu oran yüzde 60'a çıkacak. 01.01.2014 tarihinden sonra başlanılan yatırımlarda vergi indirimleri sırasıyla yüzde 35 ve yüzde 45 olarak belirlenmiş. Bu durum yatırım başlama açısından 31.12.2013 tarihinin önemini ortaya koyuyor. Vergi indirim desteği, firmaların yatırım döneminde tüm faaliyetlerinden elde ettiği kazançlara da uygulanabilecek. Bu değişiklik yatırımcının vergi indiriminden daha çabuk yararlanmasına olanak tanınması açısından önemli görülmektedir. Bölgesel teşvik kapsamında VI. bölgede yapılan yatırımlarda 900 bin TL'yi geçmemek üzere TL cinsi kredilerin 7 puanlık faizi, döviz cinsi kredilerin 2 puanlık faizi devlet tarafından karşılanacak.

Stratejik yatırımlara her bölgede teşvik

Cari açığın azaltılması amacıyla ithalat bağımlılığı yüksek ara malları ve ürünlerin üretimine yönelik, uluslararası rekabet gücünü artırma potansiyeline sahip ARGE içeriği yüksek, yüksek teknoloji ve yüksek katma değerli stratejik önemi haiz yatırımlar, hangi ilde yapılırsa yapılsın desteklenecek. Belirli büyüklükte ve özellikte belirli ilaç ve savunma sanayi yatırımları, özel sektör tarafından gerçekleştirilecek ilk, orta ve ilise eğitim yatırımları, denizyolu ve demiryolu ile yük ve yolcu taşımacılığına yönelik yatırımlar, madencilik yatırımları ile otomotiv, uzay veya savunma sanayine yönelik test merkezleri, rüzgar tüneli, tasarım gibi yatırımlar bu kapsamda desteklenecek konular arasındadır. Ayrıca Bakanlar Kurulu Kararı ile belirlenen Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgelerinde yapılacak turizm yatırımları da aynı şekilde stratejik yatırım kapsamında değerlendirilecek. ❖

KYSD'DE YENİ DÖNEM



KYSD 10 NİSAN'DA GERÇEKLEŞTİRDİĞİ GENEL KURUL TOPLANTISINDA ŞİMŞEK EGE YÖNETİM KURULU BAŞKANI OLAN OSMAN EGE'Yİ DERNEĞİN BAŞKANI OLARAK SEÇTİ. DERNEĞİN GELECEĞİ İÇİN ÖNEMLİ ÇALIŞMALAR YAPMAYA HAZIRLANAN EGE, TEKSTİLİN ANA SANAYİSİNİN DIŞINDAKİ BÜTÜN YAN SANAYİYİ KYSD'NİN ÇATI ALTINDA BİRLEŞTİRMİYİ HEDEFLEDİKLERİNİ BELİRTİYOR.

Konfeksiyon Yan Sanayicileri Derneği (KYSD) kurulduğu dönemden bu yana oldukça ses getiren ve Türkiye'de tekstilin yükselmesi ile birlikte yan sanayi adına gerçekleştirilmiş en önemli organizasyonlardan birisi olma niteliği taşıyor. Bu önemli kurumda geçtiğimiz Nisan ayında yönetim kurulu başkanlık seçimi yapıldı ve başkanı olarak aynı zamanda Tekstil, konfeksiyon ve diğer sektörlerde etiket, matbaa ürünleri, metal düğme ve perçin konularında hizmet veren Şimşek Ege şirketinin Yönetim

Kurulu Başkanı Osman Ege seçildi. Bizde Ege ile KYSD'nin yeni dönemi hakkında bir söyleşi gerçekleştirdik. Öncelikle sözlerine KYSD'nin geçmişten bugününe kadar yaşanan süreci kısaca özetleyerek başlayan Ege, "KYSD 90'lı yılların ortasında kuruldu. 90'lar tekstilin ve onunla birlikte yan sanayininde çok hızlı bir şekilde yükseldiği dönemdi. O zamanlarda derneği kuranlar da bu sektörün en büyükleri arasında yer alan isimlerdi. Bugün, bütün bu sektörün büyükleri bizim derneğimizin üyeleridir. O dönemlerdeki aktiflik içerisinde, onların

büyükliğünün verdiği etki ve gelişmelerin daha iyi olması gibi nedenlerle, o zamanlarda tekstil ve yansanayisinde daha ses getiren işler yapıyorlardı. Ancak 2000'li yıllarda, özellikle düşük kur yüksek faiz yüzünden tekstildeki eliminasyon ve 2001'deki kriz, bütün şirketlerde olduğu gibi tekstil ve onun yansanayisindeki firmalarda da kriz yarattı. Gerçi hemen arkasından işler hızlandığı için durum bertaraf edilebildi tekstil için ama o süreçte bu zamana kadar bütün tekstil firmalarında olduğu gibi yan sanayi firmalarında da daha

sıkıntılı dönem başladı. Ancak şunu özellikle söyleyebilirim ki bu dönemde, ses getirici faaliyetler ya da buluşmalar azalsa bile KYSD'nin diğer sektörlerle, federasyonla olan ilişkileri tam tersine dahada arttı. O konuda gerçekten benden önceki bütün başkanlar çok özverili çalıştılar. Bizim bugün tekstilde özellikle İstanbul merkezli bütün tekstil STK'lar yada İTKİB, İSO, İTO hatta TİM'le ilişkilerimiz oldukça iyi durumda. Şu anda zaten üyelerimiz aktif olmamızın bir göstergesi... Bugün mecliste 4-5 tane üyemiz var. Dolayısı ile biz şu anda İTKİB, İSO ve İTO



KYSD Yönetim Kurulu Başkanı
Osman Ege

gibi birçok yerde üyelerimizle oradayız ve bu kurumlarda alınan kararlara etki ediyoruz. Onun dışında da çorap işadamları, iç giyimciler, trikocular, Osmanbey ve Laleli'deki sektör temsilcileriyle zaten inanılmaz bir buluşma noktamız var" şeklinde açıklamada bulunuyor.

KYSD'nin önümüzdeki dönem hedefleri

Konuşmasına kurumun ileriki dönem hedeflerini anlatarak devam eden Ege, daha çok bütçe oluşturarak daha iyi organizasyonlar yapmak istediklerini dile getiriyor. Fuarlarına ağırlık vermeyi ve yeni fuarlar oluşturmayı hedeflediklerini belirten Ege, buradan gelirlerini artırmak, derneğin üyelerine daha iyi fuar olanakları sağlamak istediklerini ifade ediyor. Şuanda piyasada oluşan ve yeni oluşturulmaya çalışan fuar çalışmalarının hepsine katıldıklarını dile getiren Ege, diğer bir yandan da derneğin üyelerini daha fazla biraraya getirmek, sosyal faaliyetleri geliştirmek niyetinde olduklarını ifade ediyor. Sektör ve ekonomi hakkında bilgi verici toplantılar düzenlemeyi de istediklerini söylüyor. Diğer bir taraftan da sektörde son dönemde gelişen büyüyen, şuanda derneğin yüzde yüz üyesi olmayan firmalarında

derneğin bünyesine, katmak benzer sivil toplum kuruluşları ile birleşmek istediklerini dile getiren Ege, KYSD'yi tekstilin ana sanayisinin dışındaki bütün yan sanayiye KYSD'nin çatı altında birleştirmeyi hedeflediklerini belirtiyor. Bu çerçevede ambalajcılarla görüştiklerini, onlarla birlikte bir grup kurabileceklerini ya da belki başka bir gruplarının içerisine alabileceklerini sözlerine ekliyor. Ayrıca oldukça büyüme kaydeden aksesuarcuları da bünyelerine dahil etmeyi istediklerini dile getiren Ege, sözlerine şöyle devam ediyor: "Bu işin ticaretini, özellikle büyük toptancılığını yapan, sonuçta sektörde bir rol alan kişilerin de düzgün, büyük ve kanuni şekilde hareket eden firmalar olmaları koşuluyla, derneğimize gelmeleri ve aramıza katılmaları gerektiğini düşünüyorum. Şu anda derneğin yüzde yakın üyesi var ve bu rakamın 150'lere kadar çıkabileceğine inanıyorum. Bunların yanı sıra TASIAD şu anda tamamen bize devroluyor. Fuarın dışında satın alma heyetleri yada pazarlama heyetleri oluşturmak bilgilendirme panelleri yapmak istiyoruz. Diğer taraftan önemli bir husus ki bunu yeni Genel Kurul'da tüzüğümüzü değiştirdik. Çeşitli dernek üyelerimizi faydalanabileceğimiz yurtdışı kaynaklı yada yurt içi kaynaklı KOSGEB kaynaklı hibeler ve krediler gibi teşviklerden faydalandırmak istiyoruz"

Modaks'ta yaşanan gelişmeler

Ege'ye Modaks fuarı kapsamında KYSD ile Ares Fuarçılık'ın ilişkisi açısından birkaç firmaya çifte fatura kesilmesi gibi durumu olduğu söylenen konuyla ilgili görüşlerini soruyoruz. Ege bu konuda "Bu bizi gerçekten çok üzdü. Birincisi, biz çok daha yeni haberdar olduk bu durumdan. Biz bunu duyup da

onları geri arayıp 'Tamam, gelip bir görüşelim, biz bunu daha yeni duyduk' dediğimiz noktada haber hazırlanmış. Dolayısı ile biz o açıdan bir müdahil olmadık. Şimdi işin gerçeği şu; bir kere 'KYSD'de bunla ilgilenmiyoruz, sahip çıkmıyor' gibi bir şey kesinlikle söz konusu değil. Bunu duyduğumuzdan itibaren fuar firması ile görüşüyoruz. Fuar firmasının kendisi ile bu satışı yapan kişi arasında bir sıkıntı oluşmuş. Zaten bu sıkıntı tam fuar zamanında ortaya çıkmıştı. Burada kimin haklı kimin haksız olduğunu ben gerçekten bilmiyorum. Ancak burada şöyle bir gerçek var. Bizim dernek üyelerimiz ki dernek üyelerimiz o 65 kişinin zaten 50 kişiydi... Bunlardan sadece bir tanesi bu problemi yaşıyor. Bizim dernek üyelerimizin hiçbirinde bu problem yok" şeklinde görüşlerini ifade ediyor.

"Daha aktif bir dönem geçireceğimizi düşünüyorum"

Ege konuşmasının sonunda "Yeni dönemde daha önce yıllardır buraya emek vermiş olan ve genç üyeleri de kuruma aldık. Asil ve yedek listemiz için özellikle genç, ikinci jenerasyon arkadaşları da seçtik. Genç arkadaşlarımızı da yıllardır tecrübe kazanan arkadaşların deneyimleriyle eğiterek KYSD'de daha ileriki yıllarda sürdürülebilir bir zemin hazırlamaya çalışıyoruz. Bu arkadaşlarla daha aktif olmaya çalışacağız. Çünkü bu arkadaşlar daha istekli daha heyecanlı. Onları komiteye aldık. Fuar ve eğitim komitesinde de yer alıyorlar. Ben, tüm bunların sonucunda daha aktif bir dönem geçireceğimizi düşünüyorum. ❖

OSMAN EGE KİMDİR?

67 Konya doğumlu olan Ege, İTÜ Endüstri Mühendisliği bölümünü bitirdikten sonra, yine İTÜ'de Mühendislik Yönetimi'nde mastırını tamamladı. 87 yılında okuyorken sektörde çalışmaya başlayan Ege, 92 yılında şirketleşen işlerinde şirketin başına geçti. İlk önce Ege Etiket isimli firmaları, 99'da birleştirerek Şimşek Ege Etiket ve Matbaacılık oldu. Firma bugün tekstil, konfeksiyon ve diğer sektörlerde etiket, matbaa ürünleri, metal dükme ve perçin konularında hizmet veriyor. 92 yılından beri şirketin başında olan, evli ve iki çocuk babası olan Ege, KYSD Yönetim Kurulu Başkanlığını yürütüyor.

KYSD YENİ DÖNEM YÖNETİM KURULU ASİL

Osman EGE.....Başkan
Sezai BOYRAZ.....Başkan Yardımcısı
Osman Nuri NOYA.....Başkan Yardımcısı
Abraham SÜSLÜ.....Başkan Yardımcısı
Hasan Yeğenler.....Genel Sekreter
Muammer Özpehlivan.....Muhasip
Akın BEBEK.....Üye
Resul Öztekin.....Üye
Muharrem Erdoğan.....Üye
Mahmut Vanlı.....Üye
Nuri Tuncel.....Üye
H.Turan Yolcu.....Üye

YEDEK

Elif Haşlaman
Yahya Uğur
Emre Tanrıverdi
Devrim Bebe
Erdem Gülen
Gökhan Varan
İbrahim İsaoğlu
Arif Nuhpaşaoğlu
Ramazan Tuncay
Şerif Özhan
Cem Demir

DENETİM KURULU ASİL

Osman Sait Günteki
Yaşar Sertkaya
İbrahim Atay

YEDEK

Fikret Tanrıverdi
Recai Kadıköylü
Erol Üstünel

ZITLİKLERİN UYUMU SORCHA'DA BULUŞTU

ÖZ-EL ŞİRKETLER
GRUBU BÜNYESİNDE
SEDEF ÖZTÜRK'ÜN
OLUŞTURDUĞU
SORCHA İSİMLİ
MARKA, İLKBAHAR/
YAZ 2013
KOLEKSİYONUNU
HAZIRLADI. ZARAFETİ,
ASİLLİĞİ, TUTKULARI,
KORKULARI, CESARETİ
VE CESARET
EDİLEMİYENLERİ
İÇİNDE BARINDIRAN
MARKA, ZITLİKLERİN
UYUMUNDAN
BESLENİYOR.



Sedef Öztürk moda alanındaki tüm deneyimini markasına aktardığını belirtiyor.

ÖZ-El Şirketler Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Kahraman Öztürk'ün kızı Sedef Öztürk, şirketin bünyesinde yeni bir Sorcha isimli bir marka yarattı. Istituto Marangoni, Milano'da tasarım eğitimi alan Öztürk, tüm deneyimini markasına aktardı. İlkbahar/yaz 2013 koleksiyonunda geometrik kesimler, asimetrik detaylar, farklı renk kombinlerinin birarada kullanıldığı, hem sert dokular ve kesimler hem de uçuşan dökümlü modellerin yer aldığı markanın, güçlü, cesur, tutkulu, yeniçağ kadınına hedef kitlesi olarak belirlendiğini ifade eden Öztürk ile Sorcha hakkında bir söyleşi gerçekleştirdik.

Sedef Hanım öncelikle Sorcha adının nereden geldiğini öğrenebilir miyiz?

Sorcha kelimesi uzun araştırmalar sonucunda ortaya çıktı. Beni heyecanlandıracak, istediğim duyular ve tezatlığı içinde barındıracak, benim bir parçam olabilecek bir isim arayışı içindeydim. Sorcha adeta puzzle'in eksik son parçasıydı ve onunla birlikte puzzle tamamlanmış oldu. Sorcha, kelime anlamı olarak parıldayan, ışıldayan etrafına ışık saçan ve aydınlanma sağlayan anlamına geliyor. Antik araştırmalara göre ise Sorcha'nın mistik bir anlamı daha var;

karanlıklar prensesi. Birbirine çakışan bu iki anlam Sorcha'nın karakteristik özelliklerinden birini oluşturuyor; "zitliklerin uyumu", "dengesizliğin kontrolündeki denge".

Peki, koleksiyonunuz nasıl hazırlandı ve ön plana çıkan renklerle trendler neler oldu?

Tasarım odaklı olan markamız yeni bir akımı doğurup bir ilki gerçekleştirmek istiyor. Tasarımcı ürünlerini daha ulaşılabilir kılmak, sınırsız model çeşidi, sınırlı üretim ile herkesin eşsiz olduğunu vurgulamak istiyor. Bu nedenle koleksiyonlarımızı oluştururken ürünlerin özel ve Sorcha kadınına yakışır olmasını istedik. Zarafeti, asilliği, tutkularımızı, korkularımızı, cesareti ve cesaret edemediklerimizi içinde barındıran, zitliklerin uyumundan beslenen bir tasarım şekli mevcut Sorcha'da. İlkbahar/yaz 2013 koleksiyonumuz da bu stilimize bağlı olarak şekillendi. Geometrik kesimler, asimetrik detaylar, farklı renk kombinlerinin birarada kullanılması, hem sert dokular ve kesimler hem de uçuşan dökümlü modeller, koleksiyonumuzda sıkça yer alıyor. Renklerimiz oluştururken farklı ruh hallerimizi de dikkate aldık. Pudra, krem, buz mavisi, bej, hardal gibi toz renklerle fosforlu turuncu, saks mavisi, camel, kırmızı gibi güçlü tonlara yer verdik. Açıkçası günün her saatine ve hissettiğiniz her moda göre renk ve kombin sunabilmeyi hedefledik.

Sorcha markası kimlere hitap ediyor? Marka bilinirliğini artırmak adına ne tip çalışmalar yürütmeyi planlıyorsunuz?

"Sorcha" yeni bir akımı doğurup bir ilki gerçekleştirmek istiyor. Tasarımcı ürünleri daha ulaşılabilir kılmak, sınırsız model çeşidi sınırlı üretim ile herkesin

eşsiz olduğunu vurgulamak istiyor. Sorcha'ya göre zevk, kendi seçimlerine güvenmektir. Sorcha kadını da dinamik, tutkulu ve değişken ruh haline göre özgürce giyinebilen, güçlü bir kadındır. Sorcha'nın hedef kitlesi sınırlandırılmamış belli bir kalıbın içine sıkıştırılmamış bir hedef kitledir. "Sorcha kadını" zarafeti, asilliği, tutkularımızı, korkularımızı, cesaret ve cesaret edemediklerimizi temsil eder. Ne kadar değerli özel olduğunu görebilen güçlü, cesur, tutkulu, yeniçağ kadını Sorcha'nın hedef kitlesidir. Marka bilinirliğini artırmak adına belli çalışmalar yürütmekteyiz. Ürünlerimize, kalitemize ve üretim ağımızdaki ekiplerimize ve işimize olan bağlılığımıza olan güvenimiz tam. Bu sektörde engin tecrübeleri olan ve ilklere imza atan bir firmanın köklerinden besleniyoruz. Çok yakında markalaşma ve markalama faaliyetlerimizden sizde haberdar olacaksınız. Sorcha kadınından alacağımız geri bildirimler bizim için önemli ve paha biçilemez bir ölçüm olacaktır.

Markalaşma ve mağazalaşma sürecinde nasıl bir politika izleyeceksiniz?

Markalaşma beraberinde özgünlük gerekliliği getiriyor. Özgün bir tasarım, kumaş, aksesuar, üretim ağında seçicilik ve doğru

kanalların doğru konumlanmasını içeriyor. Markalaşma, koleksiyonun konsept oluşum aşamasıyla başlayarak ambalaj, paketleme aşamasına kadar hem üretim hem de markalama faaliyetlerinin tümünün tek bir lisanda konuşmasıyla büyüyor. Hedefimiz sınırsız tasarım, sınırlı üretim anlayışımızla Sorcha kadınlarına kalitemizden ve stilimizden ödün vermeden özgünlüğümüzü koruyarak yenilikleri sunmak oluyor. Ulaşılabilir olmak ve tüketicimize kolaylık sağlamak bizim için çok önemli. Bu anlamda talep edildiğimiz her noktada Sorcha olarak konumlanmayı hedefliyoruz. Bu nedenle sokak mağazacılığı, çoklu mağazacılık, sanal-internet mağazacılığı, AVM mağazacılığı başta olmak üzere birçok proje yürütüyoruz.

