

İTKİB HEDEF 221

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

15 MAYIS - 15 HAZİRAN 2012

İTKİB HEDEF 15 MAYIS - 15 HAZİRAN 2012 SAYI 221

EVTEKS'İN GÖZÜ BİRİNCİLİKTE

İHRACATÇI
2023 HEDEFİNE
YÜRÜYOR

EKOTEKS'LE
MÜKEMMELLİĞE
DOĞRU

ISSN: 1309-579X

ASTAŞ JUKI

Teknoloji ve Çözümler Dünyası



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 D 8001

Yüksek Katlı Kesim Makinası (Cutter)



astasjuki@astasjuki.net | www.astasjuki.net

ASTAŞ JUKI

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



Doğayla Kucaklaş. Pamuğu Seç.

www.cottonusaturkey.com





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,
Efsane TURAN, Özcan SÜMER, Sultan
TEPE, Ömer ÖZPEHLİVAN, Derya
YARANGÜMELİ, Muammer AKÇAY,
Riva PINTO, Didem SÜMER, Vehbi
CANPOLAT, Gengiz ÖZMEN, Ferzat
ERDEBİL, Arzu Odabaşı SARI, Hüseyin
ÇETİN, Ali Cafer ÇELİK, Yücel ELİBOL,
Zali MISIRLIOĞLU, Uğur UYSAL,
Bülent ÖZOZAN, Hazım EVRENGİL

YAZI KURULU

Cemal BAYAZIT, Esin USTA, Hüsnüye
GÖKART

YÖNETİM YERİ

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

YAPIM

Küçük mucizeler

Küçük Mücizeler Yayıncılık ve İletişim
Hizmetleri Ltd. Şti.

YAYIN DİREKTÖRÜ

Tolga TOPÇU
tolgatopcu@kucukmucizeler.com

SORUMLU YAZI İŞLERİ MD.

Hüsnüye PAMUK
husnepamuk@kucukmucizeler.com

GRAFİK TASARIM

Uğur KARAGÜL

EDİTÖRLER

Bahtiyar ORHAN
bahtiyar@kucukmucizeler.com

Aslı KARAKAYA

aslikarakaya@kucukmucizeler.com

Hülya ULUPINAR

hulyaulupinar@kucukmucizeler.com

FOTOĞRAFLAR

İFA - www.ifatolye.com

PAZARLAMA İLETİŞİMİ

REKLAM GRUPO DİREKTÖRÜ

Özgür SEYHAN
ozgurseyhan@kucukmucizeler.com

REKLAM SATIŞ KOORDİNATÖRÜ

Özgür HASÇELİK
ozgurhascelik@kucukmucizeler.com

BASKI CİLT

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

Hedef Dergisi İTKİB adına Küçük Mücizeler 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

22 PANEL

Deri sektörünün hedefinde uzakdoğu var

24 SEKTÖR

Hazır giyimde gündem yoğun

25 SEKTÖR

Tekstil sektörü kurulu bir arada

26 ADVERTORIAL

Première Vision sizi bekliyor

28 SEKTÖR

Tekstilciler İtalya ile ilişkileri sıklaştırıyor

30 FUAR

Halicilerin fuar gündemi yoğun:
Bugün Moskova, yarın İstanbul

32 İMA

"Modayla Tanışma Günleri"nin konusu
Bora Aksu oldu

34 GÜNDEM

Yeni Türk Ticaret Kanunu'na hazır mısınız?

38 FUAR

Evtex'in gözü birincilikte

52 SEMPOZYUM

Tekstilde mükemmelliğe giden yol
bu sempozyumdan geçti

58 TASARIM

Eurovision'da Hatice Gökçe imzası

62 BAŞARI HİKAYESİ

Nasıl başardılar ?

72 SEKTÖR

Eximbank limitlerinin çıkışı yüksek

74 RÖPORTAJ

MTD'nin çiçeği burnunda Başkanı: Mehtap Elaidi

78 SEKTÖR

İHKİB ve MTD el sıkıştı

80 SEKTÖR

İTKİB Brezilya Alım Heyeti'ni ağırladı

84 PAZAR

Tekstilcilerin hedefinde Sırbistan ve Hırvatistan var

92 KONFERANS

İhracatçı 2023 hedefine yürüyor

96 ANKET

İhracat anketi kredi müjdesiyle açıklandı

98 SEMİNER

Dünya markası nasıl olunur ?

102 SEKTÖR

DTG 2012'yi "Deri Yılı" ilan etti

106 İNOVASYON

Satın almada alışkanlıklar değişiyor

110 PAZAR

"Arap Baharı"nda rüzgar Türkiye'den yana

116 TASARIMCI

Tasarımın XL boyutu

120 BRÜKSEL MEKTUBU

122 TEKNOLOJİ

Gelecek dijital baskıda

124 TİCARET HUKUKU

126 KALKINMA

GMKA yatırımcının yanında

128 SEKTÖR

Mısır, pamuğun yerine göz dikti

130 MODA

Bu bloglar moda yön veriyor

Emr

Yeni gizli fermuar

Şimdi
daha güçlü,
daha gizli

Amman
Nazar Değmesin!



MARKALAR BU KEZ BABALAR İÇİN HAZIRLANDI



En moda hediyeler Bonprix'de

Babalar Günü, babanızın gardırobunu yenilemek için mükemmel bir zaman. Babanıza günün modasına uygun çeşitli gömlekler, polo tişörtler, pantolonlar, ceketler, ayakkabılar, hatta spor ve plaj kıyafetleri hediye edebilirsiniz. Bonprix'nin büyük bedene dek uzanan farklı kalıpları babanızın konforunu garantilerken, farklı zevklere hitap eden binlerce kıyafet seçeneği kişisel stilini günümüzce kişiselleştirecek sürpriz indirimler de babalar ve çocuklarını bekliyor olacak. Dahası 14-17 Haziran tarihleri arasında gerçekleştirecek sürpriz indirimler de babalar ve çocuklarını bekliyor olacak.



Alışverişi sevmeyen babaları mutlu edin

Dockers® Khaki Günleri, 1-17 Haziran arasında gerçekleşecek. Fit gösteren Alpha Khaki'ler, eskidikçe mükemmelleşen Ultimate Chino'lar, popüler kargo pantolonlar, çift taraflı giyilebilen şortlar ve daha pek çok çeşit Dockers®'ta babanızı bekliyor. Babanız için yeni sezona özgü parlak ateş, canlı saks mavisi, koyu turkuvaz yeşili gibi cesur renklerin yanı sıra bej, kahve, yeşil ve gri tonlarını da tercih edebilirsiniz. Polo gömleklere kalın çizgilerin hakimiyeti devam ederken, yıkamalı poplin gömleklere hem kısa hem de uzun kollu modellerle geri dönüyor.



Babalar için

yeni ve farklı koleksiyonlar

2012 İlkbahar/Yaz Koleksiyonu'yla beğeni kazanan NetWork, Babalar Günü için sunduğu alternatiflerle hediye arayışında olanların yardımına yetişiyor. NetWork, bu sezondan itibaren mağazalarda yerini alan Zone, NetWork Black ve Touch koleksiyonlarıyla davet şıklığından hafta sonu rahatlığına kadar giysilerinde farklı tarzları yakalamayı seven babalara hitap ediyor. Gömlekten ceket, kravattan kol düğmesine, çantadan ayakkabıya kadar uzanan hediye seçenekleriyle bu özel günü daha da anlamlı kılmak isteyenler NetWork mağazalarını tercih edebilir.

Babalar Günü'nün parlayan yıldızı **Kiğılı**

Türkiye'nin erkek giyim markası Kiğılı, bu yıl da babalar gününde babasına en güzel hediyeyi "Ben almalyım" diyenlerin ilk tercihi olacak. Birçok farklı renk seçeneği ile kravatlardan, modern desenler ve armalarla süslenmiş gömleklere, şıklığı ve asaleti yansıtan kol düğmelerinden cüzdandan ve kemerlere kadar sayısız çeşitli hediye seçenekleri Kiğılı mağazalarında sizleri bekliyor. Ayrıca kahverengi ve siyah deri kemerler, kol düğmeleri, fularlar da yine Kiğılı'nın Babalar Günü'ne özel ürünleri arasında. Dilerseniz e-kigili üzerinden de babanıza en uygun hediyeyi seçebilirsiniz.



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



Hem hafif hem de şık

Türkiye'de bir ilke imza atarak, en hafif takım elbise Zero Wight'i yaratan Ramsey, Babalar Günü'nde geniş ürün yelpaze-siyle sizleri bekliyor. 2012 İlkbahar/Yaz Koleksiyonu'nda keten-koton karışımı kumaşlar kullanarak astarsız, malzemesiz ve yıkamalı olarak tasarlanan Zero Weight takımlar dışında marka; Ramsey, Sartoria, Sport ve OnyxRamsey olmak üzere dört farklı line'dan oluşan yeni koleksiyonunu beğeniye sunuyor. Ramsey ile Sartoria, ilhamını modern mimariden ve Barcelona şehrine hayat veren ünlü mimar Antonio Gaudi'den alırken Sport'ta Akdeniz kıyıları'nın renkli dünyası, OnyxRamsey'de ise origami sanatının etkisi hakim.



Modern ve stil sahibi babalara özel

Hush Puppies 2012 Yaz koleksiyonu iddialı ve renkli tasarımları ile dikkatleri üzerine çekiyor. Hush Puppies, yeniden Türkiye pazarına giriş yaparak, özenle seçilen birinci sınıf derilerden üretilen şık ve konforlu ayakkabılarıyla genç, yaşlı, spor, klasik tüm babaların zevkine hitap edecek. Taba ve mavinin en can alıcı tonları başta olmak üzere, pastel ve natural renklere de bürünen Hush Puppies, babalar günü hediye seçiminize renk katıyor. Birinci sınıf deri ve süet derileri tamamen doğal ürünlerle renklendiren Hush Puppies, şıklığınızı ve rahatlığınızı olduğu kadar sağlığınıza da önemiyor.



Babanızı yükten kurtarın

Yaygın Çanta'dan "çekçekli evrak çantası" ile babalarınızın iş yükünü hafifletin. Elde taşıma kulpunun yanı sıra, pratik çekçeği ve çift tekerleği ile maksimum seviyede hareket kabiliyeti sağlayan çantalarda beş ayrı bölme bulunuyor. Seyahatler için yanınıza alabileceğiniz kıyafet bölmesi, 17 inch lap-top için özel korunaklı bölmesi, cepleri ve pratik bölmesi sayesinde sık kullandığınız ve hızlı ulaşmanız gereken eşyalarınız kolayca elinizin altında. Uçakla yapılan seyahatlerde, uçuş esnasında yanınıza alabileceğiniz kabin boyu özelliği ile de bagaj bekleme sorununu ortadan kaldırıyor. Gömlekler hem kısa hem de uzun kollu modellerle geri dönüyor.



Zamansız bir tasarım hediye edin

Dünyanın en prestijli lüks moda markalarından biri olan Cerruti 1881, İtalyan terziliği ile Paris zarafetini buluşturarak zamansız tasarımlara imza atıyor. Sezon trendi desenli gömleklerden breton desenli polo yaka t-shirtlere, klasik deri ceketlerden yazlık denim şortlara babanızın ince zevkine hitap eden tasarımlarla bu Babalar Günü'nü unutulmaz kılabilirsiniz. Zengin aksesuar koleksiyonunda ise zarif cüzdanlar, gerek gündelik hayatta gerekse iş hayatında vazgeçilmez olacak çantalar ve deri kemerler arasından seçim yapmakta zorlanacaksınız. Markanın kravat koleksiyonunda klasik tutkunu babalar için puantiye detaylı kravatlar, günlük şıklığını kravatıyla tamamlamak isteyenler içinse örgü modeller bulunuyor.





T-8752C



Z 8550



BAS342G



GT-3



RH9820



BM-1000



BE-438F

bir dünya markası...

brother®

at your side



0212 495 00 00

Basın Ekspres Yolu No:5/A
Uğur Plaza Halkalı 34303 İstanbul

uguras@brothertr.com
www.brothertr.com

Türkiye Distribütörü

UĞUR®
M A K İ N A



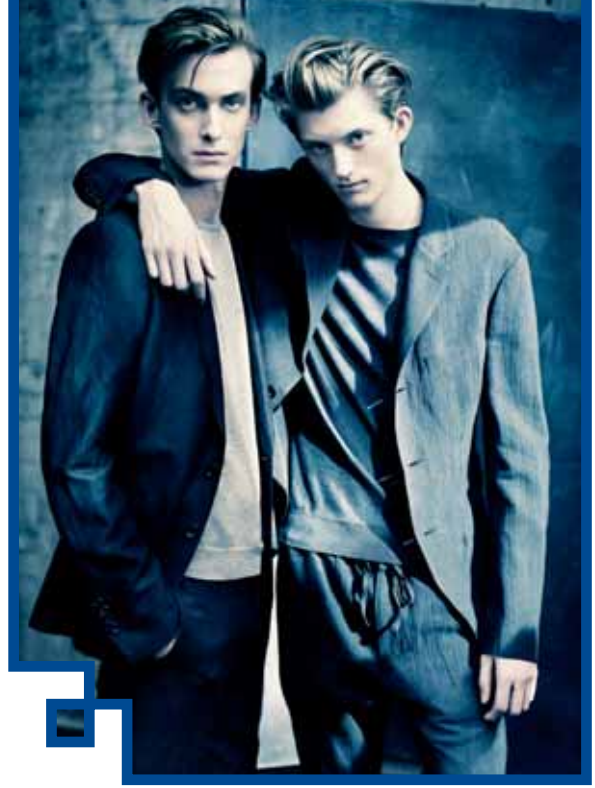
Levi's®'tan ayaklara özgürlük

Bütün yıl özlemle beklenen yaz mevsimi geldiğine göre, yepyeni bir çift flip flop (parmak arası terlik) almanın da vakti gelmiş demektir. Levi's®'in hem erkek hem de kadın koleksiyonunda yer alan flip flop'lar sade tasarımlarıyla tüm yazlık kıyafetlerinize uyum gösteriyor. Bikinilerin, şort mayoların, eteklerin ve şortların eşlikçisi olan Levi's®'in flip flopları son derece rahat, kullanışlı ve dayanıklı. Levi's® flip flop'lar, beyaz, siyah, kırmızı, mavi ve lacivert renklerde karşımıza çıkıyor ve yaz aylarının vazgeçilmezi oluyor.



Hayat sen yenilendikçe değişir

Klasik ve spor giyimde dünya trendlerini Türk modasına taşıyan KİP, renkleri, çizgisi, hissedilmeyecek kadar hafif ve kaliteli kumaşlarıyla hazırladığı tasarımlarıyla bu sezon lacivert, siyah ve beyazın yanı sıra kırmızı, fuşya, mor, sarı, turkuaz ve indigo mavisi renkleriyle klasik erkek çizgisinin dışına çıkıyor. Hafif ve rahat kesimli çift taraflı ceketler, ceket ve pantolonlarda kullanılan ipeklili, yünlü kumaşlar, özel tasarımlı sedef düğmeler, tarçın, karamel ve bej renklerinin uyumlu tonları, KİP erkeğinin farklı tarzını yansıtıyor.



İkinci mağaza Cadde'de

Cerruti 1881, Narmanlı'nın distribütörlüğünde İstanbul'u markanın sayılı bölgesel merkezlerinden biri haline getirmeyi hedefliyor. Son yıllarda Avrupa ile Ortadoğu arasında göz kamaştırıcı bir pazar olarak konumlanan İstanbul'da Cerruti 1881 ikinci mağazasını Bağdat Caddesi'nde açıyor. Yeni Cerruti 1881 mağazası, markanın dünya çapında tüm mağazalarına örnek teşkil edecek bir 'flagship' mağaza olarak konumlanıyor. Benoit Dupuis Mimarlık tarafından tasarlanan mağaza, uluslararası lüks markalarla yan yana olacağı caddede lüks dekorasyonu ve tasarımıyla markanın yeni imajını yansıtacak.



Bu yaz Mavi'yle rengarenk

2012 İlkbahar-Yaz Koleksiyonu'nda yer alan özel seriyle yazın en hit ve moda parçalarını kadınların beğenisine sunan Mavi, çarpıcı renkler ile çizgi ve çiçek desenlerinin öne çıktığı seri ile gündüzleri olduğu kadar geceleri de kadınların kurtarıcısı oluyor. Tarzıyla dikkat çekmeyi sevenlere hitap eden pantolon, elbise, etek ve bluzlar; kumaşı, kesimi ve detaylarıyla şıklığın adresi oluyor. Kadın gardıroplarının zamansız parçalarından maxi elbise ve etekler; çizgi, çiçek ve puantiye gibi kült desenler, cazibeli firfırlar ve ince püfllerle birleşerek ortaya Mavi'nin Akdenizli ruhunu Fransız şıklığı ve sadeliğiyle birleştiren bir stil çıkarıyor. Uçuşan kloş eteklerse, modadan da rahatından da ödün vermeyen şehirli kadınların favorisi oluyor.



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





KAYRA Orta Doğu'da Büyümeye Devam Ediyor

Farklı konsepti ile Türkiye'de muhafazakar giyime özgün bir bakış açısı getiren Kayra, Ortadoğu'da mağazalaşmaya devam ediyor Ortadoğu mağazalar ağına Irak ve Filistin'i de ekleyerek mağaza sayısını 15'e çıkardı. Arap Baharı sonrasında hareketlenen Ortadoğu'da Avrupalı şirketlerin aksine yatırımlarını hızla artırmakta olan Kayra, 2012 yılı hedefini Ortadoğu'da en az 3 yeni mağaza ile hizmet vermek olarak belirledi. Kayra, ürettiği yıllık ortalama 250.000 ürünün %30'unu başta Ortadoğu ülkeleri olmak üzere, Almanya, Fransa, Avusturya, Danimarka gibi Avrupa ülkelerine de ihraç ediyor.

Marine stilin en zarifi bu koleksiyonda

Avrupalı zenginliğin simgelerinden biri olan Cannes, Zoopa Cannes Soul koleksiyonuna ismini ve stilini veriyor. Denizci çizgilere pin-up tarzı bir seksapel de eşlik eden koleksiyon, çizgili kanvas malzemeden hazırlanmış kullanışlı, rahat ve şık çanta ve sandaletlerden oluşuyor.

Dünyaca ünlü markalara tasarım yapmış İtalyan, İspanyol ve Türk, üç genç tasarımcının hayal gücünden çıkan Zoopa!'nın 2012 İlkbahar-Yaz Koleksiyonu, yaza ruhunu veren festivallerden ilham almış 8 ayrı line'dan oluşuyor: Cannes, Woodstock, Sundance, Glastonbury, Oktoberfest, Mardi Gras, Cherry Blossom ve Venedik Karnavalı. Zoopa!, dünyanın dört bir yanından derlediği bu festival stilleriyle genç moda öncülerini eğlenceye davet ediyor.



'Sağlığa zararlı' kelimeleri hayatımızdan çıkıyor

Sertex, daha sağlıklı bir yaşam için PVC bazlı ürünlerinde insan sağlığına zararlı kabul edilen fitalat ve diğer toksit hammaddeleri içermeyen kumaş üretimine başladı. Tüketicileri bu konuda bilinçli olmaya davet eden Sertex, hayattaki küçük ayrıntıların insan sağlığı için büyük önem teşkil edebileceğini göz önünde bulundurulmasına dikkat çekiyor. Sertex, tekstil sektöründe tüm ham ve ara maddelerin işleme aşamalarında zararlı kimyasalların kullanılmadığını içeren, dünya çapında 40 ülke tarafından kabul gören ve uygulanan Oeko Tex 100 Standardı'na uygun üretimlerin sağlık açısından çok önemli olduğunu vurguluyor.

Artık düğmeler de doğal

Türkiye'de düğme üretiminde en ciddi yatırımlara imza atan ve ürünleriyle tüm dünyadaki moda devlerine şıklık katan Form Düğme, dünyada çok az sayıda tesisin üretebildiği, yanmayan plastikten üretilen Bakalit düğmeyi de üretmeye başladı. 60 farklı renk ile Bakalit düğme moda rahatlıkla ayak uydurarak Zara, Mango, Burberry gibi Avrupa devlerinin arasında yerini almaya başladı. Ekvador'daki palmye ağacı çekirdeğinden ithal edilen koro, Pakistan ve Hindistan'da eti için kesilen hayvan ve bufaloların boynuzlarından üretilen boynuz ve deniz kabuğundan üretilen sedif düğmeleri renklendirirken kimyasal madde içermeyen boya kullanan Form Düğme, tüketicilere doğal ürünleri sadece gıda ürünlerinde değil, hayatımıza dahil olan her şeyde tercih etmek gerektiğini hatırlatıyor.



GERÇEĞİNDEN AYIRAMAYACAKSINIZ!

GERÇEK KÜRK VE DERİ
YUVAN KATLIAMINA SON

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

HAZIR GİYİMCİLER BÜYÜK FUAR İÇİN KOLLARI SIVADI



Türk hazır giyim sektörünü temsil eden bütün kuruluşların temsilcileri dünyada ses getirecek yeni bir fuara imza atmak için 12 Mayıs Cumartesi günü Four Seasons Otel'de bir araya geldi. İHKİB'in düzenlediği ortak çalışma toplantısında sonuç olarak, 2013 yılında uluslararası nitelikte bir fuarın yapılması kararlaştırıldı. İHKİB'in önderlik ettiği ortak çalışma toplantısına sektör derneklerinden 50'ye yakın temsilci katıldı. Dernek başkanları ve yöneticilerinin fuarın nasıl

olması gerektiğiyle ilgili fikirlerini açıkladığı tüm gün süren ortak çalışma toplantısında, yeni fuarın zamanlaması, pazarlaması, organizasyonu ve konseptinin nasıl olacağı tartışıldı. Fuar için düzenlenen toplantıya Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD), Osmanbey Tekstilci İşadamları Derneği (OTİAD), Laleli Sanayici ve İşadamları Derneği (LASİAD), Merter Sanayici İş Adamları Derneği (MESİAD), Çorap Sanayicileri Derneği (ÇSD), Tüm İç Giyim Sanayiciler Derneği (TİGSAD), Moda Tasarımcıları Derneği (MTD) temsilcileri katıldı. İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, "Sektörün hak ettiği nitelikte bir fuar için sektörün tüm kesimlerinin görüşlerini almaya özen gösteriyoruz, çünkü bu fuar Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünü tüm unsurlarıyla temsil edecek kalite ve etkinlikte olmalı" dedi.

İSMAİL GÜLLE ÜNİVERSİTELİLERLE BULUŞTU

Namık Kemal Üniversitesi (NKÜ) Çorlu Meslek Yüksekokulu Tekstil Mühendisliği tarafından 30 Mayıs Çarşamba günü düzenlenen "Türk Tekstilinin Geçmişten Bugüne Yolculuğu" konulu konferansında İTHİB Başkanı İsmail Gülle, üniversiteli gençlerle bir araya geldi. Konferansa Namık Kemal Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Osman, İTHİB Başkanı İsmail Gülle, Çorlu Mühendislik Fakültesi Tekstil Bölüm Başkanı Prof. Dr. Fatma Göktepe, Çerkezköy Meslek Yüksekokulu Müdürü Prof. Dr. Ziya Özek, Çorlu Meslek Yüksekokulu Müdürü Doç. Dr. Tuncay Gümüş, Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu Müdürü



Doç. Dr. İsmail Yılmaz, öğretim elemanları ve öğrenciler katıldı. 200'ün üzerinde katılımcıyla gerçekleşen konferansta öğrencilerin tekstil sektörüyle ilgili görüşlerini dinleyen İTHİB Başkanı İsmail Gülle, tekstil Sektörü'nün üretim, yatırım, istihdam ve ihracat açısından mevcut gücünü sürekli arttırdığına dikkat çekerek, sektörün gelecekteki rekabet gücünü nitelikli işgücünün önemli ölçüde belirlediğini, dolayısıyla öğrencilerin kendilerini yeni fikirlerle geliştirmesi gerektiğini söyledi. İsmail Gülle, Türkiye'de tekstilin mevcut durumunu rakamlarla analiz ederek, gelecek stratejilerinin neler olması gerektiği üzerinde durdu. Konferansın ardından Rektör Prof. Dr. Osman Şimşek günün anısına İsmail Gülle'ye bir plaket takdim etti.

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

İTHİB SHANGHAIMART TİCARET MERKEZİ'Nİ AĞIRLADI



İTHİB Çin'in ilk ve Asya'nın en büyük uluslararası ticari kuruluşu olan "ShanghaiMart Ticaret Merkezi"nin temsilcilerini ağırladı. ShanghaiMart Ticaret Merkezi'nin temsilcilerinin katılımıyla 31 Mayıs Perşembe günü Dış Ticaret Komitesi'nde gerçekleşen toplantıya İTHİB Başkanı İsmail Gülle ile birlikte İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri de katıldı. ShanghaiMart Ticaret Merkezi hakkında yapılan bilgilendirme toplantısında ticaret merkezine ilişkin konular detaylı bir şekilde görüşüldü. Dünya Ticaret Örgütü'ne üyeliğinin ardından sunduğu ucuz üretim avantajı ile hemen hemen tüm sektörlerde uluslararası alıcıların gözdesi haline gelen Çin Halk Cumhuriyeti'nin, son yıllardaki ekonomik gelişimi ile perakendecilerin ve ihracatçıların da yönelmeye başladıkları bir pazar haline gelmiş bulunuyor. Dünyanın en kalabalık ülkesi olan ve alım gücü yükselen Çin'de ticaret merkezleri, ülkeye ihracat yapmak isteyen üreticiler için avantajlı iş fırsatları sunarak, Çin'in dünya ticaretine ithalatçı olarak da entegre olmasını mümkün kılacaktır. Bu amaçla, Çin'in ilk ve Asya'nın en büyük uluslararası ticaret merkezi olan ShanghaiMart Ticaret Merkezi, tekstil ve hazır giyim ürünleri ile hazır eşyalara odaklanmış olarak Çin'e ihracat yapmayı isteyen firmalar ve kuruluşlar için ofisler ve fuar kiraliyor.

SANAT BU DEFA DERİYE İŞLENDİ

İTKİB Okulları'nda yılsonu yaklaşırken, öğrenciler aldıkları eğitimlerin uygulamasını düzenledikleri defilelerle podyuma çıkarmaya devam ediyor. İDMİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi tarafından 31 Mayıs Perşembe günü "Deriye işlenmiş sanat" defilesi gerçekleştirildi. İDMİB Başkanı Lemi Tolunay'ın öğrencileri yalnız bırakmadığı defileye, İDMİB Başkan Yardımcısı Mustafa Şenocak, İDMİB Yönetim Kurulu Üyeleri Mehmet Ali Dinç, Mehmet Musa Evin, Remzi Özbay ile birlikte İTKİB Genel Sekreteri Selçuk Gökart ve İTKİB Genel Sekreter Yardımcısı Esin Usta da katıldı. İDMİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi, İstanbul Deri ve deri Mamülleri İhracatçıları Birliği ile Milli Eğitim Bakanlığı protokolü sonucunda kurulan ilk meslek lisesi konumunda. Sektörün ihtiyacı olan nitelikli eleman sıkıntısını çözebilmek için yola çıkan eğitim kurumu, ihtiyaç duyulan iş gücünü yetiştirmeye yönelik olarak ayakkabı, Saraciyeye Teknolojisi, giyim Üretim Teknolojisi ile Pazarlama ve Perakende alanlarında mesleki eğitim veriyor.



İHKİB EĞİTİM VAKFI 2012'DE DE ATAKTA



İHKİB Eğitim Vakfı 2012 Yılı Mütevelli Heyet Toplantısı 15 Mayıs Salı günü Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirildi. Toplantıda, vakfın geçtiğimiz yıl hayata geçirdiği faaliyetler masaya yatırıldı. Başta eğitim olmak üzere sosyal sorumluluk alanında önemli çalışmaların altına imza atan İHKİB Eğitim Vakfı'nın mütevelli heyetine üye olan İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri Ümit Özüren, Nilgün Özdemir, Harun Bayramoğlu, Jale Tuncel gibi isimler yer aldı. Toplantıya, İHKİB Eğitim Vakfı Genel Sekreteri Mete Levent Serdengeçti ve İTKİB Genel Sekreter Yardımcısı Cemal Bayazit da katıldı. Toplantıda; toplam 506 öğrenciye sağlanan eğitim-öğretim bursu, ilk örneği, 23 Ekim 2011 tarihinde Van'da meydana gelen 7,2 büyüklüğündeki depremin yol açtığı hasar nedeniyle mağdur olan depremzedelere yönelik İHKİB'in öncülüğünde uygulanan gıda ve giyim bankacılığı uygulaması görüşülen konular arasındaydı. İHKİB eğitim seminerlerinin de masaya yatırıldığı heyette, ayrıca yurt içi ve yurt dışı uçak bileti ve otel rezervasyon konularında hizmetlerine devam eden Birlik Turizm Seyahat Acentesi ve dış ticaret mevzuatı, marka, patent gibi konularda danışmanlık hizmeti veren İHKİB Eğitim Vakfı Dış Ticaret Danışmanlık İktisadi İşletmesi'nin çalışmaları da görüşüldü.

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

KUMAŞ TASARIM YARIŞMASI YEDİNCİ YILINA HAZIRLANIYOR



Türkiye’de moda endüstrisine yön verecek gençlerin sektöre kazandırılması amacıyla İTHİB tarafından geleneksel hale getirilen, “İTHİB Kumaş Tasarım Yarışması” yedinci yılına hazırlanıyor. Her yıl olduğu gibi bu yıl da jüri değerlendirme sonrasında adım adım yaklaşan yarışmanın ön jüri değerlendirme toplantısı 8 Mayıs 2012 Salı günü gerçekleşti. İTHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Tamer Pala başkanlığında toplanan jüri üyeleri belirli kriterlere göre ilk 15 finalistini belirledi. “Yaratıcılığını Özgür Bırak” sloganıyla düzenlenen yarışmanın ikinci aşamasına ise 15 dosyanın mülakatı ile devam edildi. 15 yarışmacının dosyalarını, tasarımcının yaratıcılık düzeyi, tasarımın özgünlüğü ve yeniliği, kumaş tasarımının uygulama tekniklerinin geliştirilebilirliği ve uygulanabilirliği, kumaş tasarımında malzeme seçimi ve malzeme tasarım uyumu, kumaş katma değerini artırıcı ve teknik özelliklerini geliştirici özelliği gibi kriterlere göre değerlendiren jüri üyeleri 11 Mayıs Cuma günü ise finale kalan 10 ismi belirledi. İkinci jüri değerlendirmesinde finale kalan isimler ise; Yasemin Yıldırım, Duygu Yücel, Çiğdem Uygun, Pelin Özelmas, Serap Aydemir, Özde Aybey, Neriman Özarslan, Cansu Kasaplar, Fatma Ceren Güneş ve Sevda Dalgıç oldu.

HAZIR GIYİMDE ULUSAL YETERLİLİKLER BELİRLENİYOR

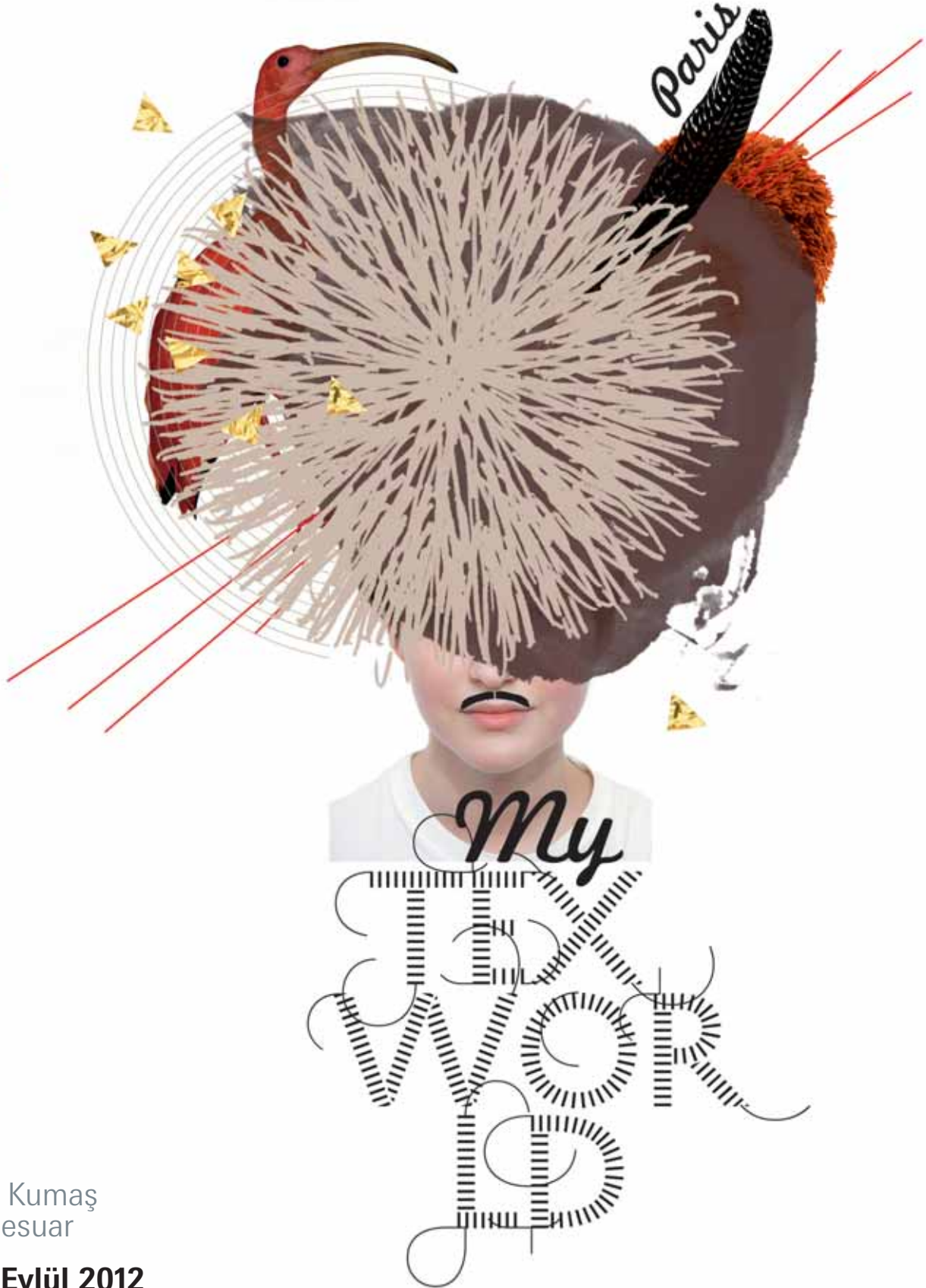
İHKİB, hazır giyim sektöründe model makineci ve kompleci meslekleri için ulusal yeterlilikleri belirlemek üzere 12 Nisan tarihinde bir çalıştay düzenledi. İHKİB tarafından yürütülüp, AB tarafından finanse edilen “Hazır giyim Sertifikasyon Merkezi” projesi faaliyetleri kapsamında dört mesleğe ait mesleki ulusal yeterliliklerin görüşüldüğü çalıştayda, hazır giyim sektörüne yönelik yeterlilikler tüm detaylarıyla masaya yatırıldı. Sektörün istihdam ettiği ve/veya edeceği işgücünün Mesleki Yeterlilik Belgesi’ne sahip olması için düzenlenecek sınavlara esas teşkil edecek yetkinlikleri kapsayacak çalışmaların yapıldığı çalıştayın moderatörlüğü projenin Meslek Standartları ve Yeterlilik Uzmanı Özlay Bülbül ve Ölçme Değerlendirme Uzmanı Fatma Çardak tarafından yürütüldü. Toplantıda, ‘Hazır giyim Sertifikasyon Merkezi’nin (HSM), İHKİB Eğitim-Araştırma ve Danışmanlık Hizmetleri Destek A.Ş çatısı altında kurulacağı belirtildi. Çalıştayda, İHKİB tarafından hazırlanarak Mesleki Yeterlilik Kurumu’nca ulusal meslek standartları olarak onaylanan model makineci ve kompleci mesleklerinin sektördeki konumları gereği yuvarlak örmeye hazır giyim ve dokuma hazır giyim ayrımı yapılarak çalışmalar yapılandırıldı.



İTKİB OKULLARI’NDA YIL SONU YAKLAŞIRKEN...



2011-2012 eğitim-öğretim yılında sona yaklaşırken, İTKİB Okulları’ndan Yenibosna İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi öğrencileri, yıl sonu etkinlikleri kapsamında düzenledikleri defile ile hazırladıkları koleksiyonları sektörün beğenisine sundu. Dokuma, yuvarlak örgü ve düz örgü konfeksiyon işletmelerinin modelhane bölümlerinde kadın, erkek ve çocuk giysileri için teknik detay çizimleri yapan kalifiye elemanlar yetiştiren Giyim Üretim Teknolojisi ve Tekstil Teknolojisi (Çorap Dalı) öğrencileri, “İlkbahar” teması ile hazırladıkları koleksiyonları 15 Mayıs Salı günü düzenledikleri defile ile podyuma taşıdı. Giyim Üretim ve Tekstil Teknolojisi alanında düzenlenen tasarım yarışması kapsamında düzenlenen defile ile öğrenciler ilk koleksiyonlarını sektör ile buluşturmanın heyecanını yaşadı. Bahçelievler İlçe Milli Eğitim Müdürü, İHKİB Eğitim Komitesi Başkanı Ümit Özüren, Çorap Sanayicileri Derneği Başkanı Hüseyin Çetin ve Okul Müdürü Nebahat Ataç’ın yer aldığı defileye, sektör temsilcileri ile birlikte öğrenci velileri de katıldı. Defilede, “Giyim Üretim ve Tekstil Teknolojisi” alanında düzenlenen tasarım yarışmasında dereceye giren öğrenciler ödülleri sektör temsilcilerinin elinden aldı.



Moda, Kumaş
ve Aksesuar

17-20 Eylül 2012
Paris Le Bourget, France

Online kayıt ile ücretsiz giriş

www.texworld.messefrankfurt.com

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

etikette; etiket sanayi

Etiket Sanayi a.ş.

since 1976



PREMIÈRE VISION TÜRKİYE'DE



Dünyanın lider tekstil fuarı Première Vision, Türkiye'deki ilk ofisinin açtı. Première Vision yetkilileri Türkiye'de açtığı ofisi kutlamak üzere Türk tekstil sektörünün önemli isimleri ile düzenlediği bir gece bir araya geldi. Première Vision CEO'su Philippe Pasquet, Première Vision Moda Departmanı Sorumlusu Sabine Le Chatelier ve Söktaş Tekstil A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı Muharrem Kayhan'ın ev sahipliği yaptığı geceye İTHİB Başkanı İsmail Gülle, İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala, İTHİB YK Üyesi Derya Yarangümeli gibi isimler katıldı. Etkinliğe katılanlar arasında moda ve tekstille yakından alakalı tasarımcılardan Atıl Kutoğlu ve Eda Güngör ile vintage kavramını Türkiye'ye getiren Ahu Yağtu gibi isimlerin yanı sıra Première Vision'un CEO'su Philippe Pasquet ve

Türkiye temsilcisi Nihal Kaya da yer aldı. Première Vision'un sadece Türk temsilcilik ofisinin açılışını değil aynı zamanda on yıllık verimli işbirliğini de kutladığı etkinlikte Türkiye moda sektörünün elitleri arasında yer alan pek çok şirket sahibi ve yöneticisi, kadehlerini bu güzel kutlama için kaldırdı.

EL EMEĞİ TIŞÖRTLER YARDIM İÇİN YARIŞTI

Arel İlköğretim Okulu öğrencileri sosyal sorumluluk çalışması olarak 'Cerrahpaşa Pediatrik Onkoloji Servisi'ne Yardım Kampanyası' adlı bir tişört tasarımı yarışması düzenledi. Arel Eğitim Kurumları Konferans Salonu'nda yapılan finalde öğrenciler 1.-5. sınıflar ve 6.-8. sınıflar olmak üzere iki kategoride yarıştı. Arel İlköğretim Okul Müdürü Metin Altun ise şunları söyledi: 'Bu yüksek amaç için tasarlanan eserlere harcanan her emek kutsaldır. Bu eserleri yaratmak



için alın teri dökün, göz nuru akıtan öğrencilerimizin emekleri, eserleri titizlikle inceleyen jürimizin emekleri, bütün tasarımlar için alkış tutan eller, tişörtü satın alırken kasiyere parayı uzatacak ellerin hepsi kutsaldır.' Yarışmada birinci kategoride Selin Karadeniz, ikinci kategoride ise Eda Uruşak birinci oldu. Finalde Erol Albayrak, Yonca Ebuzyiya gibi ünlü modacılar tarafından oluşan jürinin dereceye aldığı tasarımlar, Bücürük firması tarafından satılacak ve geliri bağışlanacak.

INDITEX ZİYARETİNDEN SEVİNDİRİCİ HABERLERLE DÖNÜLDÜ



Ekoteks İcra Kurulu Başkanı ve İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Nilgün Özdemir, bünyesinde Zara, Zara Home, MassimoDutti, Uterque, Pull&Bear, Bershka, OyshoStradivarius, Kiddy's Class gibi dünyaca ünlü markaların yer aldığı İspanya'nın en büyük tekstil gruplarından biri olan Inditex yetkilileriyle bir araya geldi. Ziyaret boyunca Barcelona Ticaret AteşesiBekirİnditex Grubu-CSR Merkez Sorumlusu Hector Alonso Fernandez, İnditex Grubu CSR Danışmanı Prof. JavierSardina, Bershka CSR Sorumlusu GerardoJoseFerreiroBarbeito ve Ekoteks Ürün Güvenliği Koordinatörleri ile görüşmelerin yapıldığı organizasyon İspanya'nın gözde şehirlerinden La Coruna'da Barcelona olarak iki etapta gerçekleşti. Ziyaret heyetiyle Türkiye ve Inditex arasında ihracatı güçlendirmek için ne tür işbirlikleri

yapılabileceği görüşülürken, Türk ürünleri imalatının özellikle Çin'deki mağazalarda ilk sıralarda yer aldığı haberi sevindirici bir haber olarak kaydedildi. Ekoteks İcra Kurulu Başkanı ve İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Nilgün Özdemir: "İnditex yöneticileriyle La Coruna'daki görüşmemizin sonrasında Barcelona Ataşemiz Bekir Aslaner'in de katıldığı ikinci bir ziyareti de Barcelona'da gerçekleştirdik. Burada da yine Inditex bünyesinde yer alan Bershka, MassimoDutti ve Oysho markalarının temsilcileriyle bir araya geldik. İspanya'nın en büyük tekstil gruplarından Inditex'le bir araya gelişimiz İspanya ve Türkiye arasındaki ticari ilişkiler açısından çok verimli geçti" dedi.

BARCELONA BRİDAL WEEK'TE ÜÇ TÜRK MARKASI

Gelinlik sektörünün önde gelen prestijli fuarlarından biri olarak 11-13 Mayıs tarihlerinde Barcelona'da düzenlenen "BridalWeek" gelinlik haftasının bu yıl 22'ncisi düzenlendi. Sektördeki profesyonel markaların yoğun ilgi gösterdiği fuara bu yıl da 300'ün üzerinde uluslararası lider gelinlik markaları katıldı. Yaklaşık 15 bin katılımcının ziyaret ettiği fuarda, katılımcılar yeni iş bağlantıları kurma ve lider marka temsilcileriyle tanışma fırsatı buldu. Birbirinden başarılı stantların kurulduğu fuar alanında profesyonelleşmiş markaların birbirinden ilgi çekici gelinlik, damatlık, abiye ve aksesuarlar tanıtıldı. Fuarda yer alan tasarımlarda son trendlerden oluşan ve estetikle buluşmuş Dünya çapında, gelinlik modasına yön veren ünlü tasarımlar yer alırken, Muzaffer Giyim, Tarık Ediz ve Serabella gibi üç Türk markasının da aralarında yer alarak tasarımlarının büyük beğeni toplaması gurur vericiydi.



DERİ SEKTÖRÜNÜN HEDEFİNDE UZAKDOĞU VAR



IDMİB VE UŞAK DERİ SANAYİCİLERİ DERNEĞİ ORGANİZASYONUyla 16 MAYIS'TA UŞAK'TA GERÇEKLEŞEN PANELDE DÜNYA DERİ SEKTÖRÜNÜN BUGÜNÜ VE 2020 YILI BEKLENTİLERİ ELE ALINDI. PANELDE, DERİ KONFEKSİYON SEKTÖRÜNÜN ZOR ŞARTLARDA FAALİYET GÖSTERDİĞİNE DİKKAT ÇEKİLEREK, SEKTÖRE DESTEK VERİLMESİ ÇAĞRISINDA BULUNULDU.

Dünya Deri Sektörünün "Bugünü" başlığıyla gerçekleşen panelin oturma başkanlığını İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Başkanı Lemi Tolunay üstlenirken konuşmacılar arasında Matraş Deri Yönetim Kurulu Başkanı ve TOBB Deri ve Deri Ürünleri Sektör Meclisi Başkanı Hakkı Matraş, Halland'dan Stahl CEO'su Huub Van Beijeren, Almanya TFL Araştırma Geliştirme Bölümü Başkanı Yardımcı Jürgen Christner, Çin Deri Sanayi Birliği Genel Sekreteri Chen Zhanguang, İsviçre Ham Deri ve Deri Toptan Satıcısı Sam Fayon, Türkiye Deri Konfeksiyoncuları Derneği Başkanı ve İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi Mehmet Ali Dinç yer aldı. Uşak Deri Sanayicileri Derneği Yönetim Kurulu Başkanı Akif Küplemez de deri aktörleri ara-

sında sinerji yaratmak için bu panelin heyecanını 2 yıldır yaşadıklarını ifade etti ve "Sadece AB ve Rusya pazarı ile 5 milyar dolarlık 2023 hedeflerine ulaşmamız mümkün değil. Uzakdoğu pazarlarını irdelemeli ve bu pazarları ele almalıyız. Üniversite sanayici işbirliğini sahaya indirmeli ve ortak hareket etmelerin sağlamalıyız" dedi.

"Düzenli kur istiyoruz"

Panelde deri sektörü için kur politikasının etkilerini ve teşvik paketini değerlendiren Matraş Yönetim Kurulu Başkanı ve TOBB Deri ve Deri Ürünleri Sektör Meclisi Başkanı Hakkı Matraş, "Sektörümüz mutlak surette teşvikten istifade edecek. Biz rekabet gücü istiyoruz. Bu sektörde Türkiye olarak eski ve köklüyüz. Para politikamız diğer ülkelerdeki gibi olur ve bizi desteklerse dün-

yadaki her ülkeyle zevkle rekabet etmek isteriz. Bizim yanımızda olan bir kur politikası olsun ben kendi adıma konuşuyorum teşvik de istemem" diye konuştu.

Kaliteli ürün varsa karşılığı alınmalı

Huub Van Beijeren deri sektörünün birlikte çalıştığı bütün alanların çok büyük paralar kazandığını söyleyerek deri üreticilerini söz konusu karlı ticaretten pay almak için kararlı olmaya davet etti. Pek çok ülkede tabakhane ziyaret ettiğini, Uşak'taki iki tabakhane-nin ise dünyanın en iyilerinden biri olduğunu belirten Beijeren, "Eğer kalite üretiyorsanız. Bunun karşılığını almaktan korkmayın. Bunun için doğru müşterileri çekin." şeklinde konuştu. Ağustos ayında 500 bin Euro'dan fazla maliyetle bir laboratuvar açacaklarını ifade eden Beijeren " Bu

da Türkiye'ye verdiğimiz değeri gösteriyor." dedi. Dünyaca ünlü deri konfeksiyonu markaları her geçen yıl büyürken deri üreticilerinin büyümeden aynı payı alamadıklarını dile getiren Beijeren, "Paris'te Luis Vitton çantaya 1.500 Euro vermek için sıraya giriyor. Halbuki bu çanta 15 Euro'ya mal oluyor. Bu zincirden bizim de pay almamız lazım." şeklinde konuştu. Dünya deri sektörü ile ilgili değerlendirmede bulunan Beijeren şöyle konuştu; "Otomotiv sektöründe deri için artan bir talep var ve bu sürekli artacak bir talep. Gençlerin markalara olan iştahının da gittikçe arttığı düşünülürse deri sektörünün gelişeceğini söylemek yanlış olmaz. Deri fiyatlarının düşmesi ni bekleyenler için söylüyorum, deri fiyatları düşmeyecek" değerlendirmesinde bulundu.❖

Dünyayı Birleştiriyoruz!



sizlerle birlikte
60 yıl



HAZIR GİYİMDE GÜNDEM YOĞUN



BELİRLİ ARALIKLARLA HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNE İLİŞKİN KONULARIN DETAYLI BİR ŞEKİLDE DEĞERLENDİRİLDİĞİ “HAZIR GİYİM SEKTÖR KURULU TOPLANTISI” 14 MAYIS PAZARTESİ GÜNÜ GERÇEKLEŞTİRİLDİ.

Türk hazır giyim dünyası liderleri 14 Mayıs Pazartesi günü Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirilen “Hazır Giyim Sektör Kurulu Toplantısı”nda bir araya geldi. Hazır giyime ilişkin yoğun gündem maddelerinden oluşan toplantıya, İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, TİM Başkan Vekili ve İHKİB Başkan Yardımcısı Ahmet Akbalık, İHKİB Başkan Yardımcısı Kemalettin Güneş, DENİB Başkanı Süleyman Kocacert, ÜİB Koordinatör Başkanı Şenol Şankaya, Akdeniz Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkanı Hayri Uğur, İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Mustafa Gültepe, İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Ömer Faruk Kavurmacı, İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Fatih Yarkin, Ege Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkan Vekili Burak Sertbaş, İTKİB Genel Sekreter Yardımcısı Cemal Bayazıt gibi isimler katıldı. Hazır giyim liderlerini bir araya getiren zirvede, sektörde

yaşanan son gelişmeler masaya yatırıldı. Sektörel ihracat ve ithalat rakamlarının görüşüldüğü toplantıda, Yeni Teşvik Sistemi, sahte markalı üretim ve son günlerde gümrük idarelerinde yaşanan gelişmelerin yanı sıra istihdam verileri de değerlendirildi.

Yeni Teşvik Sistemi'nde ihracatçıya yol haritası

Hazır giyim ve konfeksiyon sektörüne ilişkin hazırlanan ve ithalat ile ihracat istatistiklerini içeren sunumun yapıldığı sektör kurulunda, 2012'nin ilk 4 aylık ihracat istatistikleri detaylı şekilde incelendi. Toplantıda ihracat istatistiklerinde göze çarpan bir başka önemli noktanın da birim fiyatlardaki düşüşün olduğu vurgulanarak, bunun başlıca nedeninin ise pamuk ve iplik gibi hammadde fiyatlarında yaşanan düşüşün olduğu belirtildi. Görüşmede ihracatçı firmalar için döviz sepetinin 2,10 - 2,15 arasında (Dolar değerinin 1,85; Euro değerinin 2,40 olacak şekilde) olmasının hayati önem

taşıdığı belirtilerek, döviz sepetinin bu seviyede tutulabilmesini teminen başta Merkez Bankası ve Maliye Bakanlığı olmak üzere bütün kamu ve sivil toplum kuruluşları nezdinde gerekli lobi faaliyetleri yapılması talebinde bulunuldu. Yeni Teşvik Sistemi'nin de görüşüldüğü toplantıda, ihracatçı firmaların konu hakkında yeterli bilgiye sahip olmadığı tespit edildiği belirtildi. Ekonomi Bakanlığı tarafından yapılacak detaylı çalışmanın tamamlanmasının ardından teşvik sistemi ile ilgili ihracatçı firmalar nezdinde farkındalık yaratılabilmesi yönün-

de çalışma yapılmasına karar verildi. Yeni Teşvik Sistemi kapsamında 5. ve 6. bölgelere yatırım yapacak hazır giyim ve konfeksiyon firmalarına yol gösterecek çalışmanın bu bölgedeki kamu ve sivil toplum örgütleri ile koordineli bir şekilde başlatıldığına dikkat çekildi. Özellikle enerji ve iş gücü maliyetlerinde yaşanan artışlar ve Yeni Teşvik Sistemi kapsamında 5. ve 6. bölgelere 10-12 yıl gibi uzun süreli teşvik verilmesinin hazır giyim sektöründe faaliyet gösteren firmaların bu bölgedeki illere yatırım yapmasının doğru ve faydalı olacağı belirtildi. ❖



TEKSTİL SEKTÖR KURULU BİR ARADA



TÜRKİYE'DEKİ TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN LİDERLERİ 22 MAYIS SALI GÜNÜ YAPILAN "TEKSTİL SEKTÖR KURULU TOPLANTISI" İLE DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ'NDE BİR ARAYA GELDİ. TOPLANTIDA, SEKTÖRÜN GÜNDEMİNDE OLAN KONULAR DETAYLI BİR ŞEKİLDE İNCELENDİ.

Tekstil sektöründe faaliyet gösteren firmaların ihracat rakamlarını bir adım daha ileri taşımak için çalışmalarını sürdüren Türkiye'deki tekstil birliklerinin liderleri 22 Mayıs Salı günü Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleşen "Tekstil Sektör Kurulu Toplantısı" nda buluştu. Tekstil sektörünün temsilcilerini katılımıyla gerçekleşen toplantıda sektörün gündeminde olan konular detaylı bir şekilde incelendi.

Toplantıya, Sektör Kurulu Başkanı ve İTHİB Başkanı İsmail Gülle, sektör kurulu üyeleri; UTİB Başkanı İbrahim Burcak, Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Başkanı Zeki Kıvanç, İTHİB Başkan Yardımcıları Tamer Pala ve Şerafetin Demir, İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri Sultan Tepe, Fatih Bilici, Ege Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Başkanı Sabri Ünlütürk, Akdeniz Tekstil

ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Başkan Yardımcısı Fatih Doğan katıldı. Ayrıca toplantıya Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Başkan Yardımcısı Ali Rıza Hasoğlu ve İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri de iştirak etti. Toplantıda İTKİB İTA Ar-Ge Merkezi'nin Almanya'da

bulunan Aachen Üniversitesi Araştırma merkezi ile gerçekleştireceği işbirliğine yer verildi. Toplantıda ayrıca sektör açısından çevre konuları ile ilgili mevzuat düzenlemeleri, renk parametreleri ile ilgili hususlar ve Su Kirliliği Yönetmeliği çerçevesinde yapılacak uygulamalar için son gün olan 24 Nisan 2012

tarihinin uzatılmasına yönelik Çevre Bakanlığı ile gerçekleştirilen temaslar ele alındı. Bir diğer gündem maddesinde de birliklerin uluslararası fuarlarda sektörün tüm dinamiklerini göz önüne alarak sektörel işbirliğini güzel bir şekilde yansıtmaları için çalışmaların koordinasyon içinde yürütülmesi gerekliliği oldu. ❖



PREMIÈRE VISION SİZİ BEKLİYOR

TEKSTİL VE MODA ALANINDA DÜZENLEDİĞİ ULUSLAR ARASI FUARLARLA ADINDAN SÖZ ETTİREN PREMIÈRE VISION, EYLÜL AYINDA DÜNYACA ÜNLÜ İSİMLERİ PARİS'TE AĞIRLAYACAK. İLKİ 14-16 ŞUBAT TARİHLERİ ARASINDA DÜZENLENEN PREMIÈRE VISION FUARI, SEKTÖRÜN NABZINI BİR KEZ DAHA TUTMAYA HAZIRLANIYOR.



Dünyanın en kapsamlı kumaş fuarı Première Vision 19-21 Eylül tarihleri arasında Paris'te düzenlenecek. 1980'lerden bu yana moda sektöründeki ağırlığını sürdüren fuar, tekstil alanındaki profesyonellerin tercihi olmaya devam ediyor. Şubat ve Eylül aylarında olmak üzere yılda iki kez düzenlenen Première Vision Fuarı, bir zamanlar çekimser kaldığı Türk

üreticilerine karşı artık kapıları sonuna kadar açmış durumda. Moda ve kumaş sektörünün önemli buluşma noktalarından biri olan Première Vision Fuarı'na Almanya, İtalya, İspanya, Fransa, Güney Kore ve Türkiye'den de katılım oldukça yoğun.

Düz örgüye özel alan: 'Knitwear Solutions'

Tekstil fuarı Première Vision,

bundan birkaç ay önce Eylül ayından itibaren düz örgü ürünlerine özel bir alan ayıracağı haberi verdi. Première Vision'un Müdürü Philippe Pasquet "Bu sektörde üretim ve satış işlemi gerçekleştiren tüm firmalar Première Vision'a katılıyor. Bazı markaların ürün gamının yüzde 20-40'ını oluşturabilen bu alanda bir hizmetimiz yoktu" açıklamasında bulundu. Philippe Pasquet düz örgü sektörünün bir 'niş' sektör olmadığını, Expofil salonundaki katılımcıların bu yeni alana katılabileceklerinin de altını çizdi. 'Knitwear Solutions' adlı bu alanda 30 kadar İtalyan, Çinli ve Türk katılımcının yer alması bekleniyor. Bunun yanı sıra pek çok büyük markanın koleksiyonlarında yer almaya devam eden denim ise, moda ile ayrılmaz bir bütün olarak büyümeye devam etmesi fuarın da bunun için ayrı bir alan oluşturmasına sebep oldu. Fuarda

oluşturulan 'Atelier Denim' alanı denim tercih edenlere hitap edecek. Fuarda ayrıca moda ile ilgili bilgiler, trend tahminleri ile ilgili sunumlar yer alacak.

Türk firmaları fuardan memnun ayrılmıştı

Yılda iki kez düzenlenen fuarın ilki, 14-16 Şubat tarihleri arasında Paris'te gerçekleştirilmişti. Şubat ayında düzenlenen Première Vision Fuarı'nda 8'in üzerinde Türk firma stant açtı. Türkiye Şubat ayındaki katılımında yüzde 18'lik artış göstermesine rağmen Avrupa'daki firmaların yüzdesinde kriz sebebiyle bir düşüş yaşanmıştı. Fuar sonrası değerlendirmede bulunan Türk şirketleri, fuarın genel olarak olumlu geçtiğini, Avrupa'da süregelen kriz beklentilerine rağmen yoğun bir ilgi gördüklerini, bu ilginin siparişlere yansımaya geleceğe daha umutla baktıklarını söylemişti. ❖

New!
knitwear
solutions
The platform for creative knitwear

PREMIÈREVISION

be inspired

TARİHLERDE DEĞİŞİKLİK YOKTUR: 19 EYLÜL ÇARŞAMBA – 21 EYLÜL CUMA / SONBAHAR – KIŞ 2013

PREMIEREVISION
PLUR/EL

Dünyanın 1 Numaralı Kuma Fuarı
Parc d'Expositions Paris-Nord Villepinte-Fransa
pvturkey@premierevision.com
www.premierevision.com

TEKSTİLCİLER İTALYA İLE İLİŞKİLERİ SIKLAŞTIRIYOR



TEKSTİL SEKTÖRÜNDE ÖNEMLİ İKİ ÜLKE KONUMUNDA BULUNAN İTALYA VE TÜRKİYE, SEKTÖR OLARAK KARŞILAŞTIKLARI ORTAK SORUNLARIN ÇÖZÜMÜNE YÖNELİK FAALİYETLERİNE HIZ VERDİ. İTHİB ÖNCÜLÜĞÜNDE YAPILAN ÇALIŞMALAR İLE İKİ ÜLKE ARASINDA SORUNLARIN ÇÖZÜMÜNE YÖNELİK TOPLANTILAR VE DAHA ETKİN İLETİŞİM KANALLARI OLUŞTURULACAK.

Dünyanın en önemli kumaş fuarları arasında bulunan Milano Unica fuarına Türk tekstil firmaları katılmıyor. Türk tekstil üreticisi firmalarının kalite ve tasarımlarını bu fuarda da sergilemelerine yönelik olarak İTHİB uzun süredir çeşitli çalışmalar sürdürüyor. Bu çerçevede İTHİB Başkanı İsmail Gülle ve İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala 24 Nisan günü Milano'da Milano Unica Fuarı Başkanı Silvio Albini'yi ziyaret ederek Türk firmalarının fuara katılmaları hususunda karşılıklı görüş alışverişinde bulundu. Geçtiğimiz haftalarda Türkiye'ye Moda Hazır Giyim Konferansı için gelen İtalyan Uluslararası Sanayi İlişkilerinden sorumlu "Confindustria" Konfederasyonu Başkan Yardımcısı Paolo Zegna da İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala ile Türkiye ve İtalya'daki tekstil sektörü hakkın-

da karşılıklı görüş alışverişinde bulundu. Görüşmede Türk ve İtalyan tekstil firmalarının işbirliği yapma şekilleri üzerine görüş alışverişini bulduklarını belirten Pala, "En kısa zamanda sektörün iki ülke arasında işbirliği gerçekleştirilmesine yönelik bir toplantı tertip edeceğiz" diyerek Sistema Moda Italia (SMI) yönetimi ile bu çalışma çerçevesinde diyalog içerisinde olduklarını söyledi.

İtalyanlar ile Haziran'da toplantı var

23 Mayıs Çarşamba günü gerçekleştirilen Euratex (Avrupa Tekstil ve Hazır Giyim Konfederasyonu) Yönetim Kurulu Koordinasyon Toplantısında da Sistema Moda Italia tarafından İTHİB Başkanı İsmail Gülle ve İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi'ye yollanan mektup detaylı olarak ele alındı. Toplantıya, Euratex Yönetim Kurulu'nda bulunan İTHİB

Temsilcisi Ahmet Öksüz, İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Ruşen Çetin, Türkiye Tekstil Sanayii İşverenler Sendikası temsilcisi ve aynı zamanda Euratex Başkan Yardımcısı Bülent Başer, İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala, TGSD Genel Sekreteri Mehmet Kumbaracı, İTKİB Genel Sekreter Yardımcıları Esin Usta ve Cemal Bayazit da katıldı. Toplantıda, Sistema Moda Italia (SMI) Başkanı Michele Tronconi tarafından İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi ve İTHİB Başkanı İsmail Gülle'ye gönderilen mektup ele alındı. Görüşmede, mektupta yer alan Türkiye ve İtalya ticaretinin geliştirilmesine yönelik karşılıklı sorunların ele alınması konusu değerlendirildi. Türkiye ile İtalya arasındaki ticarete yaşanan sorunların tespiti ve mektuba verilecek cevabın detay-

lı olarak ele alındığı görüşmede, söz konusu mektupta ifade edilen, Türkiye'nin ithalatta uyguladığı kayıt sistemi, ilave vergiler ve numune gönderimlerinde yüksek maliyetler gibi konular değerlendirildi. Katılımcılar, Türkiye'de iş adamlarının Avrupa'da yaşadığı vize problemleri, istenen belgelerin çokluğu, ülkeden ülkeye değişen uygulamalar, nakliye kotaları ve Avrupa Birliği'nin gerçekleştirdiği Serbest Ticaret Anlaşmalarının sektör üzerine yarattığı etkileri de detaylı bir şekilde görüşme imkanı buldu. Türkiye'nin önde gelen tekstil firmalarının İtalya'daki fuarlara dahil edilmemesi konusunu da görüşen temsilciler, Haziran ayının ikinci yarısında tarafların bir araya geleceği Euratex koordinasyonunda SMI'nın da katılımıyla bir toplantı düzenlenmesine karar verdi. 🇹🇷



GERMANY AT ITS BEST

NORDRHEIN-WESTFALEN

BİR VAATTEN DE FAZLASI. Dünyaca ünlü moda markaları **NORDRHEIN-WESTFALEN | NRW**'yi (Kuzey Ren-Vestfalya) tercih ediyor. Ticaretin nasıl yapıldığına dair sahip olunan tecrübe burada mükemmel bir altyapıyla buluşuyor. Moda metropolü Düsseldorf 1.900 showroomu, moda, ayakkabı ve kozmetik alanında gerçekleşen lifestyle fuarlarıyla binlerce alıcıyı kendine çekiyor. Uluslararası Flagship Store'lar ve trend markalar burada, Almanya'nın en büyük piyasasında varlıklarını gösteriyor. Sadece moda piyasasından değil, birçok ülkeden gelen farklı firmalar, buradan Avrupa pazarını fethediyor. Şimdiye kadar 280 Türkiye kökenli firmanın da bunu yapıyor olması şaşırtıcı değil! Merak ediyor musunuz? www.nrwinvest-istanbul.com.tr





HALICILARIN FUAR GÜNDEMİ YOĞUN: BUGÜN MOSKOVA, YARIN İSTANBUL

DOMOTEX ASIA-CHINAFLOR İLE ASYA PAZARINDA BAŞARI KAZANAN HALICILAR, BU KEZ EYLÜL AYINDA DOMOTEX RUSSIA İLE KUZEYDE YENİ PAZAR ARAYIŞINA ÇIKIYOR. AMA ASIL SÜRPRİZ DOMOTEX İSTANBUL... EKİM AYINDA TÜRKİYE'DE İLK KEZ DÜZENLENECEK DOMOTEX İSTANBUL FUARI, HALI VE YER DÖŞEMELERİ FUARLARININ YILDIZI OLMAYA ADAY.