Önümüzdeki dönem için hedefleriniz nelerdir?

Önümüzdeki dönemler için yürütmekte olduğumuz yoğun projelerimiz var. Önümüzdeki 5 yıl içerisinde, yurtiçi ve yurtdışında belli caddelerde, AVM'lerde, çoklu mağazalarda ve sanal-internet satış noktalarında konumlanmış olmayı hedefliyoruz. Ülkemizi farklı platformlara taşıyan uluslararası fuarlarda, sosyal projelerde ve sosyal ağlarda, özel projelerde yer almayı planlıyoruz. ❖

SEDEF ÖZTÜRK KİMDİR?

"2004-2008 İstanbul Bilgi Üniversitesi İktisat Fakültesi İşletme bölümünde öğrenim gördüm. Hayatımın her döneminde moda daha doğrusu giymeye, giyindirmeye meraklı bir çocuk olmuştum. Özellikle üniversite yıllarında takı tasarımı, aksesuar tasarımı, kendi modellerimi dikip biçerek bir hobi olarak başlayan bir tutku büyümeye başladı ve eksiklerimi gidermek adına önce üniversite yıllarımla beraber Laselle Moda Akademisi'nde modelist eğitimi ve daha sonrasında moda ürünleri pazarlaması eğitimleri aldım. Çizim yeteneğimi geliştirmek ve farklı bir vizyon edinmek adına Istituto Marangoni Milano'da bir sene moda tasarımı eğitimi aldım. Ardından Celine, Londra ile bir proje çalışmasında yer aldım. Çizim tecrüğümü geliştirmek adına gittiğim Istituto Marangoni bana birçok alanda asla edinmeyeceğim bilgi ve birikimlerin merkezliğini yaptı."



AKBARKOD'DAN SIRADIŞI ÇÖZÜMLER

TÜRKİYE MODA ENDÜSTRİSİNİN EN ÖNEMLİ MERKEZLERİNDEN MERTER'DE BULUNAN AK BARKOD ETİKET SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ, UZUN YILLARDIR BİRÇOK FİRMAYA BARKOD KONUSUNDA ÇÖZÜM ORTAKLIĞI YAPIYOR.

Barkod değişik kalınlıkta-ki dik çizgi ve boşluklardan oluşan ve verinin otomatik olarak ve hatasız bir biçimde başka bir ortama aktarılması için kullanılan bir yöntem olarak her alanda karşımıza çıkıyor ve hayatı kolaylaştırıyor.

Peki, nedir barkod? Nasıl işler ve bu teknolojinin arkasında neler yatar? Barkodun tarihi çok eski değil ancak getirdiği yenilikler sanıldığından çok daha büyük. İlk defa demiryolu ile araç taşımacılığında kullanılan barkodların ticari olarak

yaygınlaşması süpermarketlerde otomasyon sistemlerinin kurulmaya başlanması ile gerçekleşti. 1948 yılında ilk çalışan sistemde, UV mürekkep kullanıldı ancak pahalı olması ve yazıların solması nedeniyle vazgeçildi. Ardından mors

kodlama yönteminden alınan ilhamla sistem geliştirildi ve bugün ticaretin vazgeçilmez bir parçası haline geldi. Artık barkod ve barkod okuyucu sayesinde stok kodu, seri numarası, personel kodu gibi farklı verileri en az hata ve en hızlı şekilde

BARKOD NASIL VE NEREDEN ALINIR?

EAN kodu Türkiye’de, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) bünyesine bağlı bulunan Milli Mal Numaralama Merkezi tarafından verilmektedir. EAN-UCC sistemini kullanmak isteyen üretici, ithalatçı, ihracatçı ve dağıtıcı firmalar MMNM ye başvurarak üye olmak zorundadırlar.

bilgisayara aktarmak mümkün. Sadece farklı kalınlıktaki çizgilerden oluşan bir düzensizlik gibi görünse de barkod sadece belli bir referans numarası içerir. Bu referans numarası ile ürüne dair her türlü bilgi bilgisayarlar yardımı ile kolaylıkla ulaşılır hale gelir.

Her ihtiyaca uygun olarak ürün sunuluyor

Barkod sistemlerinin kuruluşu, barkod yazıcı, sarıcı, terminal, okuyucu, barkod sticker, ribon ve etiketlik kumaşların satışı ile teknik servis hizmetleri veren AkBarkod Etiket Sanayi ve Limited Şirketi, sektörde farklı şirketlerde kurucu ortaklık ve Genel Müdürlük görevlerinde bulunan İsmail Ali Şahin’in Genel Müdürlüğü’nde yoluna devam ediyor. Her geçen gün gelişen teknoloji ile birlikte barkod sistemine sahip veya kurmayı hedefleyen hazır giyim, ev tekstil, kimya, ayakkabı, aydınlatma, medikal, otomotiv, kozmetik gibi sektör ayrımı olmadan tüm firmalara hizmet veren AkBarkod, sıra dışı barkod çözümleri sunuyor. Her ihtiyaca uygun olarak çeşitli ürünler sunan AkBarkod’un ürün yelpazesinde, termal transfer ribonlar, kodlama folyosu, kuşe, vellum, PP, PE, metalize, baskılı ve baskısız sticker, karton etiketler, barkod yazıcılar, el terminalleri, barkod okuyucular, ağır yıkama Japon akmaz, hafif yıkama Japon akmaz, satenler, Avrupa akmaz, non-woven kumaş, jakron, tyvek ve baskı malzemeleri bulunuyor. Barkod teknolojisinin her geçen gün artan önemine deği-

nen AkBarkod kurucusu İsmail Ali Şahin, “Yaşadığımız modern çağda, barkod sistemlerinin her sektörde vazgeçilmez olmasının bilinciyle hareket ediyoruz. Ürün ve hizmetlerimizi uygun fiyat, eğitimli uzman kadro ve müşteri memnuniyetini esas alarak sunarak, sektörümüzde öncülük etmek niyetindeyiz. Doğru ürün, doğru fiyat için ithalatçı – ihracatçı kimliğimizle uluslararası firma olmak için çalışıyoruz. Başarıya ulaşmada, kendi çalışanlarımıza en iyisini yapmak ve standartlarını yükseltmek için elimizden geldiğince destek olmaya çabalıyoruz. Sürekli gelişmek, dikkatli planlama ve gözden geçirmeler ile müşteri memnuniyetini en yükseğe taşımak en büyük amacımız. Uygun stok ve hızlı teslimatla birlikte satış öncesi ve sonrası ürün kurulumu ve servis planlaması ile firmaların hedeflerine odaklanmalarını sağlıyoruz” ifadelerini kullanıyor. Uzun yılların tecrübesini, modern yönetim anlayışı, kaliteli ürün ve hizmet ile birleştirmenin önemini belirten Şahin, “Ekibimizin profesyonelliği şirketimizin gelişmesine direkt olarak etki ediyor. Yüksek bir potansiyele ve müşteri portföyüne sahip olduğumuzu düşünüyorum. Hitap ettiğimiz kitlenin alanını büyütüyor ve hizmetlerimizin geçerliliğini artırmayı sürdürüyoruz. Yarattığımız katma değer sayesinde aynı şeyleri deneyerek farklı sonuçlar alma düşüncesinden uzaklaşmış ve oldukça profesyonel bir bakış açısına sahip olmuş durumdayız ki zaten maddenin doğası gereği herkesin aynı şeyi düşündüğü ve yaptığı bir ortamda hiç kimsenin



↓ AkBarkod Genel Müdürü İsmail Ali Şahin, “Barkod teknolojisi firmaların datalarının en hızlı ve doğru şekilde işlenmesini sağlıyor” şeklinde görüş bildiriyor.

bir farklılıkla sınırlaması beklene-
mez” şeklinde konuşuyor.

Doğru yöntem, hızlı çözüm

Barkod sisteminin firmalara büyük faydalar sağladığını belirten Şahin, “Barkodun temel fonksiyonu verinin hızlı ve doğru girilmesidir. Bu nedenle bilgiye hızlı ve doğru ulaşılması zorunlu olan yerlerde kullanılır. Örneğin, barkodlu sistem kullanarak deponuzu hızlı ve doğru şekilde sayabilirsiniz. Barkod sayesinde bir ürüne ait tüm hareketler izlenir. Bu sistemlerde barkod okuyucular, barkod yazıcılar ve taşınabilir data terminaleri gibi iletişim araçları kullanılır. Barkod

sayesinde kullanıcı hataları; benzer ürün ve benzer kodlar arasındaki karışıklık önlenir. Hızlı veri girişi yapılır. Bu toplanan doğru bilgiler bilgisayar ortamında olduğu için yine çok hızlı bir şekilde bu bilgileri işleyebilecek, değerlendirebilecek kişilere veya ortama ulaşır. Doğruluğun artması ve giriş hızının yükselmesi ile işçilik maliyeti düşer ve tasarruf sağlanır. Barkod sistemleri çok kullanışlıdır. Hangi ürün nerede, ne kadar satılıyor, stoktaki eksikler nelerdir, geçmiş ürünlere bakarak hangi üründen ne kadar sipariş verilmeli tespit edilebilir gibi sorulara kolayca cevap verebilirsiniz” diyerek sözlerini noktallıyor. ❖

MIND THE FASHION

Moda perakende sektörünün güncel trendlerine genel bir bakış açısı kazandırmayı amaçlayan ve global platformda marka yönetiminin anlatılacağı Uluslararası Pazarlarda Moda Marka Yönetimi programı için başvurular başlıyor.
2 haftası İstanbul İMA'da, 1 haftası Londra LCF'de gerçekleşecek eğitim için son kayıt tarihi 18 Mayıs 2012!

ULUSLARARASI PAZARLARDA MODA MARKA YÖNETİMİ

London College of Fashion (LCF) işbirliği ile

Eğitimin Tarihi&Süresi: 11-29 Haziran 2012, 3 hafta (48 Saat)

İstanbul Moda Akademisi Eğitim Tarihleri: 11-22 Haziran 2012

Eğitimin Günleri ve Saatleri: Pazartesi, Çarşamba, Cuma 18:30-21:30 (İMA)

London College of Fashion Eğitim Tarihleri: 25-29 Haziran 2012

Eğitimin Günleri ve Saatleri: Pazartesi-Cuma 9:30-16:00 (LCF)

Program Dili: Türkçe-İngilizce

Eğitim İçeriği

- Moda Perakendesinde Günümüz ve Gelecek Trendleri
- Uluslararası Pazarlar İçin Moda Pazarlaması
- Modada Marka Olmak ve Marka Değeri Yaratmak
- Global Pazarlarda Kazandıran Yöntemler
- Hedef Markalar Yaratabilmek
- Westfield Proje Uygulaması
- Pazarlama Estetiği
- E-Branding ve Online İş Modelleri
- Londra'nın Önde Gelen Perakende Noktaları ve Tasarım Mağazalarına Ziyaretler
- Tasarım Müzesi Ziyareti
- Proje Çalışması

Kayıt ve Detaylı Bilgi için:
0212 219 41 41-1203 / 1216

iMA İSTANBUL
MODA
AKADEMİSİ
ISTANBUL MODA ACADEMY

İTKİB

HEDEF *zoom*

MAYIS '12

İTKİB HEDEF DERGİSİNİN ÖZEL EKİDİR



**LOJİSTİK TÜRKİYE'Yİ
GELECEĞE TAŞIYOR**



LOJİSTİK, TÜRKİYE'Yİ GELECEĞE TAŞIYOR

TÜRKİYE EKONOMİSİNİN VE ÖZELLİKLE DE DIŞ TİCARETİNİN BÜYÜMESİ, TİCARETİN CAN DAMARI NİTELİĞİNDE OLAN ULAŞTIRMA VE LOJİSTİK SEKTÖRLERİNİN BÜYÜK ÖNEM KAZANMASINA YOL AÇTI. HER YIL ORTALAMA OLARAK YÜZDE 10 BÜYÜME GERÇEKLEŞTİREN SEKTÖRÜN TÜRKİYE'Yİ 2023 YILINDA 500 MİLYAR DOLARLIK İHRACAT HEDEFİNE TAŞIMADA ÖNEMLİ BİR KONUMDA BULUNUYOR. SEKTÖRDE GEREKLİ DÖNÜŞÜM GERÇEKLEŞİRSE, YARATTIĞI KATMA DEĞER VE DÖVİZ GİRDİSİYLE EKONOMİYİ SÜRÜKLEMEKLE KALMAYACAK, DÜNYANIN SAYILI AKTÖRLERİNDEN BİRİ OLACAK.



Dünya ticareti geliştikçe bu gelişime paralel olarak taşınan yüklerin hacmi de artıyor. Maliyet ve zaman avantajı ise rekabette öne geçmek adına önem kazanıyor. Bu rekabet firmalar özelinden çıkıyor ve uluslararası rekabete

dönüşüyor. Ekonomik ve stratejik çıkarları olan ülkeler, yük trafiğini kendi üzerine çekmek, uygun gördükleri güzergahlarda ulaşım koridorları planlamak, bu kapsamda bölge ülkeleriyle mali, ticari ve teknik anlaşmalar imzalamak için yoğun çaba sarf ediyorlar. Avrupa, Kafkasya, Orta Asya, Kuzey Afrika ve Ortadoğu'yu birleştiren karayolu, demiryolu, deniz yolları ile havayolu taşımacılığının merkezinde bulunan Türkiye, mevcut veya planlanmış, çok modlu uluslararası taşıma yollarının kavşağında yer alıyor. Bu konumu ile Türkiye, lojistik konusunda maliyet ve verimlilik açısından etkin bir kapı, bölgesel ve uluslararası yolların bulunduğu anahtar bir ulaşım noktası konumunu ihracat faaliyetleri için bir avantaj olarak kullanıyor.

TÜRKİYE'DE TOPLAM ARAÇ SAYISI 53 BİN

Türkiye'de lojistik sektörü 45 havaalanı, 40 binin üzerinde tır sayısı, 16 milyon ton gemi yük taşıma kapasitesi, 11 bin kilometreye yakın demiryolu hattı uzunluğuyla hali hazırda önemli bir kapasiteye sahip bulun-

yor. Devam eden yatırımlar ile gelecek 10 yıl içinde Türkiye'nin lojistik kapasitesinin neredeyse iki katına çıkmasını sağlayacak bir altyapının oluşturulmasına da imkan verecek. Sadece uluslararası karayolu eşya taşımacılığı sektörü yaklaşık 2000 firma, 50 bin araçlık bir filo ile 75 ülkeye taşıma gerçekleştiriyor. 400 bin kişinin istihdam edildiği sektörün yaklaşık yatırımı 5,5 milyar dolar buluyor. Türkiye ihracatının değer olarak yüzde 44'ünü taşıyan sektör, ülkemize 6 milyar dolara yakın bir girdi sağlıyor. Şimdi sektörün vizyonunda lojistik köyler ve merkezler kurulması, altyapının mükemmelleştirilmesi, AB ülkeleri ile yaşanan vize ve kota problemlerinin aşılması, sektörde eğitim ve katma değerini yükseltilmesi, yeşil lojistik dönüşümünün sağlanması gibi önemli konular var. Son yıllarda Türkiye lojistik sektöründe dünya ticaretindeki artış paralelinde olumlu gelişmeler yaşandı. Uluslararası Nakliyeciler Derneği (UND) tarafından açıklanan veriler ışığında Türkiye ulaştırma ve lojistik sektöründe hem kapasite hem de yük hacminde artış olduğu görülüyor. Ancak

atlanmaması gereken önemli bir nokta ise iş hacmindeki artışa rağmen sektördeki ciro artışının beklenen seviyede gerçekleşmemesi olarak kaydediliyor. Ulaştırma ve lojistik sektöründe iş hacmindeki artışa rağmen 2011 yılı cirosu yüzde 2'lik bir artış gösterdiği görülüyor. Artan rekabet ve daralan kar marjlarının yüzde 2'lik artışta etkili olduğu söylenebilir. Sektör geneline bakıldığında göze çarpan diğer bir gelişme ise karayolu taşıma filosunda yaşanan artış oldu. Ulaştırma Bakanlığı'ndan alınan verilere göre 2011 yılında uluslararası karayolu eşya taşımacılığı yapmak üzere C2 (Uluslararası ve Yurtiçi Ticari Eşya Taşımacılığı) yetki belgesi alan firma sayısında önceki yıla göre yüzde 6'lık bir artış gözlenirken, bu firmaların sahip olduğu çekici sayısında ise yüzde 11'lik bir artış yaşandığı görüldü. Ocak 2012 itibarıyla uluslararası karayolu eşya taşımacılığı sektöründe C2 Yetki Belgesi kapsamında faaliyet gösteren firma sayısı bin 673'e, bu firmaların belgeye kayıtlı çekicilerinin sayısı 52 bine ulaştı. Bu rakama, kendi işgali ile ilgili uluslararası ve yurtiçi eşya





taşımacılığı ve ev/büro eşyası taşıması gerçekleştiren C1 ve C3 belgeli firmalar da eklendiğinde firma sayısı 2 bine, toplam çekici sayısı ise 53 bine yaklaşıyor. Taşıma işleri organizatörleri, acenteler ve komisyoncular gibi sektörde faaliyet gösteren ancak kendilerini ait filo zorunluluğu olmayan yetki belgeli firmalar da dahil edildiğinde firma sayısı 3 bin 300'ü buldu.

LOJİSTİK AVANTAJ TEKSTİL VE HAZIR GİYİM İHRACATI İÇİN ŞANS

Avrupa'nın en geniş karayolu taşımacılığı filolarından birine sahip olan Türk lojistik sektörü bu avantajı kullanarak gelecekte bölgesinin lojistik üssü olma potansiyeline sahip. Ancak Türkiye'nin ihracatçı kesimine baktığımızda uluslararası taşıma hizmeti ve gümrükleme hizmeti alan Türk ihracatçıları kaynaklarını çok iyi yönetmedikleri için hem Türkiye'nin birinci derecede

pazarı olan AB'ye olan yakınlığını yeterince kullanamıyor, hem de maliyet verimliliği anlamında doğru çözümlere ulaşamıyor. Türk tekstil sektörünün Avrupa pazarı ile ilgili çok önemli olan iki avantajı bulunuyor. Bunlardan ilki sektörel tecrübe ve bu sayede kazanılmış ciddi bir iş gücünün olması, ikinci büyük avantajı ise lojistik olarak Avrupa'ya yakın olmasının yaratmış olduğu artı değer. Zaman zaman tekstil sektöründe gerilediği endişesi ile karşı karşıya kalan Türkiye'nin; Çin, Hindistan ve Endonezya gibi tehditler yüzünden lojistik açıdan sahip olduğu avantajı yeterince kullanamadığı da aşikar. Firmaların yeni pazar yaratma çabaları, satışı arttırmaya yönelik stratejileri ve rekabet politikaları içinde lojistik vazgeçilmez bir yer tutuyor. Sağlam bir lojistik alt yapısı; müşteriye en kısa zamanda düşük maliyetle ulaşma, müşteriye algılama, tedarikçilerle güçlü

ilişkiler kurma gibi avantajları da beraberinde getiriyor. Üretilen bir eşyanın kara yolu ile ortalama bir haftada Avrupa'daki ilgili depoya ulaşabiliyor olması Türkiye'nin Avrupa'ya ne kadar yakın olduğunu gösteren küçük bir örnek. Lojistik anlamda bu avantajın büyük fırsatlara dönüş- türülebilmesi için Türk nakliyecisinin de çok ciddi bir gelişme sağlaması gerekiyor. Bu anlamda Türkiye'de özellikle karayolu nakliyesi önemli bir yol kat etmiş durumda. Bunda da Türkiye'deki ihracatçı ile nakliyecilerin çok ciddi bir dayanışma içerisinde olmasının katkısı büyük. Bu çerçevede bakıldığında Türkiye zaten lojistik anlamda doğal bir avantajı bünyesinde taşıyor. Özellikle AB bünzakere sürecinde bunun ne kadarını kullandığı ya da ne kadarını avantaja dönüştürebildiği Türk lojistik sektörü ile ilgili tartışılan konular arasında ilk sırada yer alıyor.

İHRAC TAŞIMALARI YÜZDE 5,2 ORANINDA ARTTI

Türkiye'nin ihracat ve taşıma rakamları değerlendirildiğinde artışlar göze çarpıyor. 2010 yılında 113 milyon 930 bin dolar ihracat rakamına ulaşan Türkiye'de 2011 yılında bu rakam yüzde 18,5 oranında artarak, 134 milyon 954 bin dolara yükseldi. İhracattaki artışa paralel olarak ihrac taşımalarında da bir önceki yıla oranla yüzde 5,2'lik artış yaşandı. 2010 yılında 1 milyon 132 bin 808 ihrac seferi yapılmışken 2011 yılında bu rakam 1 milyon 191 bin 879'a çıktı. Uluslararası taşıma rakamlarına bakıldığında 23 sınır kapısından gerçekleştirilen karayolu ve RO-RO taşımalarında toplamda yüzde 8'lik bir artış gerçekleşirken; ihracat ayağında yerli ve yabancı araçlarla Türkiye'den 75 ülkeye gerçekleşen taşıma rakamları 1,5 milyon sefere, ithalatta ise



MAKEDONYA

BULGARİSTAN

ARNAVUTLUK

YUNANİSTAN

Yunanistan
Arnavutluk
Makedonya ve
Bulgaristan'a
Komple ve Grupaj
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

500 bin sefere ulaştı. 2011 yılı, global ekonomik krizin henüz yeni yeni yaralarının sarıldığı 2010 yılı ile karşılaştırıldığında Türk plakalı taşıtların tüm kapılardan gerçekleştirildiği ihracat taşıma sayısında yüzde 5,2 artış, Batı kapılarından yapılan ihracat taşıma sayısında ise yüzde 4 artış yaşandı.

2007 yılından bu yana Irak'a yönelik ihracat taşımalarında görülen yüzde 107'lik artışın toplam taşımalardaki artışta büyük etkisi oldu. 2007 yılında 256 bin 126 adet ihracat taşıması yapılan Irak'a 2011 sonunda 530 bin ihracat taşıması gerçekleştirildi. Bu artışta, Suriye'ye ve Suriye üzerinden taşıma yapan Türk nakliyecilerin, siyasi nedenlerle önlerine çıkarılan kısıtlamalar ve ülkedeki iç çatışmaların yarattığı güvenlik kaygıları nedeniyle Habur'a kaymasının da payı oldu. Irak'ın yanı sıra son 4 yıllık süreçte istikrarlı artış gözlemlenen İran ve Suudi Arabistan'a ihracat taşımalarında da 2011 yılında artış yaşandı. Ancak Suriye güzergahındaki sorunların ve bölgedeki genel 'Arap Baharı' etkisinin getirdiği olumsuzluklar sonucunda Ürdün, Yemen, Umman, Sudan, Mısır, Lübnan, Libya, Katar, Fas ve BAE'ye yönelik ihracat taşımaları ciddi sekteye uğradı. Kuzey Afrika pazarının, mevcut güzergah elverişliliği ile Tunus haricinde önemli bir potansiyel sergilemediği görüldü. Türkiye'den Rusya'ya yönelik ihracat taşımalarında ise yüzde 20, Kazakistan'a yönelik ihracat taşımalarında da yüzde 28 oranında artış görüldü, ancak geçiş belge kotasının bitmesi nedeniyle taşımalarda yaşanan aksaklık büyümenin önünü tıkadı.

İHRAÇ TAŞIMALARINDA YABANCI TAŞITLARIN PAYI ARTIYOR

Avrupa ülkelerine yapılan ihracat taşımaları sefer sayılarına bakıldığında ise göze çarpmayacak kadar küçük bir değişim görülüyor. 2010 yılındaki 313 bin 131

sefer sayısına karşılık 2011 yılında ise 314 bin 644 ihracat seferi yapıldı. Toplam ithalat taşımaları ise geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre 14 bin 714 sefer ile yüzde 4,7 artış gösterdi ve bu taşımalardaki artışın tamamı Batı ülkelerinden gerçekleşti. İhracat taşımalarında üzerinde durulması gereken en önemli konulardan biri de Türk taşımacılarının Avrupa ülkelerine yönelik taşımalarda giderek pazar kaybetmesi. Türkiye'den yapılan ihracatın yarısını oluşturan AB ülkelerine ihracat taşıma pazarının yüzde 33'ü halen yabancı taşımacılara ait. Batı kapılarından 2011 yılında 163 bin 215 adet ihracat taşıma yapan yabancı taşıtların bayraklarına bakıldığında, 49 bin 666 taşıma ile Bulgaristan, 17 bin 232 taşıma ile Romanya taşıtları dikkat çekiyor.

Bu durum, Türk nakliyecilerine uygulanan geçiş belgesi kotalarının uluslararası taşıma performansına olumsuz etkisini de gösteriyor. 2009 yılında yaşanan ekonomik kriz öncesi 2002-2007 yıllarında Türkiye ihracatı yüzde 180 artarken, aynı yıllarda Türkiye'den AB ülkelerine yapılan ihracat yüzde 200 artış gösterdi. Buna karşın; kota uygulayan ülkelerin kotalara yaptıkları artışta yüzde 46 oldu. Küresel krizin en sıkıntılı dönem olan 2009 yılında taşıma rakamlarının genel olarak azalması sonucunda kota yetersizliği sorunu yaşanmasa da krizin şiddetinin azalmasıyla yine ciddi bir sorun olarak taşımacıların karşısına çıktı. Başta İtalya, Almanya, Rusya gibi ülkelere yönelik ihracat artarken, tahsis edilen geçiş belgesi kotalarında paralel bir iyileşme gerçekleşmedi. Özellikle transit geçiş ülkeleri olan Bulgaristan ve Yunanistan'ın kotalar konusundaki yapıcı olmayan tutumu, ülkelerin korumacı kısıtlamalarla uyguladıkları kota sınırlarına çözüm getirilmemesi ile ihracat pazarında Türk nakliyecilerin daha fazla kan kaybedeceği sektör temsilcilerinin ortak görüşü.

İhracat taşıma pazarını tehdit eden bir başka ülke ise İran olarak görülüyor. 2010 yılında 21 bin 558 adet ihracat taşıma yapan İran taşıtları, 2011 yılında yüzde 7 artış elde ederek bu sayıyı 25 bin 275 sefere çıkardı.

BATI ÇIKIŞLARINDA RO-RO TERCİH EDİLİYOR

Yabancı araçların Türkiye'ye boş giriş yaparak yük alma oranında ise 2010 yılına göre, yüzde 13,8 artış gerçekleşirken, toplam 118 bin 650 yabancı araç Türkiye'ye boş giriş yaparak yük aldı. Boş giriş yapan araçlarda Bulgar ve İran araçlarının ağırlığı görülürken; Irak'taki yeni sektörel yapılanma sonucunda Türk araçlarına ciddi rakip olma potansiyeli sunan Irak araçlarındaki artış da dikkat çekici.

Kara sınır kapılarından gerçekleşen ihracat taşımalarında Türk nakliyecilerinin payı, genel taşımalardaki oranın da hayli altına düşerek yüzde 70'lerden yüzde 58'lere inerken, RO-RO ile gerçekleşen ihracat taşımalarında Türk araçlarının payı ise genel ortalamanın da üzerine çıkarak yüzde 92'den yüzde 93'e çıktı. Bu da Avrupa hattında yaşanan ciddi sıkıntıların, Türk nakliyecilerinin karadan Avrupa'ya çıkışları giderek daha az tercih eder hale geldiklerini gösteriyor. Yabancı nakliyecilerin ise kara sınır kapılarındaki pazar payları yüzde 30 seviyesinden yüzde 40'lara çıkarken, RO-RO taşımalarında pazar payları yüzde 8'den yüzde 7'ye düştüğü kaydediliyor.

TRANSİT TAŞIMALAR YÜZDE 5 ARTTI

Türkiye'nin lojistik gelişimi ve yük hareketinin artması açısından önemli olan taşımalardan biri de transit taşımalar. Türkiye üzerinden geçen taşımalarda 2011 yılında yüzde 5 oranında artış yaşandı ve toplamda 85 bin 867 sefer gerçekleştirildi. Ancak transit taşımalarda Türk taşıtlarının payı

yüzde 42'den yüzde 40'a geriledi. Taşımaların yüzde 60'ı yabancı araçlar tarafından gerçekleştirildi. Transit taşımaların çoğunluğunun yabancı ülke araçları tarafından gerçekleştirildiği göz önünde bulundurulduğunda, Türkiye'nin, uluslararası bir transit güzergahı olarak tercih edilirliğinin de giderek arttığına göstergesi olduğu söylenebilir.

2012'DE LOJİSTİK YÜZDE 10 BÜYÜYECEK

Sektörün 2012 yılı sonunda yüzde 10 civarında büyüyeceği yönünde bekleniyor. Tabii ki sektörü bekleyen zorluklar da yok değil. Ekonomik sıkıntılar ve krizlerle boğuşan Avrupa bir tarafta dururken, alternatif pazar olarak düşünülen Ortadoğu'da ise yaşanan siyasi karışıklıklar belirsizlik yaratıyor. Sektörün artan maliyetleri, Rusya başta olmak üzere taşımaların yoğun olduğu bazı ülkelerin rekabet kaygılarıyla Türk nakliyecilerine uyguladıkları kısıtlamaları arttırmaları ve güzergah alternatifleri sunmaması gibi sorunlar da 2012 yılı için sektörü etkileyecek önemli faktörler olarak sıralanabilir. Bu olumsuzluklara rağmen, 2011 yılı rakamsal verilerine bakıldığında sektörde yatırımların hız kazandığı da dikkat çekiyor. Aynı yükseliş trendinin sürmesi halinde uluslararası eşya taşımacılığı filusunda yüzde 3, firma sayısında yaklaşık yüzde 8 artış ve uluslararası taşıma performansında da yüzde 10 civarında artış olması bekleniyor. Ancak 2011 yılında olduğu gibi pazar oyuncularının ve rekabetin yoğunlaşması nedeniyle ciro artışının sınırlı olacağı tahmin ediliyor. Transit taşımalarda da yüzde 10 civarında artış beklentisi var. Potansiyel değeri 250 milyar dolar olarak tahmin edilen lojistik sektörüne yabancı ilgisinin artması ve sektöre 2012'de de yabancı oyuncuların girmeye devam edeceği, beklentiler arasında yer alıyor. ❖



www.hilaltrans.com

Orhanlı Mah. Derviş Cad. No:24 Kat:2 - 34956 Tuzla İstanbul
Tel : +90 216 217 27 37 - +90 216 576 98 27 / Fax : +90 216 469 94 50

LOJİSTİK SEKTÖRÜ OKYANUSLARI AŞIP DERELERDE BOĞULMAK İSTEMİYOR

İHRACATIN YÜZDE 84'ÜNÜN KARAYOLU TAŞIMACILIĞI İLE GERÇEKLEŞTİRİLDİĞİ TÜRKİYE'DE, UND EN BÜYÜK SEKTÖR KURULUŞU BULUNUYOR. UND YÖNETİM KURULU BAŞKANI RUHİ ENGİN ÖZMEN, DEVLETİN VERGİLER VE TEŞVİKLER KONUSUNDA SANAYİCİLERE TANIDIĞI İMTİYAZLARIN NAKLİYECELERE DE TANINMASI GEREKTİĞİNİ VURGULUYOR.

Uluslararası Nakliyeciler Derneği (UND), kurulduğu 1974 yılından bugüne Türkiye kara nakliye sektörünün her türlü sorununu ulusal ve uluslararası platformda çözmek amacıyla faaliyet yürütüyor. Aradan geçen yıllarda dünyaya hakim olan küresel ekonomi düzeni, hem Türkiye ekonomisini hem de kara nakliyesi sektörünü değiştirmiş ve sektör Türkiye'nin dikkat çekici gelişme gösteren sektörlerinden biri haline gelmiş durumda. UND'nin yakında 40'inci yılını kutlayacak 1600



↓
Ruhi Engin Özmen / UND Yönetim Kurulu Başkanı

üyeye sahip bir meslek örgütü olduğunu belirten UND Yönetim Kurulu Başkanı Ruhi Engin Özmen, sektörün yaklaşık 500 bin civarı insanın istihdam edildiği, 7,5 milyar dolar döviz girdisi sağlayan, 6 milyar dolar yatırımı olan büyük bir organizasyon olduğuna vurgu yapıyor. Nakliyeciler olarak sadece yalnızca bir yerden mal alıp bir yerden bir yere götürmediklerini ifade eden Özmen, "Bu aldığımız malları depoluyoruz, elleçliyor, ayırıyor ve gümrüğünü yapıyoruz. Çoğu zaman depomuzdan alıp müşterinin rafına götüreceğimiz hizmeti yapıyoruz. Lojistik sektörü önü açık, geleceği parlak bir sektör. Tabii hizmet yelpazemize baktığınız zaman, Türkiye'nin

gelişen trendleri ve teknolojik gelişmelerine ayak uyduran bir sektör konumundayız. Örnek olarak 30 yıl önce yaş meyve sebze taşıma organizasyonu yaparken tekstil sektörü geliştiği için askılı ve kolili ürün taşımalarımız çoğaldı. Değişen ticarete göre kendimizi adapte ediyoruz. 60 metre küplük römorklar ile iş yaparken şimdi ise römorklarımızı 120 metre küpe kadar çıkarmış durumdayız. İşin gelişen seyrine göre de sektör kendisini geliştirmek ve adapte etmek durumunda. Dolayısıyla bizim uluslararası lojistik ve karayolu sektörüne baktığımız zaman bence Türkiye'de kendini en çok bulunduğu ortama çabuk adapte

eden başka sektör tanımiyorum. Avrupa Birliği uyum yasalarına baktığımız zamanında Türkiye'nin 32 fasıldan ilk kendini yüzde 95 düzeyinde hazırlayan sektöründe taşıma sektörü olduğunu biliyoruz. Bu durumda sektörün ne kadar canlı olduğunun bir göstergesi" diyor.

İHRACATIN YÜZDE 84'Ü KARAYOLU İLE TAŞINIYOR

Nakliye sektörü olarak uluslararası standartları çok hızlı ve doğru bir şekilde takip ettiklerini ve kendilerini buna göre adapte ettiklerini belirten Ruhi Engin Özmen, Türkiye'deki taşıma modlarının ve taşıma bölgelerine bakıldığında,

Türkiye'nin 4 bölgeye taşıma yaptığına dikkatleri çekiyor. Engin Özmen sözlerine şöyle devam ediyor: "Avrupa'ya taşıma yapanlar kendilerini yeniliyor, arabaların yaş ortalaması düşük, teknolojik düzeyi üst seviyede, çevreye duyarlılık, saygı, kurallara uyum gibi noktalarda gelişmiş durumdadır. 10 yaşın üzerinde araç yolda göremezsiniz. Ortadoğu'ya yapılan taşımalara bakıldığı zaman Avrupa'ya nazaran başka bir dünyaya taşıma yapılıyor. Rusya, Türki Cumhuriyetlere yapılan taşıma da kendine has özellikler barındırıyor. Kuzey Irak taşımalarında ise halen kamyon ile taşıma yapıldığı, tırların kullanılmadığı güzergahlarımız bulunuyor." Türkiye'nin temel problemlerinden bir tanesinin de yaklaşık 75 ülkeye ihracat yükünün yüzde 84'ünün kara yolu taşıması ile yapılması olduğunu belirten Engin Özmen, bu 75 ülke Türkiye'nin direkt ithalat ve ihracatının olduğu ve karayolu taşıması yapılan ülkeler olduğunu söylüyor. Türk nakliyecisinin gelişmiş ülkelerden az gelişmiş ülkelerin koşullarına göre taşıma adaptasyonu yaşadığını belirten Özmen, "Bana

göre bölgesel bazda baktığınızda Güneydoğu Bölgesinin pazarı olan Ortadoğu Pazarı farklı bir kimlik içerisinde çalışmalarını yürütüyor. Orta Anadolu ve Doğu Anadolu Bölgesindekiler ve Karadenizdekiler farklı bir coğrafya ve Türki Cumhuriyetlerine farklı organizasyon içerisindedir. Ancak sektörün tamamına bakıldığında ülkenin ihracat yükünün yüzde 84 gibi ciddi bir rakamının taşınması önemli bizim için" diyor.

AVRUPALI TAŞIMACILAR HAKSIZ REKABET YARATIYOR

Türkiye'deki uluslararası karayolu taşımalarında Avrupalı nakliyecilerin pazar paylarının son yıllarda ciddi arttığını gözlemlediklerini belirten Özmen bunun temel nedenini şöyle ifade ediyor: "Avrupa Birliği üyesi olmadığımız halde Avrupa Birliğinde ürünlerimizin serbest dolaşüyor. Ancak nakliye noktasında kota ve vize sorunları yaşıyoruz, bu durum Avrupa'daki rakiplerimiz lehine avantaj yaratıyor. Siz bir yabancı plaka ile Türkiye'ye geldiğiniz zaman yük taşıma belgeniz varsa yükünüzü alıyorsunuz

Kapıkule'den çıktığınız andan itibaren artık vize ve geçiş belgesi sorunu yaşamıyorsunuz. Türk nakliyecisi ise mali sırtına aldığı anda kara kara düşünmeye başlıyor. Geçiş belgesi bulacak mıyım? Hangi güzergahı kullanacağım? Ne zaman kapıdan çıkacağım? Türk nakliyecisi bu kuralları ihlal ettiğinde ciddi meblağlara varan cezalar ödüyor. Bu durumun yarattığı çifte standart nedeniyle yabancıların bizim pazardaki payları her geçen gün artıyor. Bu konu için bizim hassasiyetimiz kadar mallarını yabancı firmalar ile taşıyanların da titiz olması gerekiyor. Bundan uzun yıllar önce Türk nakliyecisi Türk Hava Yolları ile yapılan taşımalarının bir kısmına devlet teşvik veriyordu. Böylece de Türk nakliyecisinin önü açılmıştı. ÖTV ve KDV olmadan akaryakıt ihracat yükü taşıyana verilmiş olması aslında biz nakliyecilere teşvik değil ihracatı teşvikti. Bu haksız rekabette pazar payını arttırmaya çalışan yabancı plakalı araçların Türkiye'ye girmesi ile biz bize sağlanan teşvikleri de ihracatçılar lehine indirim yaptık. Tabii bunun tüm sorumluluğunu yabancı plakalara yüklememek

lazım kendi iç piyasamızda da atıl kapasitenin oluşmasına yol verdik. Piyasada aşırı düzeyde araç bulunuyor Pazarda bulunan araç sayısı ile bizim yük oranımız ile ters orantılı bir büyüme söz konusu. Avrupa'ya taşımalarının sayısı düşerken, araç sayılarında artış bulunuyor. Bu araçlar muhakkak bir lisansa bağlanmalı bunun önü alınmalı. Neticede bu milli servet. Biz bu arabaları yerli üretim kullandığımız yüzdeleri çok düşük çoğu yurtdışından geliyor. Öyle ise cari açığı kapayacak formüller arıyorsak yurtdışından otomotiv, kamyon ve römork ithalatlarını en azından bir süre donduracak formüller bulunmalı. Yabancılar giden dövizimiz bunlar. İçeride bu denli atıl kapasite varken bunların ekonomiye yönelmesi gerekiyor."