Hazım Evrengil / İHİB YK Üyesi

Geçtiğimiz Mart ayında Şanghay'da gerçekleşen Domotex Asia-Chinafloor fuarına ilk kez katılan ve mutlu dönen İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB), Eylül ayında "Domotex Russia fuarına info standla katılmaya hazırlanıyor.

"Yeni Pazarlar" mottosuyla yola çıkan İHİB, Rusya'da fuarı ve pazarı tanıtmaya çalışırken gelecek senenin Rusya planlarını da netleştirmiş olacak.

Domotex Fuarları'nın merkezi olarak kabul gören Hannover'den sonra Şangay ve Dubai'de kendine yer bulan fuar, bu yıl Eylül ayında ilk defa Rusya'nın başkenti Moskova'da

düzenlenecek. Domotex Russia için katılımcı firmalar sıraya girmiş durumda. Rusya'daki tek halı ve yer döşemeleri ihtisas fuarı olan Domotex Russia'nın üçte ikisinin şimdiden firmalara tahsis edildiği belirtiliyor.

"2023'le yeni pazarlara yürüyoruz"

Fuarın sektör için önemini anlatan İHİB Yönetim Kurulu Üyesi Hazım Evrengil, geçtiğimiz Mart ayında ilk defa katıldıkları Domotex Asia-Chinafloor'da yaptıkları çalışmaların bir benzerini bu fuarda da yapacaklarını belirtiyor.

Öncelikle Rusya'da halı sektörü ile ilgili gidişatı araştıracaklarını

ifade eden Evrengil, "Bu fuara şimdilik Türkiye'den katılan birkaç firma var. Biz de bu yıl info stand ile bu firmaların da aralarında olduğu katılımcıları ve ziyaretçileri izleyip, pazarı değerlendirip, bu fuara katılıp katılmamaya ilişkin bir karar alacağız. İzlenimlerimizin iyi yönde olması durumunda önümüzdeki yıl bu fuara milli katılım düzenleyeceğiz" diyor.

Domotex İstanbul'a geliyor

Domotex fuarının bu yıldan itibaren İstanbul'da da düzenleneceğinin müjdesini veren Evrengil, "İstanbul halının merkezi olabilecek bir şehir.

Türklerin bin yıllık halı geçmişi, şehrin dünyada önemli bir tedarikçi konumunda olması ve Avrupa ile Asya arasında köprü olması, fuarın burada yapılması için yeterli gerekçeler" diyor. Domotex Fuarı'nın düzenlendiği dört farklı şehrin olduğunu dile getiren Hazım Evrengil, bunlardan Hannover fuarının her geçen gün güç kaybettiğini belirtiyor. Evrengil, "Artık Avrupa'daki tüccarlar kendi ülkelerine mal satamıyor. Bu nedenle de Avrupa pazarı giderek güç kaybediyor. Bu kapsamda benim düşünceme göre Türkiye, Almanya'daki belli kapasiteyi kendine çekecek ve daha da büyüyecek" diye belirtiyor. ❖

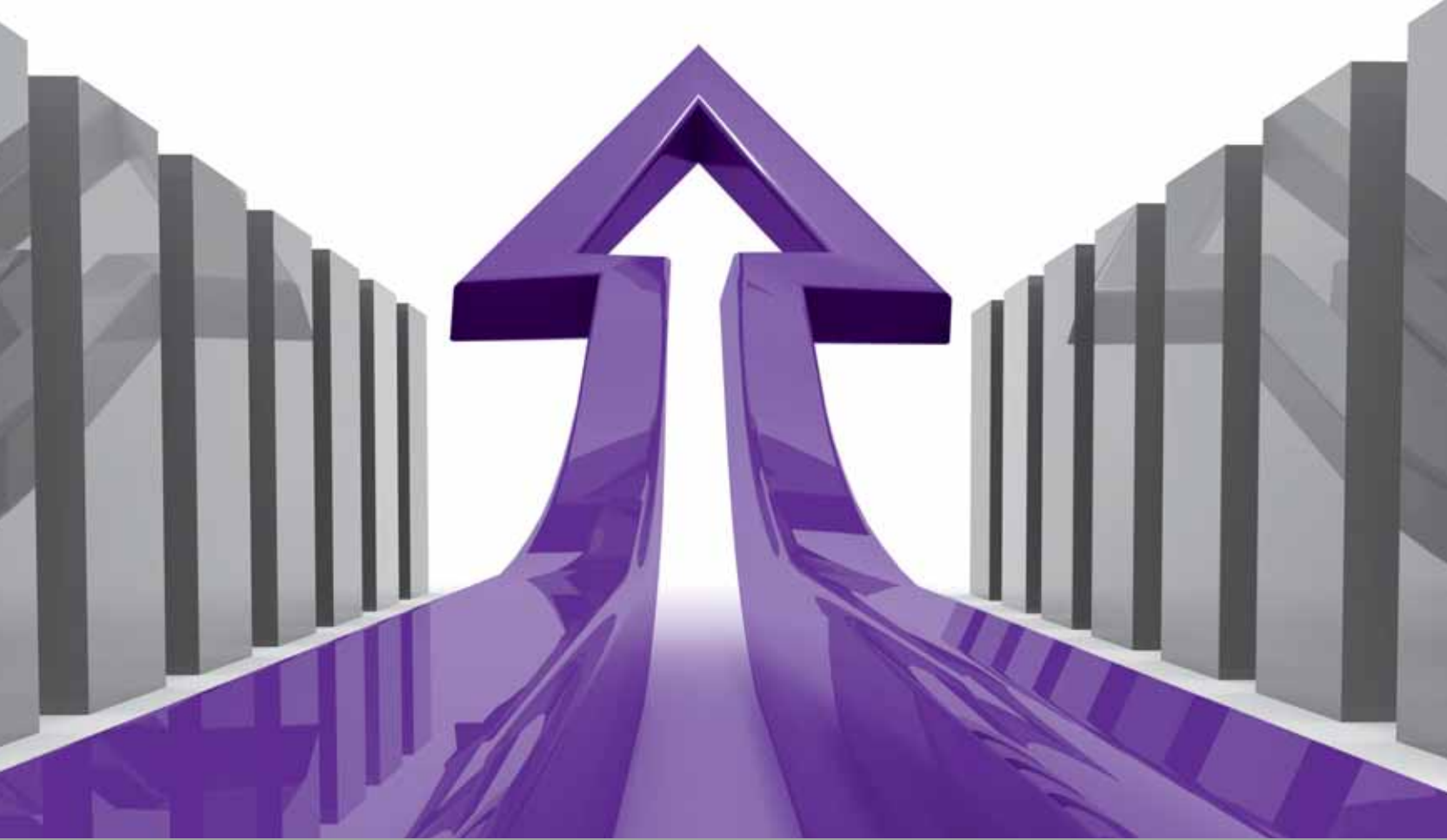


DEĞER FAKTORİNG

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

“MODAYLA TANIŞMA GÜNLERİ”NİN KONUĞU **BORA AKSU** OLDU

İMA, GLOBAL ANLAMDA MODA TASARIMI EĞİTİMİ ALMAK İSTEYEN GENÇLERE YOL HARİTASI ÇİZEN “TANITIM GÜNLERİ”Nİ DÜZENLEMeye DEVAM EDİYOR. TANITIM GÜNLERİ’NDE MODA DÜNYASINDA İSİM YAPMIŞ, BİRBİRİNDEN ÖNEMLİ İSİMLERİ AĞIRLAYAN İMA’NIN BU AYKI KONUĞU İSE MODA TASARIMCISI BORA AKSU OLDU.



İstanbul Moda Akademisi (İMA) global anlamda moda tasarımı eğitimi almak isteyen gençlere yol haritası çizen tanıtım günleri düzenlemeye devam ediyor. Geleceğin moda tasarımcılarını yetiştiren İMA, 23 Mayıs Çarşamba günü “Modayla Tanışma Günleri” kapsamında uluslararası üne sahip moda tasarımcısı Bora Aksu’yu konuk etti. Etkinlikte, moda alanında parlak bir kariyer hedefleyen katılımcılar, İMA’nın 2012 Güz Eğitim Dönemi programları hakkında sorularına cevap bulurken, diğer yandan da Bora Aksu ile keyifli bir sohbet fırsatı yakalamış oldu. Tasarımcı, moda alanında eğitim almak ve bu yönde kariyerlerini planlamak isteyenlerin sorularını cevaplarırken, moda eğitim sisteminin anahtar noktalarını masaya yatırdı. Tecrübelerini ve sektöre global bir bakış açısıyla

bakmanın yollarını moda severlerle paylaşan ünlü tasarımcı, kendi deneyim, eğitim süreci ve global dünyaya bakış açısıyla katılımcıları moda sektörü konusunda bilgilendirdi. Özellikle

insanın kendini tanıması, algılarını genişletip kalıpların dışına çıkmaya cesaret etmesinin önemini altını çizen Aksu, yaratıcı kimliklerin her daim bir adım önde olmasını gerektiğini savundu.

Aksu, araştırma, geliştirme ve insanın kendini beslemesi süreçlerine değinerek, yaratıcı fikirleri hayata geçirebilmekte teknik bilgilerin de önemli olduğunu vurguladı. ❖



AFADUGME

äFä
fermuar / düğme



444 20 61
www.afermuar.com.tr
www.afadugme.com

YENİ TÜRK TİCARET KANUNU'NA HAZIR MISINIZ?

YENİ TÜRK TİCARET KANUNU İLE İLGİLİ SEKTÖRÜ BİLGİLENDİRMEK MAKSADIYLA İTHİB TARAFINDAN 16 MAYIS'TA DÜZENLENEN SEMİNERDE PROF. DR. ŞÜKRÜ KIZILOĞLU, YENİ KANUNU TÜM YÖNLERİYLE İHRACATÇILARA AKTARDI. PROF. DR. ŞÜKRÜ KIZILOĞLU, 1 TEMMUZ 2012 TARİHİNDE YÜRÜRLÜĞE GİRECEK YENİ TTK'NIN OLUMLU TARAFLARININ ÇOK OLMASINA RAĞMEN, ACİL OLARAK DÜZELTİLMESİ GEREKEN KONULARIN DA OLDUĞUNA DİKKAT ÇEKTİ.



Yeni Türk Ticaret Kanunu ile ilgili sektör çevrelerini bilgilendirmeye devam eden İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB), 16 Mayıs Çarşamba

günü Prof. Dr. Şükrü Kızılot'un sunumuyla gerçekleşen "Yeni Türk Ticaret Kanunu'na Hazır mısınız" başlıklı seminer ile yeni kanuna ilişkin gelişmelere dikkat çekti. Dış Ticaret Kompleksi'nde

düzenlenen seminerde Prof. Dr. Şükrü Kızılot, yeni kanunun olumlu ve olumsuz yönlerinin neler olduğunun yanı sıra, kanunun ticari hayatı nasıl etkileyeceğini detaylı olarak ele aldı.

Seminerde, şirketlerin ve gerçek kişilerin dikkat etmesi gereken noktaların neler olduğunu, şirketlerin para çekme, borç verme gibi noktalarda neler yapması gerektiğine de değinen Kızılot,



İTHİB Başkanı Gülle, Yeni Türk Ticaret Kanunu'nun ticari hayata birçok yenilik getireceğini ifade etti

"Ben Yeni Ticaret Kanunu'nu son model ama dört lastiği patlak bir otomobile benzetiyorum. Ticari hayatın doğasına aykırı olan bazı noktaların kesinlikle düzeltilmesi gerekiyor" dedi.

Seminerin açılışında bir konuşma yapan İTHİB Başkanı İsmail Gülle'de Yeni Türk Ticaret Kanunu'nun ticari hayata birçok yenilik getireceği için önemli olduğunu dile getirdi. Gülle, kanunda iş hayatına yönelik bazı noktalarda hapis cezasına yer verilmesinin önemli bir endişe kaynağı olduğunu ve yeniden gözden geçirilmesi gerektiğini ifade etti. İsmail Gülle, bu konudaki endişelerin iş dünyası tarafından yetkili mercilere aktarıldığını söyledi. Türkiye'de arka arkaya birçok kanunun değiştiğine değinen İsmail Gülle, "Şimdi mecliste sendikalar yasası ile ilgili çalışmalar yapılıyor. Sendikalar yasasına karşı değiliz, ancak çalışma barışını zedeleyecek konuların düzeltilmesinden yanayız. Bu konu ile ilgili de çok ciddi çalışma içinde olduğumuzu belirtelim" diye konuştu.

İş dünyasına 'Sevgililer Günü' hediyesi

Yeni kanunun Resmi Gazete'de 1,5 yıl önce yayımlandığını ve yürürlüğe girmesine çok az bir

süre kaldığını belirten Prof. Dr. Kızılot, TBMM'de tüm partilerin el birliği ile jet hızıyla Sevgililer Günü'nde mecliste kabul edildiğini, TBMM'nin iş dünyasına Sevgililer Günü hediyesi olduğunu söyledi. Yeni TTK'nın olumlu taraflarının çok olmasına rağmen, acil olarak düzeltilmesi gereken yönleri de olduğunu anlatan Prof. Dr. Şükrü Kızılot, çok önemli değişiklikler, şirketlerin yapması gereken çok sayıda işlem, ciddi para cezaları ve hapis cezaları olduğuna dikkat çekti. Kızılot, bu kanununun yürürlüğe girmesine 1,5 ay gibi bir süre kalmasına rağmen ilgili yasaların nasıl uygulanacağına dair tüzük, yürürlük ve tebliğlerin halen hazır olmadığına dikkat çekerek, gerekli düzenlemelerin yapılmasının gerekliliğine vurgu yaptı. Bütünıyla bakıldığında yeni TTK'nın bir şeffaflık sağladığını söyleyen Kızılot, sözlerini şöyle sürdürdü: "Yeni kanun daha düzenli bir ticari işletme oluşmasını sağlarken, denetim de getiriyor. Sürekli bir denetçi gelip sizleri denetleyecek, şurada şu yanlış var diyecek. Başlangıçta belki yadırgayacaksınız, ama zaman içinde de 'ben devamlı denetleniyorum kontrol altındayım, bir aksaklık varsa muhasebecim

atlasa denetçi geliyor, beni uyarıyor' diyebilirsiniz. Böyle bir güven duyacaksınız. Belki biraz daha formalite ve ilave ödemeleriniz olacak ama işletmeniz daha sağlam daha güçlü olacak. Bankanın karşısına gittiğinizde daha net gideceksiniz. O da size baktığında sizden kuşku duymayacak. Bunlar olumlu gelişmeler."

En çok tartışılan nokta, borçlanma yasağı

Yeni TTK'nın en tartışılan noktalarından birinin şirket ortaklarına, yönetim kurulu üyelerine, yönetim kurulu üyelerinin akrabalarına borçlanma yasağı getirilmesi olduğunu kaydeden Prof. Dr. Şükrü Kızılot, geçmiş borçların üç yıl içinde ödenmesi gerektiğini ve ortaklardan borç para çekene 730 güne kadar adli para cezası ile para ödenmezse 300- 730 gün arası hapis cezası öngörüldüğünü

LİMİTED ŞİRKETLER ANONİME DÖNÜŞEBİLİR

- 1 ortak avantajı
- A.Ş.'de ortağın vergi ve sigorta borcundan sorumlu olmayışı
- Halka açılma imkanı
- Avans kâr payı dağıtabilme
- Hisse satışında A.Ş daha avantajlı (2 yıl ve sınırsız)
- Hamiline hisse senedi avantajı

söyledi. Bu cezaların hakim karşısına çıkmadan doğrudan hapis şeklinde olduğunu belirten Prof. Dr. Şükrü Kızılot, 1 lira çekenin de, 1 milyon lira çekenin de aynı cezalarla karşı karşıya olacaklarına belirtti. Adli olaylarda para cezası ödenmediği takdirde, direkt hapis cezası verildiğini ifade eden Kızılot, sözlerine şöyle devam etti: "Önceden para cezası ödenmediğinde kişi hakim karşısına çıkardı. Şimdi, hakim karşısına çıkmayacak. Ödememezse, direkt hapse girecek. Eğer ortakların, yönetim kurulu üyelerinin ya da

YENİ TTK TİCARET HAYATIMIZA 3 TEMEL ALANDA DEĞİŞİKLİKLER GETİRİYOR

- 1) Yeni TTK ;
 - Adillik,
 - Şeffaflık,
 - Sorumluluk,
 - Hesap verilebilirlik ilkeleri getiriyor.
- 2) Tüm anonim ve limited şirketler için Ululararası Finansal Raporlama Standartları'na göre defter tutma yükümlülüğü getiriyor.
- 3) Yasal defterlerin ve finansal tabloların uluslararası denetim standartları ile uyumlu Türkiye Denetim Standartlarına göre bağımsız denetimi gerekiyor.

ailelerinin daha önceden borcu varsa, bunu da üç yıl içerisinde ödemesi gerekiyor. Eğer ödemezse, yine 730 güne kadar hapis cezası uygulanıyor. Şirket sahibi için de aynı maddeler geçerli. Bu kanunlar hukukçu mutfağında hazırlanmış. Bunlar hazırlanırken bir tarafta da muhasebeci olması gerekiyordu. Sadece hukukçular hazırladığı için, muhasebeyle ilgili bölümlerde atlama var.”

Defter sayısı 7'ye çıkıyor

Yeni kanuna göre yemek, çiçek, seyahat, cep telefonu gibi tüm faturaların işle alakalı olduğunun ispatının gerektiğini dile getiren Prof. Dr. Şükrü Kızılot, yapılan her işlemin, belgenin fotokopilerinin çekilmesi gerektiğine dikkati çekti. Prof. Dr. Şükrü Kızılot, “Fotokopi rüyalarınıza girecek. Dün gelen faturanın fotokopisini çektin mi, çekmedin mi? Hapishanede soracaklar arkadaş sen neden burada-



sın ‘fotokopi’. Herkesin yanında bir fotokopici olması gerekecek” diye konuştu.

Her yıl 7 ayrı defterinin hem açılış hem kapanış tasdiğinin yaptırılması gerektiğini kaydeden Prof. Dr.Kızılot, “Defterler ibraz edilmez ise direkt hapis. Bu çok ciddi bir olay. Bunun bir süresinin olması lazım. Vergi kanunlarında en az 15 gün süre veriliyor. Levhayı

asmadın direkt hapis. Levhaları çok sağlam çivilerle duvara monte etmeniz lazım” dedi.

Ticari sır kavramı tarihe karışıyor

Yeni TTK’da tüm şirketlere internet sitesi zorunluluğu getirildiğini ve tüm bilgilerin ayrıntılı bir şekilde yayınlanması gerektiğini belirten Prof. Dr. Şükrü Kızılot sözlerini

şöyle tamamladı : “Genel rakamlar alınabilir. Oturma odası, mutfak, misafir odasını gezsinler ama bunlar canlı yayın istiyorlar. 1 Temmuz’da başlıyor ve üç ay içinde yapmazsanız hem para cezası, hem hapis cezası var. Şirketlerin internet sitelerine her türlü bilgilerini girmeleri, ticari sır olarak adlandırılan kavramı ortadan kaldırmış olacak.”



HÜKÜMETTEN TEPKİ ÇEKEN MADDELERE REVİZYON GELİYOR

Hayati Yazıcı / Gümrük ve Ticaret Bakanı

Hükümet, iş dünyasının tepkileri sonucunda Türk Ticaret Kanunu’nda revizyon çalışmalarını olgunlaştırdı. TTK’da yapılacak değişiklikler netleştirilirken, yaklaşık 25 maddeye ulaşabilecek bir yasa düzenlemesi ortaya çıktı.

Düzeltilen maddelere göre:

- 1- Anonim ve limited şirket ortakları, üç ay içinde kapatmak üzere, koyduğu sermayenin yüzde 20’si kadar borçlanabilecek
- 2- Şirket ünvanını kullandıran hapis yerine ağır adli para cezası geliyor
- 3- KOBİ’ler ticari sır niteliğindeki bilgilerini internet sitesine koymayacak
- 4- Limited şirketten şahıs şirketine dönüş için vergi kolaylığı gelecek

Omurgayı bozmadan rötuş

“Endişeler giderilecek” diyen Gümrük ve Ticaret Bakanı Hayati Yazıcı, değişikliklerin ticari şirketlerin hayatlarını kolaylaştırıcı ve rekabet gücünü artırmak için yapılacağını söyledi. Şirketlerin kaygıları olduğunu belirten Yazıcı, “Kanunun bütününe ilişkin bir endişeleri yok. Bazı noktalarda kaygı var. Çalışmaları üç-dört aydır sürdürüyoruz. Toparladık, bir yere getirdik. Kanunun genel hedeflerinde dezenformasyona yol açmadan, omurgayı bozmadan bazı rötuşlar yapacağız” dedi.

Yazıcı, “30’u aşkın yaptırım öngören madde var. Kimine para, kimine hapis cezası seçenekleri uygulanıyor. 3 aydan 1 yıla kadar hapis cezaları var. Bazıları idari yaptırımlar öngörüyor. Kanunlardaki kabahatler ve suçlar itibarıyla genel ceza politikasını farklılaştırmadan gözden geçireceğiz” dedi. Şirket ünvanını kullandırma suçuna uygulanacak hapis cezasının adli para cezasına çevrileceğini örnek olarak veren Yazıcı, şunları kaydetti:

“Şirket ünvanını başkasına kullandırmaya hapis cezası öngörülüyordu, bunu adli para cezasına çevireceğiz. Bazı arkadaşlar ‘idari ceza’ diyor ama adli ceza olmalı. Cezanın uygulama bakımından, hem muhatabının özgürlüğünü kısıtlamaksızın çok zora sokmaması, hem de o cezanın caydırıcı olma niteliğini taşıması lazım. İdari para cezası dersanız, infazı sorun olur. Ama adli para cezası olursa ödememesi halinde hapse girme tehlikesi var, yani caydırıcı tarafı var.”



ALL NATURAL BUTTONS IN TURKEY'S HIGH FASHION BUTTON FACTORY

- REAL SHELL BUTTON ● LEATHER BUTTON
- COCONUT BUTTON ● COROZO BUTTON
- HORN BUTTON ● UREA BUTTON



FACTORY

Address: Akcaburgaz Mah.
97.sk. 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 İş Hanı
No:22/3 Merter - Istanbul -TURKEY
Phone: + 90 212 637 48 94
Fax: + 90 212 637 48 98

OSMANBEY SHOWROOM

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

info@formdis.com

www.formdis.com



EVTEKS'İN GÖZÜ BİRİNCİLİKTE

EV TEKSTİLİ ALANINDA DÜZENLENEN DÜNYANIN EN BÜYÜK İKİNCİ FUARI OLAN EVTEKS, 18'İNCİ DÖNEMİNDE DE BÜYÜK BİR BAŞARIYA İMZA ATTI. 16-20 MAYIS 2012 TARİHLERİ ARASINDA DÜZENLENEN FUAR, 35 BİNİ YABANCI OLMAK ÜZERE TOPLAM 119 BİN ZİYARETÇİYLE KENDİ REKORUNU KIRDI. FUARDA İLK KEZ OLUŞTURULAN 'DİZAYNİST' BÖLÜMÜNÜN YANI SIRA, 'HAREM DAİRESİ' DE ZİYARETÇİLERİN GÖZDESİ OLDU.



Tekstil sektöründeki son gelişmelerin sergilendiği, trend ve moda yön veren ürünlerin ziyaretçilerin beğenisine sunulduğu "EVTEKS 18. İstanbul Ev Tekstili Fuarı", 16-20 Mayıs tarihleri arasında düzenlendi. Ev tekstilinde dünyanın

ikinci fuarı, Türkiye'nin ise en büyük ticari platformu olan EVTEKS, 18'inci döneminde de ziyaretçi ve katılımcılardan yoğun ilgi gördü. Geçtiğimiz yıl 31 bini yabancı 116 bin ziyaretçinin ilgi gösterdiği fuar, bu yıl kendi rekorunu kırarak, 35 bini yabancı olmak

üzere toplam 119 bin kişiyi ağırladı. Beş gün açık kalan fuar, katılımcıları ve ziyaretçileri hem ticari, hem de içerik açısından memnun etti. 150'si yabancı olmak üzere 1000 standın açıldığı, 2 bin markanın sergilendiği fuar, bu yıl 160 bin metrekarelik alana

kuruldu. Türkiye'den İstanbul, Denizli ve Bursa ağırlıklı olmak üzere Kayseri, Adana, İzmir, Ankara ve Diyarbakır'ın aralarında olduğu çok sayıda ilden firma, ürünlerini dünyanın dört bir yanından gelen alıcılarla buluşturdu. Yerli katılımcıda olduğu gibi yabancı katkı





☛ Bu yıl 119 bin kişinin ziyaret ettiği 18. EVTEKS Fuarı'nın açılış kurdelasını sektörün önde gelen isimleri birlikte kesti

limci firma sayısında da artış gözlenen EVTEKS'e; Kanada, Fransa, Portekiz, Rusya, Japonya, Kuveyt, Azerbaycan, Ürdün, Fas, Moldova, Tunus, Çek Cumhuriyeti, Yunanistan, Suudi Arabistan, Avusturya, Kuveyt, İran gibi ülkelerden 130 firma konuk oldu. Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (TETSİAD) desteğinde CNR Holding kuruluşlarından CNR Uluslararası Fuarçılık organizasyonu ile gerçekleştirilen fuarda, tül perdelerden döşemelik kumaşa, banyo ürünlerinden, yatak odası ürünlerine, masa örtülerinden, perde mekanizmalarına kadar ev tekstiline dair bütün ürünler sergilendi.

Uzak pazarlarla yakın temas kuruldu

Yabancı katılımcı firma sayısında ciddi artış yaşayan EVTEKS 2012 Fuarı'nın geçtiğimiz yıl

850 olan katılımcı firma sayısı, bu yıl 1000 oldu. Arap ülkelerinden Uzakdoğu ülkelerine kadar Türkiye'nin bütün komşularının çekim merkezi haline gelen fuar, sektörün ev tekstilindeki sadece üretim gücünü değil, tasarım alanındaki varlığını da ortaya

koymuş oldu. EVTEKS 2012'de kurdukları bağlantılar sayesinde fuardan memnun ayrılan sadece yerli firmalar olmadı. Dünyanın değişik noktalarından katılan yabancı firmalar da kurdukları sıcak temaslara, yakın gelecekte yapacakları satışların ilk

tohumlarını atmış oldu. Bu yıl Avrupa'da düşüşe geçen fuarların aksine, gerek katılımcı firma sayısında gerekse de ziyaretçi sayısında yükseliş trendine giren EVTEKS Fuarı'nda yaşanan bu gelişme, fuarın birincilik hedefine yaklaşmasında önemli bir adım



☛ Sourcing at Magic Fuarı Ortadoğu Bölge Satış Direktörü Philippe Versluysen, İTHİB Başkanı İsmail Gülle ve İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala ile fuarı gezdi.

oldu. Sektörün ulaştığı noktaya dikkat çekmek adına kontrakt tekstillerin vitrine çıkarıldığı fuar da, firmalar son koleksiyonlarını sergileme imkanı bulurken, fuar için kurulan trend alanları aracılığıyla da sektörde Türk kontrakt tekstil işinde erişilen seviyeye katkıda bulunulması hedeflendi. Tasarım gücüyle kendini ispatlayan ev tekstili sektörü, her dönem olduğu gibi bu yıl da EVTEKS ile satışlarını artırmayı hedefliyor. Sektör bu fuardan aldığı güçle ev tekstilinde bu yıl 3.5 milyar dolarlık ihracatın üzerine çıkmayı planlıyor.

Sektörün liderleri bir arada

Beş gün boyunca renkli etkinliklere sahne olan fuarın 16 Mayıs tarihinde gerçekleşen açılış töreni-

ne tekstil sektörünün önde gelen isimleri katıldı. EVTEKS 2012, Türkiye İhracatçılar Birliği (TİM) Başkanı Mehmet Büyükekşi, İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçılar Birliği (İTHİB) Başkanı İsmail Gülle, İTHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcıları Tamer Pala ve Şerafettin Demir, TETSİAD Başkanı Yaşar Küçükçalık, THY Genel Müdürü Temel

Kotil, Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB) Başkanı Süleyman Kocasert, Uludağ Tekstil İhracatçılar Birliği (UTİB) Başkanı İbrahim Burkay'ın katıldığı törenle açıldı.

Alım heyetlerinden eli boş dönen yok

Fuarı; alım gruplarının zenginliği, katılımcı firmaların ürün çeşidi, yaratılan iş hacmi ve bir son-

raki sezon trendleriyle dünya yakından takip etti. 6,5 milyar Dolar olan Türk tekstil sektörü ihracatının yüzde 45'ini ev tekstili oluşturuyor. Türkiye bu oranla dünya ev tekstili pazarından yüzde 5 pay alıyor. 2023 ihracat hedefi 10 milyar Dolar olan sektörün en büyük ihracat destekçisi konumundaki fuar da yapılan anlaşmalar yıl bazında değerlendirildiğinde, ev tekstili ihracatının yarısından fazlası İstanbul EVTEKS Fuarı'nda gerçekleşiyor. İstanbul Ev Tekstili Fuarı'na Ekonomi Bakanlığı organizesinde 48 ülkeden alım heyeti geldi. Alım heyeti getirilen ülkelerden bazıları ise şöyle: ABD, Almanya, Belçika, BAE, Çek Cumhuriyeti, Güney Afrika, İngiltere, İspanya, İsveç, İsviçre, İtalya, Letonya, Polonya, Rusya, Slovenya, Ürdün.

150'si yabancı olmak üzere 1000 standın açıldığı, 2 bin markanın sergilendiği fuar, bu yıl 160 bin metrekarelik alana kuruldu. Türkiye'den İstanbul, Denizli ve Bursa ağırlıklı olmak üzere Kayseri, Adana, İzmir, Ankara ve Diyarbakır'ın aralarında olduğu çok sayıda ilden firma, ürünlerini dünyanın dört bir yanından gelen alıcılarla buluşturdu.