NAKLIYE SEKTÖRÜ TEŞVİK BEKLİYOR

Yılda 1 milyon dolar bile ihracat yapmayan bir işletmeye sağlanan imtiyazların nakliye sektörüne tanınmadığını belirten Engin Özmen, sektörün yılda 5,5 milyar dolar yatırımı olan 7,5 milyar dolar döviz girdisi sağlayan, 60 bin aracı olan büyük bir bacası



Engin Özmen: "Avrupa Birliği üyesi olmadığımız halde Avrupa Birliğinde ürünlerimizin serbest dolaşıyor. Ancak nakliye noktasında kota ve vize sorunları yaşıyoruz, bu durum Avrupa'daki rakiplerimiz lehine avantaj yaratıyor."

fabrika konumunda olduğuna dikkatleri çekiyor. Herhangi bir sanayicinin bir fabrika yatırımı yaptığında, makineler için tek bir defa vergi ödediğini ancak sektörlerinin çalıştırdıkları araçlar için her yıl vergi vermek zorunda kaldıklarını belirtiyor. Bu durumun ciddi bir eşitsizlik yarattığını belirten Özmen, “ Biz bu durumu her platformda dile getiriyoruz. Maliye Bakanlığı motorlu taşıtlar vergisinden geçecek gibi görünmüyor. Bana göre nakliyeciyi teşvik etmek ve yabancı pazarlarda gücümüzü sağlamak adına bunlar yapılmalı. Tabii bu sorunları artarda sıraladığımızda temel probleme gelmek lazım, bunlar bana göre biraz daha yüzeysel bunlar maliyet ile kapatılabilecek şeyler. Söylediğim gibi Türk nakliyecisini destekleyeceksek, Türk ihracatçısı 3 kuruş fazlada olsa kendi sektörünü desteklemeli. Yurtiçinde haksız rekabeti kendi kendimize yapmamalıyız.”

“ÇALIŞMA BARIŞI ZEDELENMEMELİ”

Son dönemde nakliye sektöründe emekli olan şoförler üzerinden bazı avukatların firmalara açtıkları davalara da değinen Engin Özmen, şoförlerin çalışma barışına zarar veren bir takım avukatların telkinlerine ve baskılarından kurtulmaları gerektiğine vurgu yapıyor. Şu anda 25 bine yakın dava bulunuyor davanın sürdüğünü belirten Özmen, “Bizim şoförlerimize yurtdışındaki harcamaları yapmak için verdiğimiz paranın bir ücret olarak görülmesi ve bu ücretinde kıdem tazminatına sayılması gibi hukukçuları yasada açık ve sarıh belli olmasına rağmen, bilirkişiler ve mahkemelerden aldıkları bir takım kararlar ile aslında sektördeki çalışma barışını bozmaya yönelik davranışlardır bunlar. Çalışma barışını zedeleyen bu tarz faaliyetlerin son bulması gerekiyor. Bence bu sektörün bu küçük sorununu şimdiye kadar aşmış olması gerekiyordu. Yani mevcut haliyle



yasa bu işi görmesine rağmen bir alışkanlık ve bir iştihatın getirmiş olduğu yasal boşluktan yararlanan bu avukatların önünü kesmek için belki yasadaki o küçük bir cümlelik notun konması iç barışı, içerideki sosyal barışı, çalışma barışını tesis edecekti. Neticede biz şoförsüz bu araçları yürütemeyiz bizim onlara ihtiyacımız var. Onların da işe ihtiyacı var. Karşılıklı bir denge, bu karşılıklı dengenin lehimize ve aleyhimize bozulması ülkemizin istihdamını direkt olarak etkileyecektir. Türkiye'nin sosyal barışını ve ticaretini etkileyecektir. Burada hassas davranmak gerekiyor.”

25 BİN ŞOFÖR İSTİHDAM EDİLECEK

Günümüz koşullarında artık insanların şoförlüğü meslek olarak benimsemediklerini söyleyen Engin Özmen, Türkiye'deki eğitim

seviyesinin yükselmesi, sosyal olarak ülkenin gelişmesi, ekonomik gelişmişlik gibi nedenler ile tir şoförlüğü gibi çok meşakkat isteyen işlerde insanlar uzak durmalarına yol açtığını ifade ediyor. Bu konuda UND olarak projeler geliştirdiklerini belirten Özmen, istihdam kaynaklarını yaratmak için çaba harcadıklarını söylüyor. Engin Özmen, devlet destekli olarak yaptıkları bu projeler sonuçlandığında Türkiye'nin her yerinden en az 25 bin kişiye sıfırdan istihdam yaratacak koşulların oluşturulacağına dikkatleri çekiyor.

İHRACATÇI VE NAKLİYECİ BİRBİRİNİ KOLLAMALI

Türk ihracatçılarının gün bir birlik düşünmemeleri gerektiğini belirten Ruhi Engin Özmen, “İhracatçılarımız gününbirlik

kazançlarını düşünerek yabancı nakliyecilere bu hızla yük vermeye başlarsa, bugün taşıdığı fiyatın 3 katına ileride bu firmalarla taşıma yapamayacaklar. Türk nakliyecisi ve ihracatçısının stratejik düşünerek birbirini yaşatması gerekiyor. Kazan-kazan politikası uygulamalıyız. Bizler zaten çok büyük paralar kazanmıyoruz. Yakıta, otoban geçiş ücretlerine ve RO-RO firmalarının periyodik olarak yaptıkları zamları biz firmalara yansıtılmamaya çalışıyoruz. Bizler müşterilerimiz ile yılda bir kez anlaşma yaparak zam bu zamların birçoğunu onlara yansıtıyoruz. Ama bazı ihracatçı arkadaşlarımız günü kurtarmak, günlük satışlar ile ayakta kalmakla ilgili bir düşünce içerisindedir. Birbirine vurdurarak maliyetleri düşürmek sektör için çok doğru bir taktik olmadığını düşünüyoruz” diyor. ❖

KÜRESEL HİZMETLER UZMAN ÇÖZÜMLERİN DOĞRU ADRESİ

www.nehirtrans.com

Gümrükleme hizmetleri
Uluslararası nakliyat
Hızlı ve güvenli taşımacılığımız ile
her zaman yanınızdayız



Şirinevler Mah. Maraşal Fevzi Çakmak Cad. 1. Sokak No:26 Kocasinan İş Mer. A Blok Kat:7 Bahçelievler / İst. / Türkiye

Tel : +90 (212) 653 43 44 (Pbx) / Fax: +90 (212) 653 43 20 / info@nehirtrans.com

NIT Logistics, Inc.241 Hudson St. Hackensack, NJ 07601 USA T: +1 201 283 9500 - F: +1 201 283 9505 - www.nitlogistics.com

DOĞU AVRUPA YOLLARI HİLAL TRANS'TAN SORULUR



Şerafettin Aras / Hilal Trans Genel Müdürü

BAŞTA POLONYA OLMAK ÜZERE DOĞU VE KUZAY AVRUPA ÜLKELERİNE YAPILAN TAŞIMACILIKTA LİDER KONUMDA OLAN HİLAL TRANS, BU PAZARLARDAKİ DENEYİMLERİ İLE İHRACATÇILARA HİZMET VERİYOR.

Uluslararası taşımacılığa başladığı 1994 yılından 2004 yılına kadar sadece Polonya'ya yönelik faaliyet yürüten Hilal Trans firması, bugün gelinen noktada Doğu ve

Kuzey Avrupa ülkelerine ciddi oranda taşıma gerçekleştiriyor. Uluslararası nakliyeciliğe ilk olarak Polonya'ya tekstil ürünleri nakliyesi ile başladıklarını belirten Hilal Trans Genel Müdürü Şerafettin Aras, Doğu Avrupa'da 1990 yılı başlarında değişen rejim ile birlikte Polonya'nın Türkiye'den ciddi alım yapmaya başladığını belirtiyor. 2004 yılından itibaren Slovakya, Macaristan, Romanya, Balkan Ülkeleri ve Baltık ülkelerine ciddi sevkiyatlar yapmaya başladıklarını belirten Aras, Polonya'da çok ciddi bir dağıtım ağına sahip olduklarını belirtiyor. Bunun o pazarda 20 yıllık bir sürede faaliyette bulunmanın getirdiği bir avantaj olduğuna dikkat çeken Aras, ayrıca Polonya, Slovakya ve Bulgaristan'da kendilerinin lojistik

firmalarının olduğunu söylüyor. Hilal Trans'in şu anki mevcut yapısı içerisinde beyaz yakalı ve mavi yakalı kategoride toplam 230 civarında çalışan olduğunu belirten Aras, yurtdışında çalışan elemanlar ile bu sayının 300 kişiye vardığını belirtiyor. Firma olarak Polonya'da 5 ana noktada dağıtım yaptıklarını belirten Aras, bu noktaların ülkenin sanayi ve tekstil merkezleri olduğunu söylüyor. O bölgeye çalışan firmalar arasında lider konumunda olduklarını belirten Aras, "O bölgede rejim değişikliğinden, siyasi dengelerin ve yasaların geç oturmasından dolayı geçmişte çok ciddi sorunlar yaşadık. Çok ciddi rekabetçi bir ortamda faaliyette bulunduk. Geldiğimiz noktada o ülkelerde Avrupa Birliği'nin getirmiş olduğu

kriterler çerçevesinde rahatlamaya yaşandığını söyleyebilirim" diyor.

TÜRKİYE'NİN LOJİSTİKTE GÜCÜ İHRACATINA YANSIYOR

Polonya'nın şu anda Avrupa'nın parlayan yıldızı konumunda olduğuna dikkat çeken Aras, özellikle ülkenin tekstil ve otomotiv sektöründe parladığını belirtiyor. Batılı ülkelerin Polonya'ya otomotiv ve beyaz eşya üretimi konusunda ciddi yatırım yaptıklarını ifade eden Aras, "Polonya artık tekstili kendisi imal etmeye başladı. Polonya'ya çok çeşitli ürün ihracatı yapabildiğimiz gibi birçok ürünü de bu ülkeden ithal ediyoruz. Bunun getirmiş olduğu rekabet çerçevesinde her şeyi satıyor ve her şeyi alıyoruz. Türk

ihracatçısı satmayı öğrendikçe malını bizim aracılığımızla transfer etmek durumunda. Bu anlamda biz nakliyecilere ihracatta çok iş düşüyor. Polonya'da çok ciddi Türk firmalarının tekstil yatırımları bulunuyor. Türkler orada büyük alışveriş merkezleri açtılar, üniversite satın aldılar, Türk kolejleri açtılar. Türklere karşı yoğun bir ilgi bulunuyor" diyor.

Firma olarak araçlarının maruz kaldığı kota ve geçiş belgesi sorunlarını aşabilmek için Doğu Avrupa ülkelerinde ciddi araç yatırımları yaptıklarını belirten Aras, o ülkelerde çalıştıkları partnerler sayesinde de daha hızlı teslimat yapmak için çalışmalar yaptıklarını dikkat çekiyor. Türkiye'de Orhanlı'da bu konuda ciddi yatırımlar yaptıklarını ifade eden Aras, taşıdıkları ürünler arasında tekstilin payının yüzde 30 düzeyinde bulunduğunu belirtiyor. 2000'li yıllara kadar tekstil ürünlerinin payının yüzde 80 civarlarında olduğunu belirten Aras, zaman içerisinde Polonya'nın tekstil üretimine geçmesinden dolayı bu oranın azaldığına dikkatleri çekiyor. Firma olarak o bölgede 20 yıllık bir geçmişi olduğu için bölgeyi çok iyi bildiklerini vurgu-

layan Şerafettin Aras, firmalarının bu tecrübelerinden kaynaklı olarak sadece tekstil sektörü için değil bütün sektörler tarafından tercih edildiklerini belirtiyor. Şerafettin Aras sözlerine şöyle devam ediyor: "Bugün bize bir müşteri Almanya'ya bir yüküm var dediği zaman biz bu hizmetten affımızı rica ediyoruz. Çünkü artık herkes uzmanlaştığı yere odaklanıyor. Lojistik firmalarının bugün önünde en büyük sorun vize ve geçiş belgeleri sorunu. İhracatçılarımız mücadele ediyor, ürünlerini satıyor, kotasız dolaşabiliyor ancak yükü taşıyan araçlarımız kotaya tabii. Taşıma şirketleri olarak geçtiğimiz her ülkeden geçiş belgesi almak durumunda kalıyoruz. Artık Türk ihracat ürünlerinin tercih edilmesinin temel sebeplerinden birinin de Türkiye'nin Avrupa'ya olan yakınlığı olduğunu söyleyebilirim. 2008 global krizi ile birlikte artık Avrupalılar stoklu çalışmıyor. İhtiyaca göre çalıştıkları için zaman çok önemli bir konuma geliyor. Bugün Çin'de her türlü ürünü her kalitede ürettirebiliyorsunuz ancak lojistik, nakliye o noktalarda sorun çıkıyor. Türkiye'den Avrupalı malı sipariş veriyor 5 gün sonra kapısın-

da istiyor bu da Türk nakliyecisinin getirdiği bir başarı. Biz Hilal Trans olarak uzman olduğumuz noktalara en iyi hizmette ve zamanda ulaştırmak peşindeyiz. Her ülkeye çalışmaya kalkarsak bazı noktalarda sorunlar yaşatmaya çalışırız. Biz uzmanı olduğumuz noktalara çalıştığımız müşterilerimize belirtiyoruz. Filomuza VAN tipi ekspres teslimat araçları koyduk, kotaya tabii olmayan araçlar. Uçak bir ürünü aldığında 48 saate teslimatını yapabiliyor oysa biz bunu 34 veya 44 saate indirmeyi başardık. Bu bakımdan hep şunu söylüyoruz. Şirket felsefemiz; "başarılı olduğun noktada daha başarılı olmanın gayretini göster" diyor.

"GÜMRÜKLER ŞEHİRDİŞİNA ÇIKARILMALI"

Kendisinin aynı zamanda Uluslararası Nakliyeciler Derneği'nin (UND) Başkan Yardımcısı olduğunu belirten Şerafettin Aras, sektör olarak karşılaştıkları sorunları aşmak için Gümrük Müsteşarlığı ve TİM ile birlikte çalışmalar yaptıklarını belirtiyor. Türkiye ihracatının ve ithalatının en önemli mer-

kezlerinden biri olarak İstanbul trafiğinin sektör için ciddi sorunlar yaşattığını belirten Aras, "Halkalı ve Erenköy Gümrüklerinin şehir merkezinde kalması bizi son derece sıkıntıya sokuyor. Ben 3 günde Polonya'dan çıkıp halkalı gümrüğüne geliyorum, 3 günde aracımı boşaltabiliyorum. Aynı durum ihracat içinde geçerli. 2008 yılından sonra Avrupalı büyük hacimli değil, ihtiyacı kadar alım yapmaya başladı. Bunlarında çıkışları genelde Cuma ve Cumartesi günleri olduğu için İstanbul trafiğinin yaşattığı sıkıntılar çok yüksek. Gümrükler Genel Müdürlüğü'nden ihracatçılar için kırmızı hat, yeşil hat, beyaz hat diye kistaslar belirlensin. Kırmızıya düşeni gümrüğe götürelim kontrol edelim. Yeşil ve beyaz gibi hatlara düşenlerin gümrüklenmesine bile gerek yok diyoruz. Bize yetkiler verin, kendi garajlarımızda bunları mühürelim. Zaten depolarımızdan yüklediğimiz araçlara mühür sıkıyoruz. Beyannamelerini verelim, Kapıkule'de işlemini yapsın gitsin. İhracatçıya yetki veriliyor, malı gümrüğe girmesine gerek olmayan bir mal. Ama sırf araca mühür sıkılmasından dolayı arabayı güm-



Doğu Avrupa'ya Türkiye'den taşıma yapan lider firma konumunda olan Hilal Trans'ın taşıdığı ürünler içerisinde tekstil ve hazır giyim ürünlerinin payı yüzde 30 düzeyinde bulunuyor.



rüğe getiriyorlar. Biz, Türkiye'nin önde gelen nakliye firmaları, geçen gün bir toplantıda 100 firma civarında bir araya geldik. Yapılan bir istatistik çalışmayı paylaştığımızda, bir aracın Kapikule'den girip yükünü boşaltması, tekrardan yükünü yükleyip Kapikule'den çıkması süreci içerisinde 8,3 gün kaybettiğimizi tespit etmiş bulunuyoruz. Bunun büyük kısmını gümrük muameleleri oluşturuyor" diye ifade ediyor.

Sektör olarak sorunlarını sürekli kamu görevlileri ile paylaştıklarını ifade eden Aras, Gümrük ve Ticaret Bakanı Hayati Yazıcı'nın da birkaç kez Erenköy Gümrüğüne gelerek incelemelerde bulunduğunu belirtiyor. Şerafettin Aras sözlerine şöyle devam ediyor: "Tabii bu işler Türkiye'de sadece Gümrük Müsteşarının elinde olsa şu ana kadar çoktan çözülmüş olurdu. Ancak bu sorunların çözülmesi bir çok başka etkene bağlı. Gene de eski dönemlere nazaran kamu yönetimi nezdinde muhatap bulunmamız çok daha kolaylaştı. Başta sayın Bakanımız ve sayın müsteşarlık yetkilileri olmak üzere her kademedeki yetkili ile sorunlarımızı paylaşır ve birlikte çözüm arar hale geldik. Biz bu konuda UND olarak 1,5 senedir TİM ile de çok sıkı bir çalışma içerisindeyiz. Bu süreçte TİM hep bizim yanımızda oldu. Şu anda Halkalı ve Erenköy'deki

Gümrüklerdeki sorunların bütün faturası ihracatçıya yansıyor. 2012'nin sonuna kadar Halkalı Gümrüğünün Çatalca'ya taşınacağı müjdesini aldık. Bunun gecikmeksizin gerçekleşeceğini umuyoruz."