☞ Bu yıl 18'incisi düzenlenen EVTEKS Fuarı'na katılım gösteren firmalar birbirinden canlı ve şık stantlarıyla ilgi odağı oldu.



**BAŞARI YOLCULUĞU
HIZLANARAK
DEVAM EDİYOR**
İsmail Gülle
İTHİB Başkanı

Evtteks fuarının başarı yolculuğunun bu sene de gelişerek devam ettiğini gördük. Kalite açısından bir ivmelenme söz konusuydu. Türk tekstil sektörünün en saygın firmalarını son derece etkileyici trendlerle fuarda izleme şansı yakaladık. Firmalarımızın bu başarıları kutlamak lazım. Zaten iyi bir fuarın birinci kriteri doğru firmaların doğru koleksiyonlarla fuara katılmalarıdır. Bu konuda bir istikrar yakaladığınızda fuar kendi kendini büyütür. Evtteks'in başarısı da budur. Fuar, 25 binin üzerinde bir ziyaretçi sayısına ulaşmış ki bu da olumlu bir durum. Türkiye'ye komşu ve çevre ülkelerin bu fuarı önemli bir satın alma merkezi olarak kullanmaya başladıklarını bu sene daha net gördük. Aynı zamanda Avrupa'da pazarı durgunlaşan firmaların bu bölgeye yönelik bir sıçrama tahtası olarak Evtteks'i kullanmaya başladıklarını da görüyoruz. Bu trend devam ettiği sürece Evtteks fuarı bölgesel bir güç haline gelecek ve artık eskisinden daha da hızlı büyüyecek demektir. Fuarın üst yapı olanaklarının da aynı hızla gelişmesini ve fiziki olanakların da dünya standardını yakalamasını arzu ediyoruz.

Zaten iyi bir fuarın birinci kriteri doğru firmaların doğru koleksiyonlarla fuara katılmalarıdır. Bu konuda bir istikrar yakaladığınızda fuar kendi kendini büyütür. Evtteks'in başarısı da budur. Fuar, 25 binin üzerinde bir ziyaretçi sayısına ulaşmış ki bu da olumlu bir durum. Türkiye'ye komşu ve çevre ülkelerin bu fuarı önemli bir satın alma merkezi olarak kullanmaya başladıklarını bu sene daha net gördük. Aynı zamanda Avrupa'da pazarı durgunlaşan firmaların bu bölgeye yönelik bir sıçrama tahtası olarak Evtteks'i kullanmaya başladıklarını da görüyoruz. Bu trend devam ettiği sürece Evtteks fuarı bölgesel bir güç haline gelecek ve artık eskisinden daha da hızlı büyüyecek demektir. Fuarın üst yapı olanaklarının da aynı hızla gelişmesini ve fiziki olanakların da dünya standardını yakalamasını arzu ediyoruz.

**FUARIN GELECEĞİ
ÇOK PARLAK**
Şerafettin Demir
İTHİB YK. Bşk. Yard.
Ankara Tekstil YK. Bşk.

18. EVTEKS İstanbul Ev Tekstili Fuarı'ndan genel anlamda memnun kaldık. Bu yıl gerek fuarın düzeni gerek de organizasyonu daha iyiydi. Ancak önümüzdeki yıllarda çok daha iyi olmasını arzu etmekteyiz. Yine geçtiğimiz yıllara göre katılım gösteren firma sayısında ciddi bir artış oldu. Daha fazla da olabilirdi ancak metrekare olarak yer sıkıntısı yaşandığı için bununla yetinmek durumunda kaldık. Önümüzdeki senelerde katılım gösterecek ve katılım göstermeyi talep edecek çok daha fazla firma olacağına inanıyorum. İlave hollerin yapılma veya yeni ve daha büyük bir fuar alanı kurulacağı hakkında bazı duyularımız oldu. EVTEKS gibi bir fuar için, ülkemize yakışacak, yeni bir fuar alanı en hızlı şekilde yapılmasını ümit ediyoruz. Bu sene EVTEKS Fuarı'nı ziyaret eden yabancı alım heyetlerinden çok memnun kaldık. Yaklaşık 70 alım heyeti geldi. Hatta bazı alım heyetlerinin bizden numune istemeleri, iş görüşmelerinden kalan serbest zamanlarında firmamızı ziyaret etmeleri, bizimle vakit geçirmeleri gibi durumlar bizi oldukça memnun etti. Türkiye için çok büyük fırsatlar ve iş imkanları barındıran EVTEKS Fuarı'nın önümüzdeki yıllarda çok daha iyi ve kaliteli olacağına, geleceğinin parlak olduğuna inanıyoruz.





→ TİM Başkanı Mehmet Büyükekeşi, TETSIAD Başkanı Yaşar Küçükçalık ve sektör temsilcileriyle birlikte fuar alanını gezdi.

Küçükçalık: “ Fuarçılık sektörüyle büyüyeceğiz”

Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İş Adamları Derneği Başkanı Yaşar Küçükçalık 15 milyar dolar büyüklüğü olan ev tekstilinin fuarçılık sektörüyle birlikte büyüyeceğini ifade ederek sözlerine şöyle devam etti: “Burada en büyük dinamizm fuardır. Bizler önce kendimize dolayısıyla memleketimize faydalı olmaya çalışıyoruz. Hedefimiz ekonomide en önemli dinamitlerden olmak. EVTEKS bugün dünyada bilinen bir marka haline geldi. Yakın gelecekte de dünyada bilinen en büyük marka haline gelecek. Sektörümüz 700 bin kişiye istihdam sağlıyor. 2023'te 10 milyar dolar ihracat hedefimiz var. Bu hedefi gerçekleştirme için fuarların önemi büyük. Yıllık 5 milyar dolar ihracat gerçekleştiriyoruz. Bunun 2 milyar doları bavul ticareti olarak Kuzey Afrika ve sınır komşula-

rına gerçekleştiriliyor.” Türkiye tekstil ihracatına yönelik başarılı çalışmalar yapan, fuar alanında önemli bir konuma sahip olan İTHİB Türkiye için çalışmaya, fuarların, gerçekleştirilecek olan heyet çalışmalarının ve öğrencilere büyük destek

sağlayan yarışmaların tanıtımı ile farkını ortaya koydu. İTHİB Başkanı İsmail Güllü çalışmalar ile ilgili ayrıntılı bilgi verdi.

Harem'e Sultan girdi

Fuarın 11. salonunda oluşturulan 'Harem Dairesi', ev tekstili

sektörünün aktörleriyle birlikte siyaset, ekonomi ve sanat dünyasının ünlü isimlerinin yoğun ilgisiyle karşılaştı. Bu bölümde ziyaretçiler dönemin müzikleri eşliğinde; harem ağası ve cariye tarafından karşılandı, hatıra resimleri çekildi. Osmanlı



→ Birbirinden renkli etkinliklere sahne olan fuarın dördüncü gününde Türk sinemasının sultanı Türkan Şoray, harem dairesinde fuar ziyaretçilerinin yoğun ilgisiyle karşılaştı.



☛ Sektör temsilcileri stant ziyaretlerine 'Harem Dairesi'nde demirhindi şerbeti içerek mola verdi.

saraylarının motiflerinin yansıtıldığı 'Harem Dairesi'nde ziyaretçilere, demirhindi şerbeti, lokum ve Türk kahvesi ikram edildi. TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, İTHİB Başkanı İsmail Gülle, TETSİAD Başkanı Yaşar Küçükçalık, THY Genel Müdürü Temel Kotil, İTHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcıları Tamer Pala ve

Şerafettin Demir, DENİB Başkanı Süleyman Kocaseret, UTİB Başkanı İbrahim Burkay, Denizli Valisi Abdülkadir Demir, Denizli Belediye Başkanı Osman Zolan, Denizli Ticaret Odası Başkanı Necdet Özer, CNR Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ceyda Erem gibi önemli isimlerin de bir arada ziyaret ettiği, büyük ilgiyle

karşılanan harem dairesi için Küçükçalık şunları söyledi: 'Harem dairesini kurmamızdaki amaç geçmişten gelen kültür mirasımızı bugüne yansıtmak. Amacımıza ulaştığımızı düşünüyorum. Kurduğumuz harem dairesi Osmanlı dönemindeki harem kültürünü hatırlara getirdi. Özellikle yabancı ziyaretçiler tarafından da büyük

ilgi gördü.' Fuarın 4.günü Türk sinemasının sultanı Türkan Şoray sultanlara yaraşır harem dairesinde hayranlarıyla bir araya gelerek çok sayıda ziyaretçinin yoğun ilgiyle karşılaştı. EVTEKS Fuarı'nın haremiyle ve ürünleriyle büyüleyici bir fuar olduğunu söyleyen Türkan Şoray'a ziyaretçiler, kızı Yağmur Ünal için çeyizlik havlu





• NellyRodi tarafından hazırlanan 2013 sezon trendleri, EVTEKS Trend Alanı'nda sergilendi



• Türk tekstil sektörüne yönelik tanıtım faaliyetlerini birçok platformda sürdüren İTHİB, fuarda kurduğu standla da bu çalışmalarına devam etti

hediyeye etti. Harem Dairesi, kapanışını Türkan Şoray ve İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Kadir Topbaş ile yaptı.

Hassas Rüya'dan Orman Ateşi'ne

Her yıl yenilenen konseptiyle "hafızalara kazınan İstanbul Ev Tekstili Fuarı'nda NellyRodi tarafından hazırlanan 2013 sezon trendleri, Evtteks Trend Alanı'nda sergilendi. Ana kon-

septini 'Değişim'in oluşturduğu 2013 sezon trendleri Trend Alanı'nda yerli ve yabancı ziyaretçiler tarafından büyük ilgiyle karşılanarak oldukça beğeni topladı. Konseptin temalarını 'Hassas Rüya, Egzotik Pazar, Zengin Grafik, Zarif Değişim, Deniz Enerjisi ve Orman Ateşi oluşturdu. Evtteks Trend Alanı'nda sergi-

lenen sezon trendlerini TİM Başkanı Mehmet Büyükeşçi, İTHİB Başkanı İsmail Gülle, İTHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcıları Tamer Pala ve Şerafettin Demir, DENİB Başkanı Süleyman Kocasert, UTİB Başkanı İbrahim Burckay, TETSİAD Başkanı Yaşar Küçükçalık, THY Genel Müdürü Temel Kotil ve CNR Holding



• Trend Alanı'nda yer alan 'Egzotik Pazar' konsepti ziyaretçilerden büyük beğeni topladı



Arıp ülkelerinden Uzakdoğu'ya kadar dünyanın dört bir yanından ziyaretçileri ağırlayan EVTEKS Fuarı'na yerli ve yabancı olmak üzere toplam 1000 firma katıldı



18. EVTEKS Fuarı'nda bu yıl ilk defa açılan 'Dizaynist' bölümünde yabancı tasarım ofisleri yer aldı

Yönetim Kurulu Başkanı Ceyda Erem birlikte inceledi. Değişim ana konseptli temaların ise şöyle bir hikayesi var: "Gelenekselliğin kodları, Zarif Değişim`de daha az gelenek-selleşerek ve Egzotik Pazar`da canlandırılarak yenilendi. 2013 ev dekorasyonlarında genellikle kişisiz olan tasarım evreni, Deniz Enerjisi`nde hareketlenecek ve Zengin Grafik`te

şehvetlenecek. Doğa temaları, rustik bir havadan, zenginleştirilmek üzere Orman Ateşi`ne ve şiirselleştirilmek üzere Hassas Rüya'ya doğru hareket edecek. "

Tasarım ofisleri "Dizaynist"te yer buldu

EVTEKS Fuarı'nda bu sene ilk defa 'Dizaynist' adında bir bölüm oluşturuldu. Bu bölüm-

de farklı ülkelerden tasarım ofisleri ev tekstili ürünlerini katılımcılara sundu. Tasarım ofislerini sergileyen ülkeler arasında Türkiye, Almanya, Portekiz, İtalya, İsveç, İngiltere, Fransa, Hollanda ve ABD, EVTEKS Fuarı için özel hazırladıkları sunumlarını gerçekleştirme fırsatı buldu. Bu özel bölümün, önümüzdeki yıllarda tasarım ve desen oluşturma konusunda İstanbul'u bir üs haline getirmesi hedefleniyor.

Ünlü tasarımcıların seminerlerine yoğun ilgi

18. EVTEKS Fuarı'nda birbirinden değerli isimler vardı. Inkrıt Berbee, Müjde Abdış Güçlü, Erja Hirvi, Sam Colijn, Alexandra Vollebregt, Milou Ket, Samira Tanha, Bibi Ronchi, Vincent Grégorie, Güllü Deliduman, Necla Yılmaz, Carola Seybold, Ahmet Kayaer, Necibe Darcan, Cenk Mommarje gibi ev tekstil ve tasarım alanlarında ünlü isimler verdikleri seminerlerle katılımcıları bilgilendirdiler. ❖



EVTEKS Fuarı, sergilenen ürünlerin yanında düzenlenen seminerlerde de göz doldurdu

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

YERLİ DE MEMNUN YABANCI DA

EVTEKS 2012'DE KURDUKLARI BAĞLANTILAR SAYESİNDE FUARDAN MEMNUN AYRILAN SADECE YERLİ FİRMALAR OLMADI. DÜNYANIN DEĞİŞİK NOKTALARINDAN KATILAN YABANCI FİRMALAR DA KURDUKLARI SICAK TEMASLARLA, YAKIN GELECEKTE YAPACAKLARI SATIŞLARIN İLK TOHUMLARINI ATMIŞ OLDU.



SON KOLEKSİYONLARIMIZ EVTEKS'TE

Hasan Çapkınoğlu / Paşa Tekstil-Yönetim Kurulu Başkanı

Bu fuara başlangıcından bu yana katılıyoruz. Başta Çin olmak üzere, Avrupa, İran ve Suriye'den ziyaretçilerimiz var. Müşterilerimiz yeni koleksiyonlarımızı burada görüyorlar. Bunların dışında, Amerika, Kanada ve Meksika'ya satışı, Rusya'da da bayilerimiz var. Fuardan genel anlamda memnunuz ancak bunca yıl içerisinde daha da fazla gelişim göstermeliydi. Bunların dışında, EVTEKS gibi önemli bir fuarda kaliteyi sağlamak ve bazı firmaları ayıklamak gerektiğini düşünmekteyiz. Fuar firmaları kendi tanıtımları için maddi-manevi çaba gösteriyorlar ancak fuarın dış görünümünde ciddi hatalar yapılıyor. Bu sebepten dolayı geçtiğimiz senelerde birtakım aksaklık ve dikkatsizliklerle genel anlamda müşteri kaybedildiğini gözlemlemiştik.

ZİYARETÇİLER GİDEREK ARTIYOR

Metin Güleş / Dersiyon Tekstil-Pazarlama Sorumlusu

Bu yıl 18'inci düzenlenen EVTEKS Fuarı'na 10.kez katılıyoruz ve fuarın bu denli gelişimi bizi hayli mutlu etmekte. Bursa'daki fabrikamız, İstanbul-Laleli'deki ofisimiz, hali hazırda Bulgaristan ve Ukrayna'daki şubelerimiz, Rusya'daki büyük pazarımızla gidişattan memnunuz. Firma olarak, mevcut şubelerimizle Kanada'dan Ortadoğu'ya, Rusya'dan Doğu ve Batı Avrupa'ya kadar tüm dünyaya ihracat yapmaktayız. Geçen yıla oranla ziyaretçi sayısında bir artış gözlemlemekteyiz. Bu sene mevcut müşterilerimiz dışında Amerika, Rusya, İspanya gibi ülkelerden ziyaretçilerimiz oluyor. Fuar hizmetleri konusunda maalesef birtakım sıkıntılarımız var. Önümüzdeki yıllarda fuarımızın kalitesi açısından daha iyi olmasını beklemekteyiz.



ÇİN'DEKİ ALICILARIMIZ BİZE GERİ DÖNÜYOR

Mehmet Demir / Ankara Tekstil YK Başkan Yardımcısı

Fuar her yıl biraz daha başarılı geçiyor. Bir dönem Çin sebebiyle sekte yemiş olsak da daha hızlı teslimat, daha kaliteli mal ve ürünlerin devamlılığını sağlayabilmemiz sebebiyle Çin'deki alıcıların bir kısmı tekrar bize dönmeye başladılar. Biz her yıl yurtdışından 200 civarında müşteri getiriyoruz. Özellikle Rusya, Baltık ülkeleri, Doğu Avrupa ve Türki cumhuriyetlerden müşterilerimiz oluyor. Müşterilerimizin konaklama, gezi, ulaşım vb. tüm hizmetleri biz firma olarak karşılıyoruz. Fırsatı olan firmaların da bu hizmetleri sunmalarının daha avantajlı olacağını düşünüyorum. Fuar hizmetleri konusunda bazı gelişmeler gözlemledik ancak hala bazı imaj zedeleyici faktörler olduğunu düşünmekteyiz. Stant alanları konusunda da pek çok firma gibi biz de sıkıntı yaşamaktayız.





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



MODERN FUAR KOMPLEKSİ GEREKLİ

Hasan Tepe / Tepar Tekstil-Yönetim Kurulu Başkanı

Fuar firmamız açısından başarıyla geçti. Yeni geliştirmiş olduğumuz Polypropilen Hava Tekstüre İplik koleksiyonumuz (POLYLAN), Eriyikten Boyalı, Geç tutuşan Tekstüre iplikler, DISCAT Hava Tekstüre serisinden güncel renkler ve kombinasyonlar, 18D Tektüre monofilament ve 12D Patlayan tekstüre monofilament iplikler yurtiçi ve yurtdışı ziyaretçiler açısından büyük beğeni ve ilgi gördü. Standımızda iç piyasa misafirlerimizin yanı sıra, İspanya, Fransa, Portekiz, Rusya, Japonya, İran, Azerbaycan, Suriye, Fas, Moldova, Tunus, Brezilya ve Yunanistan gibi ülkelerden çok sayıda misafirimizi ağırladık. Dünyanın en büyük fuarlarından biri olarak kabul edilen EVTEKS'e katılım oldukça fazla, ancak Türkiye'ye yakışan modern bir fuar kompleksinin olmamasını büyük bir eksik olarak görüyorum.

REKABET KALİTELİ ÜRETİM SAĞLIYOR

Mehmet Özmen / Plasmen Tül Perde Döşeme-YK Başkanı

Bence EVTEKS, ev tekstili sektöründe en büyük fuarı. Türkiye'de ev tekstili yıllar içerisinde çok hızlı geliyor. Firmalar rekabet ortamında yarış halinde oldukça daha iyi üretim sağlıyor. Bu rekabetten memnun olmakla birlikte daha iyi ve daha kaliteli koleksiyonlarımızla biz de bu yarışın içinde yer alıyoruz. Kriz yaşayan ülkelere müşteri azalmasının dışında başka ülkelere de müşterilerimiz olmaya başladı. İran ağırlıklı olmak üzere Rusya, Brezilya gibi ülkelere ziyaretçilerimiz oldu. Fuar hizmetlerinden genel anlamda memnunuz ancak firmalar EVTEKS Fuarı'na bu kadar emek verirken; çevrenin, fuar alanında iç ve dış çevrenin, yurtdışındaki fuarlar gibi daha kaliteli olmasını beklediğimizi söyleyebiliriz.



AVRUPALI ALICILARIN DA İLGİSİ ARTTI

Murat Tosunoğlu / Tosunoğlu Tekstil-YK Başkanı

Karamsar Avrupa'nın kendi sorunları ile boğuştuğu dönemde zayıf geçirdiğimiz HEIMTEXTIL Fuarı'ndan sonra EVTEKS Fuarı bizler için daha umut verici olarak geçti. Ortadoğu, Balkanlar, Afrika ve Baltık ülkelerinin yoğun ilgi gösterdiği fuar da aynı zamanda Avrupalı alıcıların da ilgilerini artırdıklarını takip edebiliyoruz. Fuarımız artık kendini içeriği, kalitesi, konumu, ulaşımı, verimi bakımından tam anlamıyla kanıtlamıştır. Bu sene de organizasyonda nihayet üzerine düşeni hakkıyla yerine getirmiş ve daha düzenli ve sorunsuz bir 5 gün geçirdik. Bu vakitten sonra giderek artan trendinden başka bir şey beklemememiz gerekir. Bu süreçte yaşayacağımız her türlü aksaklık 18 yılda artık yerine tam manasıyla oturmaya başlamış olan organizasyonu sekteye uğratacağıdır.



GELECEK VADEDEN PAZARLAR VAR

Tevfik Başçeşme / Hürsan Havlu-Genel Müdürü

EVTEKS Fuarı'nda geçmiş dönemlerde beklentimiz olan metrekare ve stant alanımız sağlanamadığı için fuara katılımımızı geciktirdik, bu sene ilk defa katılıyoruz. Geline noktada EVTEKS'in hitap ettiği pazarların gelişen ve gelecek vadeden pazarlar olduğunu gördük. Doğu Bloku dediğimiz Ukrayna, Rusya, Azerbaycan, Macaristan, Çekoslovakya; bunun yanı sıra Orta Doğu, hem çok zengin hem de her türlü mala ihtiyacı olan bir bölge olarak bizim ziyaretçi profilimizi oluşturmaktadır. Ayrıca Orta Doğu ve İran, ev tekstiline doymamış bir nüfus profiliyle, sürekli gelişen ve yatırım yapmak isteyen bir pazar olduğu için, EVTEKS bu anlamda ayrıca bir önem teşkil ediyor. Ancak fuar hizmetlerinde geçen yıla oranla ciddi bir gelişme olsa da bazı eksiklikler hala mevcut.



SympaTex®



GUARANTEED GREEN

THE SYMPATEX  RECYCLABLE MEMBRANE

DINAMİK PERFORMANS



SU GEÇİRMEZ
NEFES ALIR
RÜZGAR GEÇİRMEZ

WWW.SYMPATEX.COM
TÜRKİYE MÜMESSİLİ;
CROMOGENIATÜRK
+90 (216) 394 90 88

TEKSTİLDE MÜKEMMELLİĞE GİDEN YOL BU SEMPOZYUMDAN GEÇTİ

EKOTEKS TEKSTİL LABORATUVARI TARAFINDAN BU YIL 5'İNCİSİ DÜZENLENEN "ULUSLARARASI EKOTEKS TEKSTİL SEMPOZYUMU" 15 MAYIS TARİHİNDE GERÇEKLEŞTİRİLDİ. DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ'NDE DÜZENLENEN TOPLANTIDA, İNSAN SAĞLIĞINA YÖNELİK DÜNYA ÇAPINDAKİ TEKNOLOJİK GELİŞMELER, TEHDİTLER VE DENETİM UYGULAMALARI "TEKSTİLDE MÜKEMMELLİĞE GİDEN YOL" BAŞLIĞI ALTINDA MASAYA YATIRILDI.



Kurulduğu günden bu yana uluslararası geçerliliği olan bağımsız bir laboratuvar olarak tekstil sektöründeki hizmetlerini arttırarak sürdüren Ekoteks

Laboratuvarı, geleneksel hale getirdiği "Uluslararası Tekstil Sempozyumları"na devam ediyor. İHKİB öncülüğünde bu yıl 5'incisi düzenlenen "Uluslararası Ekoteks Tekstil

Sempozyumu" 15 Mayıs Salı günü gerçekleştirildi. Geçtiğimiz yıl insan odaklı tekstil, eko etiketle ilgili yapılan çalışmalar, organik pamuk ve kumaş dokumada çevreye dost liflerin

kullanımı, tehlikeli kimyasallar yönetimi ve tekstil sektörü gibi konuların zengin sunumlarla paylaşıldığı sempozyum, bu yılda da sektör çevrelerinden yoğun ilgi gördü. "Tekstilde



→ Moderatörlüğünü Pr. Dr. Bülent Özipek'in yaptığı 5. Uluslararası Ekoteks Sempozyumu'nun ilk oturum, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdür Yardımcısı Mikayil Kılıç "Türkiye'de piyasa gözetimi ve denetim uygulamaları", ve Santiago de Compostela Üniversitesi öğretim görevlisi Prof. Dr. F. Javier Sardina'nın "Tekstil dünyasında ürün sağlığı ve güvenliği" konulu sunumuyla gerçekleşti.

Mükemmelliğe Giden Yol" teması ile düzenlenen etkinlikte, sektör mensupları, alanında uzman kimya mühendisleri, akademisyenler ve üst düzey marka yöneticileri de yer aldı. Yaklaşık 200 katılımcının izlediği sempozyumda, insan sağlığına yönelik dünya çapındaki teknolojik gelişmeler, tehditler ve denetim uygulamaları "Tekstilde Mükemmelliğe Giden Yol" başlığı altında masaya yatırıldı. Açılış konuşmalarını Ekoteks İcra Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir, İstanbul Hazır giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Hikmet Tanrıverdi ile Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mehmet Büyükekşi'nin gerçekleştirdiği "Uluslar arası 5. Ekoteks Sempozyumu"na İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri, İTKİB Genel Sekreterliği'nden temsilciler ve çok sayıda sektör temsilcisi katıldı. Dört ayrı oturumda düzenlenen sempozyum, ABD, Almanya, İspanya, Belçika, Çek Cumhuriyeti ve Türkiye'den uzmanların sunumlarıyla gerçekleşti.



İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi: "Ekolojik tekstille birlikte insan ve çevre sağlığını ön planda tutan ürünler kullanacağız".

Tüketici sağlığı önceliğimiz olmalı

Ekoteks'in çalışma faaliyetlerinde temel esasın insan sağlığını korumak olduğunu söyleyerek konuşmasına başlayan İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, tekstilde gelişen teknolojiye verilen öneme dikkat çekti. Tanrıverdi, tekstilde mükemmelliğe giden yolun son derece uzun ve zorlu olduğunu, bu yolu Ar-Ge çalışmalarının ve inovasyona yönelik sürdürülen uzun soluklu programların aydınlatıldığını dile getirdi. Gelişen teknoloji

sayesinde hazır giyim ürünlerinin giysi olmanın ötesine geçip, kimsenin hayal edemeyeceği bir kimliğe büründüğüne vurgu yapan Tanrıverdi, "Artık insan sağlığına hizmet eden ürünlerden; radyasyona karşı kalkan görevi üstlenen ceketlere, iç giyim ve spor giyimde termal konforun sağlanmasına kadar pek çok yenilik tüketicileri bekliyor. Oksijen üreten ürünler yeşil ve sağlıklı bir dünyaya ışık tuttuğu gibi ciltteki mantar ve yaralara kadar birçok rahatsızlığa da iyi geliyor. Teknik tekstil ile doktor artık evimizde



Ekoteks İcra Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir, açılış konuşmasında: "Ekoteks'in uluslar arası geçerliliği olan bağımsız bir laboratuvar olduğunu söyledi."

diyebiliriz" şeklinde konuştu. Tanrıverdi, Ar-Ge ve teknolojinin birlikte hareket ederek üretimi gerçekleştirdiğinde insan ve çevre sağlığına büyük katkı sağlandığını da dikkat çekti. Tekstil ve hazır giyim sektöründe bu yöntemi kullanmanın üçüncü dünya ülkelerinde olabileceğini iddia etmenin yanlışlığına da değinen Tanrıverdi, Ar-Gr ve teknolojinin birlikteliğiyle yapılan üretimde kalp krizini haber veren atletlerden, başta mantar olmak üzere ayak sağlığına katkı sunan çoraplara; iç giyim ve spor giysilerde özel liflerin kullanımıyla termal konforun sağlanmasına kadar pek çok yeniliğin tüketicileri beklediğinin de altını çizdi. İHKİB Başkanı Tanrıverdi konuşmasını, "Kalp krizini bildirip, hastalıkları tedavi eden giysiler ile doktor artık evimizde" diyerek sonlandırdı.

Daha yeşil ve sürdürülebilir tekstil

Uluslararası 5. Ekoteks Sempozyumu'nun açılış konuşması TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi ile devam etti.



Büyükeksi, Türkiye'nin 2023 hedeflerine giderken tekstil ve hazır giyim sektöründe sürdürülebilir rekabet gücü kazanabilmek için "Daha yeşil ve daha sürdürülebilir tekstil" anlayışına odaklanılması gerektiğini vurguladı. Hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün son 10 yılda

ihracatını 8,9 milyar dolardan 16 milyar dolara yükselttiğini hatırlatan Büyükeksi, 2023'te tekstilde 20 milyar dolar, hazır giyimde ise 52 milyar dolar ihracat hedeflediklerini belirtti. Tekstil sektöründe üretim kapasitesinin modernizasyonu ve yeniden yapılanması ile ilgili verimlilik artışı sağlamak istediklerini ifade eden

Büyükeksi, "Bu doğrultuda sektörümüz; yeni tek-

EKOTEKS'İN GÜÇLÜ SPONSORLARI

Uluslararası 5. Ekoteks Sempozyumu'na, tekstil ve hazır giyim sektöründe hizmet veren büyük markalarla birlikte, Ekoteks'in birlikte hareket ettiği ve teknoloji desteğini aldığı teknoloji firmaları, laboratuvar kimya araştırmaları yapan firmalar olmak üzere toplam 9 firma sponsor oldu. Tekstil ve hazır giyimde; Derimod, Kiğılı, Mudo yer alırken, kimya firmaları olarak Huntsman, Basf, BT Kimyasal, Farmakim ve Rudolf Duraner sponsorlar arasındaydı. Teknolojik çözümler üreten Gore Creative Technologies'in aralarında olduğu 9 firma "5. Ekoteks Sempozyumu"nun sponsorluğunu üstlendi.

nolojilerin kullanımını artırmayı özel ve katma değeri yüksek elyaf ve iplik üretimine yönelmeyi hedefliyor. Sektör, Ar-Ge ve Ür-Ge çalışmaları ile teknik tekstiller ve çok fonksiyonlu ürünlere odaklanmayı, markalaşmayı, tasarım ve koleksiyonlarla trend belirleyici olmayı hedefliyor" dedi.

"Uluslararası standartlarda bir laboratuvar"

Sempozyumun açılış konuşmasında söz alan bir diğer

isim Ekoteks İcra Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir oldu. Ekoteks'in kurulduğu günden bu yana uluslararası geçerliliğe sahip bağımsız bir laboratuvar olarak hizmet verdiğini belirten Özdemir, laboratuvarın uluslararası standartlarda, güvenilir, hızlı ve kaliteli servis sunduğunu söyledi. Ekoteks'in kuruluş amacının, ihracat yapan firmalara en kısa zamanda, test maliyetlerini en düşük seviyede tutarak hizmet vermek olduğunu anlatan Özdemir, ayrıca tekstil ürünlerinin kalitesini istenen





ETİKET ve MATBAACILIK LTD. ŞTİ.



www.simsekege.com.tr

pazarlama@simsekege.com.tr



Prof. Dr. F. Javier Sardina
Santiago de Compostela
Üniversitesi öğretim görevlisi

seviyeye yükseltmeye ve sürekliliğini sağlamaya yönelik de katkı sağladıklarını dile getirdi.

Konunun uzmanları bu sempozyumda buluştu

Sempozyum, Ekoteks İcra Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir, İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Hikmet Tanrıverdi ile TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi'nin açılış konuşmalarından sonra konunun uzmanları tarafından hazırlanan sunumlarla devam etti. İTÜ profesörü ve aynı



EKOLOJİK TEKSTİL NEDİR?

Gelişen dünyada insan sağlığını her şeyin üzerinde tutma bilinci, önce yediklerimizin ne kadar sağlıklı olduğu konusunda başladı. Zamanla, bilinçlenme düzeyindeki artışla birlikte, giydiklerimizin de ne kadar sağlıklı olduğu sorgulanmaya başlandı. Bu sorgulamanın sonucunda "Ekolojik Tekstil" doğdu. İkinci cildimiz olan kıyafetlerimizin içinde barındırdığı kimyasalların ne dozda ve nasıl etkilere sahip

olduğunun araştırılarak sağlığı tehdit etmeyecek oranda kullanımını sağlayan ekolojik tekstil insan sağlığıyla birlikte çevre sağlığına da katkı sağlıyor. Ekolojik tekstil yerine geleneksel yollarla üretilen ürünlerde, aşırı dozda kullanılan kimyasalların insan sağlığını tehlikeli boyutlarda tehdit ettiği tespit edilirken, bu ürünlerin yıkansa dahi zararlı kimyasallardan arınmayarak kullanıldığı süre boyunca cilt tarafından emilmesine yol açıyor. Uzun vadede bu durum kansere kadar varan riskli durumlar doğurabiliyor. 1990'lı yıllarda ortaya çıkan Ekolojik Tekstil'le birlikte çevreyi ve insan sağlığını bu zararlı etkilerinden korumak için kapsamlı çalışmalar başlamıştır. Ekolojik Tekstil ve Eko Tekstil kavramlarıyla açıklanan üretim biçiminde yöntem şöyle uygulanmaktadır: Ürünün elyaf halinden bitmiş halde ürün haline gelene kadarki tüm işlemlerinde çevre sağlığı gözetilerek ve tüketiciye zarar veren kimyasallardan arındırılarak üretim sağlanır. Ürünün kullanıldıktan sonra atılması etabında da tekrar geriye kazanılır yani dönüşümlü olmasına dikkat edilir. Bu şekilde Eko Tekstil üretimiyle kullanıcıya sunulan en zararsız ürünler organik pamukla üretilen tekstil ürünleridir. Ekolojik tekstil çatısı altında yer alan organik tekstil ve organik pamukta Ekolojik tekstil gibi doğaya ve insan sağlığına saygılı üretim anlayışının önemli bir göstergesi.

zamanda Tekstil Geliştirme ve Pazarlama Programı Koordinatörü olan Prof. Dr. Bülent Özippek'in moderatörlüğünde gerçekleşen "Uluslararası 5. Ekoteks Sempozyumu"nda ilk oturum, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdür Yardımcısı Mikayil Kılıç'ın sunumuyla başladı. Kılıç'ın "Türkiye'de Piyasa Gözetimi ve Denetim Uygulamaları"nı anlattığı sunumun ardından, Santiago de Compostela Üniversitesi öğretim görevlisi Prof. Dr. F. Javier

Sardina, katılımcılara "Tekstil Dünyasında Ürün Sağlığı ve Güvenliği" konulu sunumu paylaştı. İkinci oturuma geçildiğinde ilk sunumu Sabancı Üniversitesi Öğretim Görevlisi Prof. Dr. Yusuf Menceloğlu, "Birinci Nesil Nano Malzemeler ve Fonksiyonel Tekstil Uygulamaları"nı anlattığı sunumu ile gerçekleştirdi. İkinci oturum, Sürdürülebilir Tekstil Üretiminde "Think Green-Yeşil Düşün" sunumuyla Almanya/Rudolf Duraner şirket temsilcisi Cem Yıldırım tarafından gerçekleştirildi. Seminerin öğleden sonra düzenlenen oturumlarında, Liberec Teknik Üniversitesi Öğretim Görevlisi Prof. Dr. Lubos Hes, "Fonksiyonel İç Giyim ve Spor Giysilerde Özel Liferin Kullanımı ve Artan Termal Konfor Özelliklerinin Testinde Yeni Metotlar" sunumunu ger-

çekleştiren, BT Kimya'dan Tuğrul Yarbaş, "Havadaki Vitamin-Negatif İyonlar/Sağlıklı dolaşım" konulu sunumu katılımcılarla paylaştı. Üçüncü oturumun son sunumu ise Amerika'dan gelen Huntsman yetkilisi Remo Codemo'ya aitti. Codemo'nun, "Doğal Kaynaklar, Atıklar ve Sürdürülebilirlik Odaklı Aviterase ve Yüksek IQ Kavramıyla Daha Yeşil Bir Dünyaya Doğru" sunumuyla oturum sona erdi. BASF Almanya yetkilisi Süleyman Özgür Cıngı'nın "Tekstil Endüstrisinde Su Tüketimi Tasarruflar ve Dünya Su Kaynaklarına Etkileri" adlı sunumuyla başlayan son oturum, Centexbel firmasından Sofie Gowy'nin "Farklı Ülkelerde Karışım Oranı ve Bakım Etiketlerinin Gereksinimlerinin Değerlendirilmesi" sunumu ile devam etti. ❖





DOMOTEX Middle East

YERİN TÜM DOKULARINI HİSSEDİN!

İstanbul 8-11.11.2012
İstanbul Fuar Merkezi TÜRKİYE
Türkiye ve Ortadoğu Zemin Fuarı



Deutsche Messe
Worldwide

Hannover-Messe
International Istanbul Ltd. Şti.
Tel: +90 (212) 334 69 00
Faks: +90 (212) 334 69 34
info@hf-turkey.com

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

domotex-middle-east.com

Destekleyen



EUROVISION'DA HATİCE GÖKÇE İMZASI



57. EUROVISION ŞARKI YARIŞMASI'NDA TÜRKİYE'Yİ TEMSİL EDEREK 7. SIRAYA YERLEŞEN CAN BONOMO'NUN SAHNE KİYAFETLERİ, ERKEK MODASININ YENİLİKÇİ İSMİ HATİCE GÖKÇE'YE AİT. GÖKÇE, "LOVE ME BACK" ADLI ŞARKININ PERFORMANSI İÇİN SANATÇIYA ÖZEL BİR TASARIM YAPTI.

Hatice Gökçe bu kez yenilikçi tasarımlarını 57. Eurovision Şarkı Yarışması'nda Türkiye'yi temsil eden Can Bonomo için hazırladı. Erkek modasının öncüsü ismi olarak bilinen Gökçe, "Love Me Back" adlı şarkının performansı için sanatçıya özel bir tasarım yaparken; Can Bonomo'nun arkasındaki dansçıların kostüm-

leri de Giray Sepin tarafından tasarlandı. Yaptığı tasarımlarda sanatın farklı dallarından beslenen Hatice Gökçe için müzik önemli bir yerde duruyor. Tasarımcı daha önce de Türkiye'nin en önemli oda müziği topluluklarından Borusan Quartet'ın sahne kostümlerini hazırlamıştı.

Efelerden esinlendi

Hatice Gökçe'nin Eurovision performansı için hazırladığı tasarımların teması, Can Bonomo'nun müziğinin barındırdığı tınılardan yola çıkarak Ege Bölgesi'ne ait efe giysilerinden esinlenilerek oluşturuldu. Heybetli bir görün-

tü yakalamak üzere efelerin geleneksel giysilerinin kolları üzerinde bulunan ve kolun kuş kanadı gibi görünmesini sağlayan "camadan" isimli üstlük ile efelerin heybetine gönderme yapıyor. Camadan koreografiyi de görsel olarak destekliyor. Bu sayede Türk giysi kültürünün zenginliği hatırlanıyor. Tasarımlarda kullanılan formlar martı kanatlarını anımsatacak şekilde hazırlandı. Ayrıca Can Bonomo'nun şapkasında da gümüş martı figürleri bulunuyor. Gökçe'nin tasarladığı sahne kostümlerinde deri kullanıldı. Can Bonomo'nun kıyafeti aynı zamanda Giray Sepin'in dansçı-

lar için hazırladığı ilgi çekici tasarımlarla da uyum sağlıyor.

Farklı tarzlar bir arada

Can Bonomo ile çalışmasıyla ilgili olarak Hatice Gökçe, "Can Bonomo müzik dünyasına getirdiği yeni solukla ilgi gören genç ve başarılı bir müzisyen. Bu nedenle Türkiye'yi uluslararası arenada Eurovision gibi önemli bir yarışmada temsil etmiş olması büyük bir şans. Müzik, tasarımlarımda her zaman etkileyici bir unsur oldu. Farklı tarzları bir araya getiren Can Bonomo'nun performansı için kıyafetler tasarlamak benim için keyifli ve heyecanlı bir süreç oldu" dedi. ❖

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!

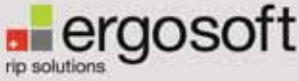


RAMSETE III ve Portrait 2 Desen Tasarımı ve Giydirme Yazılımlarında 17 yıllık tecrübe ile, Program Eğitimi, desteği ve danışmanlık hizmeti.

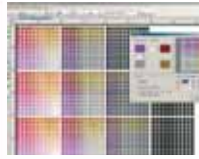


Tekstile direkt dijital baskı boyları

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.



BTC Bilgi Teknolojileri Danışmanlık Hizmetleri Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.

Tekstilkent Ticaret Merkezi - A6 Blok No.48 , 34235 Esenler - İstanbul
Telefon: +90 212 4386506 , Fax : +90 212 4386509 , www.dijitalteknolojiler.com

DOSSO DOSSI FASHION SHOWS



STAS MIHAYLOV



Expo Center



IC Green Palace



Delphin Imperial

07 ИЮНЯ 2012
14 JUNE 2012
Antalya



Dossa Dossi

www.dossodossi.com.tr



PHILIPP KIRKOROV



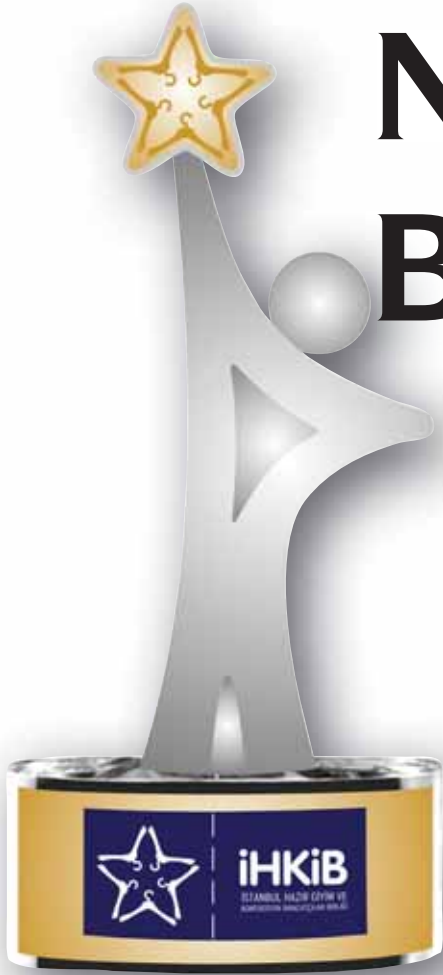
Kremlin Palace



Rixos Lares



Topkapi Palace



NASIL BAŞARDILAR ?

ONGAN TEKSTİL, AKSA AKRİLİK, DESA DERİ, DİNARSU HALI VE GSD DIŞ TİCARET. ONLARI ORTAK BİR PAYDADA BULUŞTURAN İSE 2011 YILINDA GERÇEKLEŞTİRDİKLERİ İHRACAT RAKAMLARI İLE İTKİB'İN BAŞARILI İHRACATÇILAR LİSTESİNDE ZİRVEYE YERLEŞMİŞ OLMALARI. DÖRT SEKTÖRÜN ZİRVEDEKİ İSİMLERİ, FİRMALARINI BAŞARIYA GÖTÜREN ANA UNSURLARI HEDEF DERGİSİ'NE ANLATTI.



ONGAN TEKSTİL İHRACAT ÖDÜLLERİNE DOYMUYOR

ONGAN TEKSTİL, 2011 YILINDA GERÇEKLEŞTİRDİĞİ İHRACAT RAKAMIYLA İTKİB TARAFINDAN DÜZENLENEN “BAŞARILI İHRACATÇILAR TÖRENİ”NDE HAZIR GİYİM DALINDA BİRİNCİ OLDU. ONGAN TEKSTİL YÖNETİM KURULU BAŞKANI SUAT ERDOĞAN, FİRMALARINI BAŞARIYA GÖTÜREN ANA UNSURLARIN EKİP ÇALIŞMASI, ADALETLİ YÖNETİM VE PAYLAŞIMCILIK GİBİ UNSURLARIN TAŞIDIĞINI SÖYLÜYOR.



Ongan Tekstil, İstanbul'da 15 bin metrekare kapalı alana sahip üretim tesisi, 6 bin metrekare alana sahip depolama alanı ve ayrıca Moldova 'da da 15 bin metrekarelik alana sahip üretim tesisi ile sektörde faaliyet gösteriyor. Ongan Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı Suat Erdoğan, "Firmamızda çalışan tüm arkadaşlarımız, çalışanlar arasında bireysel ayrımcılık olmadığından eminler ve firma için canla başla çalıştıkları sürece bunun karşılığını alacaklarını çok iyi biliyorlar. Bu da ekipteki tüm arkadaşlarımızın firmaya olan güvenini en yüksek seviyeye çıkarmakla beraber, performanslarını da inanılmaz artırıyor. Özet olarak başanımızda karşılıklı güven, içten

ve samimi çalışma ve paylaşımcılığın payı bulunuyor" diyor.

Ongan Tekstil dört yıldır zirvede

Kurulduğumuz günden itibaren, müşteri memnuniyetini sağlamanın ilk şartının uyumlu ve eğitilmiş bir ekip çalışması olduğu bilinciyi hareket ettiklerini belirten Suat Erdoğan, devamlı gelişen hedefler doğrultusunda, şeffaflık politikalarını koruduklarını belirtiyor. Belirli dengeleri muhafaza ederek üretimimi arttırmayı hedeflediklerini söyleyen Erdoğan, genç dinamik bir ekiple beraber hareket ederek keyifli bir çalışma ortamının sürekliliğini sağlamanın da öncelikli ilke ve hedefleri olduğunu dikkatleri çekiyor. Ongan Grup bünyesindeki Ongan Tekstil

ve İpek tekstil firmalarının 2006 yılından itibaren ihracat ve sanayi üretim listelerinde yerini aldığını belirten Erdoğan, Türkiye'nin ilk 500 ihracatçı firması sıralamasının içerisinde olduklarını belirtiyor. Suat Erdoğan, son 4 yıldır İTKİB tarafından verilen Platin Başarı ödülünü aldıklarına dikkat çekiyor.

"2012de'de iddialıyız"

Firma olarak faaliyet gösterdikleri alanlarda her yıl hedeflerini biraz daha yükselttiklerini belirten Suat Erdoğan, "Hedeflerimize ulaşabilmek için de çeşitli yatırımlarda bulunup, çalışanlarımızın memnuniyetini sağlayıp eğitime ve kaliteye çok önem verdik. Firma olarak 2012 yılında da daha çok çalışıp ülke ekonomisine ve

kalkınmasına katkıda bulunmayı hedefledik. Bizler başarıya ulaşmak için gelişmeye açık olunması gerektiğine inanmaktayız. Kaliteli hizmet anlayışımızdan ödün vermeden, toplumsal yükümlülüklerimizi göz ardı etmeden, müşteri memnuniyetini maksimum seviyelerde sağlamayı ve bu süreç içerisinde aynı zamanda ülkemiz için de gerçek bir değer olmayı kendimize görev bildik. 2012 yılı için de bugüne kadar kazandığımız başarılarımızı daha da yükseltmek ve sektörde yine ayrıcalıklı konumda olmaya çalışacağız. Bu yıl ki ihracattaki hedefimiz 2011 yılındaki ihracat seviyemizin daha da ilerisine taşımayı hedefliyoruz" diyor.

Sektörde marklaşma şart

Hazır giyim sektörünün performansının bir hayli azaldığını gözlemlediğini belirten Suat Erdoğan, bunda Avrupa da ki krizin etkisi olduğu kadar, kriz beklentisi ile koleksiyonlarındaki model çeşitliliğini azaltan firmalarında payının olduğuna dikkat çekiyor. Avrupa'daki krizin etkisinin bu yılın sonuna kadar sektörde hissedileceğini belirten Erdoğan, sektörün 2013 yılından itibaren ise tekrardan canlanacağını belirtiyor. Türk hazır giyim sektöründe dünya liginde bir adım daha ileriye götürecektir en önemli hususun markalaşma olduğunu belirten Suat Erdoğan, markalaşan Türk hazır giyim sektörünün dünyada çok önemli bir söz sahibi olacağını belirtiyor.

AKSA İHRACAT İLE BÜYÜYOR

GEÇEN YIL GERÇEKLEŞTİRDİĞİ İHRACAT RAKAMIYLA İTKİB TARAFINDAN DÜZENLENEN “BAŞARILI İHRACATÇILAR TÖRENİ”NİN DE TEKSTİL DALINDA BİRİNCİ OLAN AKSA AKRİLİK, 2012 YILINDA DA İHRACATTA İDDİALİ. AKSA AKRİLİK PAZARLAMA MÜDÜRÜ SERHAN BELENER, BAŞARILARININ EN ÖNEMLİ UNSURUNUN İSTİKRARLI VE BÜYÜMEYİ HEDEFLEYEN İHRACAT POLİTİKASI OLDUĞUNU SÖYLÜYOR.



Aksa Akrilik, 5 kitada 50'den fazla ülkenin tekstil ve endüstriyel tekstil sanayisine hizmet veriyor. Türk tekstil endüstrisine akrilik elyafı ilk getiren kuruluş olan Aksa, akrilik elyafın dünya-daki toplam üretim kapasitesinin yüzde 13,2'sini Yalova'daki entegre tesislerinde üretiyor. Yıllık 308 bin ton akrilik elyaf üretim kapasitesi ile dünya lideri konumunda olan firmanın ürettiği renkli-renksiz (ekru), tov, tops ve kesik elyaf, tek başına veya pamuk, yün, polyester, naylon gibi diğer doğal ve yapay elyaf türleri ile karıştırılarak halıdan döşemeliğe, iplikten el örgüsüne, kadifeden çorap ve branda bezine kadar çok geniş bir alanda tekstil hammaddesi olarak kullanılıyor. Aksa, üretiminde bulunan tüm ürün gamını dünya pazarlarına sunmakta, ayrıca Mısır'da faa-

liyet gösteren, akrilik tov boyama tesisi Aksa Egypt üretimi ile de Mısır ve diğer Ortadoğu pazarlarına hizmet veriyor.

Aksa'nın ihracatında ABD, Çin ve İran başrolde

Firma olarak 2011'de 350 milyon dolar ihracat gerçekleştirdiklerini söyleyen Aksa Akriklik Pazarlama Müdürü Serhan Belener, çok geniş bir coğrafyada hizmet veren firmalarının başlıca üç pazarını ABD, Çin ve İran'ın oluşturduğunu belirtiyor. Serhan Belener, "Aksa, ABD pazarında lider ihracatçı konumunu ve ihracat rakamlarını, ABD'nin henüz ekonomik krizi tam anlamıyla atlattıramamış olmasına rağmen korumuştur. Çin'de yerli üretimin, tüketimin yaklaşık yüzde 80'nini karşıladığı bir ortamda, bu ülkeye en büyük ikinci ihracatçı konumun-

dayız. Çok yoğun rekabetin yaşandığı, Dünya'nın en büyük üçüncü akrilik elyaf tüketicisi pazar olan İran'da ise 2011 senesinde ihracat rakamımızı yüzde 60 oranında arttırarak pazar payımızı genişletmiş durumdayız."

"2012 tüm sektörler için zor geçecek"

Aksa'nın ihracattaki başarısının en önemli unsurunu, istikrarlı ve büyümeyi hedefleyen ihracat politikası olduğunu belirten Serhan Belener, firmalarının müşterilerine verdiği güven ve süreklilik imajı rakiplerine oranla tercih edilen firma olmasını sağladığını belirtiyor. 2012 yılı tüm sektörler için zor bir yıl olacağını belirten Belener, "Sektörümüzde tüm pazarlarda 2011 senesine oranla talep daralması yaşanmakta. Yine de Aksa, çok geniş bir coğrafyaya

hizmet verme avantajı ve sektörde Dünya lideri konumuyla 2012 yılı ihracat hedefini 380 milyon dolar olarak ortaya koyuyor. 2012 yılının ilk yarısında ABD ve özellikle Avrupa ülkelerinde yaşanan ekonomik krizin etkisiyle, Uzak Doğu pazarları bekledikleri sipariş miktarlarının çok gerisinde kalmışlardır. Türk tekstil sektörü ise Uzak Doğu pazarları ile rekabet edebilecek konuma gelmektedir. Türk tekstil sektörü kriz ortamında olaşabilecek pastadan rekabetçi avantajları ile önemli bir parça kazanacak" diyor.

Türkiye çok önemli bir tekstil ülkesi

Türk tekstil sektörünün Dünya pazarlarında oluşturduğu, kurum itibarı, güvenilirlik, kaliteli ve verimli üretim imajını sürdürmesi gerektiğini vurgulayan Serhan Belener, Türkiye'nin kalifiye insan kaynağı, tekstil sektöründe kullanılan hammaddelerin neredeyse tamamının üretiyor olmasının da avantaj olduğunu söylüyor. Türkiye'nin ürettiği tekstil ürünlerinin yüzde 60'ını ihraç eder konumda olduğunu belirten Belener, "bu özelliklerden dolayı Türkiye'nin tekstilde halen yatırım yapılmakta olan başlıca ülkeler konumuna gelmesini sağladığını ifade ediyor.

KUMAŞTAN KOLEKSİYONA TASARIMDA DEVRİM



Kaledo®

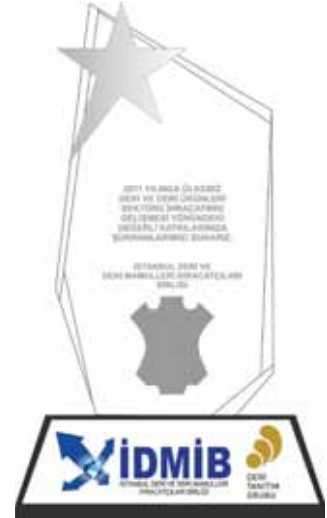
Moda tasarımı için özel geliştirilmiş yazılım çözümü

- Model oluşturma, teknik çizim, kumaş giydirme, varyant hazırlama
- Database üzerinde tasarım arşivi oluşturma
- Otomatik raporlama ve bilgi güncelleme
- Koleksiyon portföy yönetimi
- Ekip çalışmasını güçlendiren paylaşım platformu



DESA DERİ BİRİNCİLİĞİ KAPTIRMIYOR

2011 YILINDA GERÇEKLEŞTİRDİĞİ İHRACAT RAKAMIYLA İTKİB TARAFINDAN DÜZENLENEN “BAŞARILI İHRACATÇILAR TÖRENİ”NDE DERİ DALINDA BİRİNCİ OLAN DESA DERİ, BU PERFORMANSINI ÖNEMLİ MARKALARIN TEDARİK KONUSUNDA ÇÖZÜM ORTAĞI OLMASINA BORÇLU.



Desa Deri, koyun kürkü, koyun derisi ve dana derisi üretim imkanlarına sahip bir adet tabakhane, bay ve bayan deri konfeksiyon, çanta, küçük mamul, kemer, deri mobilya ve ev aksesuarı gibi ürünler üretebilen iki üretim tesisi ve 2 bin kadar personeli ile Türkiye'nin deri sektöründe işgal eden en büyük sanayicisi konumunda bulunuyor. Firmalarının sanayiciliğinin yanı sıra geçen 40 yıldır Desa etiketi ile bir tüketici markası olarak da faaliyet gösterdiğini ifade eden Desa Deri Genel Müdürü Burak Çelet, yurtiçinde 80'i aşkın mağaza ve yurtdışında 2 perakende mağazası ile markalı ihracata ağırlık verdiklerini belirtiyor.

Desa kapasitesinin yüzde 95'ini kullanıyor

Genelde Batı Avrupa pazarına ihracat yapan Desa Deri'nin

2011 yılında en önemli ihracat kaleminin saraciye ürünler olduğunu belirten Burak Çelet, “Kapasite kullanım oranımızı yüzde 95'lerin üzerinde tutarak önemli bir verimlilik artışı yakaladık. Genelde sezonsallıktan yakından bir sektörde birden fazla alt sektörde işgal ederek sezonsallığı minimize ettik. Desa mağaza zinciri için de üretim yapıyor olmak ve perakende zincirinin tedarik dönemlerini ihracat müşterilerinin sezon geçişlerine programlıyor olmakta daha rekabetçi fiyatlamaya yapmamaza izin verdi. Bunun sonucunda 2010 yılında da sektörün en büyük ihracatçı firmamız, 2011 yılını geçerken yüzde 35'in üzerinde bir ciro artışı yakaladı. Önemli markaların tedarik konusunda çözüm ortağı olmayı stratejimizin odak noktası olarak seçerek ve entegre üretim tesislerimizin

avantajından faydalanarak bu firmalara deriden başlayıp muhtelif bitmiş mamullere kadar pek çok üründe hizmet verdik. Hammaddenin tasarım aşamasını üretim sürecinin bir parçası olarak görmüş olmamızın ortaya koyduğumuz performansta çok büyük katkısı olduğuna inanıyorum.3 tesisimizde gerçekleştirdiğimiz 56 Milyon Doların üzerindeki ihracat rakamının 2010 yılından sonra 2011 yılında da Desa'yı sektör birinciliğine taşıması bizim açımızdan gurur verici oldu” diyor.

“2012'de pazar daralacak”

2012 yılında gerek bölgesel gerekse global riskleri göz önünde bulundurarak daha konservatif bir hedefleme yaptıklarını ifade eden Burak Çelet, yaptıkları ihracatın büyük bölümünü Batı Avrupa ülkelerine yapıyor olmaların-

dan dolayı pazarda makul bir daralma ön gördüklerine dikkat çekiyor. 2012 yılının ilk yarısına girerken sektörün ihracat performansının beklentilerimin ötesinde geliştiğini belirten Çelet, “En önemli partnerimiz olan Avro bölgesinin yaşadığı ekonomik belirsizlik şu ana kadar ihracatçımızı çok da fazla etkilemiş gibi durmuyor. Ancak yılın ikinci yarısı için gene de tedbirli olmamız gerektiğini düşünüyorum. Türk deri sektörünü bir adım ileri götürecek en önemli konunun innovasyon olduğuna inanıyorum. Ar-Ge dediğimizde “Araştırma-Getirme” değil “Araştırma-Geliştirme” anlamalıyız. Ürünün teknolojisini de bilen tasarımcı yetiştirme konusunda hala önemli bir açığımız olduğunu düşünüyorum ve sektör olarak bu konuda daha fazla çaba göstermemiz gerektiğine inanıyorum. Son olarak da taklitçiliğin ve taklitle mücadeleye gerekli önemi vermemenin uzun vadede Türkiye'nin bir üretim üssü olma şansını yok edeceği kanaatindeyim” diyor. .

DEV YATIRIM PARKUR



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



DİNARSU YATIRIMLARLA BÜYÜYOR

2011 YILINDA GERÇEKLEŞTİRDİĞİ İHRACAT RAKAMIYLA İTKİB TARAFINDAN DÜZENLENEN “BAŞARILI İHRACATÇILAR TÖRENİ”NDE HALI DALINDA BİRİNCİ OLAN DİNARSU HALI, BU BAŞARISINI YAPTIĞI YENİ YATIRIMLARIN YANI SIRA PAZAR ÇEŞİTLİLİĞİNE BORÇLU.



İstanbul'da 1955 yılında kurulan Dinarsu Halı, 1975 yılında Çerkezköy entegre tesislerine taşınmış. Kasım 2005 yılında Dinarsu markasının Erdemoğlu şirketler topluluğu bünyesine geçmesiyle yeniden yapılanan Dinarsu, ürün yelpazesini genişleterek tüketici ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşılayabilmek için 2006 yılı itibariyle yatırımlara başlamış durumda. Modernizasyon ve kapasite artırıcı yatırımların sürdürdüğünü belirten Dinarsu Halı Yönetim Kurulu Üyesi Bülent Özveren, Dinarsu markasını Türkiye'de olduğu gibi Dünya'da da sektörünün lideri yapmak üzere çalışmaların tüm hızıyla devam ettiğini söylüyor. Bülent Özveren, Dinarsu'nun

duvardan duvara halı konusunda tufting halı, nonwoven halı ve çim halı üretimi ile Türkiye'nin en geniş ürün yelpazesine sahip üreticisi olarak hizmet verdiğini söylüyor. Firma olarak CE sertifikasına sahip ilk ve tek tufting halı üreticisi konumunda bulduklarını belirten Özveren, 2010 yılında yapılan yatırımla 76 dpi çözünürlükte fotoğraf görselliğinde üretim yapabilen Dünyadaki ilk ve tek üretici olma ayrıcalığını tüm Türkiye ile paylaşmanın onurunu taşıdıklarına dikkatleri çekiyor. 2011 yılında 240 bin metrekare alan üzerinde, 90 bin metrekare kapalı alanda 12 milyon metrekare Chromojet baskı teknolojisini ile halı üretimi yaptıklarını belirten Özveren, yılda

ortalama 30 milyon metrekare kapasiteyle faaliyetlerini sürdürdüklerini söylüyor.

Dinarsu'nun ihracat hedefi 40 milyon dolar

Başta İngiltere ve ABD olmak üzere 40'a yakın ülkeye ihracat yaptıklarını belirten Bülent Özveren, 2011 yılında 25 milyon dolar tutarında ihracat gerçekleştirdiklerini söylüyor. Firmalarını başarıya götüren etkenlerin başında yeni teknoloji yatırımları ile rekabet edebilir seviyeyi yakalamış olmalarının geldiğini belirten Özveren, iyi pazar araştırmaları yapmalarının da bu başarıda önemli bir etken olduğunun altını çiziyor. Dinarsu

Halı olarak 2012 yılı ihracat hedeflerinin 40 milyon dolar olduğunu belirten Özveren, 2012 yılının ilk yarısında yapmış oldukları satışlar ile hedeflerine ulaşacaklarını tahmin ettiklerini ifade ediyor. Türk halı sektöründe bu şekilde yeni teknolojiyi takip eden yatırımlara devam edilmesi gerektiğini vurgulayan Özveren, firmaların pazarı iyi takip ettikleri süreçte başarıyı yakalayacaklarını belirtiyor. Türk halı sektörünün Avrupa ülkelerinde yaşanan kriz ortamından çok fazla etkilenmeden çıkacağını tahmin ettiklerini söyleyen Özveren, sektör olarak önlerinde kat edecekleri çok uzun yolların olduğunu ifade ediyor.



Permess, inovatif tela çözümleriyle ürnünüzün değeri 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



İHRACATIN UZMAN İSMİ: GSD DIŞ TİCARET

GSD DIŞ TİCARET, 2011 YILINDA GERÇEKLEŞTİRDİĞİ İHRACAT RAKAMIYLA İTKİB TARAFINDAN DÜZENLENEN “BAŞARILI İHRACATÇILAR TÖRENİ”NDE DIŞ TİCARET DALINDAN BİRİNCİ OLDU.



Uzmanlaşmış dış ticaret şirketi modelinin ülkemizdeki ilk örneği olarak 1986 yılında kurulan GSD Dış Ticaret, 2011 yılında yaptığı 1 milyar dolar tutarındaki ihracatla Türkiye'nin ihracat hacminin yüzde 0,8'ini gerçekleştirme başarısını göstermiş durumda. Firmalarının kuruluş amacının, tekstil ve konfeksiyon üretimi ve ihracatı ile uğraşan kuruluşları, kendi alanında uzmanlaşmış bir dış ticaret sermaye şirketi çatısı altında bir araya getirmek olduğunu belirten GSD Dış Ticaret Genel Müdürü Sencan Derebeyoğlu, bu işbirliğinden doğan ekonomik gücü tüm imalatçı kuruluşların yararına kullandıklarını söylüyor. Bir dış ticaret sermaye şirketi olan GSD Dış Ticaret'in üretim faaliyetinde bulunmadığını belirten Derebeyoğlu, “sektörünün öncülerinden 90 civarında seçkin

imalatçı firma ile çalışmakta ve “pasif ihracat” olarak adlandırılan imalatçıların ihracatına aracılık etmekteyiz. Gerek firmaların seçiminde, gerekse faaliyetlerinin izlenmesinde oldukça titiz davranılmakta, ilke olarak serbest muhasebecilik ve yeminli mali müşavirlik yasası çerçevesinde tam tasdik kapsamında olan firmaların ihracatına aracılık ediyoruz. Bu şekilde birlikte çalıştığımız tüm şirketlerin mali ve hukuki mevzuat açısından her zaman etkin bir kontrol düzeni içinde faaliyetlerini sürdürmelerini sağlıyoruz. Faaliyette bulunduğumuz iş alanının önemi ve dinamik yapısı gereği, dış ticaret ve mali mevzuat konusundaki tüm gelişmeleri yakından izlenmekte, düzenlenen seminer ve toplantılarla imalatçı firmalarımızın yeni uygulamalar konusunda bilgilenmelerini sağlıyoruz” diyor.