VERGİLER LOJİSTİKÇİLERİ ZORLUYOR

Sektör olarak bacası tütmeyen bir fabrika gibi çalıştıkları belirten Şerafettin Aras, bugün taşıma yapmak için bir aracın Türkiye'deki maliyeti 100 bin avro civarında olduğunu, 10 araçlık bir firmanın 2,5 milyon TL'lik bir yatırım yapması gerektiğini ifade ediyor. Çok önemli bir istihdam yaratan bir sektör olmalarına rağmen KOBİ kategorisinde değerlendirilmediklerine dikkatleri çekiyor. Birçok kalemin vergisini verdiklerini söyleyen Aras, "Bir fabrikada üretim araçları ne ise bizimde kamyonlarımız bizim sektör için üretim araçlarıdır. Ancak ödediğimiz tüm vergilerin yanı sıra 6 ayda bir motorlu taşıtlar vergisi ödüyüz. Bizim de sanayi kuruluşları gibi bundan muaf olmamız lazım. Çünkü bir sanayici makinesi için ekstra vergi vermiyoruz. Biz lojistikçiler hem kurumlar hem de motorlu taşıtlar vergisi ödüyüz. Bu konuda da sektör olarak girişimlerimiz bulunuyor" diyor.

"MİLLİ ÜRÜN, MİLLİ BAYRAKLA TAŞINIR"

İhracatçıların ürünlerini Türk taşıma firmaları ile taşıması gerektiğini belirten Aras, milli ürünün milli bayrakla taşınacağına vurgu yapıyor. Kendilerinin onları yurtdışında en iyi temsil edecek bir yapıda olduklarını belirten Aras, "Bugün ihracatçımıza en iyi hizmeti verebilecek firmalar Türk menşeli firmalardır. Birde ihracatçılarımız hangi firma hangi güzergaha hakim ise o firmalar ile çalışsınlar. Böylece daha kaliteli, doğru hizmet ve bilgi alışverişine sahip olurlar. Yabancı lojistik firmaları geçiş belgesi ücreti ödemedikleri için bizlere göre 100 Avro daha düşük fiyata taşıyor olabilirler ancak malın zamanında ve doğru teslimatı için yerli lojistik firmaları ile çalışan ihracatçılarımız daha sağlıklı bir çalışma içerisinde olurlar. Çalıştıkları müşterilerin kendilerinden uzun vadeli ödemeler talep ettiklerine de değinen Şerafettin Aras, uzun vadeli ödemelerin lojistik sektörünü zor durumda bıraktığına vurgu yapıyor. Lojistik firmaları olarak arabalarının kredilerini, yakıt giderlerini düşünmek zorunda olduklarını belirten Aras, müşterilerin vade talep ederken bu detaya dikkat etmelerinin sektörde daha sağlıklı diyalogların gelişmesine vesile olacağını belirtiyor. Bu

durumun esasında tedarik zinciri olarak tanımlanan sürecin gereği olduğunu belirten Aras, tedarikçi dendiğinde sadece lojistik firmalarının akla gelmediğini belirtiyor. Şerafettin Aras sözlerini şöyle sürdürüyor: "Paletçisinden, malzeme-cisine, şoförüne ve son olarak da firmaya kadar bu bir zincir ve sürecin sorunsuz birbirini takip etmesi için karşılıklı şartların olumlu inşa edilmesi lazım. Benim sektörde sorun olarak gördüğüm şeylerin başında bu geliyor aslında. Belirli oranlarda hak veriyorum sonuçta sahada çok oyuncu var ve hepsinin farklı stilleri var. Sanayicilerimizin uzun süreli vadelere sıcak bakmak durumunda olması bu konunun kronikleşmesine sebep oluyor diyebiliriz. Biz de lojistik sektörü olarak sanayicilerimizin bu yükümlülüklerini anlıyor ve imkanlarımız dahilinde vade sürelerimizi abildiginde uzun tutmaya çalışıyoruz. Lojistik sektöründe olduğunuzda çok da kaçacak yeriniz olamayabiliyor, bazen sizi aşan maliyetler sürpriz şekilde ortaya çıkabiliyor. Bir sabah uyandığınızda herhangi bir noktada azımsanmayacak bir zam ile karşılaşabiliyorsunuz. Tabii bunlar lojistik sektörü olarak bizim sıkıntılarımız, fakat bunun bir döngü olduğu düşünerek karşılıklı birbirimizin işlerini kolaylaştırmaya motive olursak, birçok sorunun üstesinden daha kolay gelebiliriz."

"KOMŞU"DAN "KARDEŞ"E... YÜKÜNÜZ EMİN ELLERDE!

Yunanistan ve Azerbaycan'a her gün grupaj



Tel: 90212 592 59 10 Faks: 90212 533 19 13

www.erkalnakliyat.com.tr

erkal@erkalnakliyat.com.tr • grace@erkalnakliyat.com.tr

BALKAN ÜLKELERİ ŞİMDİ DAHA YAKIN

BALKAN ÜLKELERİNE YAPILAN İHRACATIN YÜZDE 30'UNU TEK BAŞINA TAŞIYAN SERAY NAKLİYAT, BU GÜZERGAHTAKİ LİDERLİĞİ İLE BİR MARKA DURUMUNDA. BALKAN ÜLKELERİNE TAŞIDIĞI ÜRÜNLERİN YÜZDE 50'SİNİ TEKSTİL VE HAZIR GİYİM ÜRÜNLERİ OLUŞTURURKEN, FİRMANIN İHRACATÇILARA LOJİSTİK ÇÖZÜMLERİ DE DİKKAT ÇEKİYOR.

Seray Nakliyat, 1998 yılında faaliyete başladığı günden bu güne Yunanistan hattı ana hat olmak üzere Arnavutluk, Makedonya, Kosova ülkelerine ihracat ve ithalat hattında faaliyet yürütüyor. Seray Nakliyat'ın kurucusu ve sahibi olan Doğan Bayındır, nakliye sektörünün her gün hem sıkıntılı hem de kendini yenileyen bir sektör konumunda olduğuna dikkatleri çekiyor. 31 yıldır sektörün içerisinde yer aldığını belirten Doğan Bayındır, Seray Nakliyat firmasında 5 araçla faaliyete başladıklarını belirtiyor. İstikrarlı ve sabırlı olarak sektörde faaliyette bulduklarını belirten Bayındır, "Zarar ettiğimiz zaman da çalıştık, müşterinin malının taşınmasına öncelik verme bilinci ile hareket ettik. Bugün Seray Nakliyat artık orta ölçekli bir firma olmaya başladı. Yunanistan, Arnavutluk, Makedonya gibi ülkelerinin en büyük firması konumundayız. Ulaştırma Bakanlığı tarafından verilen CEMT belgeleri ile nakliye firmalarının büyüklükleri ölçülüyor. Seray Nakliyat olarak her türlü uluslararası taşıma belgesine sahip olarak hareket ediyoruz. Biz bu noktalara sektörde çok yoğun rekabet ortamı ve olumsuz koşullara rağmen gelebildik.

Seray Nakliyat olarak, geçmişten bugüne kadar sürekli büyüyen bir firmayız. Bugün itibarıyla Seray ailesi içerisinde 70 çalışanımız ve 55 aracımız bulunuyor. Balkan ülkelerine çalışan firmaların genel olarak araç sayıları 15 adet düzeyinde bulunuyor" diyor.

"İHRACATÇILAR TÜRKİYE PLAKALI ARAÇLARI TERCİH ETMELİ"

Lojistik sektörünün yüksek yatırım gerektiren ve istihdam sağlayan bir sektör olarak sanayicilerin aldığı teşvik ve desteklerin kendilerine de sağlanmasını isteyen Doğan Bayındır, sektör olarak kendilerinin şu anda devlet tarafından yangından kurtarılabilecek en son sektör konumunda gördüklerini belirtiyor. Sorunlarını, sektör olarak bağlı buldukları Ulaştırma ve Denizcilik Bakanlığına aktardıklarını belirten Bayındır, "Sektörümüzün bağlı olduğu Kara Ulaştırma Genel Müdürlüğü bu konuya oldukça ilgili ve alakalı. Çok aşın şekilde sektör olarak sorunlarımız birikmiş bulunuyor. Bizim sektörümüzde her şey görüldüğü kadar güllük gülistanlık değil. Tamamen insan gücüne dayalı bir sektörüz. Başka sektörlerde makine ve robot çalıştırabi-



Doğan Bayındır / Seray Nakliyat Yönetim Kurulu Başkanı

lirsin ama bizde insan odaklı bir çalışma sistemi söz konusu" diyor. Sektör olarak kendilerini milli bir sektör olarak tanımlayan Doğan Bayındır, Türkiye'ye gelip nakliye yapan yabancı firmaların ne kadar istihdam yaptıklarına bakılması gerektiğini belirtiyor. Yabancı nakliye firmalarının koşullar değiştiğinde gideceklerini ancak kendilerinin Türkiye'de var olmaya devam edeceklerinin

altını çiziyor. Kendilerinin kestiği her faturanın milli gelire destek sağlayan bir öge olduğunu belirten Bayındır, "Hatta ben ihracatçılardan Türkiye plakalı araçları tercih etmelerini istiyorum. Millileşmek tek taraflı olmaz, iki taraflı olur. Yabancı plakalı arabalar bizim pastadan pay alıyor ama gidip kendi ülkesine vergi ödüyorlar. Gelirini kendi ülkesine götürüyor. Burada sektör içeri-

deki kamu yararına biraz daha denetlenmesi gerekiyor. Biraz daha yerli taşımacılara olanak yaratılmalı ve desteklenmeli” diyor.

2023 HEDEFİ İÇİN YENİ GÜMRÜK NOKTALARI ŞART

Türkiye'nin büyüdüğünü ve globalleşen dünyada sınırların öneminin giderek azalmasına rağmen halen nakliyecilerin gümrüklerde uzun süreler beklediğine vurgu yapan Bayındır, 2023 yılında 500 milyar dolar ihracat hedefi konulan bir yerde gerekli kanunların biran önce yapılması gerektiğini vurguluyor. Çağa hızlı ayak uyduran ekiplere, çalışanlara ihtiyaç bulunduğunu belirten Bayındır, ülke olarak Avrupa seviyesine yetişmememiz için bir neden olmadığını söylüyor. Sektör olarak önlerine dikilen bürokratik engelleri aşmaları gerektiğini ifade eden Bayındır, gümrük noktalarının artırılması gerektiğine vurgu yapıyor. İnternet üzerinden birçok işlemin yapılabilindiği bir çağda yaşadıklarını belirten Bayındır, yapılacak

belli düzenleme ile nakliyecilerin ve ihracatçıların daha rahat nefes alacaklarını belirtiyor.

BALKANLARIN TEKSTİL İHRACATINI SERAY TAŞIYOR

Seray Nakliyat olarak genel olarak taşıdıkları ürünler içerisinde tekstil ve hazır giyim ürünlerinin payının yüzde 50 düzeyinde bulunduğunu belirten Doğan Bayındır, firma olarak senelik cirolarının yüzde 60'ını tekstil ile alakalı ihracat ve ithalatların oluşturduğunu belirtiyor. Grupaj taşımacılık hizmeti sunduklarını belirten Bayındır, bu yöntem ile bir tırın içerisinde 8 ya da 10 müşterinin malını taşıdıklarını ifade ediyor. Ama Balkan ülkelerine genel olarak kumaş taşınması yaptıklarını söyleyen Bayındır, örnek olarak 50 ihracat tırınının 25'ini kumaşın oluşturduğuna dikkatleri çekiyor. Balkan ülkelerin de son 5 yıldır kumaş alımlarının çok arttığını gözlemlediklerini belirten Bayındır, haftanın her günü parsel çıkışı yaptıklarını ifade ediyor. Haftalık olarak ortalama 250 ihracatçı firmanın ürünlerini taşıdıklarını belirten

Bayındır, cumartesi günleri depolarından 20 tırın çıkış yaptığını belirtiyor. Çok geniş bir müşteri portföyüne sahip olduklarını belirten Bayındır, “Yunanistan’ın haricinde Makedonya, Bulgaristan, Arnavutluk’a da mal bırakabiliyoruz. Yunanistan, Makedonya ve Arnavutluk’ta da depolarımız bulunuyor. Bizim buradaki tesisimizin dışında da o ülkelerde de başka depolarımız bulunuyor. Bu konuda profesyonelleştirdiğimiz için çok sıkıntı çekmiyoruz. Bu malın zamanında yerinde olması için organizasyonun çok güçlü olması gerekiyor. Bu 14 yıldır yaptığımız çalışmaların sonucunda geldiğimiz bir nokta. Bu organizasyon birkaç yıldır yoluna girmiş diyebiliriz. Bu çalışmaların ardında çok yoğun deneyim ve emek var. Önemli olan ihracatın sağlıklı gerçekleştirilmesidir” diye ifade ediyor.

“İHRACATÇI İLE NAKLİYECİ ET İLE TIRNAK GİBİDİR”

Balkanlara yönelik her türlü nakliye işini güvenle çözdüklerini belirten Doğan Bayındır, Balkan

Ülkelerine yapılan taşımacılıkta markalaşmış olduklarına dikkatleri çekiyor. Düzgün filo yapısı, doğru fiyatlandırma ve geniş bilgi ile hizmet verdiklerini belirten Bayındır, müşterilerine yönelik çok ciddi bilgi akışı sağladıklarına vurgu yapıyor. Balkan Ülkelerine yapılan taşımacılığın yüzde 30’unu Seray Nakliyat’ın gerçekleştirdiğini belirten Bayındır, bu yolda lider olduklarını belirtiyor. Araçlarının en yeni ve teknolojiye sahip araçlar olmasına dikkat ettiklerini belirten Doğan Bayındır, müşterilerin talebine göre yükseklik ve metreküp olarak her türlü araçlarının bulunduğunu belirtiyor. Müşteri memnuniyeti için her türlü çabayı ortaya koyduklarını belirten Bayındır, “Biz sektörde her gün krizden bahsedildiği bir bölgeye çalışıyoruz. Biz dış ticaretin büyüme ve yavaşlama hızına göre büyüyor ya da küçülüyor. Biz ihracatçı ile et ve tırnak gibi olduğumuz için onlar biz olmadan yapamaz, bizde onlar olmadan yapamayız. Bu durumdan kaynaklı iki tarafında birbirini iyi anlaması gerektiğini düşünüyorum” diyor.

Lojistik firmalarının birçok fabrika ve sanayi kuruluşundan bile çok istihdam yarattığına vurgu yapan Bayındır, 15 milyon TL ciroya sahibi olan bir firmada 80 kişinin çalıştığını belirtiyor. Ancak kendilerinden çok daha az istihdam ve katma değer sağlayan bir çok işkoluna verilen teşvikin kendilerine verilmemesinin haksızlık olduğunu vurgulayan Bayındır, sektörde yeni ve kalifiye şoför sorunun da olduğunu belirtiyor. Şoförlere yönelik özel bir iş kanununun olması gerektiğine vurgu yapan Bayındır, şoförlerin çalışma durumları ile ilgili yasalarda belirsizliklerden kaynaklı sektörde ciddi sorunların yaşandığına dikkatleri çekiyor. İş kanunu içerisinde denizcilik sektörüne yönelik kanunların olduğunu hatırlatan Bayındır, kara taşımacılığına yönelik iş kanunlarının olması gerektiğine vurgu yapıyor.❖



❖ Türkiye’den Yunanistan’a yapılan taşımacılıkta lider konumda bulunan Seray Nakliyat, son yıllarda Makedonya, Bulgaristan ve Arnavutluk gibi Balkan ülkelerine de yoğun taşıma yapıyor.

LOJİSTİKTE BİR GÜÇBİRLİĞİ MODELİ: GAT LOJİSTİK

ORTAK SATIN ALMA ŞİRKETİ OLARAK KURULAN DAHA SONRA DA BİRÇOK ŞİRKETE SATIN ALMADA ÇÖZÜMLER ÜRETEBİR BİR ŞİRKET HALİNE DÖNÜŞEN GAT LOJİSTİK, BUGÜN DÜNYANIN ÖNEMLİ NOKTALARINA LOJİSTİK HİZMETİ VERİYOR. ELDE ETTİĞİ BAŞARI İLE LOJİSTİK SEKTÖRÜNDE ÖNEMLİ BİR YERDE DURAN FİRMA, BU BAŞARISINI İSE STRATEJİLERİNİ SÜREKLİ OLARAK GELİŞTİRMESİNE VE LOJİSTİĞİN HER ALANINDA HİZMET VERMESİNE BORÇLU.

Dünyadaki birçok nokta ile Türkiye arasında karayolu, denizyolu ve havayolu taşıma ve dağıtım alanında hizmet sunan Gat Lojistik, hızla değişen lojistik dünyasındaki gelişmeleri düzenli olarak takip eden bir firma. 2004 yılında kurulan firma, müşterilerine kaliteli ve güvenilir "Entegre Lojistik Hizmeti" sunabilmek için gerekli yatırım çalışmaları sonucu 5 bin metrekarelik gümrüklü depolama alanı, 12 bin 500 metrekarelik kapalı gümrüksüz depolama alanı ve 600 metrekarelik soğuk hava deposu ile Kurtköy-Orhanlı'da bulunan lojistik tesisleriyle çalışmalarını sürdürüyor. Uluslararası nakliye, gümrükleme hizmeti, gümrüklü antrepo, depolama, stok yönetimi, depo yönetimi, yurtiçi nakliye, dağıtım ve katma değerli hizmetler alanında faaliyet gösteren firma, bu özelliği sayesinde lojistiğin her kaleminde adından söz ettiriyor. Firma, başta otomotiv olmak üzere, tekstil, dayanıklı tüketim, elektronik, gıda, ilaç, mağazacılık ve diğer sektörlerde yer alan dünya çapındaki uluslararası müşterilerinin, taleplerine bağlı olarak hızlı ve güvenilir çözümler sunuyor.

"LOJİSTİĞİN TÜM SEGMENTLERİNDE HİZMET VERMEK İSTİYORUZ"

Gat Lojistik'in geliştirme odaklı ilerleyen bir firma olduğunu söyleyen Gat Lojistik Genel Müdürü Hakan Oktay, bu anlamda firmanın stratejiler geliştirdiğini ifade ediyor. Firmanın yatırımlarını, lojistiğin tüm segmentlerinde hizmet verecek seviyeye gelmek için yaptığını söyleyen Hakan Oktay, yurtiçi, uluslararası, kara ve hava yolu kargo hizmetleri, deniz lojistiği gibi alanlarda ileri düzeyde hizmetler vermeyi amaçladıklarını söylüyor.

Gat Lojistik'in yapısının biraz ilginç olduğunu ifade eden Oktay, bu cümlesini ise şu sözleri ile açıklıyor; "Çok ortaklı ve aslında kendi sektöründe birçok rakip firmayla da bir arada olan Gat Lojistik'in yapısal anlamda alanında tek olduğunu söyleyebiliriz. Bu anlamda komplike ortamda kendi ismi ve markasıyla öne çıkmış bir şirket haline gelmiş olduğunu da görebiliriz. Bu yapıyı yönetmek çok kolay olmamakla birlikte, Gat Lojistik'in aynı zamanda sahip



Hakan Oktay / Gat Lojistik Genel Müdürü

olduğu antrepolar, depolar taşıma araçlarıyla kendi gelişimini sağlamlaştıran potansiyeli olan bir şirket olduğunu söyleyebiliriz."