GSD, 90 firma ile çalışıyor

Firma olarak tekstil, deri giyim, ev tekstili ve giysi aksesuarlarına odaklandıklarını ifade eden Sencan Derebeyoğlu, yüksek iş hacimleri sayesinde bazı mali, ticari ve idari avantajlar elde ettikleri avantajları üyelerine de yansıttıklarını söylüyor. Yıllar içerisinde söz konusu avantajlar sayesinde hizmet verdikleri müşterilerin büyüyen gelişmesine yardımcı olduğunu belirten Derebeyoğlu, “ Bizimle yaklaşık 90 adet şirketin önemli bir kısmı ile en az 10 yıldan beri çalışıyoruz. Bu yakın ve sağlam işbirliği GSD Dış Ticaret'in başarısındaki en büyük etkenlerden biridir. Ayrıca, Türk ürün kalitesinin bilinirliği, pazara yakınlık, Avrupa ülkelerine göre krizden daha az etkilenmemiz, ekonomimizin ve bankacılık sistemimizin güçlü performansı

gibi olumlu unsurlar yurtdışı pazarlardaki şansımızı artırmıştır. İhracatımızın yaklaşık yüzde 85'ini gerçekleştirdiğimiz Avrupa ülkelerinin son zamanlarda Uzakdoğu pazarlarından tekrar Türkiye'ye yönelmeleri de olumlu bir gelişme olarak göze çarpmaktadır” diyor.

“İhracat için pazar çeşitliliği şart”

2011 yılının ilk dört ayına bakıldığında 2012 yılının aynı dönemine göre tekstil sektöründe Yüzde 4,4'lük bir düşüş yaşandığını belirten Sencan Derebeyoğlu, “ tekstil ihracatının yüzde 50,5'lik kısmının AB ülkelerine yapıldığı görülüyor. 2012 yılının aynı dönemindeki oran yüzde 45'dir. Rakamlardan da görüldüğü gibi, AB ülkelerinde yaşanan ekonomik durgunluk Türkiye'nin tekstil ihracatına olumsuz yönde yansımıştır. Bu azalmaya karşılık Eski Doğu Bloku (Rusya, Ukranya, Sırbistan), Amerika Ülkeleri (ABD, Kanada, Brezilya, Meksika) ve Asya ve Okyanus ülkeleri (Japonya, Hong Kong) gibi ülkelere ihracatımızın arttığı görülmektedir .Bu veriler açıkça gösteriyor ki, ihracatçılar daralan pazarları göz önünde bulundurarak sürekli yeni pazarlar arayışı içindedir. Türk Hazır Giyim Sektörünün dünya liginde bir adım ileriye götürecek en önemli husus “katma değeri yüksek” mallar üretmek, enerji, işçilik maliyetlerinin azaltılması ve markalaşmaktır” diyor. ❖

Atkı Bere Eldiven



ONTEKS
www.onteks.com



ONTEKS TEKSTİL MAKİNA GIDA SAN. TİC. LTD. ŞTİ.
GÜMÜŞSUYU CAD. ODİN TOPKAPI CENTER NO: 28/381 34010 TOPKAPI - İSTANBUL
TEL: +90 212 444 30 10 FAX: +90 212 501 84 84 / www.onteks.com / ontteks@onteks.com

EXİMBANK LİMİTLERİNİN ÇİTASI YÜKSEK

EXİMBANK GENEL MÜDÜRÜ HAYRETTİN KAPLAN VE BANKANIN ÜST DÜZEY YÖNETİMİ 21 MAYIS TARİHİNDE DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ'NDE İHKİB YÖNETİM KURULU İLE BİR ARAYA GELDİ. EXİMBANK BAŞKANI KAPLAN, "LİMİT PROBLEMİMİZ YOK. EXİMBANK OLARAK ARTIK İHRACATÇILARIN AYAĞINA GİDİYORUZ. BİZİ İZLEMAYA DEVAM EDİN" DEDİ.



Hazır giyim sektörünü yakından ilgilendiren kurum ve kuruluşlarla görüşmelerini sürdüren İHKİB'in son konukları Eximbank yetkilileri oldu. 21 Mayıs Pazartesi günü Dış Ticaret Kompleksi'nde İHKİB temsilcileri ile bir araya gelen banka yetkilileri, Eximbank olarak artık ihracatçıların ayağına gittiklerinin mesajını verdi.

İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Tanrıverdi, İHKİB Başkan Yardımcısı Kemalettin Güneş, İHKİB Başkan Yardımcısı ve TİM Başkan Vekili Ahmet Akbalık, İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri Nilgün Özdemir, Jale Tunçel, Mustafa Gültepe,

Fatih Yarkın, Ümit Özüren, Ruşen Çetin, Birol Sezer, Özcan Sümer, Okyay Mızrak, Sabri Sami Yılmaz ve Harun Bayramoğlu gibi isimlerin hazır bulunduğu toplantıya, Eximbank Genel Müdürü Hayrettin Kaplan'ın yanı sıra Genel Müdür Yardımcıları Mesut Gürsoy, Alaaddin Metin ve Cenan Aykut katıldı. Samimi bir havada geçen çalışma toplantısında Eximbank Genel Müdürü Hayrettin Kaplan, ihracatçıların yaşadığı finansal sorunların maksimum seviyede çözülmesine yönelik kredi sistemlerine sahip olduklarını belirtti. Kaplan, 'İhracatçılarımızın günlük vade

uygulamaları, sigorta dönüşleri, kur tespitlerindeki sapmalardan kaynaklı para kayıpları, teminat konularında güven problemleri gibi konularda yaşadıkları sıkıntıları biliyoruz. Eximbank olarak ihracatçılarımıza öncelikle bu sorunlarda kesin çözüm önerileri sunuyoruz' dedi. Eximbank Genel Müdür Yardımcısı Mesut Gürsoy ise, Eximbank olarak ihracatçıların talepleri doğrultusunda hareket ettiklerini ve tüm düzenlemelerde bu talepleri karşılamaya yönelik çözümler ürettiklerini dile getirdi. Toplantıda, Eximbank uygulamalarının başında gelen ihracatçı firmanın sadece Eximbank ihracat sigortası poliçesi ile

Eximbank kredilerine başvuru imkanı, sevk öncesi kredilerde direk Eximbank'a başvuru yapabilme avantajı, kredi limitlerinin sorunsuz düzeyde kullanıcıya verilmesi gibi yeni düzenlemelere dikkat çekildi. Ayrıca işletme ve yatırım kredisi kullandırılması ve en önemli uygulamalardan biri olarak altı çizilen, ihracatçıya verilen danışmanlık hizmeti uygulamaları da tüm detaylarıyla katılımcılara anlatıldı.

Tanrıverdi: 'Eximbank ile sektör arasında köprü olacağız'

İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Tanrıverdi toplantıda, Eximbank'ın kredi ve sigor-

ta düzenlemelerinin hazır giyim sektörüne geniş çaplı bir organizasyonla İHKİB aracılığıyla duyurulması teklifini Eximbank Genel Müdürü Hayrettin Kaplan'a iletti. Hikmet Tanrıverdi, kredi ve sigorta düzenlemeleriyle ilgili son gelişmelerin tüm sektörlerle paylaşılacağı geniş ölçekli bir organizasyonun İHKİB organizasyonunda düzenlenmesinin sektör için son derece önemli olduğunun altını çizdi. Gerçekleştirilmesi durumunda sektör başkanlarının ve sektör çalışanlarının geniş katılımının sağlanacağı etkinliğin, hem Eximbank'ın mevcut ihracatçılarla ve de yeni girişimcilerle daha yakından tanınması hem de ihracatımızı artırmaya yönelik sağlayacağı tüm avantajları sektörlerle paylaşımının sağlanacağını belirten Hikmet Tanrıverdi, 'Yaz dönemi bitmeden Eximbank'ın en güncel düzenlemeleri sektörümüzle paylaşabilmesi için köprü vazifesi göreceğiz' dedi.

Eximbank'tan ihracatçıya direk kredi başvuru imkanı

İhracatçıyı, kredi başvurularında hem zaman hem de prosedürler anlamında yoran başvuru süreçlerine kesin çözüm getirdiklerini belirten Eximbank Genel Müdür Yardımcısı Mesut Gürsoy; "İhracatçımız kredi başvurusunu gerçekleştirirken sadece bir başvuru mektubu ile talebini bankamıza iletebiliyor. Başka bankalarda olduğu gibi aracı kurum ya da kişileri kullanmak zorunda değiller. Eximbank olarak ihracatçılarımızın boğucu prosedürlerle zaman kaybetmesini istemediğimiz için birebir ulaşılabilir noktada olmayı tercih ediyoruz" dedi. Gürsoy bu noktada firmaların başvurularının Eximbank'a ulaşmış olmadığını anlamak için Eximbank'ı arayarak ve aracı bankanın da

adını vererek, bilgi alabileceklerini söyledi. Eximbank'a yapılan kredi başvurularının en fazla 15 gün içerisinde sonuçlandığını belirten Gürsoy, kredi başvurularının aksamasına neden olan hususun aracı bankalar olduğunu ifade etti.

İhracat yapacağınız alıcıyı tanıyor musunuz?

İhracat yapan bir firmaya; "Ticaret gerçekleştireceği söz konusu firmanın finansal gücü", "Güvenirliliği", "Piyasa referansları" gibi konularda danışmanlık hizmeti veren Eximbank, ihracatçılara bu desteğiyle uygun şartlarda gönül rahatlığıyla ihracat yapma olanağı sağlıyor. Toplantıda söz konuya ilişkin de açıklama yapan Genel Müdür Yardımcısı Mesut Gürsoy; "İhracatçımız bankamıza telefon ya da maille ulaşarak alıcısıyla ilgili bankamızdan danışmanlık hizmeti alabilir. Bugün ticarete en çok karşılaşılan risk durumu firmaların teminat kısmında yaşadığı genellikle finansal kaynaklı sıkıntılar. Biz Eximbank olarak bu sıkıntıların çözümünde verdiğimiz danışmanlık hizmetiyle ihracatçımızın yanındayız" dedi.

İşletme ve yatırım kredisi ikisi bir arada

İhracatçının tercihleri doğrultusunda çözümler üreten Eximbank, işletme ve yatırım kredisi olanaklarıyla da diğer bankaların hizmetlerine fark



Eximbank Genel Müdürü Hayrettin Kaplan, "Limit problemimiz yok, ihracatçıya tam destek veriyoruz"



Eximbank Genel Müdür Yard. Gürsoy, "İhracatçımızın herhangi bir aracı kullanmadan direk kredi başvuru yapmasını sağlıyoruz"

atıyor. Dünyaca ünlü birçok bankanın işletme ve yatırım kredilerinde Eximbank'ın sunduğu avantajları sağlamadığını belirten Genel Müdür Yardımcısı Cenan Aykut, "Eximbank olarak girişimcilerimizi sürekli destekleme yönünde bir politika güdüyoruz. İhracatçımızı artırmak için büyük ölçekli firmaların yanı sıra küçük ölçekli girişimlerinde desteklenmesi gerektiğine inanıyoruz" dedi.

"İhracat Kredi Sigortası" nedir?

Türk Eximbank ihracatçıların 360 güne kadar olan vadeli sevkiyatlarında sigorta desteği vererek onların yanında yer alıyor. Eximbank kendi bünyesinde bulundurduğu ülkeler kap-

samında bu ülkelerin alıcılarına kredi sigorta desteği veriyor. Esas amacın, uygun risk dağılımının sağlanması olduğu kredi sigortasında, tüm sevkiyatların sigortalanması ile sigortalıların hem düşük hem de yüksek riskli alıcı ve ülkelere gerçekleştirdiği ihracat işlemlerinin aynı polişe kapsamına dahil edilmesi ile uygun bir risk dağılımı sağlanıyor ve buna bağlı olarak prim oranları asgari düzeylerde tespit ediliyor. Toplantıda, Türkiye'de geçtiğimiz yıl ihracat kredi sigortasını en fazla yüzde 31'lik oranla Deri-Konfeksiyon sektörünün kullandığını paylaşan Eximbank yöneticileri; "Tekstil ve Hazır Giyim'in de sigorta kullanım oranını artırabileceğini belirtiyor. ❖"



MTD'NİN ÇİÇEĞİ BURNUNDA BAŞKANI: MEHTAP ELAİDİ

MODA TASARIMCILARI DERNEĞİ'NİN YENİ BAŞKANI, TÜRK MODA TASARIMCILARI ARASINDA HEM ÖZGÜN ÇİZGİSİ HEM DE TÜRK MODASININ GELİŞİMİ İÇİN YAPTIĞI DEĞERLİ KATKILARLA ADINDAN SÖZ ETTİREN MEHTAP ELAİDİ OLDU. 16 MAYIS'DA GERÇEKLEŞEN SEÇİMLE GÖREVE GELEN ELAİDİ, "HEDEFLenen NOKTAYA OLABİLECEK EN KISA SÜREDE ULAŞMAK İÇİN VAR GÜCÜMÜZLE ÇALIŞACAĞIZ" DEDİ.



Türk modasının atağa geçtiği son yıllarda, moda tasarımının sektörleşmesi için kurulan ve kısa sürede Türk tasarım sektörünün inşa eden Moda Tasarımcıları Derneği (MTD), kurucuları arasında yer alan Bahar Korçan, Arzu Kaprol, Hakan Yıldırım, Hatice Gökçe, İdil Tarzi, Özlem Süer ve Ümit Ünal gibi başarılı moda tasarımcılarıyla birlikte 2006 yılından bu yana Türk modasının ilerlemesi için var gücüyle çalışıyor. MTD, İstanbul'un dünya vitrininde en önemli şehirlerden biri olduğunun bilinçli yaklaşımıyla kenti direk tasarımın bir parçası gibi yorumluyor. İstanbul'un bir kültür beşiği oluşundan beslenen dernek, moda tasarımını dendiğinde bu kültürlerin etkileyici detaylarını kullanmanın büyük bir şans olduğunun da farkında. Markalaşmanın bir ülkenin dünya moda are-

nasında yer alabilmesi için oldukça önemli bir enstrüman olduğunun da farkında olan MTD, aynı zamanda yaratıcı marka olmayı hedefleyen özgün tasarımcıları keşfetmesiyle de tasarım dünyasında yetenek avcılığı yapıyor. Türk moda tasarım sektörünün her alanda tanınması için yoğun şekilde çalışan MTD, tasarımcıların iç piyasada varlıklarını güçlendirmek için de önemli projeler geliştiriyor. Moda tarihinin bir anlamda kaydını tutarak Türk moda akımlarının da arşivini yapan MTD, derneğin başarılarına başarı katmak için yola Mehtap Elaidi ile devam ediyor. 16 Mayıs 2012'de gerçekleşen seçimle MTD Başkan Yardımcılığı'ndan dernek başkanlığına yükselen Elaidi ile derneğin yeni dönemine ilişkin keyifli bir sohbet gerçekleştirdik.

Moda Tasarımcıları Derneği'nin yeni başkanı olarak yeni döneminizde derneğinizin yol haritasından bahsedebilir misiniz? Öncelikli olarak faaliyetleriniz hangi alanda yoğunlaşacak?

Ben ve arkadaşlarım bu görev ve talip olduğumuzda bugüne kadarki süreçte özveriyle yapılan çabalar ve çalışmalar sonucu meydana getirilen değerleri koruyarak daha ileriye taşıma ve Türk moda tasarımını ve tasarımcısını ulusal, bölgesel ve uluslararası platformlarda daha belirleyici bir ekol haline getirmek için yeni değerler yaratmak üzere yola çıkmış ve yol haritamızı da buna göre çizmiştik. Buna göre şu anda Galatamoda ve İstanbul Fashion Week öncelikli projelerimiz arasında yer alıyor. Derneğimiz üyeleri olan moda tasarımcılarının perakende platformunu

oluşturan Galatamoda'nın yükselen bir grafikte devam etmesi için girişimlerimize başladık. İstanbul Fashion Week ise biliyorsunuz artık izlenen, beklenen bir organizasyon haline geldi. Onun da bulunduğu yerden hedeflenen noktaya gelmesi için yeni projeler ve çalışmalar içindeyiz. Bunun haricinde de Türk moda tasarımcısının aynı zamanda ticari açıdan güçlenmesini sağlayacak yeni projeler üzerinde çalışmak üzere kurulan komitelerimiz de çalışmalarına başladı.

Türkiye'nin değişen ve gelişen moda tasarımı ekollerinden biri Mehtap Elaidi...Türk moda tasarımındaki gelişimi bir de sizin yorumunuzla dinleyebilir miyiz?

Türk moda tasarımının gelişmesinde ve gelişmesinin anlaşılmasında Moda Tasarımcıları

Moda Tasarımcılar Derneği'nin yeni başkanı olan Mehtap Elaidi, geçtiğimiz Şubat ayında düzenlenen İFW'de "Rağmen" adlı koleksiyonu ile son tasarımlarını moda severlerin beğenisine sundu.



Derneği'nin kurulmasının çok büyük bir önemi olduğuna inanıyorum. Hem mevcut değerleri tanıtmak hem de yeni değerlere yer açmak üzere yeni platformlar oluşturmak adına çok önemli bir süreç yaşandı derneğin kurulmasıyla birlikte. Buna ek olarak Hakan Yıldırım, Arzu Kaprol, Dilek Hanif gibi tasarımcıların uluslararası arenalarda istikrarlı bir şekilde - ki istikrarın bu sektörde çok önemsenmesi gereken bir unsur olduğu aşikar - sundukları koleksiyonlarla da Türk moda tasarımcısı algısına çok katkıda bulduklarına inanıyorum. Şu anda algı yönetimi çok önemli çünkü moda adına Türkiye endüstrisi, altyapısı ve tasarımcısıyla çok önemli bir duruş sergileyebilecek kapasitede ancak bunun daha etkin bir şekilde anlatılması ve tanıtılması gerekiyor hem sektör hem tasarımcı adına. Hepimiz biliyoruz ki sektör bu

işin mutfağıysa tasarımcı da bu işin vitrini. Menüde ne olacağını vitrinden anlayabiliyorsunuz dolayısıyla ikisi bir araya geldiğinde büyük bir güç meydana getiriyorlar.

Türk moda tasarımcıları bugün global arenada isimlerini duyurmakla kalmıyor aynı zamanda kalıcı hale de getiriyor. Türk markalarının yurtdışındaki kariyer gelişimini nasıl buluyorsunuz?

Son yıllarda gittikçe daha fazla önem kazanan ve uluslararası boyutta kariyer gelişimini sürdüren çok başarılı Türk markaları artık rahatlıkla anar hale geldik. Markalı ihracatın öneminin çok arttığı bugünlerde Türk markaları da vizyonları, tasarıma verdikleri önem ve istikrarlı çalışmalarıyla örnek teşkil etmeye başladılar.

Türkiye'deki moda aktivitelerini nitelik ve nicelik olarak diğer moda başkentleriyle kıyaslar mısınız?

Ben açıkçası Türkiye'deki moda aktivitelerini diğer moda başkentleriyle karşılaştırmak yerine Türkiye'yi kendine özel avantajlar barındıran diğerlerinden farklı değerler yaratmaya yönelik alternatif bir moda çekim merkezi olarak görmek istiyorum. Diğer moda başkentlerine baktığınız zaman yerleşik farklı değerlere sahip çıkan moda merkezleri görüyoruz. Londra mesela yeni yeteneklere sahip çıkan bir rol üstlenirken, New York moda haftasında daha ticari sonuçlara odaklanmış bir etkinlik karakteri görüyor, Paris'te ise ihtişamın merkezde oturduğu ama modanın



neredeşye yönetildiği silüetle karşılaşıyoruz. Ben İstanbul Moda Haftası'nın ise bütün bu merkezlerden farklı olarak daha geniş yelpazede moda ürünleri sunabilen ama aynı zamanda kendine ait bir dili olan Türk tasarım ekolü sunan bir merkez haline gelmesini arzu ediyorum.

Fast fashion markalarıyla tasarımcıların işbirliğini nasıl eğerlendiriyorsunuz? Türkiye bu konuda hangi noktada? Bu durumu dünyadaki başarılı örnekleriyle kıyaslayabilir misiniz?

Fast fashion markalarıyla tasarımcıların işbirliği son zamanlarda sıklıkla rastladığımız olaylardan. Çok önemli bence çünkü iki farklı ucun bir arada buluşmaya çalışmasından farklı bir enerji ve ürün çıkıyor ki bu da bu kadar hızlı tüketilen bir sektörde herkes için aranan kan niteliğinde. Fast fashion markalarının kapsadığı müşteri kitlesi ile tasarımcı vizyonunun buluşması iki taraf açısından da olumlu sonuçlar ortaya çıkarıyor diye düşünüyorum. Yurtdışında bu işbirlikleri birkaç şekilde karşımıza çıkıyor. Marka tasarımcı ile kapsül bir koleksiyon için anlaşabildiği gibi koleksiyon danışmanlığı da alabiliyor. Türkiye'de rastladığımız örnekler genelde koleksiyon danışmanlığı şeklinde gerçekleşiyor ancak özellikle genç tasarımcıların önünün açılabilmesi için kapsül koleksiyon çalışmalarının da daha fazla gerçekleştirilmesi gerektiğini düşünüyorum

Türkiye'deki moda eğitimini nicelik ve nitelik olarak nasıl buluyorsunuz? Dünya ile bir kıyaslama yaparsanız neler söylersiniz?

Nicelik olarak bir problemimiz yok ancak bu niceliği yakalamaya çalışırken nitelikten



vazgeçmemek ana nokta olmalı fakat maalesef bu konuda endişelerim var. Bu kadar çok okulun bu kadar kısa zamanda açılmasıyla birlikte nitelikli eğitimciden ödün veriliyor gibi geliyor bana ki bu da uzun vadede sorunlar yaratacağı diye düşünüyorum. O yüzden açılacak okullarda eğitim için gerekli tesisler kadar eğitim görevlisi kalitesinin de çok dikkatle inceleniyor olması gerekiyor.

İstanbul Moda Akademisi'nin varlığını ve faaliyetlerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

İstanbul Moda Akademisi'nin bu anlamda çok önemli bir açığı kapattığına ve tasarımcı ile sektörün bir araya gelmesinde de önemli bir rol üstlendiğini düşünüyorum. Ayrıca sun-



dukları atölye çalışmalarında sektörün her anlamda eksikliğini hissettiği açıkları kapatacak başlıklar seçtiklerini ve bu şekilde yukarıda da bahsettiğimiz sebeplerden okullarda ortaya çıkan boşlukları çok başarılı bir şekilde doldurduklarına inanıyorum.

Moda ve ekonomi arasındaki ilişkiyi bir tasarımcı olarak nasıl değerlendiriyorsunuz? Türkiye'de modanın gelişimi ile ekonominin gelişimi arasında nasıl bir bağ var?

Moda ve ekonomi arasında direk bir ilişki var, aksini iddia etmek bugünün şartlarında çok naif bir yaklaşım olur. Ekonominin gelişimiyle birlikte algılarda meydana gelen farklar otomatik olarak moda-

nın yol haritasını da etkiler hale geliyor. Moda bir kültür gerektirir ve ekonomi de güncel kültürü etkileyen kuvvetli unsurlardan biridir.

Moda Tasarımcıları Derneği özellikle genç yetenekleri keşfetmek adına etkin çalışmalar düzenliyor. Moda tasarımı konusunda Türkiye'deki potansiyeli nasıl değerlendiriyorsunuz?

Yukarıda da bahsettiğim gibi moda tasarımı konusunda Türkiye'nin kültürel yapısı, gençlerin ilgisi ve sektörün kuvvetli altyapısını birlikte değerlendirdiğimizde çok ciddi bir potansiyel olduğunu düşünüyorum ancak bu avantajları artı değerlere çevirebilmek için sektörün bütün aktörlerine çok önemli roller düşüyor. Eğitim kurumlarından tasarımcı teşviklerine, devlet politikalarının tanımlanmasından sektörün tasarımcı ile ilişkisine dayanan uzun bir zincirin tüm halkalarının eksiksiz ve birbiri ile uyum içinde işleyen bir mekanizmanın hayata geçirilebilmesi gerekiyor. Bunun için de işbirliklerinin ve çözüm ortaklıklarının çok önemsenmesi gerektiğini düşünüyorum.

Uzun yıllardan bu yana moda tasarımcısı olarak mesleğinizi icra ediyorsunuz. Klişe olacak ama, beğenerek takip ettiğiniz klasik ve yenilikçi tasarımcılar var mı?

Bu soruya ben de genellikle hep aynı cevabı veriyorum o anlamda benim cevabım da biraz klişe olacak ama ben her sezon kendini yenileyebilen, fakat aynı zamanda imzasını hep hissettirebilen tasarımcıları hayranlıkla izliyorum. İsim vermek gerekirse Hakan Yıldırım, Dries Van Notten, Marc Jacobs ve Miuccia Prada ilk aklıma gelenler...✦



BULGARİSTAN

MAKEDONYA

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

İHKİB VE MTD EL SIKIŞTI

İHKİB, MODA TASARIMCILARI DERNEĞİ YENİ BAŞKANI MEHTAP ELAİDİ'YE BAŞARILAR DİLEMEK VE YENİ PROJELERE BİRLİKTE İMZA ATMAK İÇİN BİR ARAYA GELDİ. İHKİB YÖNETİM KURULU ÜYELERİ İLE MODA TASARIMCILARI DERNEĞİ YÖNETİM KURULU ÜYELERİNİN TANIŞTIĞI TOPLANTI, İHKİB BAŞKANI HİKMET TANRIVERDİ'YE HAZIRLANAN SÜRPRİZ DOĞUM GÜNÜ KUTLAMASIYLA SAMİMİ BİR HAVADA GERÇEKLEŞTİ.

Diş Ticaret Kompleksi'nde 25 Mayıs'ta İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi önderliğinde düzenlenen toplantıya İHKİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Ahmet Akbalık ile Yönetim Kurulu Üyeleri, Mustafa Gültepe, Volkan Atik, Fatih Yarkin, Ümit Özüren, Okyay Mızrak, Cem Altan, Birol Sezer, Harun Bayramoğlu, Nilgün Özdemir, Efsane Turan ve Cem Kaprol katıldı. İki sene boyunca Moda Tasarımcıları Derneği Yönetim Kurulu Üyesi olarak görev yaptıktan sonra Mayıs ayında Başkan olan Mehtap Elaidi'ye ise ekibinden, Yönetim Kurulu Başkan Yardımcıları Gamze Saraçoğlu, Simay Bülbül, Nejla Güvenç ile Yönetim Kurulu üyeleri Niyazi Erdoğan, Nihan Buruk ve Jale Erdoğan eşlik etti.



Tanrıverdi: 'Maddi ve manevi desteğimiz hazır'

Toplantının başında Hikmet Tanrıverdi'ye sürpriz doğum günü kutlaması yapılarak, pasta kesildi. Mehtap Elaidi'nin yeni görevi için başarılar dileyen Tanrıverdi, birlikte pek çok projenin altına imza atmak istediklerini, bununla ilgili çalışmalar yapmak gerektiğini belirtti. Üretimde sıkıntı yaşadıklarını belirten Mehtap Elaidi, zincirde bu hal-kayı güçlendirmek istediğini söyleyerek, üretim destekleyici bir proje olması gerektiğini vurguladı. Tanrıverdi de, sektöre katkı sağlayacak bir projeyi maddi ve manevi olarak desteklemeye hazır olduklarını dile getirdi. Arka tarafta kalan tasarımcıların ön plana çıkarılmaya başlanması gerektiğini ifade eden Tanrıverdi, birlikte yapılabilecek projeler için bir ekip oluşturmayı öngördü. Moda Tasarımcıları Derneği'nin yeni yapılanmayla birlikte herkesi kucaklaması gerektiğini belirten İHKİB Bşk. Yrd. Ahmet Akbalık, tasarımı destekleyecek her projede yer almak istediklerini ifade etti.

Elaidi: 'Tasarımcıları öne çıkarmak istiyoruz'

Mehtap Elaidi, Türkiye'de moda tasarımcılarını öne çıkarmak istediklerini vurgulayarak bunlarla ilgili çalışmalara hızla başladıklarını belirtti. Uzun yıllardır pek çok markaya tasarım ve stil danışmanlığı yapan Moda Tasarımcıları Derneği üyeleri hazır giyim sektörüne çok uzak olmadıklarını, hazır giyim endüstrisinin yanı sıra bir de moda endüstrisine ihtiyaç olduğunu vurguladı. İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Volkan Atik ise tasarımcıların ürünlerinin çok kaliteli olduğunu, bu

ürünleri kendi firmalarında da görmek istediklerini söyledi. Atik, bununla ilgili izlenecek bir yol belirlemek gerektiğini ifade etti. Moda Tasarımcıları Derneği Yönetim Kurulu Üyelerinden Niyazi Erdoğan ise kendi markalarını ihraç etmek istediklerini söyleyerek, bu görüşe katıldığını belirtti. Samimi bir havada geçen toplantının sonunda MTD Başkanı Elaidi, doğru bir sinerjiyle alınacak ortak kararlar doğrultusunda çalışmaların kısa zamanda meyve vereceğini, İHKİB Başkanı Tanrıverdi ise, ticari olarak hızla adım atmaya başlayabileceklerini söyledi. ❖



❖ İHKİB YK Üyeleri ile Moda Tasarımcıları Derneği temsilcilerini bir araya getiren toplantı, İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi'ye hazırlanan sürpriz doğum günü kutlamasıyla samimi bir havada gerçekleşti

444 1 POL



üretim



Servis



Kalite

**"Bütün Dünyayı
İlikliyoruz"**



Fiyat

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

İTHİB BREZİLYA ALIM HEYETİ'Nİ AĞIRLADI



AĞIRLIKLI OLARAK AVRUPA VE ÇEVRE ÜLKELERE YAPILAN TEKSTİL İHRACAT AĞINI GENİŞLETMEYE ÇALIŞAN İTHİB, 2008 YILINDAN BU YANA YENİ BİR VİZYONLA BÜYÜK POTANSİYEL BARINDIRAN GÜNEY AMERİKA PAZARINA YÖNELDİ. ŞİLİ VE BREZİLYA'YA DÜZENLENEN TİCARET HEYETİ GEZİSİ İLE YENİ FIRSAT KAPILARININ ARALANMASINI SAĞLAYAN BİRLİK, SEKTÖREL ALIM HEYETİ PROGRAMI KAPSAMINDA BREZİLYA'DAN 14 FİRMAYI MİSAFİR ETTİ.

Ihracatçı için sınırları aşan, uzak pazarları sektörün ayağına getiren İTHİB, 2008 yılında Güney Amerika pazarına

yönelik başlattığı çalışmalara tüm hızıyla devam ediyor. Avrupa pazarındaki daralmanın ardından rotayı farklı ülkelere

çeviren, bünyesinde oluşturduğu "Güney Amerika Hedef Pazar Komitesi" ile Güney Amerika ülkelerine yönelik ilk gezisine "dünyanın bittiği yer" olarak adlandırılan Şili'den başlayan birlik, 14-18 Mayıs tarihlerinden Brezilya'dan gelen alım heyetini ağırladı. Türkiye için uzak, ama yüksek bir potansiyeli bünyesinde barındıran Güney Amerika ülkelerini alternatif pazar olarak belirleyerek harekete geçen İTHİB, Brezilya'dan gelen 14 firma temsilcinin yer aldığı alım heyetini Türk tekstil sektörünün öncü firmaları ile buluşturdu.

İTHİB, Brezilya Tekstil Sanayi Odası FIESP (Federation of the Industries of the State of Sao Paulo) işbirliği ile düzenlenen, Sao Paulo Ticaret Odası'nın da destek verdiği heyet programı kapsamında Brezilyalı Alım Heyeti, Türkiye'den 49 firma ile 200'ün üzerinde ikili görüşme yapma imkanı buldu.

200'den fazla ikili görüşme

14-18 Mayıs 2012 tarihleri arasında Brezilya'ya yönelik düzenlenen özel nitelikli "Sektörel Alım Heyeti Programı" kapsamında,





14 - 18 Mayıs tarihleri arasında gerçekleşen "Brezilya Ticaret Heyeti" kapsamında Brezilyalı firmalar Türkiye'den 49 firma ile ikili görüşme yapma imkanı buldu

Brezilya'daki kuruluşlar ve yetkililer ile yapılan çalışmalar sonucunda belirlenen 14 firma İTHİB tarafından Türkiye'ye davet edildi. Davet edilen Brezilya'nın önde gelen önemli iplik, kumaş, ev tekstili ve konfeksiyon firmaları 15 Mayıs Salı günü Dış Ticaret Kompleksi'nde Türk tekstil firmaları ile ikili görüşmeler gerçekleştirdi. Aralarında Başyazıcıoğlu Tekstil, Kale İplik, Kipaş, Yarangümel Tekstil, BTĐ Tekstil, Zorlu Tekstil, Bossa Denim ve İSKO gibi 49 firma ile bir araya gelen Brezilya Alım Heyeti, toplamda 200'den fazla ikili görüşme yapma imkanı buldu. Brezilya'dan programa katılan firmalar ise; Anfra, Decora On Line Representação

S/C, Innovativ Ind E Com Ltda., Rhodia, Elite Confecções Ltda., SBS Comércio Importadora E Exportadora Ltda, Duet Sorelle Comércio de Roupas Ltda, Telesa Importacao e Exportacao Ltda, Inova Trading Ltda, Iodice Industria De Moda Ltda, Factu/ Ibmoda-Brazilian Fashion Institute, Terras de Aventura Ind. de Art. Esp. Ltda, Arthur Lundgren Tecidos SA, IEMI- Instituto de Estudos eMarketing Industrial oldu.

Heyet Evtex's'i de ziyaret etti

Brezilyalı Alım Heyeti 16-20 Mayıs 2012 tarihleri arasında düzenlenen Evtex Fuarı'nı da ziyaret ederek, hem ikili



görüşmelerde buldukları firmalarla, hem de diğer katılımcı ev tekstili firmalarıyla ayrıntılı görüşmeler yaptı. Brezilya Alım Heyeti'ne katılan firmaların çoğu gerek ikili görüşmelerde ve fuar ziyaretinde görüştükları firmaların potansiyeli ve ilgisinden, gerekse de programın genelinden oldukça memnun kaldıklarını ve beklentilerinin ötesinde bir performans sergilediğini ifade etti.

Güney Amerika tekstilci için alternatif pazar

Brezilya Alım Heyeti sonrasında konu ile ilgili değerlendirme yapan İTHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Tamer Pala 'İTHİB' olarak alternatif pazar için Latin Amerika'ya odaklandıklarını, bunun ilk ayağını da Şili'yle başlattıklarını söyledi. Daha sonra Brezilya, Sao Paulo

ve Kolombiya ayağında, hem giyimlik hem de ev tekstili fuarlarına katılım sağladıklarını belirten Pala, "Bunun paralelinde Brezilya'da kendi sektörlerinde başarılı olan firmaları buraya davet ettik" diye konuştu. Davetlilerle ilk gün ikili görüşmeler yaptıklarını belirten Pala, daha sonra içlerinde ev tekstili ile ilgili olanların Evtex Fuarı'nı ziyaret imkanı bulduklarını ifade etti. Diğer firmaların fabrika, showroom, piyasa ve AVM ziyaretlerinde bulduklarını söyleyen Pala, bu etkinliklerde davetlilerle devamlı olarak ilgilendiğini belirtti. Bu organizasyonun İTHİB ile Brezilya Tekstil Sanayi Odası FIESP (Federation of the Industries of the State of Sao Paulo) tarafından gerçekleştirildiğini söyleyen Pala, işbirliği geliştirme ve yürütme anlaşması olan Sao Paulo Ticaret





İTHİB Başkanı İsmail Güle de Ticaret Heyeti kapsamında gerçekleşen ikili görüşmelere katıldı

Odası'nın da organizasyona destek verdiğini belirtti.

“Pazar zor olsa da avantajlarımız çok”

Brezilya'nın gümrük bariyerleri yüksek, kendi markaları ve dinamiklerine sahip zor bir pazar olduğunu belirten Pala, Türkiye'nin yine de şansı olduğunu şu sözlerle açıkladı: 'Ev tekstili, casual günlük mal yapabilmek, modayı çabuk üretebilmek, hesaplı fiyatlarımız ise pek çok avantaj sahibiyiz. Biz Türk iş adamının kabiliyetini ve İstanbul'u dünya modasına göstermek istedik ve bunu başardık. Davetli firmalarımız ise bizi ve İstanbul'u tanıdıklarına çok memnun olduklarını belirterek, gelecekte de pek çok iş anlaşmamız olacağını söylediler.'

Yeni hedef Meksika ve Arjantin

Geçtiğimiz yıl Ağustos ayında Sao Paulo'daki ev tekstil fuarına 40 firma ile katıldıklarını belirten Pala, ileride bu sayının çok daha fazla olacağını söyledi. Pala, yeni ve alım gücü olan pazarlarda olmanın çok önemli olduğunu ve bu pazarlarda yer almaya çalışarak vizyon yaratmaya çalıştıklarını ifade etti. Meksika ve Arjantin ülkelerine odaklandıklarını dile getiren Pala, ev tekstilinde Irak ve Libya'da da yeni umutların çok büyük olduğunu söyledi. Uzun vadeli programlarla bu pazarlara şimdiden hazırlanarak kalıcı olmak gerektiğini söyleyen Pala, İTHİB'in söz konusu pazarlarda kalıcılığı sağlamak adına çalışmalar yürüttüğünü ifade ediyor.



Brezilya Ticaret Heyeti kapsamında Türkiye'ye gelen Anfra firması yetkilisi Francisco Palma Evtex'i de ziyaret ederek Türk tekstil ürünleri hakkında bilgi aldı



DENEME SİPARİŞLERİMİZ YOLDA Sultan Tepe Tepar Tekstil Finans Müdürü

İTHİB'in önderliğinde gerçekleştirilen 'Brezilya Alım Heyeti' toplantıları firmamız açısından oldukça olumlu geçti. Brezilya'nın önde gelen Polyamide iplik üreticilerinden Rhodia Gbu Fibras firması yöneticileri ile yapmış olduğumuz görüşme son derece olumlu oldu. Yapılan görüşmeler sonrasında bazı ürünlerin Türkiye'de üretimi ve Brezilya'ya ihracatı konusunda ön mutabakata varıldı. Böylece firma ile daha yakın işbirliği süreci başlatılmış oldu. Brezilya'nın önemli kumaş üreticilerinden Anfra Tecidos Ltda Yöneticisi Mr. Palma ile yaptığımız toplantıda firmamızın üretimi olan nitelikli tekstüre iplikler büyük ilgi gördü ve koleksiyon için deneme siparişi verildi. Yine Brezilya'da ev tekstili ürünleri ve iplik ticareti konusunda faaliyet gösteren Innovativ Ind. E Com Ltda yöneticisi Ordiwal Wiesel Junior ile ipliklerimizin Brezilya'ya pazarlanması konusunda ciddi görüşmelerimiz oldu.



FİRMALARLA TEMAS HALİNDEYİZ Derya Yarangümeli Yarangümeli Tekstil YK Başkanı

Brezilya Türkiye için önemli bir pazardır ancak ithalata yönelik vergiler hafifletilir veya kaldırılırsa bu pazar çok daha avantajlı hale gelecektir. Bu tip alım heyetleri her zaman önem teşkil eder. 'Sektörel Alım Heyeti' programı kapsamında gelen firmalar Brezilya'nın seçilmiş, kaliteli firmalarıydı. Biz Yarangümeli Tekstil olarak, dokumada faaliyet gösteren, dokuma kumaş alıcısı olabilecek iki firma ile temas kurduk. Numunelerimizi gönderdik. Önemli olan kontakta olmak ve listelerine girmektir. Uzun vadede başarı sağlanacağını düşünüyorum. Gerçekleştirilen bu alım heyeti programıyla iki ülke arasındaki ticari ilişkilerin bir adım daha öne gideceğini söyleyebilirim. İTHİB'in düzenlediği bu organizasyondan çok memnun kaldık.



ANADOLU İPLİK ve TEKSTİL
FABRİKALARI SANAYİ A.Ş.

İplikte 40 yıllık tecrübe



Nylon iplik | Polyester iplik | Pamuk iplik

- Nylon 6 Düz İplikler
(ekru, ekstruder boyalı)
- Nylon 6 Tekstüre (muss) İplikler
(ekru, ekstruder boyalı)
- Nylon 6 Muss Elastanlı İplikler (A.C.)
- Nylon 6 POY

- Polyester Tekstüre İplikler
- Polyester Elastanlı İplikler

- Ring Compact Penye İplikler
- Ring Penye İplikler
- Open-End İplikler

Merkez: Prof. Muammer Aksoy Cad. No: 1 Olivium Center Ek Bina 1. Ofis Katı Zeytinburnu / İstanbul

Tel: 0212 415 50 50 Fax: 0212 415 56 06

Fabrika: Veliköy Sanayi Bölgesi Osman Uzun Cad. No: 59/A Veliköy Çerkezköy / İstanbul

Tel: 0282 736 44 44 (pbx) Fax: 0282 736 44 48



www.anadoluiplik.com.tr



TEKSTİLCİLERİN HEDEFİNDE SİRBİSTAN VE HIRVATİSTAN VAR



İHRACATÇI İÇİN GİDİLMEDİK ÜLKE BIRAKMAYAN İTHİB, ROTAYI BU KEZ HIRVATİSTAN VE SİRBİSTAN'A ÇEVİRDİ. DEİK İŞBİRLİĞİ İLE "SEKTÖREL TEKSTİL TİCARET HEYETİ" PROGRAMI DÜZENLEYEN İTHİB, 28-31 MAYIS TARİHLERİNDE SİRBİSTAN'IN BELGRAD VE HIRVATİSTAN'IN ZAGREB ŞEHİRLERİNDE TEMASLARDA BULUNDU. ÜÇ GÜN BOYUNCA SİRP VE HIRVAT FİRMALARLA YOĞUN TEMASLARDA BULUNAN HEYET, YURDA ÖNEMLİ İŞ BAĞLANTILARI İLE DÖNDÜ.

Sanayi ürünlerinde Sırbistan ve Hırvatistan'ın Türkiye ile serbest ticaret anlaşmaları mevcut olması sebebiyle gümrük vergisi muafiyeti ile ticaret imkanı bulunuyor. Ayrıca Sırbistan'ın Rusya ile Serbest Ticaret Anlaşması da ihracatçılar için ilave bir fırsat yaratıyor. Hırvatistan ve Sırbistan ürün

fiyatını kaliteye göre ikinci planda tutmakta olan ve alım gücünün üzerinde kaliteli ürünlere önem veren genç tüketici nüfusları ile cazip pazarlar olarak görülüyor. Türkiye'ye vize uygulamayan iki ülkeye THY düzenli ve sık uçuşlar gerçekleştirilmesi de ihracatçılar için önemli. 28 Mayıs günü İTHİB öncülüğünde Belgrad'a

giden "Sektörel Tekstil Ticaret Heyeti", Sırbistan Ticaret ve Sanayi Odası ile Sırbistan Tekstil Birliği üyelerinin katılımı ile ikili iş görüşmelerinin yanında "Sırbistan-Türkiye İşbirliği Sempozyumu"yla iki ülke arasındaki ilişkilere dikkat çekti. Bu görüşmeler sonrasında Zagreb'e geçen Türk Ticaret Heyeti, Hırvatistan-Türkiye

İşbirliği Sempozyumuna katılarak Hırvatistan Ekonomi Odası işbirliğinde ikili iş görüşmeleri gerçekleştirdi.

Heyet yoğun görüşmelerde yaptı
Programın Belgrad'taki bölümünde ev sahibi Sırbistan Ticaret ve Sanayi Odası ile İTHİB ve DEİK sunumlarını



takiben Türk ve Sırp işadamlarının ihracat, mağazacılık, ortak yatırım ve iş birliği olanaklarının görüşüldüğü iş forumu ve ikili iş görüşmelerine yer verildi. Zagreb'de Hırvat Ekonomi Odası ev sahipliğinde gerçekleştirilen iş forumu ve ikili görüşmeler kapsamında ise Türk iş adamları, gerek dış ticaret gerekse ortak yatırım, üretim ve mağazacılık konularında Hırvat sektör temsilcileri ve iş adamları ile bir araya geldiler. Heyet ve İş Forumları Programı, Sırp ve Hırvat işadamlarının yoğun ilgisini toplarken etkinliğe Türk tekstil sektörü temsilcileri tarafından, ülkeler

arası ticari bağları güçlendirmek anlamında son derece başarılı ve önemli bir adım olarak nitelendirildi.

Sırbistan ve Hırvatistan'a senede iki defa gidilecek

17 Türk firmasının yer aldığı Ticaret Heyeti'ne Başkanlık yapan İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala, Sırbistan ve Hırvatistan'da gerçekleştirdikleri ziyaretlerin Türk tekstili için olumlu geçtiğini belirtti. Heyet içerisinde bu ülkelere ilk defa ziyarette bulunan firmalar olduğunu belirten Pala, " Heyet örme kumaş, ev tekstil, çocuk giyim, hammadde, aksesuar, gömlek, askeri kıyafet firmaları gibi geniş çeşitlilikte üretim yapan firmalardan oluşuyordu. Bu anlamda çok çeşitli ve özellikle seçilmiş firmalar bu heyette yer aldı. Çok çeşitli alanlarda faaliyet gösteren firmalar ile gidildiği için çok verimli geçti ziyaret. Gayet olumlu karşılıklı görüşmeler gerçekleştirildi. Dolayısıyla bu firmalar başarılı bir deneyim geçirdiler. Heyetin amacına ulaşması da bizi mutlu kıldı. Sağlıklı bir görüşme zemini elde edildi. Hem Sırbistan ve Hırvatistan ayağında iki ülkenin ticaret odaları ile karşılıklı centilmenlik anlaşmaları imzalandı. Bu anlaşma çerçevesinde hem İstanbul'da hem de oralarda karşılıklı işbirlikleri ve organizasyonlar yapma kararı aldık. Bu etkinliği hem yaz hem de kış sezonu olmak üzere senede iki kere gerçekleştirme kararı aldık. Buralar Avrupa'ya olan yakınlığı nedeniyle orada olmamız gereken pazarlar arasında bulunuyor" dedi.

"Ülkeler arasında bürokrasi azaltılmalı"

Belgrad Türkiye Büyükelçisi Ali Rıza Çolak, Forum'da yapmış olduğu konuşmada Türkiye ve Sırbistan arasında iyi iş ve siyaset ilişkilerine dikkat çekti.

Ekonomik işbirliği anlaşmalarının iş ağı için ön koşul olduğunu belirten Ali Rıza Çolak ancak bürokrasinin azaltılması ve işbirliği kapılarının olabildiğince açmanın da aynı ölçüde önemli olduğuna dikkat çekti. Serbest ticaret anlaşmalarının faydalarına aşina olduklarını kaydeden Sırbistan Ticaret ve Sanayi Odası Başkan Yardımcısı Mihailo Vesovic: "Serbest ticaret anlaşmaları Sırbistan'ın çok fazla tüketiciye ulaşan bir pazarda ürün ve hizmetlerini sunma fırsatı sunuyor. Karadağ'ı saymazsak, Sırbistan, Rusya ile serbest ticaret anlaşması olan Bağımsız Devletler Topluluğu dışındaki tek ülkedir. Sırbistan, Rusya, Belarus ve Kazakistan'ın da aralarında bulunduğu Gümrük Birliği ülkeleri ile 180 milyon tüketici pazarına erişim imkânına sahiptir" dedi.

Sırbistan ve Hırvatistan'a tekstil ihracatı artıyor

Sırbistan ve Hırvatistan, Yugoslavya'nın dağılması ile birlikte yeni bağımsız devlet sınırlarını 1990'lı yıllarda çizdiler. Türkiye, izlediği balkan politikası gereği bölgede bulunan tüm ülkeler ile üst düzey diyalogunu sürdürüyor. Sırbistan ve Hırvatistan'a toplamda 100 milyon doların üzerinde tekstil ihracatı gerçekleştiren Türkiye, bu ülkelerde sektör için var olan potansiyelin açığa çıkması içinde çaba içerisinde. Balkanlar, coğrafi, siyasi, ekonomik açıdan olduğu kadar, tarihi, kültürel ve insani bağlar bakımından da Türkiye için öncelik taşıyor. Coğrafi olarak Türkiye'nin Avrupa kıtasına uzantısını teşkil eden Balkanlar, özel konumu, bölgesel entegrasyon ve geleceğe dönük içerdiği potansiyel ile de büyük öneme sahip bulunuyor. Yugoslavya'nın dağılması ile Balkanlar'daki tüm dengeler sarsılmış ve sınırları yeni çizilen bağımsız ülkeler ile

de üst düzeyde diyalog kurularak kapsamlı bölgesel entegrasyon sağlanmış durumda. Türkiye'nin ihracatını arttırma çalışmaları çerçevesinde hedef pazarlar olarak belirginleşen Sırbistan ve Hırvatistan'a da tekstil ihracatçıları yoğun çalışmalar gerçekleştiriyor.

İki ülke ile serbest ticaret anlaşmamız var

Sırbistan, 7,3 milyonu aşan nüfusu ve 32 milyar dolara yakın dış ticaret hacmi ile Balkanlar'ın önde gelen ekonomilerinden biri konumunda. Sırbistan'da uygulanan ithalat ve ihracat işlemlerine yönelik standartlar Avrupa Birliği'ne uyumlaştırma prosedürü içinde yer alıyor. Sırbistan'ın dış ticarete liberalleşme, ticaret ve gümrükle ilgili kurumlara yönelik uygulanan reformlarla birlikte dış ticarete kullanılan belgelerin AB ile uyumlaştırma süreci de devam ediyor. Türkiye'nin, Avrupa Birliği (AB) ile arasındaki Gümrük Birliği ilişkisi uyarınca, AB'nin Ortak Ticaret Politikasını üstlenme yükümlülüğü bulunmakta olup, üçüncü ülkelere yönelik olarak AB'nin tercihli ticaret sistemi üstlenilmekte. Bu kapsamda, Türkiye, AB'nin Serbest Ticaret Anlaşmaları akdettiği ülkelerle karşılıklı yarar esasına dayalı benzer anlaşmalar akdediyor. Sırbistan'ın da bu ülkelerden biri olması nedeniyle Türkiye ile Sırbistan arasında bir Serbest Ticaret Anlaşması imzalanmış durumda. 4,3 milyonu aşan nüfusu ve 33 milyar dolara yakın dış ticaret hacmine sahip olan Hırvatistan, Türkiye ile Serbest Ticaret Anlaşması imzalanan ilk ülkelerden biri durumunda.

Hırvatistan ile tekstil ihracatı 16 milyon dolar

Hırvatistan, Türkiye'nin 2011 yılında tekstil (elyaf, iplik ve kumaş) ihraç ettiği 182 ülke içerisinde 68. sırada bulunuyor. Hırvatistan ile Türkiye arasındaki



İTHİB, 28-31 Mayıs tarihleri arasında 17 tekstil firması ile Sırbistan ve Hırvatistan'a çıkarma yaptı

tekstil ticareti, 2005-2011 yılları arasındaki yedi yıllık süreçte bazı yıllar artışlar bazı yıllar düşüşler ile dalgalanarak, 2011 yılında toplam 16,2 milyon doları ulaşmış. 2005-2011 yılları arasındaki Türkiye ile Hırvatistan arasındaki tekstil ticareti de, konfeksiyon ticareti gibi Türkiye lehine gelişmiş bulunuyor. 2005 yılından 2011 yılına ihracatın yıllık ortalama artış oranı yüzde 6 ve ithalatın yıllık ortalama artış oranı yüzde 72,7 olarak hesaplanmış. 2005 yılında 10,4 milyon dolar değerinde

dolara gerilediği kaydediliyor. Düşüş 2010 yılında da yüzde 2,4'lük bir oranla devam ederken, 2011 yılında toparlanarak yüzde 35,6 oranında artmış ve 12,5 milyon dolara yükselmiş durumda. 2012 yılının Ocak-Mart döneminde Hırvatistan'a tekstil ihracatında yüzde 3,7'lik düşüş kayda alınmış ve 3,1 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirildiği görülüyor. Türkiye'nin Hırvatistan'a genel ihracatı ise 2005 yılından 2011 yılına kadarki yedi yıllık süreçte bazı yıllar artıp bazı yıllar azalarak

355,5 milyon dolar ile ihracat tavan yapmış. Takip eden iki yıl yüzde 7,6 ve yüzde 32,7'lik düşüşler ile 221,1 milyon dolara düşen ihracat, 2010 yılında yüzde 12,7'lik artışla 249,1 milyon dolara yükselmiş, 2011 yılında yine yüzde 2,9'luk düşüşle 241,8 milyon dolara gerilemiş. İhracatın 2005 yılından 2011 yılına yıllık ortalama değişimi yüzde 10,5 artış yönünde gelişmiş. 2012 yılının Ocak-Mart döneminde ise 2011 yılının eş dönemine kıyasla Türkiye'den Hırvatistan'a genel ihracat yüzde 1,6 oranında azalarak 54,5 milyon dolara gerilemiş.

Sırbistan'a tekstil hız kesmiyor

Sırbistan, Türkiye'nin 2011 yılında, tekstil (elyaf, iplik ve kumaş) ihraç ettiği 188 ülke içerisinde 24. sırada bulunuyor.

Sırbistan ile Türkiye arasındaki tekstil ticareti, 2006-2011 yılları arasındaki altı yıllık süreçte 2008 yılına kadar artarken, bu yıldan sonra azalma eğilimine girdiği kaydediliyor. 2006 yılında 80,5 milyon dolar olan Sırbistan ile tekstil dış ticareti, 2008 yılı sonunda 123,8 milyon dolara ulaşmış ancak bu yıldan itibaren düşüşe geçerek 2011 yılı sonunda 89,6 milyon dolar olarak gerçekleşmiş. Bu rakamın 87,8 milyon doları ihracat, 1,8 milyon doları ithalat olarak gerçekleşmiş. Türkiye ile Sırbistan arasındaki tekstil ticareti, Türkiye lehine gelişim gösteriyor.

2010 yılında Sırbistan'a tekstil ihracatında 2009 yılına kıyasla yüzde 6,1 oranında düşüş ve bu ülkeden ithalatta ise yüzde 25,6'lık artış söz konusu olmuş durumda. 2011 yılında ise ihracat yüzde 0,9 oranında artarak 87,8 milyon dolara, ithalat ise yüzde 129,2 oranında artarak 1,8 milyon dolara çıkmış durumda. 2012 yılının Ocak-Mart döneminde ise Sırbistan'a ile tekstil ihracatı artış oranı yüzde 7,2'ye çıkmış, değer olarak da 20,7 milyon dolara ulaşmış durumda. İthalat ise, 2011 yılında yaşanan yüksek artışa rağmen 2012 yılının ilk üç ayında yüzde 54,9 oranında düşmüş ve değer bazında da 111,8 bin dolar seviyesine inmiştir.



olan Hırvatistan'a tekstil ihracatı, 2008 yılına kadar yüzde 1,6 ile yüzde 27,7 arasında değişen artışlarla 14,9 milyon dolara yükselerek tavan yapmış, 2009 yılında küresel ekonomik krizin de etkisi ile yüzde 36,3 oranında azalarak 9,5 milyon

168 milyon dolardan 241,8 milyon dolara kadar çıkmış, en son 2012 Ocak-Mart dönemi itibarıyla 54,5 milyon dolar olmuş. Yıllar bazında bakıldığında, 2006 yılında yüzde 27,3'lük ihracat artışını 2007 yılında yüzde 66,2'lik artış izlemiş ve



20 yıl
TUĞBA





SIRBİSTAN VE HIRVATİSTAN SEKTÖR İÇİN ÖNEMLİ PAZARLAR

Ramazan Özpınar Özyurt Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı

Sırbistan ve Hırvatistan gezileri oldukça verimli geçti. Bu ülkeler bizim hedef pazarlarımız arasında bulunan ülkeler arasında bulunuyor. Bu bölge ülkelerinde çok önemli ihracat potansiyelleri bu-

lunuyor. Bu anlamda yapmış olduğumuz ziyareti gecikmiş bir ziyaret olarak tanımlayabiliriz. Sırbistan ve Hırvatistan pazarları tekstil sektörü için çok önemli ihracat potansiyeli barındırdığını bu ziyaret ile de görmüş olduk. Bu alanlara sektör olarak daha da yoğunlaşacağız. Firma olarak ta bu ziyaret sayesinde çok faydalı iş bağlantıları yakaladık.

Hırvatistan en fazla örme kumaş alıyor

Türkiye'den Hırvatistan'a en fazla ihraç edilen tekstil mamullerinin başında örme kumaşlar geliyor. 2011 yılında bu ürünlerden Hırvatistan'a yüzde 21 artışla 4,1 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirildiği kaydediliyor. Ürün grubunun toplam tekstil ihracatında payı yüzde 32,6 olarak ortaya çıkmış durumda. Diğer bir ifade ile Hırvatistan'a yapılan tekstil ihracatının üçte birini başlıklı örme kumaşlar oluşturuyor. Eni 30 santimetreyi geçen, ağırlık itibarıyla yüzde 5 veya daha fazla elastomerik iplik

içeren örme kumaşlar, ikinci en fazla ihraç edilen tekstil mamulü olmuş. 2011 yılında Türkiye'den Hırvatistan'a en fazla ihraç edilen ilk 20 ürün grubunun 16'sında ihracat yüzde 2 ile yüzde 1267 arasında değişen oranlarda artmış, dördünde ise ihracat yüzde 7 ile yüzde 28 arasında azaldığı görülüyor.

Sırbistan'a ev tekstili ihracatı geliyor

Sırbistan'a en fazla ihracat yapılan tekstil ürün gruplarının başında ise başlıklı diğer örme mensucat geliyor. 2011 yılında bu üründen Sırbistan'a yüzde



8 artışla 27,1 milyon dolarlık ihracat yapıldığı görülüyor. Sırbistan'a başlıklı naylon, poliamid, poliester vb. esaslı iç ve dış lastiği için mensucat, ikinci en fazla ihraç edilen tekstil mamulü olduğu görülüyor. 2011 yılında Türkiye'den Sırbistan'a en fazla ihraç edilen ilk 20 ürün grubunda ihracat yüzde 8 ile yüzde 11386,2 arasında değişen oranlarda artmış. 2012 yılının ilk üç aylık döneminde Sırbistan'a yapılan ihracatta diğer önemli tekstil ürün grupları 4,4 milyon dolarlık ihracat değeri ile dokuma mensucat, 1,4 milyon dolarlık ihracat değeri ile iplikler, 554,4 bin dolarlık ihracat değeri ile ev tekstili ürünleri ve 254,3 bin dolarlık ihracat değeri ile elyaf olarak sıralanıyor. 2011 yılında Sırbistan'ın ev tekstili ithalatında en önemli tedarikçisi yüzde 33,4'lük

pay ile Çin Halk Cumhuriyeti olmuş. Bu ülkeden yapılan ithalat 2011 yılında bir önceki yıla kıyasla yüzde 31,3 artışla 13,8 milyon dolar olarak kaydedilmiş. Bu ürün grubunda Sırbistan'ın diğer önemli tedarikçileri yüzde 20,1 pay ile İtalya, yüzde 7,7 pay ile Türkiye, yüzde 6,6 pay ile Hindistan ve yüzde 6,3 pay ile Makedonya olmuştur. 2011 yılında İtalya'dan 8,3 milyon dolar değerinde ürün ithal edilirken, Hindistan'dan yapılan ithalat 2,7 milyon dolar, Makedonya'dan yapılan ithalat ise 2,6 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Sırbistan, Türkiye'den 2011 yılında 2010 yılına kıyasla yüzde 33,4 artışla 3,2 milyon dolar değerinde ev tekstili ithal etmiştir. Türkiye, Sırbistan'ın en çok ev tekstili tedarik ettiği ülkeler arasında 3. sırada geliyor. ❖



❖ İTHİB Bşk. Yrd. Tamer Pala, DEİK Türk-Hırvat İş Konseyi Bşk. Yrd. Aleksandar Medjedovic, Hırvat Ekonomi Odası Uluslararası İlişkiler Bölümü Mdr. Yrd. Miroslav Karamarkovic, Messe Frankfurt Temsilcisi Vanja Lalic, Hırvat-Türk İş Konseyi Eş Bşk. Zlatan Fröhlich

SIRBİSTAN-HIRVATİSTAN SEKTÖREL TEKSTİL TİCARET HEYETİ'NDE YER ALAN FİRMALAR

- AKYİĞİT KONFEKSİYON
- ARIKAN MENSUCAT
- BEZSAN TEKSTİL
- ÇOLAKOĞLU A.Ş.
- GÜL BRANDA
- KARAGÖZLÜLER TEKSTİL
- LTS TEKSTİL
- MUSTAFA ÖZDOĞAN
- ÖZYURT TEKSTİL
- PAŞASOY GÖMLEK
- REEL MENSUCAT
- SAÇLI TEKSTİL
- SHAMROCK TEKSTİL
- ŞİMŞEK-EGE ETİKET VE MATBAACILIK
- TEPAS TEKSTİL
- VENTUR TEKSTİL
- YAĞLICA TEKSTİL

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



TekStil



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

Gençosman Mah. Çiçin 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

ÇALIŞANLAR YÜZ YÜZE İLETİŞİMİ SEVİYOR



İNSAN KAYNAKLARI DANIŞMANLIK ŞİRKETİ RANDSTAD “GLOBAL İŞ DÜNYASI EĞİLİMLERİ” RAPORUNU YAYINLANDI. TÜRKİYE’NİN DE DAHİL OLDUĞU 32 ÜLKEYİ KAPSAYAN RAPORA GÖRE HER 10 ÇALIŞANDAN 7’Sİ İŞTE YÜZ YÜZE İLETİŞİMİ TERCİH EDİYOR. KÜRESEL BAZDA YÜZDE 81 İLE YÜZ YÜZE İLETİŞİMİ EN ÇOK TERCİH EDEN ÜLKE TÜRKİYE.