YOL UZUN HEDEF BÜYÜK

20 bin metrekarelik bir tesiste antrepo ve depo hizmetleri veren Gat Lojistik, geçtiğimiz ay da Orhanlı'da bir 8 bin metrekarelik tesis daha açarak, bu alanın; 4 bin

karelik bölümünü gümrükleme, diğer 4 bin karelik alanını ise yine depolama şeklinde kullanılacak şekilde hizmete açtı. Firmanın uzun vadedeki hedefi ise, hem yurtiçi, hem de uluslararası lojistikte hizmet verdikleri lokasyonları genişletmek. Sadece Avrupa'da etkili olmakla yetinmediklerini açık sözle dile getiren Oktay, "Bizim hem ortaklarımız olan, hem de sektördeki güçlü

lojistik şirketleri arasında yer alan isimler, yurtdışında belli hatlarda zaten uzun süredir hizmet veriyor. Dolayısıyla biz Gat Lojistik olarak hakimiyet kurduğumuz belli hatlarda değil, daha global ve yayılmacı bir hizmet ağı kurma amacındayız. Üçüncü dünya ülkelerine varana dek geniş bir operasyon ağı kuracak şekilde acentelerimizi konumlandırıyoruz. Fas, Tunus, Cezayir, Irak, İran, Kuzey Afrika ülkeleri bu lokasyonların başında geliyor. Yine Suriye piyasası yakın zamanda yüzümüzü döneceğimiz önemli yerler arasında yer alıyor. Rusya piyasası, Türki Cumhuriyetler arasında özellikle Azerbaycan gibi kurumsal şirketlerin yatırıma çok sıcak bakmadığı yerler de hedeflerimiz arasında.

Gat lojistik olarak lider taşımacılık firmalarıyla tek çatı altında toplanmış olmalarının avantajını yaşadıklarını belirten Hakan Oktay, “Çünkü farklı sektörlerdeki farklı müşterilerimizden bize gelen talepleri proaktif şekilde çözebilme koordinasyonumuz var. Ama önceliğimiz Gat Lojistik’in dünyada ismini duyuran makro projelerde akla gelen global marka haline dönüşmesi”

diyor. Bunun için kendilerine tanıdıkları bir süre olduğunu da dile getiren Oktay, bu yıl sonuna kadar bir kargo şirketi olmadan, ama bir kargo şirketi kadar ihtiyaçlara cevap verecek etaba gelmiş olmayı hedeflediklerini ifade ediyor.

“HER ŞEY ÖLÇEK ÜZERİNE KURULU”

Sektör kirliliğine yol açan çok firmanın varlığına dikkat çeken Hakan Oktay, bu noktada kendilerini benzerlerinden ayıran bir takım özelliklerinin olduğunu dikkat çekiyor. Bir firmanın ithalat ihracat süreçlerinde isteyebileceği tüm proselere cevap verebilecek bir yapıya sahip olan Gat Lojistik, tüm atılımlarını da buna göre programlanmış durumda. Bir firmanın dağıtımın her etabında kendilerinden alamayacağı bir hizmetin olmadığını belirten Hakan Oktay, dolayısıyla dünyada her şeyin bir ölçek üzerine kurulduğunu da hesaba kattıklarında, kendilerinin de birçok lider lojistik markasıyla ortak hareket ederek bu ölçekli çalışma sistemine girdiklerini söylüyor. Personel istihdamı açısından, gümrükleme, depolama, antrepolar, yurtdışı ve

yurtiçi kargo, hava, deniz ve kara kargolarında hizmet verebilecek tam teçhizatlı bir ekipmana sahip olan Gat Lojistik, bu nedenle firmalar tarafından tercih ediliyor.

LOJİSTİKTE GİDERLER ÖTELENEMİYOR

İhracatçıyla et tırnak şeklinde olan bir sektör olarak nitelendirilen lojistik sektörünün sorunlarının ihracatçılar tarafından yeterince anlaşılmadığını söyleyen Hakan Oktay, ihracatçıların bu sorunları anlama yönünde bir refleks geliştirmediklerini belirtiyor. Müşterilerle yaşadıkları problemlerin bu durumu doğrular nitelikte olduğunu söyleyen Oktay sözlerine şöyle devam ediyor; “Öncelikle lojistik sektörünün nelerden oluştuğunu iyi tayin etmek gerekiyor. Lojistik sektörünün temel giderlerini olduğunu bilerek işbirliğinde olunması problem yaşamamanın da anahtarı aslında. Bizim giderlerimizi öteleme şansımız yok. İhracatçılarımızın, ithalatçılarımızın ve sanayicilerimizin malını müşterisine satmakla ilgili en büyük tedarikçisi biz olduğumuza göre iki tarafın da birbirini en iyi şekilde anlaması gerekir. Fakat maalesef Türkiye’de bu ilişki gerektiği gibi kurulamıyor.”

“TÜRKİYE’NİN LOKASYON AVANTAJI İYİ DEĞERLENDİRİLMELİ”

Türkiye’de kayıp kaçak yüzdesinin en az lojistik sektöründe olduğuna vurgu yapan Hakan Oktay, bu nedenle bu alanın desteklenmesi gerektiğini söylüyor. Hakan Oktay, “Türkiye bölgedeki konumu itibarıyla hap şeklinde aslında. Avrupa yeni pazarlara açılmaya çalışıyor ve bu açılımı yaparken müşterilerine direk yoldan değil arada bir kondağa yer vererek ulaşmak istiyor. İşte bu noktada ülke olarak önemli bir lokasyondayız. Bu avantajı kullanabilmek için elimizden geleni yapmalıyız. Öncelikle iş yapma biçimimizi ve maliyetlerimizi makul oranlarda tutmayı başarırız bu avantaj her zaman bizimle olur. Bölgesel araçlar var, yurtdışından gelen araçlar var müşterilerin vade fiyat baskısı Avrupa’daki krizsel durumlar maliyetlerin sürprizli artışı gibi baskın olumsuz durumlar çözüme yaklaştırmazsa avantajlı olmamızın bir önemi de kalmıyor” diyor.

STOK TUTMADAN SICAK MAL TEMİNİ TERCİH EDİLİYOR

Gümrüklerdeki bekleme sürelerinin firmalara sıkıntı yarattığını söyleyen Hakan Oktay, çözüm anlamında gümrüklerin başka alanlara taşınması talebinin söz konusu olduğunu söylüyor. Bu fikri kendilerinin de onayladığını ifade eden Oktay, “Lojistik sektörü açısından da baktığınızda şehrin merkezinde bu işi yapmak çok da kolay süreçler barındırmıyor. Konuyla ilgili ufak tefek düzenlemeler yapılmalı ama müşterilerin talepleri ve lojistik firmalarının sahalarnı konumlandırılmaları açısından lokasyon olarak çok farklı alanlara kaymakta ne kadar çözüm olur bilemiyorum. Sektör artık stok tutmadan sıcak mal teminini önemsiyor. Depolamalarda artık eskisi gibi kullanım özelliklerine sahip değil, daha küçük ölçekli depolama sistemleri tercih ediliyor” diyor. ❖



Çok ortaklı ve kendi sektöründe birçok rakip firmayla da bir arada olan Gat Lojistik, yapısal anlamda alanında tek.

TLS LOJİSTİK

YENİ YATIRIMLAR İLE YOL ALIYOR

TLS LOJİSTİK, ULUSAL VE ULUSLARARASI TAŞIMACILIK HİZMETLERİYLE İŞ ORTAKLARININ REKABET GÜCÜNE KATMA DEĞER SAĞLIYOR. FİRMA, ULUSLARARASI TAŞIMACILIK HİZMETLERİ KAPSAMINDA İŞ ORTAKLARINA ULUSLARARASI TAŞIMACILIK ALANINDA REKABETÇİ ÇÖZÜMLERİ SUNUYOR. TLS LOJİSTİK, HAVA, KARA, DENİZ, DEMİRYOLU, LİKİT TANK VE İNTERMODAL TAŞIMACILIK GİBİ ENTEGRE HİZMETLERİYLE MÜŞTERİLERİNİN ULUSLARARASI ALANDA DA ÇÖZÜM ORTAĞI KONUMUNDA.

Tirsan Lojistik markası ile 2000 yılında sektöre adım atan TLS Lojistik, rekabetçi lojistik çözümleri ve müşterilerine sunduğu hizmetler ile dikkatleri çekiyor. 2002 yılına kadar depo ve genel antrepo işleticisi olarak iş ortaklarına çözüm üreten TLS Lojistik, bu süre içerisinde dağıtım alt yapısına yaptığı yatırımlar ile 2002 yılından itibaren müşterilerine Türkiye genelinde dağıtım hizmeti sunmaya başladı. Kurulduğu günden bu yana iş ortaklarının rekabetçiliğine katma değer sağladıklarını belirten TLS Lojistik Yönetim Kurulu Başkanı Altuğ Hacıoğlu, esnek, hızlı karar alan ve verimliliğe odaklı bir lojistik şirketi olarak müşterilerinin ana faaliyetlerine odaklandıklarını ifade ediyor. TLS Lojistik olarak çözüm odaklılık, pazarın ölçülmesindeki stratejik karar alma, tedarik alanlarının her noktasına daha az maliyet ile ulaşma, kayıp, kaza, çalınma gibi riskleri dev-

retme, stoklama maliyetlerini azaltarak müşterilerine sundukları belirten Hacıoğlu, bu rekabetçi çözümlerle sürdürülebilir rekabet gücüne ulaşmalarında önemli bir iş ortağı olarak hizmet verdiklerini söylüyor. Hacıoğlu, 2010 yılının sonunda TIRSAN Lojistik markasını TLS olarak değiştirerek, küresel oyunculuğa soyunarak 2011 yılında, Hong Kong, Shanghai, Shenzhen'de ofis açtıklarını belirtiyor.

DEPO YATIRIMLARI DİKKAT ÇEKİYOR

TLS Lojistik olarak 2011'de büyüme açısından oldukça iyi bir yıl geçirdiklerine değinen Altuğ Hacıoğlu, Bu dönemde yüzde 28 gibi hızlı bir artış ile cirolarını 165 milyon TL olarak yılı kapattıklarını dikkat çekiyor. 2012 yılını da yüzde 35 büyüme ile 220 milyon TL ile kapatmayı hedeflediklerini belirten Hacıoğlu, 2015 yılında yurt içinde 300 milyon TL, yurt dışında ise 100 milyon TL'lik



Altuğ Hacıoğlu / TLS Lojistik Yönetim Kurulu Başkanı

ciro elde etmeyi planladıklarına vurgu yapıyor. Firmanın halka arz edilmesi ile ilgili çalışmalarına da başladıklarına değinen Hacıoğlu, aldıkları bu stratejik karar sayesinde çok ciddi yatırımlar yapma fırsatı bulacaklarını belirtiyor. Son yıllarda özellikle enerji taşımacılığına ağırlık verdiklerini söyleyen Hacıoğlu, alanlarında çok büyük enerji firmaları ile

anlaşma yaptıklarını söylüyor. Odaklandıkları ana sektörün enerji sektörü olduğunu belirten Hacıoğlu, bu alanda firmaları için çok fazla fırsat olduğunu düşündüklerini belirtiyor. Altuğ Hacıoğlu, geçtiğimiz aylarda Tuzla'da 16 milyon Euro'luk yatırımla 25 bin metrekarelik 45 bin palet kapasiteli depo yatırımını tamamladıklarını söylüyor. Firma, Tuzla Orhanlı'da

Capella adı verilen iki katta toplam 25 bin metrekare kapalı alana sahip depoyu hizmete açtı. Uluslararası A Sınıfı depo standartlarını eksiksiz karşılayan Capella'nın üst kat yüksekliği net olarak 14,5 metre. Tesisin tüm iç ve dış alanları, harekete duyarlı ve gece görüş sistemli kamera ağıyla 7/24 denetleniyor. 250 kişilik bir ekibin çalıştığı "çok kullanıcı" tesiste, kişilerin farklı operasyonel alanlara erişimi "kartlı yetkilendirme" sistemiyle kontrol ediliyor. Capella'ya TLS Lojistik'in global ve güçlü dağıtım ağına entegre edilmesiyle, 'Kapıdan Kapıya' tam kapsamlı tedarik zinciri altyapısının kurulmuş olduğunu belirten Altuğ Hacıoğlu, "Capella, uluslararası A Sınıfı depo standartlarını eksiksiz karşıyor. 2012 yılına çok hızlı başladık. Yeni müşterilerle yeni kontratlar imzaladık. Bununla birlikte artan ihtiyaçlarımızı dikkate alarak yeni bir depo yatırımına karar verdik. Capella son yıllarda yapılmış en donanımlı tesislerden biri. TLS ailesi olarak, büyüme hızımızı yeni yatırımlar, yüksek teknolojik donanımımız ve konusunda yetkin ekibimizle destekliyoruz" diyor. FM Global standartlarında üst düzey yangın güvenliği donanımına sahip olan Capella'da, antrepo ve serbest depolama hizmetlerine ek olarak, etiketleme, kodlama, 2D kodlama ve yeniden ambalajlama başta olmak üzere çok çeşitli 'katma değerli' hizmet hijyenik standartlarda veriliyor.

TLS, YURTDIŞI AĞINI GÜÇLENDİRİYOR

Yurtdışında Shenzen ve Hong Kong'da TLS Lojistik olarak kendi ofislerinin bulunduğunu belirten Altuğ Hacıoğlu, 2012 yılı içerisinde Irak'ta ve Dubai'de ofis açmayı planladıklarını belirtiyor. 2012 yılında çalışmayı planladıkları hedef sektörlerin başında yatırımları ile de destekledikleri enerji, otomotiv, kimya ve teknoloji sektörlerinin geldiğini belirten Hacıoğlu, bu alanlarda hem donanım hem de know-how bağlamında inovatif yaklaşımlarının hızla devam edeceğini söylüyor. Kapsama alanı olarak Dünya'nın tüm limanlarını ve havaalanlarını o noktadaki

partnerleri ile doldurduklarını ifade eden Hacıoğlu, "Yani yükün menşinin neresi olduğunun, müşterinin yük organizasyonunu nerede kontrol ettiğinin bizler için bir önemi yok. IT altyapımız, bilgi ve birikimi çok yüksek olan ekibimiz bu faydayı tüm müşterilerimize sunuyor. Türkiye merkezli global bir şirketiz. Bu bağlamda sadece "şu ülkelerde varız" demek yerine müşterilerimiz için yarattığımız değer ve hizmet ile tüm dünyayı kapsıyoruz" diyor.

ÇEVREYE DUYARLI TAŞIMACILIK

TLS Lojistik olarak uluslararası taşıma, yurtiçi dağıtım ve depolama hizmetlerini tüm taşıma modellerini kullanarak müşterilerine çevreye duyarlı, güvenli, rekabetçi lojistik çözümler sunan entegre bir lojistik şirketi olduklarını belirten Altuğ Hacıoğlu, firma olarak tüm taşıma modellerine ve lojistik marketine hakim durumda olduklarını belirtiyor. Bu hakimiyetin müşterilerine en başta maliyet avantajını sağladığını belirten Hacıoğlu, beraberinde sundukları kaliteli,

müşteri odaklı servis memnuniyetini geliştirmeye ve geliştirmeye odaklanmış vizyonları ile desteklediklerini belirtiyor. Şirket içi dinamiklerin her konuda kendilerini geliştirmeye yönelik düşünmeye sevk ettiğini belirten Hacıoğlu, artık benlikleri haline gelen bu kurum kültürünün kendilerini gururlandırdığını ifade ediyor. TLS Lojistik, çevreci yaklaşımıyla da sektörde öne çıkıyor.

TLS Lojistik'in "sürdürülebilir çevre koruma" uygulamaları arasında; elektrik kullanımını en aza indirmek için gün ışığından daha fazla yararlanan çatısı cam depolar, aydınlatma maliyetlerini düşürmek için LED ışıklar, sensörlü aydınlatmalar, EURO 5 tipi araçlar, ürünlerin büyük gruplar halinde taşınması, üretim ve sevkiyat için alternatif çevre dostu yakıtlı araçların kullanılması, gürültü ve ses önleyicilerinin araçlara takılması, genel paketleme işlemlerinin ve kullanılan malzemelerin azaltılması, insan kaynaklarının bilişsel ve duyuşsal alanda eğitilmesi yer alıyor.

İHRACATÇILAR İLE ÇÖZÜM ORTAKLIĞI

İyi referanslara sahip, teknolojik donanımı ve çalışan ekibiyle konusuna hakim, fiyat konusunda da rekabetçi, güvenilir firmaların her zaman tercih sebebi olması gerektiğini belirten Hacıoğlu, "Biz TLS olarak iş yaptığımız firmaları sadece "müşterilerimiz" olarak değerlendirmiyor aynı yola baş koyduğumuz iş ortaklarımız, yol arkadaşımız olarak görüyoruz. Bu nedenle uzun süreli işbirliklerine imza atarken müşterilerimizin bizi seçmelerindeki tevaccühlerinde de bu tutumumuzun önemli payı olduğunu düşünüyoruz. TLS olarak geçtiğimiz dönemde olduğu gibi bundan sonra da ihracatçılarımızın yüzünü ağartmaya devam edeceğiz" diyor.



TLS Lojistik, kapsama alanı olarak Dünya'nın tüm limanlarını ve havaalanlarını o noktalardaki partnerleri ile doldurarak hizmet sunuyor.

TÜRKİYE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI

	2011 ŞUBAT 1000 \$	2012 ŞUBAT 1000 \$	DEĞİŞİM %	2011 OCAK - ŞUBAT 1000 \$	TOPLAM KONFEKSİYONDA PAY %	2012 OCAK - ŞUBAT 1000 \$	TOPLAM KONFEKSİYONDA PAY %	2011 / 2012 DEĞİŞİM %
ALMANYA	342.211	297.298	-13.1	672.620	26.0	582.391	22.8	-13.4
İNGİLTERE	159.763	163.293	2.2	324.161	12.5	311.214	12.2	-4.0
İSPANYA	93.315	116.894	25.3	203.033	7.8	220.310	8.6	8.5
FRANSA	104.334	94.821	-9.1	219.078	8.5	202.741	7.9	-7.5
İTALYA	76.303	64.773	-15.1	172.229	6.7	151.260	5.9	-12.2
HOLLANDA	68.303	67.748	-0.8	146.098	5.6	144.090	5.6	-1.4
DANİMARKA	42.691	35.043	-17.9	93.988	3.6	75.384	2.9	-19.8
BELÇİKA	40.935	39.585	-3.3	76.700	3.0	69.984	2.7	-8.8
RUSYA FEDERASYONU	29.667	35.918	21.1	55.224	2.1	67.419	2.6	22.1
ABD	32.793	33.268	1.4	64.685	2.5	67.404	2.6	4.2
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	990.315	948.642	-4.2	2.027.816	78.4	1.892.195	74.0	-6.7
İSVEÇ	29.913	23.377	-21.9	58.587	2.3	46.448	1.8	-20.7
IRAK	16.794	29.881	77.9	28.228	1.1	46.198	1.8	63.7
POLONYA	10.468	18.190	73.8	18.781	0.7	31.325	1.2	66.8
UKRAYNA	7.105	19.774	178.3	13.670	0.5	29.165	1.1	113.3
İSVİÇRE	11.472	13.843	20.7	23.311	0.9	26.792	1.0	14.9
SUUDİ ARABİSTAN	9.753	14.115	44.7	16.203	0.6	25.413	1.0	56.8
KAZAKİSTAN	9.403	15.096	60.5	18.306	0.7	24.898	1.0	36.0
ÇEK CUMHURİYETİ	11.520	10.635	-7.7	24.890	1.0	23.743	0.9	-4.6
CEZAYİR	4.340	11.523	165.5	8.783	0.3	23.009	0.9	162.0
LİBYA	2.329	9.569	310.9	7.406	0.3	22.388	0.9	202.3
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	1.103.413	1.114.646	1.0	2.245.981	86.8	2.191.574	85.7	-2.4
İSRAİL	12.400	12.092	-2.5	20.736	0.8	21.737	0.9	4.8
AVUSTURYA	12.914	10.308	-20.2	24.566	0.9	21.173	0.8	-13.8
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	6.285	9.834	56.5	11.490	0.4	18.811	0.7	63.7
AHL SERBEST BÖLGE	10.925	8.860	-18.9	19.193	0.7	17.305	0.7	-9.8
YUNANİSTAN	10.390	9.772	-6.0	18.962	0.7	16.488	0.6	-13.0
ESTONYA	3.745	9.811	162.0	5.878	0.2	15.877	0.6	170.1
NORVEÇ	8.338	7.886	-5.4	16.124	0.6	15.042	0.6	-6.7
ROMANYA	12.499	8.222	-34.2	24.015	0.9	13.913	0.5	-42.1
İRAN	8.779	7.927	-9.7	13.776	0.5	13.393	0.5	-2.8
KANADA	5.331	5.838	9.5	10.777	0.4	11.285	0.4	4.7
BULGARİSTAN	8.140	6.449	-20.8	14.521	0.6	10.823	0.4	-25.5
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	3.614	4.951	37.0	8.007	0.3	10.396	0.4	29.8
MACARİSTAN	2.960	6.600	123.0	4.484	0.2	9.911	0.4	121.0
TUNUS	3.087	5.269	70.7	5.624	0.2	9.868	0.4	75.5
JAPONYA	1.813	4.363	140.7	3.543	0.1	9.578	0.4	170.4
KIRGIZİSTAN	2.099	5.251	150.2	3.796	0.1	9.191	0.4	142.1
İRLANDA	5.104	4.229	-17.1	10.503	0.4	9.004	0.4	-14.3
MISIR	1.753	4.768	172.0	4.674	0.2	7.748	0.3	65.8
SLOVAK CUMHURİYETİ	4.715	4.319	-8.4	8.498	0.3	7.341	0.3	-13.6
FİNLANDIYA	2.841	3.353	18.0	7.707	0.3	7.194	0.3	-6.7
HONG KONG	2.145	3.190	48.7	4.769	0.2	6.673	0.3	39.9
TRAKYA SERBEST BÖLGE	4.757	2.598	-45.4	7.852	0.3	5.334	0.2	-32.1
LÜBNAN	2.360	2.842	20.5	3.449	0.1	4.685	0.2	35.8
KOSOVA	6.084	2.757	-54.7	10.651	0.4	4.560	0.2	-57.2
TÜRKMENİSTAN	980	2.273	132.0	1.428	0.1	3.842	0.2	169.1
BOSNA-HERSEK	2.541	2.314	-8.9	3.537	0.1	3.757	0.1	6.2
TACİKİSTAN	1.121	2.347	109.4	1.742	0.1	3.689	0.1	111.8
ÜRDÜN	1.034	1.787	72.7	1.942	0.1	3.688	0.1	89.9
AVRUPA SERBEST BÖLGE	2.688	1.871	-30.4	5.642	0.2	3.687	0.1	-34.6
GÜNEY KORE CUMHURİYE	934	1.598	71.1	2.230	0.1	3.633	0.1	62.9
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	1.255.788	1.278.327	1.8	2.526.097	97.6	2.491.199	97.5	-1.4
DiĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	33.473	35.385	5.7	60.909	2.4	64.921	2.5	6.6
AB (27) TOPLAMI	1.047.946	998.924	-4.7	2.138.013	82.6	1.979.421	77.4	-7.4
TOPLAM HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI	1.289.261	1.313.712	1.9	2.587.006	100.0	2.556.120	100.0	-1.2

TÜRKİYE TEKSTİL İHRACATI

	2011 ŞUBAT 1000 \$	2012 ŞUBAT 1000 \$	DEĞİŞİM %	201 OCAK - ŞUBAT 1000 \$	TOPLAM TEKSTİLDE PAY %	2011 OCAK - ŞUBAT 1000 \$	TOPLAM TEKSTİLDE PAY %	2011 / 2012 DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	76.148	96.991	27.4	149.887	12.1	183.838	15.0	22.7
İTALYA	79.589	55.008	-30.9	156.881	12.7	110.782	9.0	-29.4
ALMANYA	35.316	32.636	-7.6	73.247	5.9	61.816	5.0	-15.6
İRAN	26.361	29.198	10.8	56.984	4.6	52.246	4.3	-8.3
İNGİLTERE	21.393	24.422	14.2	43.349	3.5	49.483	4.0	14.1
ABD	20.483	23.764	16.0	37.271	3.0	44.699	3.6	19.9
ROMANYA	21.793	21.536	-1.2	45.293	3.7	43.577	3.5	-3.8
POLONYA	25.306	21.101	-16.6	47.781	3.9	41.019	3.3	-14.2
BULGARİSTAN	18.220	21.084	15.7	34.039	2.8	37.509	3.1	10.2
FAS	14.067	19.382	37.8	27.162	2.2	35.481	2.9	30.6
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	338.676	345.123	1.9	671.894	54.4	660.449	53.8	-1.7
İSPANYA	20.659	17.857	-13.6	41.633	3.4	34.586	2.8	-16.9
MISIR	8.614	16.472	91.2	26.101	2.1	32.233	2.6	23.5
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	11.077	11.263	1.7	22.223	1.8	27.516	2.2	23.8
TUNUS	14.160	13.988	-1.2	24.298	2.0	24.694	2.0	1.6
FRANSA	14.879	12.432	-16.4	29.179	2.4	24.594	2.0	-15.7
HOLLANDA	12.629	11.512	-8.8	24.858	2.0	23.690	1.9	-4.7
UKRAYNA	12.110	11.578	-4.4	23.573	1.9	22.028	1.8	-6.6
YUNANİSTAN	14.325	11.862	-17.2	26.721	2.2	21.169	1.7	-20.8
BELÇİKA	10.918	9.881	-9.5	22.196	1.8	20.501	1.7	-7.6
BREZİLYA	5.290	10.204	92.9	9.972	0.8	18.413	1.5	84.6
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	463.335	472.171	1.9	922.650	74.7	909.872	74.1	-1.4
PORTEKİZ	10.773	11.116	3.2	17.032	1.4	18.163	1.5	6.6
MERSİN SERBEST BÖLGE	6.085	5.751	-5.5	18.501	1.5	14.680	1.2	-20.7
İSRAİL	6.807	8.034	18.0	13.084	1.1	14.678	1.2	12.2
BEYAZ RUSYA	5.853	6.614	13.0	10.998	0.9	13.280	1.1	20.7
SIRBİSTAN	7.186	6.163	-14.2	12.947	1.0	12.713	1.0	-1.8
CEZAYİR	3.364	6.737	100.3	6.076	0.5	12.657	1.0	108.3
MACARİSTAN	6.330	5.830	-7.9	13.435	1.1	12.254	1.0	-8.8
SUUDİ ARABİSTAN	5.719	4.127	-27.8	9.223	0.7	9.890	0.8	7.2
HONG KONG	5.755	6.358	10.5	8.879	0.7	9.562	0.8	7.7
SURİYE	11.448	3.816	-66.7	24.396	2.0	7.983	0.7	-67.3
LİTVANYA	4.119	4.152	0.8	7.907	0.6	7.779	0.6	-1.6
ÇEK CUMHURİYETİ	3.760	4.047	7.6	7.155	0.6	7.529	0.6	5.2
EGE SERBEST BÖLGE	4.075	3.206	-21.3	7.613	0.6	6.079	0.5	-20.1
ENDONEZYA	890	2.746	208.7	1.885	0.2	5.620	0.5	198.1
AVUSTURYA	2.891	3.220	11.4	5.070	0.4	5.507	0.4	8.6
ÖZBEKİSTAN	2.482	2.186	-12.0	4.379	0.4	5.390	0.4	23.1
ÜRDÜN	1.413	3.455	144.6	3.278	0.3	5.375	0.4	64.0
GÜNEY AFRİKA CUMHURİ	2.394	2.672	11.6	4.476	0.4	5.174	0.4	15.6
LÜBNAN	2.322	2.093	-9.8	3.858	0.3	5.125	0.4	32.8
MAKEDONYA	2.724	2.553	-6.3	4.822	0.4	5.090	0.4	5.6
IRAK	1.677	2.692	60.5	3.453	0.3	4.534	0.4	31.3
TAYLAND	305	2.899	849.8	600	0.0	4.111	0.3	585.6
BURSA SERBEST BÖLG.	2.692	2.211	-17.9	4.515	0.4	4.033	0.3	-10.7
DANİMARKA	1.857	2.049	10.4	4.010	0.3	3.946	0.3	-1.6
KAZAKİSTAN	3.099	2.489	-19.7	5.266	0.4	3.857	0.3	-26.8
SLOVAKYA	2.334	1.998	-14.4	4.124	0.3	3.735	0.3	-9.4
SRI LANKA	549	1.757	220.3	1.299	0.1	3.733	0.3	187.4
KANADA	1.807	1.892	4.7	3.614	0.3	3.725	0.3	3.1
GÜRCİSTAN	1.793	1.844	2.9	3.545	0.3	3.652	0.3	3.0
LİBYA	2.299	2.663	15.8	5.474	0.4	3.561	0.3	-34.9
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	578.140	589.542	2.0	1.143.565	92.6	1.133.288	92.3	-0.9
DIĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	49.477	48.905	-1.2	90.964	7.4	94.345	7.7	3.7
AB (27) TOPLAMI	315.010	279.253	-11.4	620.133	50.2	542.549	44.2	-12.5
TOPLAM TEKSTİL İHRACATI	627.617	638.447	1.7	1.234.528	100.0	1.227.633	100.0	-0.6

TÜRKİYE DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI

	2011 MART 1000 \$	2012 MART 1000 \$	DEĞİŞİM %	2011 OCAK - MART 1000 \$	TOPLAM DERİDE PAY %	2012 OCAK - MART 1000 \$	TOPLAM DERİDE PAY %	DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	17.692	32.910	86.0	56.738	18.7	76.971	22.3	35.7
İTALYA	9.420	12.820	36.1	25.434	8.4	28.435	8.2	11.8
ALMANYA	8.622	9.628	11.7	25.454	8.4	25.879	7.5	1.7
IRAK	7.199	8.277	15.0	12.774	4.2	18.323	5.3	43.4
İNGİLTERE	4.380	5.566	27.1	13.676	4.5	16.706	4.8	22.2
FRANSA	5.653	4.740	-16.2	19.164	6.3	14.839	4.3	-22.6
UKRAYNA	5.357	11.750	119.3	16.073	5.3	14.564	4.2	-9.4
SUUDİ ARABİSTAN	2.492	4.002	60.6	5.847	1.9	10.115	2.9	73.0
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	3.469	3.067	-11.6	8.122	2.7	8.891	2.6	9.5
HONG KONG	2.969	3.915	31.8	6.564	2.2	8.631	2.5	31.5
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	67.254	96.676	43.7	189.845	62.6	223.354	64.6	17.7
İSPANYA	2.013	2.854	41.8	7.169	2.4	7.085	2.0	-1.2
HOLLANDA	1.532	1.493	-2.5	6.524	2.2	6.700	1.9	2.7
BULGARİSTAN	1.472	3.019	105.1	5.362	1.8	6.666	1.9	24.3
KAZAKİSTAN	7.978	2.334	-70.7	18.917	6.2	5.767	1.7	-69.5
ABD	1.848	2.588	40.0	4.701	1.6	5.738	1.7	22.1
KIRGIZİSTAN	617	2.260	266.3	2.125	0.7	4.354	1.3	104.9
AZERBAYCAN	865	1.441	66.7	2.295	0.8	4.168	1.2	81.6
ROMANYA	2.562	2.185	-14.7	4.836	1.6	4.136	1.2	-14.5
AVUSTURYA	1.598	2.588	62.0	2.994	1.0	3.953	1.1	32.0
DANİMARKA	1.091	1.271	16.6	4.579	1.5	3.757	1.1	-18.0
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	89.287	97.187	8.8	189.865	62.6	223.369	64.6	17.6
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	741	1.402	89.3	1.877	0.6	3.637	1.1	93.7
YUNANİSTAN	1.613	1.674	3.8	3.134	1.0	3.195	0.9	2.0
BELÇİKA	1.521	1.175	-22.8	3.911	1.3	2.798	0.8	-28.5
TÜRKMENİSTAN	947	1.567	65.5	1.481	0.5	2.764	0.8	86.7
İSVİÇRE	606	1.134	87.0	2.145	0.7	2.596	0.8	21.1
LİBYA	0	818	100.0	342	0.1	2.518	0.7	636.8
BEYAZ RUSYA	1.036	982	-5.1	2.324	0.8	2.331	0.7	0.3
POLONYA	579	923	59.4	1.576	0.5	2.232	0.6	41.7
ÖZBEKİSTAN	157	904	476.9	601	0.2	2.170	0.6	260.9
İSRAİL	878	1.297	47.7	2.234	0.7	2.098	0.6	-6.1
CEZAYİR	171	585	242.7	459	0.2	1.954	0.6	325.7
KKTC	1.407	1.208	-14.2	2.118	0.7	1.827	0.5	-13.7
MISIR	178	1.245	600.1	785	0.3	1.727	0.5	120.0
SİRBİSTAN	582	626	7.6	1.325	0.4	1.720	0.5	29.8
TATARİSTAN	128	510	299.4	1.082	0.4	1.656	0.5	53.1
TUNUS	340	671	97.2	637	0.2	1.610	0.5	152.7
MOLDAVYA	28	574	1,953.2	233	0.1	1.504	0.4	544.3
İSVEÇ	271	455	67.7	814	0.3	1.502	0.4	84.6
GÜRCİSTAN	594	678	14.2	1.191	0.4	1.380	0.4	15.9
TACİKİSTAN	260	674	100.0	639	0.2	1.341	0.4	110.0
İRAN	147	334	126.4	812	0.3	1.336	0.4	64.5
GÜNEY KORE	846	669	-20.9	1.861	0.6	1.329	0.4	-28.6
MAKEDONYA	422	863	104.6	809	0.3	1.165	0.3	44.1
ÇEK CUMHURİYETİ	394	499	26.7	1.022	0.3	1.151	0.3	12.6
KANADA	369	365	-1.0	775	0.3	1.139	0.3	46.9
LİTVANYA	319	499	56.4	923	0.3	1.098	0.3	18.9
İNGİLİZ VIRJİN ADALARI	2	1.045	59,619.0	12	0.0	1.045	0.3	8,460.6
LÜBNAN	333	516	54.9	947	0.3	1.003	0.3	5.9
AVUSTRALYA	27	165	523.0	289	0.1	842	0.2	191.1
SLOVAKYA	409	393	-3.8	799	0.3	834	0.2	4.3
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	143.160	65.625	-54.2	94	0.0	95	0.0	0.8
DiĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	-30.830	85.408	-377.0	303.193	100.0	345.685	100.0	14.0
AB (27) TOPLAMI	45.317	53.442	17.9	130.800	43.1	134.179	38.8	2.6
TOPLAM DERİ ve DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI	112.330	151.033	34.5	303.287	100.0	345.780	100.0	14.0

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

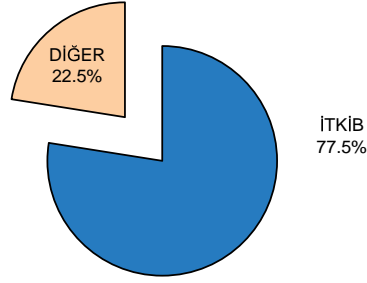
TÜRKİYE HALI İHRACATI

	2011 MART 1000 \$	2012 MART 1000 \$	DEĞİŞİM %	2011 OCAK - MART 1000 \$	TOPLAM HALIDA PAY %	2012 OCAK - MART 1000 \$	TOPLAM HALIDA PAY %	DEĞİŞİM %
SUUDİ ARABİSTAN	17.121	31.613	84.6	45.764	14.0	81.007	17.9	77.0
ABD	12.077	17.260	42.9	32.675	10.0	46.011	10.2	40.8
LİBYA	1	13.928	2.336.800.6	4.994	1.5	41.741	9.2	735.8
ALMANYA	9.624	9.525	-1.0	24.230	7.4	29.711	6.6	22.6
MISIR	461	8.427	1.727.2	4.139	1.3	17.420	3.8	320.8
IRAK	2.272	5.960	162.3	9.749	3.0	16.061	3.5	64.7
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	3.214	6.031	87.6	9.983	3.0	14.318	3.2	43.4
RUSYA FEDERASYONU	2.862	3.975	38.9	8.557	2.6	11.583	2.6	35.4
İNGİLTERE	4.221	3.696	-12.4	11.776	3.6	11.162	2.5	-5.2
POLONYA	3.800	4.105	8.0	8.450	2.6	8.811	1.9	4.3
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	55.653	104.520	87.8	160.317	48.9	277.824	61.3	73.3
UKRAYNA	2.638	3.199	21.3	8.871	2.7	8.810	1.9	-0.7
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	1.168	2.993	156.2	3.836	1.2	8.204	1.8	113.9
İRAN (İSLAM CUM.)	1.534	1.427	-6.9	9.540	2.9	7.896	1.7	-17.2
İSRİL	1.816	2.072	14.1	6.036	1.8	7.237	1.6	19.9
KAZAKİSTAN	3.672	2.564	-30.2	10.066	3.1	7.115	1.6	-29.3
KUVEYT	3.753	1.962	-47.7	7.670	2.3	6.968	1.5	-9.2
ROMANYA	2.327	2.697	15.9	5.794	1.8	6.839	1.5	18.0
BELÇİKA	2.687	2.546	-5.3	6.725	2.1	6.614	1.5	-1.6
TACİKİSTAN	2.010	1.755	-12.7	5.427	1.7	6.136	1.4	13.1
AFGANİSTAN	1.286	2.076	61.4	3.721	1.1	6.041	1.3	62.4
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	78.946	104.686	32.6	160.337	48.9	277.840	61.3	73.3
TÜRKMENİSTAN	1.385	1.588	14.7	5.193	1.6	5.711	1.3	10.0
AZERBAYCAN-NAHÇİVAN	1.870	1.565	-16.3	5.860	1.8	4.958	1.1	-15.4
İTALYA	2.116	2.071	-2.2	5.541	1.7	4.863	1.1	-12.2
JAPONYA	2.229	1.132	-49.2	6.123	1.9	4.672	1.0	-23.7
GÜNEY AFRIKA CUMHURİ	1.773	1.504	-15.1	4.832	1.5	4.446	1.0	-8.0
CEZAYİR	1.069	1.828	70.9	2.211	0.7	4.426	1.0	100.2
FAS	1.107	1.606	45.1	2.691	0.8	3.807	0.8	41.4
SLOVAKYA	223	1.167	424.1	685	0.2	3.554	0.8	419.1
KIRGIZİSTAN	1.209	1.671	38.2	2.816	0.9	3.524	0.8	25.1
KANADA	1.119	667	-40.4	2.057	0.6	3.135	0.7	52.4
AHL SERBEST BÖLGE	1.918	1.557	-18.8	2.786	0.9	3.044	0.7	9.3
FRANSA	5.674	1.105	-80.5	10.213	3.1	2.871	0.6	-71.9
MALEZYA	775	1.117	44.1	1.908	0.6	2.745	0.6	43.8
İSVEÇ	780	875	12.2	1.959	0.6	2.453	0.5	25.2
PAKİSTAN	677	768	13.5	2.786	0.9	2.437	0.5	-12.5
AVUSTRALYA	714	975	36.6	1.391	0.4	2.432	0.5	74.8
LİTVANYA	50	2.171	4.264.6	50	0.0	2.264	0.5	4.451.8
ÇEK CUMHURİYETİ	419	1.006	140.2	974	0.3	2.100	0.5	115.7
KATAR	768	1.052	37.0	1.452	0.4	2.098	0.5	44.5
AVUSTURYA	484	794	64.1	1.635	0.5	1.923	0.4	17.6
YEMEN	414	649	56.8	1.181	0.4	1.782	0.4	51.0
MACARİSTAN	588	933	58.7	1.364	0.4	1.670	0.4	22.5
BREZİLYA	374	595	59.0	1.150	0.4	1.632	0.4	42.0
BOSNA-HERSEK	449	842	87.7	1.188	0.4	1.632	0.4	37.4
UMMAN	463	403	-12.9	1.383	0.4	1.499	0.3	8.4
BULGARİSTAN	334	750	124.5	610	0.2	1.463	0.3	139.8
ŞİLİ	316	390	23.4	1.434	0.4	1.349	0.3	-5.9
İSVİÇRE	743	733	-1.3	1.287	0.4	1.327	0.3	3.1
ENDONEZYA	523	848	62.1	1.082	0.3	1.295	0.3	19.6
PORTEKİZ	647	677	4.5	1.265	0.4	1.172	0.3	-7.4
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	160.852	2.344.550	1.357.6	93	0.0	95	0.0	3.0
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	-39.561	-2.175.951	5.400.3	327.575	100.0	453.071	100.0	38.3
AB (27) TOPLAMI	39.560	36.333	-8.2	90.645	27.7	92.855	20.5	2.4
TOPLAM HALI İHRACATI	121.291	168.599	39.0	327.668	100.0	453.166	100.0	38.3

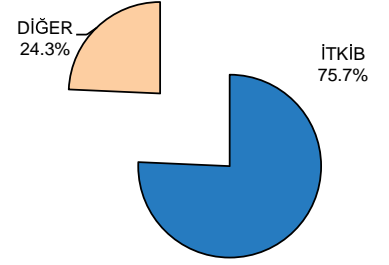
(*) Toplam satırında, son ay verileri için İhracatçı Birlikleri kayıtları, önceki dönemler için TÜİK kayıtları esas alınmıştır.

Ocak-Mart 2012		
	İTKİB	DİĞER
KONFEKSİYON	77.5	22.5
TEKSTİL	50.2	49.8
DERİ	75.7	24.3
HALI	18.9	81.1
		12,608,184
İTKİB	1,729,535	
DİĞER	10,878,649	

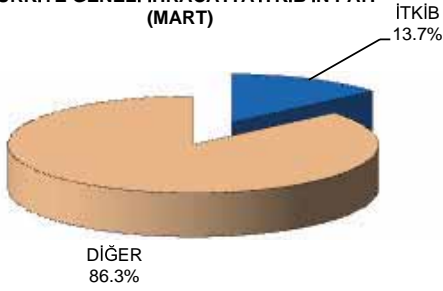
TÜRKİYE HAZIRGIYIM ve KONFEKSİYON İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-MART)



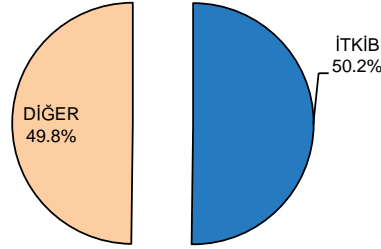
TÜRKİYE DERİ ve DERİ MAMÜLLERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-MART)



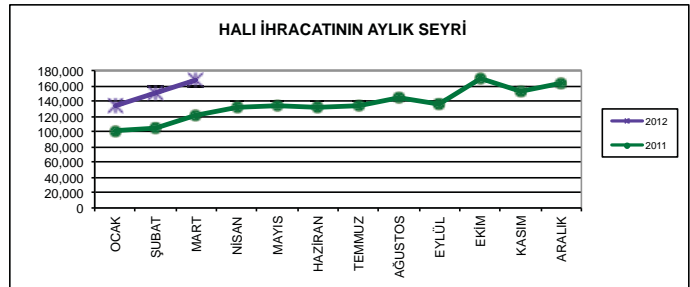
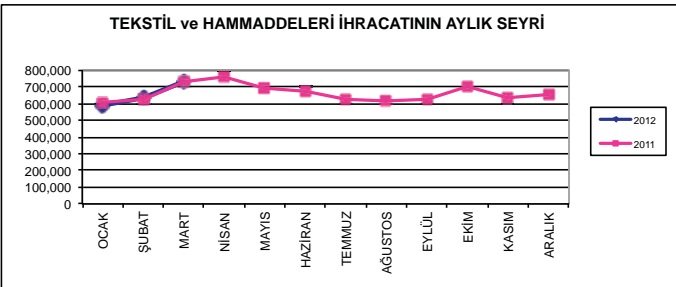
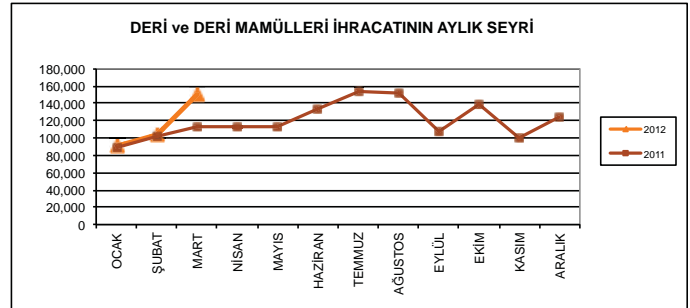
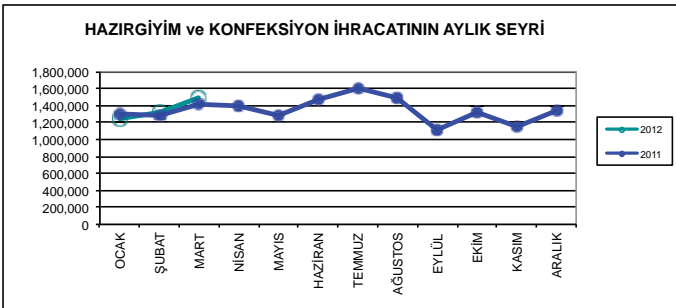
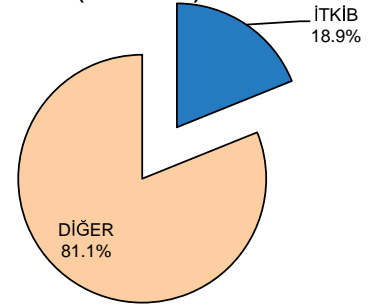
TÜRKİYE GENELİ İHRACATTA İTKİB'İN PAYI (MART)

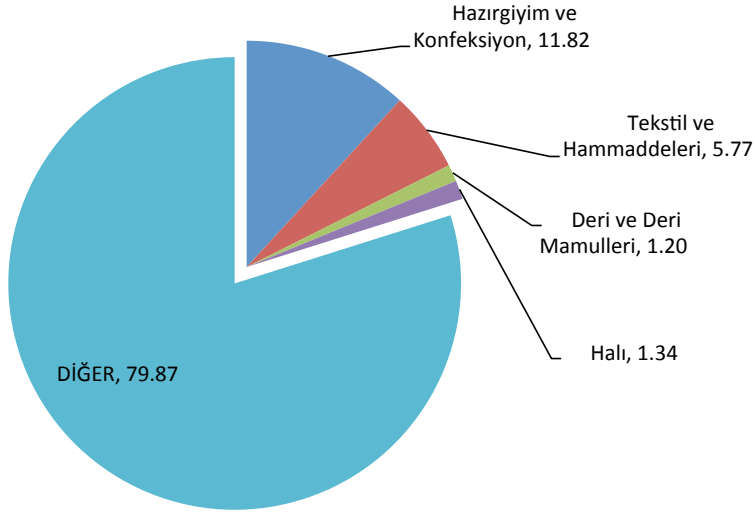


TÜRKİYE TEKSTİL ve HAMMADDELERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-MART)



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





2011 AYLIK DÖVİZ KURLARI (TL)		
	\$	EURO
1 Ocak 2011	1.5476	2.0606
1 Şubat 2011	1.5814	2.1729
1 Mart 2011	1.5980	2.2097
1 Nisan 2011	1.5360	2.1739
1 Mayıs 2011	1.5127	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

2012 AYLIK DÖVİZ KURLARI (TL)		
	\$	EURO
1 Ocak 2012	1.7725	2.3372
1 Şubat 2012	1.7569	2.3616
1 Mart 2012	1.7902	2.3570
1 Nisan 2012	1.7567	2.3072
1 Mayıs 2012		
1 Haziran 2012		
1 Temmuz 2012		
1 Ağustos 2012		
1 Eylül 2012		
1 Ekim 2012		
1 Kasım 2012		
1 Aralık 2012		

SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI - 1000 \$

	MART				OCAK - MART				SON 12 AY			
	2011	2012	Değişim ('11/'10)	Pay ('11) (%)	2011	2012	Değişim ('12/'11)	Pay ('12) (%)	2010-2011	2011-2012	Değişim ('12:'11/'11-'10)	Pay ('11-'12) (%)
I. TARIM	1,477,004	1,675,883	13.47	13.29	4,217,100	4,740,663	12.42	13.64	15,758,249	18,404,974	16.80	13.31
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	1,097,236	1,195,341	8.94	9.48	3,133,319	3,435,787	9.65	9.89	11,682,909	13,372,044	14.46	9.67
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mam.	438,874	535,705	22.06	4.25	1,208,284	1,508,933	24.88	4.34	4,326,698	5,759,421	33.11	4.16
Yaş Meyve ve Sebze	216,570	194,561	-10.16	1.54	699,871	569,542	-18.62	1.64	2,329,278	2,207,137	-5.24	1.60
Meyve Sebze Mamulleri	94,661	103,260	9.08	0.82	264,202	288,783	9.30	0.83	1,139,938	1,229,050	7.82	0.89
Kuru Meyve ve Mamulleri	112,481	107,021	-4.85	0.85	313,457	311,359	-0.67	0.90	1,310,919	1,370,098	4.51	0.99
Fındık ve Mamulleri	130,201	138,025	6.01	1.09	379,213	403,776	6.48	1.16	1,625,323	1,786,632	9.92	1.29
Zeytin ve Zeytinyağı	18,288	19,498	6.62	0.15	46,140	50,347	9.12	0.14	170,139	185,372	8.95	0.13
Tütün ve Mamulleri	74,347	86,830	16.79	0.69	197,735	281,073	42.15	0.81	719,124	760,460	5.75	0.55
Süs Bitkileri	11,814	10,440	-11.63	0.08	24,417	21,974	-10.01	0.06	61,491	73,874	20.14	0.05
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	104,072	147,818	42.03	1.17	304,799	407,296	33.63	1.17	1,033,831	1,523,407	47.36	1.10
Sü Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	104,072	147,818	42.03	1.17	304,799	407,296	33.63	1.17	1,033,831	1,523,407	47.36	1.10
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	275,696	332,725	20.69	2.64	778,982	897,580	15.22	2.58	3,041,509	3,509,523	15.39	2.54
Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri	275,696	332,725	20.69	2.64	778,982	897,580	15.22	2.58	3,041,509	3,509,523	15.39	2.54
II. SANAYİ	9,905,790	10,625,361	7.26	84.27	26,342,507	28,736,012	9.09	82.71	98,402,758	113,899,012	15.75	82.36
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	966,627	1,047,086	8.32	8.30	2,598,404	2,754,339	6.00	7.93	9,723,274	11,208,204	15.27	8.10
Tekstil ve Hammaddeleri	733,006	727,453	-0.76	5.77	1,967,449	1,955,393	-0.61	5.63	6,986,547	7,937,129	13.61	5.74
Deri ve Deri Mamulleri	112,330	151,033	34.46	1.20	303,287	345,780	14.01	1.00	1,383,820	1,516,837	9.61	1.10
Halı	121,291	168,599	39.00	1.34	327,668	453,166	38.30	1.30	1,352,907	1,754,238	29.66	1.27
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	1,296,710	1,650,070	27.25	13.09	3,621,473	4,354,033	20.23	12.53	13,236,085	16,501,612	24.67	11.93
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	1,296,710	1,650,070	27.25	13.09	3,621,473	4,354,033	20.23	12.53	13,236,085	16,501,612	24.67	11.93
C. SANAYİ MAMULLERİ	7,642,453	7,928,206	3.74	62.88	20,122,630	21,627,639	7.48	62.25	75,443,398	86,189,196	14.24	62.32
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1,414,220	1,489,664	5.33	11.82	4,001,198	4,046,201	1.12	11.65	15,089,974	16,209,976	7.42	11.72
Otomotiv Endüstrisi	1,933,301	1,916,507	-0.87	15.20	5,010,135	5,168,993	3.17	14.88	17,931,255	20,490,048	14.27	14.82
Gemi ve Yat	166,470	94,218	-43.40	0.75	311,116	242,590	-22.03	0.70	1,226,895	1,262,426	2.90	0.91
Elektrik - Elektronik Mak. Bilişim	924,386	1,138,340	23.15	9.03	2,421,434	2,918,122	20.51	8.40	10,059,431	11,694,568	16.25	8.46
Makine ve Aksamları	427,589	466,910	9.20	3.70	1,098,539	1,300,544	18.39	3.74	4,193,651	5,267,201	25.60	3.81
Demir ve Demir Dışı Metaller	545,886	579,746	6.20	4.60	1,493,060	1,565,431	4.85	4.51	5,451,513	6,357,015	16.61	4.60
Çelik	1,382,703	1,341,525	-2.98	10.64	3,641,485	3,967,025	8.94	11.42	13,388,211	15,624,528	16.70	11.30
Çimento Cam Seramik ve Toprak	273,869	281,785	2.89	2.23	724,171	727,949	0.52	2.10	3,117,777	3,165,779	1.54	2.29
Mücevher	147,467	136,066	-7.73	1.08	349,499	550,767	57.59	1.59	1,290,702	1,674,143	29.71	1.21
Savunma Sanayii	63,979	123,634	93.24	0.98	166,785	218,876	31.23	0.63	320,028	563,823	76.18	0.41
İklimlendirme Sanayii	353,992	351,816	-0.61	2.79	885,154	901,796	1.88	2.60	3,309,576	3,806,839	15.02	2.75
Diğer Sanayi Ürünleri	8,590	7,996	-6.91	0.06	20,053	19,345	-3.53	0.06	64,386	72,848	13.14	0.05
III. MADENCİLİK	278,180	306,939	10.34	2.43	817,859	842,455	3.01	2.42	3,755,597	3,885,062	3.45	2.81
Madencilik Ürünleri	278,180	306,939	10.34	2.43	817,859	842,455	3.01	2.42	3,755,597	3,885,062	3.45	2.81
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat					41,053	425,757	937.08	1.23	1,410,689	2,102,563	49.05	1.52
T O P L A M (*)	1,660,974	12,608,184	8.12	100	51,422,549	34,744,886	10.57	100	19,327,294	138,291,610	15.89	100

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

■ B-RL-KLER

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

Doğu Anadolu İhracatçı Birliği (DA-B)
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 İhracatçı 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
İnternet: 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
İnternet: 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
İnternet: 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
İnternet: www.iib.org.tr

İstanbul Maden ve Metal İhracatçı Birlikleri (İMMİB)
Tel: 0 212 454 00 00
Faks: 0 212 454 00 01
İnternet: 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
İnternet: 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
İnternet: www.foreigntrade.gov.tr

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

■ DERNEKLER

Adana Giyim Markaları Derneği (AGİMAD)
Tel: 0 322 453 53 21
İnternet: 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
İnternet: www.agsd.org.tr

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

Ege Giyim Sanayicileri Derneği (EGSD)
Tel: 0 232 446 46 93
Faks: 0 232 441 10 43
e-mail: ayfera@egsd.org.tr
İnternet: 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
İnternet: 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: ifdad@ifdad.com
İnternet: www.ifdad.com

Konfeksiyon Yan Sanayicileri Derneği (KYSD)
Tel: 0 212 438 12 96 - 97
Faks: 0 212 438 12 98
e-mail: kysder@superonline.com
İnternet: 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
Faks: 0 212 553 80 80
e-mail: mesiad@mesiad.org.tr
İnternet: www.mesiad.org.tr

Moda Tasarımcıları Derneği (MDT)
Tel: 0 212 296 90 45
Faks: 0 212 296 90 47
www.mtd.org.tr

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

Tüm İçgiyim Sanayicileri Derneği (TİGSAD)
Tel: 0 212 438 65 15
Faks: 0 212 438 65 16
e-mail: info@tigsad.org
İnternet: 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 Konfeksiyoncular Derneği (TDKD)
Tel: 0 212 665 27 47
Faks: 0 212 546 77 53
e-mail: tdkd@tdkd.org.tr
İnternet: www.tdkd.org.tr

Türkiye Dış Ticaret Derneği (TÜRKTİADE)
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
İnternet: www.tgسد.org

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

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

Ekonomi Müsteşarlığı
Tel: 0 312 204 75 00
İnternet: www.ekonomi.gov.tr

Türkiye İstatistik Kurumu
Tel: 0 312 4100410
İnternet: www.tuik.gov.tr

Gümrük ve Ticaret Müsteşarlığı
Tel: 0 312 306 87 59-60
Faks: 0 312 3068765

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

İhracat Geliştirme Etüt Merkezi (İCEME)
Tel: 0 312 417 22 33
İstanbul Tel: 0 212 454 08 00
e-mail: igeme@igeme.org.tr
İnternet: 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
İnternet: www.kosgeb.gov.tr

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

Sosyal Güvenlik Kurumu
Tel: 0 312 466 71 57
Faks: 0 312 457 81 00
İstanbul Tel: 212 252 05 00
İnternet: ankarasgim@sgk.gov.tr

İstanbul Vergi Dairesi Başkanlığı
Tel: 0 212 402 44 00
İnternet: 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 (ÖZİPLİK-İŞ)
Tel: 0 312 232 06 07
Faks: 0 312 231 99 55
e-mail: oziplik@oziplikis.org.tr
İnternet: www.oziplikis.org.tr

Tekstil Mühendisleri Odası
Tel: 0 232 446 22 45
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: targdev@targdev.org.tr
İnternet: www.targdev.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
İnternet: 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: istrakyasb@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 (ÖZİPLİK-İŞ)
Tel: 0 216 394 19 07
Faks: 0 216 394 19 21

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

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

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

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

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

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

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

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

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 diğer giyim ve ev tekstili firmalarının tercihi olmuştur. Filofibra güvencesi ile İstanbul depolarımızdan anında fabrikalarınıza servis avantajı ile...

**Kingdom; ketenle
daha kaliteli yaşam.**



FİLOFİBRA PAZARLAMA A.Ő.

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: filofibra@filofibra.com.tr - web: www.filofibra.com.tr
www.kingdom-china.com



FASHION FABRICS

UNIVERSAL



CONFIDENCE IN TEXTILES
CONFIDENCE IN UNIVERSAL FABRICS



ULTRA-FRESH



ÜNİVERSAL TEKSTİL SANAYİ VE TİCARET LTD. ŞTİ.

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