Yaklaşık 10 yıldan bu yana “Workmonitor” adı altında yılda 4 kez global iş dünyası eğilimlerini araştıran insan kaynakları danışmanlık şirketi Randstad, Avrupa, Asya Pasifik ve Amerika kıtalarını içeren, Türkiye’nin de dahil olduğu 32 ülkeyi kapsayan 2012 yılının ilk raporunu yayınladı. Randstad Workmonitor sonuçlarına göre küresel olarak her 10 çalışandan 7’si işte telefon ve e-mail yerine yüz yüze iletişimi tercih ediyor. İnternet ve mobil erişimin işteki kullanım oranının artmasına rağmen rapora göre Türk çalışanların yüzde 81’i de yüz yüze iletişimi tercih ediyor. Türkiye bu oranla

32 ülke arasında birinci sırada yer alırken yüzde yüze iletişimi en az tercih eden ülkeler ise Norveç, Japonya ve Singapur oldu. İstihdam piyasasının hassasiyetleriyle çalışan eğilimleri hakkında hazırlanan raporun 10 yıldır düzenli olarak gerçekleştiğini belirten Randstad Türkiye Genel Müdürü Altuğ Yaka, “5 kitada toplam 43 ülkede 33 binden fazla çalışını bulunan Randstad olarak çalışanların beklenti, eğilim, hassasiyet ve güvenlerini takip edebilmek için Workmonitor raporuna büyük önem veriyoruz. 2012’nin ilk 4 aylık raporunda yine önemli bulgulara ulaştık. Günümüzde gelişen teknoloji ve mobil cihazlar

her ne kadar hayati önem taşısa da, raporda da açıkça görüyoruz ki, iş dünyasında yüz yüze iletişim hala en çok tercih edilen yöntem. Ülkemizin de dahil olduğu Akdeniz ülkelerinde, yüz yüze iletişimin iş dünyasında daha fazla güven sağladığını görüyoruz” dedi.

Özel hayat ve iş hayatı iç içe

Randstad Workmonitor sonuçlarına göre çalışanların ortalama yüzde 40’ı işverenlerinin kendilerinden 7 gün 24 saat ulaşılabilir olmalarını istediğini düşünüyor. Bu ruh haline kapılan çalışanların ülke sıralamasında Çin yüzde 64 ile ilk sırada yer alırken, Hindistan

yüzde 61 ile ikinci sırada yer aldı. Bu iki ülkedeki çalışanlar iş saatleri dışında ve tatillerde işle bağlantılı telefon ve e-posta alma olasılıklarının daha fazla olduğunu belirtirken, genel olarak her 10 çalışandan 4’ü, iş saatleri içinde özel işleriyle de ilgilendiğini söyledi. Araştırmada öne çıkan bir diğer konu ise elektronik haberleşme araçlarının kullanımı üzerinedi. 32 ülkede gerçekleşen araştırmada, toplantılarda iş dünyasında çalışma verimliliğini artıran akıllı cep telefonları ve e-postalara yanıt vermenin yanı sıra iş dünyasında düşünenlerin oranı yüzde 75 iken, yüzde 15-20’si bunu yaptığını itiraf etti. ❖

YÜZ YÜZE İLETİŞİMİ EN ÇOK TERCİH EDEN 20 ÜLKE

1	Türkiye	% 81	6	Brezilya	% 75	11	Malezya	% 71	16	Polonya	% 68
2	Yunanistan	% 79	7	İspanya	% 75	12	İsviçre	% 71	17	Arjantin	% 67
3	Hindistan	% 78	8	Almanya	% 74	13	Belçika	% 70	18	Hollanda	% 67
4	Fransa	% 77	9	İtalya	% 73	14	Danimarka	% 69	19	İsveç	% 67
5	Çin	% 76	10	Macaristan	% 71	15	Kanada	% 68	20	Şili	% 65



The Garment Dyehouse

PARÇA BOYAMA & YIKAMA

BOYAMA

Pamuk Boyama
Nylon Boyama
Yün Boyama
Akrilik Boyama
Ipek Boyama
Reaktif Boyama
Pigment Boyama
Antik Boyama
Dirty Oil Boyama

YIKAMA

Normal Yikama
Silikon Yikama
Enzim Yikama
Kum Yikama
Perlit Soda Yikama

TEKNİK APRE

Su Itici
Su Emici
Leke Tutmazlık
Anti Bakteriyal
Anti Statik
Geç Tutusurluk
Mikro Kapsul
E-Vitamini
Koku Giderici
Vb.



1.Org.San.Böl. Atatürk Cad. 7.Sk. No.3 Çerkezköy / Tekirdag

T : 0282 758 21 40 / 41 F : 0282 758 21 43

www.krmboya.com / tolga@krmboya.com

İHRACATÇI 2023 HEDEFİNE YÜRÜYÖR

TÜRKİYE, İHRACATTA 500 MİLYAR DOLARA ULAŞMAK İÇİN KOYDUĞU 2023 HEDEFİNE İSTİKRARLI ADIMLARLA YÜRÜMEYE DEVAM EDİYOR. TÜRK İHRACATÇILARINA YENİ UFUKLAR AÇAN, ARALARINDA İHKİB, İTHİB, İDMİB VE İHİB'İN DE YER ALDIĞI BİRLİKLER AYNI AMAÇ İÇİN HARVARD ÜNİVERSİTESİ PROFESÖRLERİNDEN ROBERT KAPLAN'IN SUNDUĞU "2023'E GİDERKEN DEĞER YARATMAK VE LİDERLİK" KONFERANSINDA BİR ARAYA GELDİ.



Türkiye'deki tüm ihracatçılar, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından yapılan ve bir kamu hedefi haline gelen 2023'te 500 milyar dolar ihracat hedefi için tek yürek olmuş durumda. İhracatçı bu amaca ulaşmak için her geçen gün sektörlerini daha da kalkındırmak, çeşitli yenilikler kazandırmak için dur durak bilmeden çalışmalarına devam ediyor. Bu doğrultuda Ar-Ge proje pazarları, tasarım yarışmaları, birçok inovasyon

çalışmaları ve daha fazlasını gerçekleştiriyorlar. TİM de tüm bu oluşumların başında yer alan kuruluş olarak, bir yandan ihracatçıların ve kendisine bağlı bulunan İhracatçı Birlikleri'nin çalışmalarına destek verirken, 2023 hedefi için çeşitli vizyon çalışmalarını da gerçekleştiriyor. Bunlardan biri de 28 Mayıs tarihinde Ankara'da 2023 yılı için 500 milyar dolar ihracat hedefinin stratejisini kuran, "Balanced Scorcord metodolojisinin mucidi Harvard Üniversitesi profesör-

lerinden Robert Kaplan'ın, 500 milyar dolar ihracat hedefiyle "2023'e Giderken Değer Yaratmak ve Liderlik" başlıklı konferansı oldu. Ankara Rixos Otel'de düzenlenen konferans öncesinde birbirinden önemli konukları ağırlayan "2011 İhracat Şampiyonu Ödül Töreni" de Türkiye'deki ihracat liderlerini bir araya getirdi. Geniş katılımlı bir protokolle gerçekleşen konferansta; Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın yanı sıra Ekonomi Bakanı Zafer

Çağlayan, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Faruk Çelik ve TİM Başkanı Mehmet Büyükeçşi, İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, İTHİB Başkanı İsmail Güllü, İDMİB Başkanı Lemi Tolunay, İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz, İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri Nilgün Özdemir, Efsane Turan, Cem Altan, İDMİB Başkan Yardımcısı Mustafa Şenocak, İHİB Yönetim Kurulu Üyesi Hazım Evrengil ve İTKİB Genel Sekreteri Selçuk Gökart da katılımcılar arasındaydı.



Recep Tayyip Erdoğan: “Teşvik yasasında ihracatı, özellikle de stratejik yatırımlardaki ihracatı önemsiyoruz. Daha büyük teşviklerle işadamlarının yanında olmayı sürdüreceğiz” dedi.

“Teşvik yasasında ihracatı önemsiyoruz”

Törende konuşma yapan Başbakan Recep Tayyip Erdoğan bir süre önce 2023 hedeflerini açıkladıklarını hatırlatarak, 2023 için belirlenen 500 milyar dolar ihracat rakamını TİM’in benimsediğini söyledi. TİM’e bu konudaki gayretleri için teşekkür eden Erdoğan, “Bu tabii ki bireysel bir mesele değil, bizim için bir millî meseledir” dedi. “9 senede ihracat 3.75 kat, yani yaklaşık dört kat arttı ve bu artış bir kriz döneminde gerçekleşti. Konuşmasında teşvik yasasına da değinen Erdoğan, “Teşvik

yasasında ihracatı, özellikle de stratejik yatırımlardaki ihracatı önemsiyoruz. Daha büyük teşviklerle işadamlarının yanında olmayı sürdüreceğiz. Anayasa ve yasalar, bütün millet için olduğu kadar işadamları için de önemlidir. Bütün engellemelere, bütün yavaşlatmalara rağmen ihtiyaç duyulan yasaları çıkardık” dedi.

Hikmet Tanrıverdi: “52 milyar dolarlık hedefi aşmayı umuyoruz”

“2023’e Giderken Değer Yaratmak ve Liderlik” temalı toplantıda kapsamlı bir sunum gerçekleştiren İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, sunumuna



Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan ve TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, Başbakan Recep Tayyip Erdoğan’a günün anısına armağan takdim ettiler.

2000 yılından bugüne hazır giyim sektör ihracatının gelişimini anlatarak başladı. 2000 yılında 7,5 milyar dolar olarak kaydedilen hazır giyim ve konfeksiyon ihracat rakamlarının 2011 yılında 16,2 milyar dolara çıktığını söyleyen Tanrıverdi, hazır giyim sektörünün on yıllık dönemde özellikle son 6 yılda en fazla ihracat yapan sektör olmayı başardığını belirtti. Tanrıverdi, hazır giyim ve konfeksiyonun toplam üretim içinde yüzde 8,3, istihdamda yüzde 13,3’lük paya sahip olduğunu altını çizdi. Türk tekstil ve konfeksiyonun dünya pazarındaki gücünü sürdürebilmesinde sahip



İHKİB Başkanı Tanrıverdi, hazır giyim sektörünün üretim ve istihdamda gıdadan sonra en büyük imalat sanayi kolu olduğunu söyledi

oldukları yol haritasının çok etkili olduğunu söyleyen Tanrıverdi: “Bu yol haritasını kullanarak ihracat hedefi olarak belirlediğimiz 52 milyar doları da aşmayı umuyoruz” dedi.

Sivil toplum projesi Başkanlık desteği altında

Törende konuşma yapan Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan, Türkiye Cumhuriyeti’nin ilk defa bu kadar kapsamlı, geniş vizyonlu bir çalışma yaptığını ifade etti ve vizyon ile aksiyonun ancak bir arada olduğu zaman dünyayı değiştireceğini dile getirdi. Dünyada kriz yaşanırken



“2023’e Giderken Değer Yaratmak ve Liderlik” konferansına Başbakan Recep Tayyip Erdoğan ile birlikte Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan, TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, İHKİB, İTHİB, İDMİB ve İHİB’in temsilcileri de katıldı

Türkiye’de ekonomik büyüme yaşanmasının temelini ihracatçıların oluşturduğunu söyleyen Çağlayan, Türkiye’nin 2023 yılındaki 500 milyar dolarlık ihracat hedefine ulaşmak için yolun tam ortasında olduğunu ve şimdiye kadar yapılanların, yapılacakların teminatı olduğunu ifade etti.

“Sivil toplum projesi nasıl bir kamu projesine dönüştü?”

TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi ise hem 2023 stratejisini oluşturan ekibin lideri olan Robert Kaplan’ın Türkiye’de olmasının hem de 2011 yılı ihracat şampiyonlarının ödüllendirilmesinin önemine dikkat çekti. “Bugün burada Türkiye ihracatının planlama gücünü ve bir sivil toplum projesinin nasıl bir kamu projesi haline gelmekte olduğunu konuşacağız” şeklinde düşüncelerini ifade eden Büyükekşi, 2023 projesini, 3 aşamada 4’er yıllık vizyonlar ile “Atılım-Yatırım ve Liderlik” şeklinde dönemlere ayırdıklarını söyledi. Büyükekşi, tüm aşamaları planlanan stratejinin bir “iş lideri”ne ihtiyacı olduğunu vurgulayarak Başbakan Erdoğan’ın bu özelliğe ziyadesiyle sahip olduğunu belirtti. “Başbakanımızın talimatıyla bir kamu projesi haline gelen 2023 hedefimizin, Yüksek Planlama Kurulu gündemine alınmasını bekliyoruz” diye konuşan Büyükekşi, Türkiye’nin kısa süre içinde ihracat, tasarım, markalaşma, inovasyon ve Ar-Ge alanında liderliğe yürüyeceğini sözlerine ekledi. 500 milyar dolar ihracat hedefine ulaşmada Harvard Üniversitesi Profesörü Robert Kaplan tarafından tasarlanan “Balanced Scorecard” yaklaşımını kullandıklarını dile getiren Büyükekşi, “Bütün sektörlerimizle beraber çalıştık. 2023 ihracat stratejimizi teknoloji, inovasyon, Ar Ge ve girişimcilik üzerine odakladık. TİM olarak

ilk adımda, ülke ölçeğinde 22 Stratejik Hedef, 105 ölçüt ve 60 eylemden oluşan Türkiye Strateji Haritası ve Performans Programını oluşturduk. Projemizi 24 Mart 2011 tarihinde Sayın Başbakanımızla birlikte kamuoyuna açıkladık. Ayrıca biz Başbakanımızın talimatıyla bir kamu projesi haline gelen 2023 hedefimizin, Yüksek Planlama Kurulu gündemine alınmasını bekliyoruz” diye konuştu.

Başarılı ihracatçılar aynı sahnede

Türkiye’de 2011 yılında en fazla ihracat gerçekleştiren firmaların da ödüllendirildiği etkinlikte dereceye giren ilk 10 firmaya ödül verildi. En yüksek ihracat rakamına ulaşan şirket Türkiye Petrol Rafinerileri AŞ olurken, bu şirketi Ford Otomotiv AŞ, Oyak Renault Otomotiv AŞ, Vestel Dış Ticaret A.Ş., Tofaş Türk Otomobil A.Ş., Arçelik A.Ş., Toyota Otomotiv Sanayi Türkiye A.Ş., Kibar Dış Ticaret A.Ş., Habaş Sınai ve Tıbbi Gazlar A.Ş., İçdaş Çelik Sanayi A.Ş. takip etti. İhracat şampiyonu ilk 10 şirket ve sektör birincileri, ödülleri eşliğinde Başbakan Recep Tayyip Erdoğan, Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan ve TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi’nin elinden aldı.

İTKİB üyesi ihracat şampiyonlarına da ödülleri verildi

Her sektörden ihracatta başarılı olmuş ikinci ve üçüncülük ödülleriyle renklenen konferansta, İTKİB’e bağlı birliklere üye firmalarda ihracattaki başarılarından dolayı ödüllendirildi. İTKİB üyesi Kordsa Global A.Ş., İHİB üyesi Merinos Halı A.Ş., İHKİB üyeleri, GSD Dış Ticaret A.Ş., TGS Dış Ticaret A.Ş., Permagon Statüs Dış Ticaret A.Ş., Ak-Pa Pazarlama A.Ş. ödülleri Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan’ın elinden aldılar.



↓
Balanced Scorecard metodolojisinin mucidi Harvard Üniversitesi profesörlerinden Robert Kaplan, “Türkiye olarak hedefinize ulaşma yolunda doğru yoldasınız böyle devam etmelisiniz” dedi.

Liderlik yolunda yer alabilirsiniz

Görkemli bir şekilde gerçekleştirilen ödül töreninin ardından, “2023’e Giderken Değer Yaratmak ve Liderlik” başlıklı konferansta katılımcıların karşısına çıkan Prof. Dr. Robert Kaplan, öncelikle kamu kuruluşlarında strateji yönetimi hakkında bilgi verdi. Liderlik olmazsa dönüşüm gerçekleşmeyeceğini dile getiren Kaplan, 2023 vizyonu için bunun göz önünde bulundurulması gerektiğini altını çizdi. Belirlenen hedefler için motive olmanın önemine değinen Kaplan, her biri kendi çalışma alanında lider olmaya hazırlanan sektör mensuplarına, ekiplerinde bulunan çalışanlarına hedeflerini eksiksiz olarak anlatmaları gerektiğini söyleyerek bunun nedeninin “Çünkü insanlar nere-

ye gideceklerini bilemezlerse, hedeflerine ulaşamazlar” diyerek açıkladı. Kaplan, “Başarı bazen beraberinde rehaveti de getiriyor. İnsanlar kendilerine şunu sorabilir: Dünyada ekonomik kriz varken biz büyümüşüz, niye değişim ki? Her şey iyi giderken bile değişim eğilimi göstermek bir liderin görevidir. Bunu yaptığınızda zorluklar da vardır, fırsatlar da vardır. Bu fırsatlardan nasıl istifade edilebilir ve gelecekte oluşabilecek ihtiyaçlara nasıl cevap verilebilir bu önemli. Değişimin en büyük düşmanı rehavettir, rahatlıktır. Kendimizi rahatlık içinde hissetmemize yol açan da geçmişteki başarılarımızdır. Liderlerin en önemli görevlerinden biri başarı gelmiş olsa bile o başarıyı devam ettirebilmek için değişimi sürdürebilmesidir” diyerek sözlerini sürdürdü. ❖



→ İş dünyasından bir çok ismi ağırlayan konferansa İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri Cem Altan ve Nilgün Özdemir de katıldı

ipekle

her mevsim

bahar...



naturel fibre
silk + linen + wool

Adres : Rumeli Cad. Birlik Apt.
42/6 Nişantaşı - İstanbul / Türkiye
Tel : +90 212 505 00 11 pbx
Faks : +90 212 505 10 04
E-posta : info@mertipek.com

İHRACAT ANKETİ KREDİ MÜJDESİYLE AÇIKLANDI

14 MAYIS'TA TİM TARAFINDAN 'İHRACATÇI EĞİLİM ANKETİ 2012 İLK ÇEYREK' SONUÇLARININ AÇIKLANDIĞI TOPLANTIDA VERİLERİ DEĞERLENDİREN TİM BAŞKANI BÜYÜKEKŞİ, MERKEZ BANKASI'NIN, EXİMBANK ARACILIĞIYLA VERDİĞİ KREDİLERİN LİMİTİNİ 3 MİLYAR DOLARDAN 4 MİLYAR DOLARA ÇIKARDIĞINI AÇIKLADI.



TİM tarafından geçen yıl başlatılan ve firmaların üretimden istihdama, döviz kurlarından ihracata kadar beklentilerini içeren anket çalışmaları çerçevesinde 14 Mayıs tarihinde, 2012 yılı ilk çeyreği gerçekleşmeleri ve ikinci çeyreğinden beklentileri kapsayan anket sonuçları kamuoyu ile paylaşıldı. Yılın ilk çeyreğinde ihracattaki yeni pazarlar, dış finansman kaynakları, ihracatta mevcut pazar potansiyelindeki değişim, devlet desteklerinden

yararlanma durumu, yılın ilk çeyreğindeki istihdam değerlendirilmesi, yılın ikinci çeyreğinde gerçekleştirilmesi planlanan yatırımlar ve piyasa beklentileri gibi konular kapsamında gerçekleştirilen ankette, oldukça önemli bilgilerin yer aldığı görüldü. Toplamda 507 firmanın katıldığı anketin sonuçlarını değerlendiren TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, bir önceki yılın son çeyreğine ait verilerle, yeni yılın ilk çeyreğine ait veriler arasında çok büyük fark olmadığını belirtti. Büyükekşi,

yılın ilk çeyreğinde firmaların yüzde 39.5'inin üretimini artırdığını dile getirirken, yılın ikinci çeyreğinde de firmaların yüzde 45.4'ünün ihracatlarını artırmayı hedeflediklerini açıkladı. Yılın ilk çeyreğinde kullanılan hammaddelerin orijinlerine yönelik anket sorusunun cevabına göre, firmaların yüzde 67.7'sinin hammadde ihtiyacını yurtiçinden karşıladığını ifade eden Büyükekşi, "İthalatı ihracatçıların artırdığına yönelik şehir efsanesi de bu sonuç ile ortadan kalktı" şeklinde açıklamada bulundu.

yüzde 45'inin böyle bir ihtiyacı olacağını açıklayan Büyükekşi, toplantıda Merkez Bankası kredi limitlerinin artırıldığının müjdesini verdi. Büyükekşi, "Merkez Bankası'nın, Eximbank aracılığıyla verdiği kredilerin 3 milyar dolarlık limiti vardı. Bu limit 4 milyar dolara çıkartıldı. Firmaların limiti 40 milyon dolardan 50 milyon dolara, Dış Ticaret Sermaye Şirketlerinin 60 milyon dolar olan limiti de 90 milyon dolara çıkartıldı. Ayrıca taahhüt kapatma süresi de 1 yıl oldu" dedi. Anket sonuçlarına göre ihracatçıların yüzde 40'ının dış finansman talebi olduğunu açıklayan Büyükekşi, "Buradan müjdeyi verelim, Merkez Bankası'nın 3 milyar dolar olan kredi limiti 4 milyar dolara çıkartıldı" dedi. Anket, ihracatçıların yüzde 71.2'sinin Yeni Türk Ticaret Kanunu hakkında yeterli bilgiye sahip olduğunu ancak bazı maddelere itirazları olduğunu gösterdi. ❖



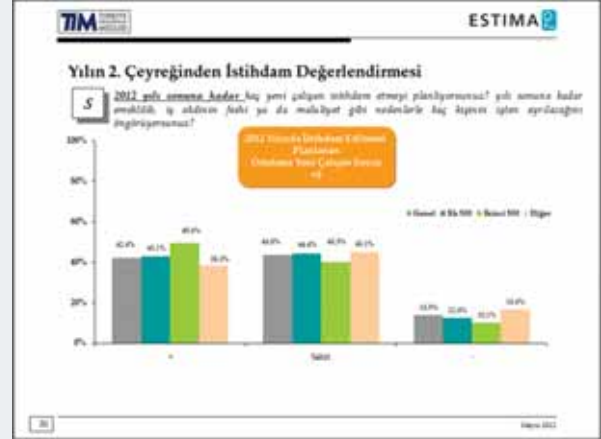
❖ "İhracatçı Eğilim Anketi 2012 İlk Çeyrek" sonuçlarının açıklandığı toplantıda, yeni pazarlar, dış finansman kaynakları, ihracatta mevcut pazar potansiyelindeki değişim gibi pek çok konu ele alındı.

Taahhüt kapatma süresi 1 yıla çıkarıldı

TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, firmaların ilk çeyrekte olduğu gibi, yılın geri kalanında da dış finansman ihtiyacı olacağını söyledi. Yılın ilk çeyreğinde firmaların yaklaşık yüzde 40'ının dış finansman kullandığını, ikinci çeyreğinde de yine yaklaşık



Yılın ilk çeyreğinde firmaların yüzde 34.1'i yeni pazarlara girdi.



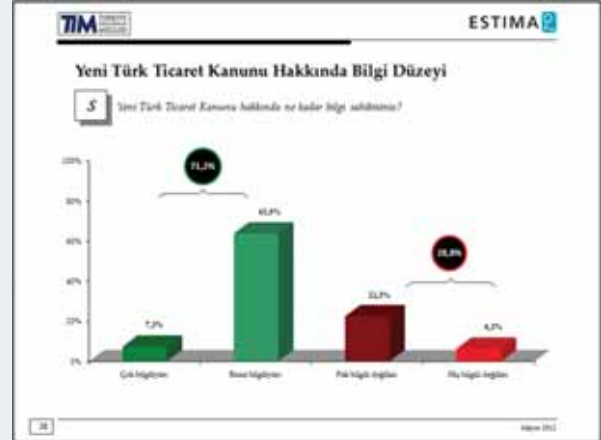
İhracatçılar 2012 yılında ortalama 9 yeni istihdam planlıyor.

Piyasa Beklentileri

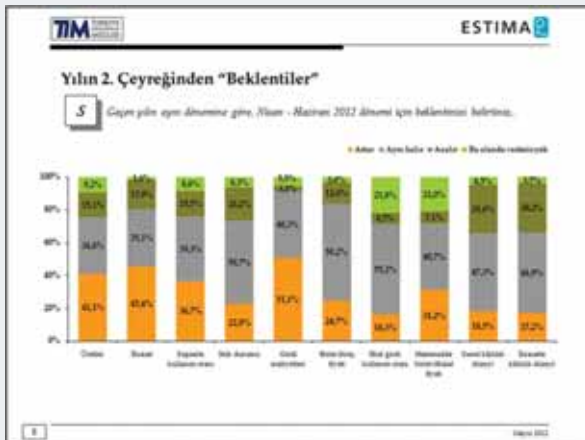
2012 Nisan - Haziran Dönemi Beklentileri

	Nisan - Haziran Dönemi	2012 Yılı Sonu
USD/TL kur beklentisi	1,88	1,84
Euro/TL kur beklentisi	2,35	2,39
Euro/USD parite beklentisi	1,32	1,32
Enflasyon oranı beklentisi (%)	-	9,23
MB politika faiz beklentisi (%)	-	7,60
Büyüme Beklentisi (%)	4,88	7,07
MB politika faizlerinin ideal seviyesi		6,57
Rekabetçi ideal USD/TL kur seviyesi		1,87
Rekabetçi ideal EURO/TL kur seviyesi		2,34

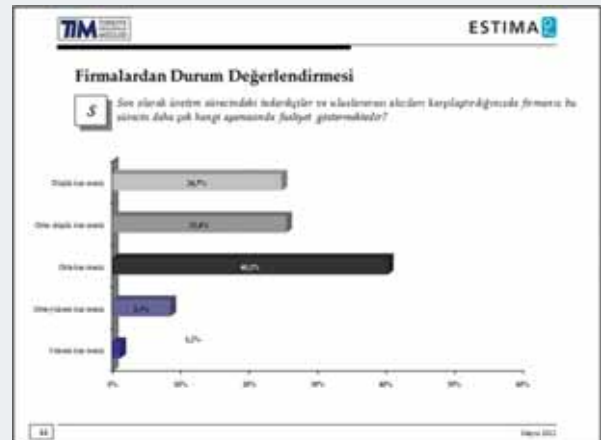
Firmaların, 2012 sonu dolar beklentileri 1.84, Euro beklentileri 2.39, enflasyon tahminleri ise 9.23 oldu.



İhracatçıların yüzde 71.2'si, Yeni Türk Ticaret Kanunu hakkında yeterli bilgiye sahip olduğunu belirtti. Ancak firmalar, başta basılı kağıt ve belge içeriği, adli ve idare cezalar, şirkete borçlanma yasağı, internet sitesine ilişkin hükümler ve fotokopi zorunluluğu gibi maddelerden rahatsız.



Ankete göre, yılın ikinci çeyreğinde firmalar, üretimlerinin yüzde 41.1, ihracatlarının ise yüzde 45.4 artacağını öngörüyor. En çok artış beklenen alan ise yine yüzde 51.1 ile girdi maliyetleri.



İhracatçı firmaların yüzde 40.2'si, uluslararası değer zincirine göre ihracatını orta kar oranlı olarak tanımlarken; yüzde 24.7'si düşük kar oranlı, yüzde 1.2'si ise yüksek kar oranlı olarak tanımlıyor.

DÜNYA MARKASI NASIL OLUNUR ?



EKONOMİ BAKANI ZAFER ÇAĞLAYAN'IN HİMAYESİNDE DÜZENLENEN VE MARKALARIN YÜZÜNÜ DÜNYA ÖLÇĞİNDE TANINIR HALE GETİRMİYİ AMAÇLAYAN "TURQUALITY VİZYON SEMİNERLERİ" NİN ALTINCISI 10 MAYIS PERŞEMBE GÜNÜ CONRAD OTEL'DE GERÇEKLEŞTİRİLDİ. COCA COLA COMPANY CEO'SU MUHTAR KENT'İN KONUŞMACI OLDUĞU SEMİNERDE, DÜNYA MARKASI OLMANIN ALTIN KURALLARI ANLATILDI.

Bu yıl altıncısı düzenlenen ve her yıl dünyaca ünlü pazarlama teorisyenlerinin yanı sıra marka uzmanlarının katılımı ile gerçekleşen "Turquality Vizyon Semineri"nin altıncısı 10 Mayıs Perşembe günü Conrad Otel'de gerçekleşti. Dünyaca ünlü

pazarlama ve marka teorisyenlerinin katılımı ile gerçekleşen etkinliğin bu yıl ki konusu, uzun yıllardan bu yana global marka ünvanını elinde tutan Coca Cola Company'nin Ceo'su Muhtar Kent oldu. Kent, katılımın yoğun olarak gerçekleştiği Turquality VI. Vizyon Seminerinde,

"Uluslararası Markalaşma Stratejilerinde İnovasyon ve Sosyal Sorumluluk" temalı bir konuşma ile markaların global pazarda doğru konumlandırılması ve sürdürülebilirlik ilkesine sahip olmalarıyla ilgili önemli ipuçları verdi. Markaların rakip pazarlarda gücünü artıracak

önemli detaylardan biri olan sosyal sorumluluk projelerinin de önemine değinen Muhtar Kent, dünya markası olan Coca Cola'nın izlediği stratejik süreçlerden de örnekler verdi. Muhtar Kent'le birlikte seminerin açılış konuşmasını gerçekleştiren Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan,



10 Mayıs'ta gerçekleşen "Turquality Vizyon Seminerleri" iş dünyasından yoğun ilgi gördü

kritik rol oynuyor, oynayacak. Yaptığımız bu tür çalışmalar, ürünlerimizi tüketen toplumların geleceğe sağlıklı bir şekilde bakmasını, yani sürdürülebilirliğini sağlıyor. Bunun sonucunda da markalarımızın sürdürülebilirliği artıyor" değerlendirmesinde bulundu.

Kent: "Turquality, dünyada tek"

Turquality'nin Türkiye'nin son 10 yılda artan ihracatında kaliteyi vurgulayan, pazarlanan ürünün marka değerini artırmayı hedefleyen önemli bir kamu girişimi olduğuna değinen Kent, "Bildığım kadarı ile Turquality'nin dünyada bir örneği yok. Bu vesile ile dostum, muhterem bakanım Zafer Çağlayan'ı da liderliği ve başarıları için çok tebrik ediyorum" dedi. Türkiye'den güçlü markalar çıkacağına inandığını belirten Muhtar Kent, "Tekstilde; Mavi... Dayanıklı

tüketim mallarında; Beko, Vestel... Efes Pilsen artık bir dünya devi... Kutoğlu ve Dice Kayek tasarımı markası olarak dünya sahnesinde ilgiyle izleniyorlar. İşte bunlar Türkiye'nin değerlerinden birkaçı. Ama önemli olan sadece markanın çıkması değil. Yaratılan markanın getirdiği katma değer" şeklinde konuştu.

Türkiye başlı başına bir marka

Türkiye'nin adını, global platformda kendine prestijli bir yer edinmiş markalarla birlikte duyurmaya başlaması ülke adına markalaşma hedefine konsantre olduğunun bir sonucu olarak yorumlanırken, yakın zamanda bu hedefte çitanın yükseleceği ve dünya markaları arasında yerini kalıcı hale getireceği öngörülüyor. Özellikle son dönemlerde, Türkiye'nin de güçlenen bir marka olarak atağa geçtiğini ve

çitanın yükseldiğini vurgulayan Muhtar Kent, gittiği her yerde bunu gördüğünü ve Türkiye'ye olan hayranlığın arttığını söyledi. Kent, konuşmasını şu sözlerle tamamladı: "Türkiye gerçeği herkesin gözünün önünde. Bu markanın altında, İstanbul var, Antalya var, Ege var, Kapalıçarşı, Kapadokya, Efes var. Ülkemize yılda gelen 30 milyon turist var. Bütün dünyada hayranları olan bir mutfak var. Artık dünyaca takip edilen televizyon dizileri var. Türkiye bir ekonomik güç olmanın ötesinde bir edebiyat, müzik ve spor ülkesi olarak da gidecek öne çıkıyor. Uluslararası arenada hak ettiği yeri alıyor. Her gittiğim ve dolıştığım yerde Türkiye'ye karşı saygı ve hayranlığın arttığını büyük bir sevinç ile izliyorum. Ben dünya için de, Türkiye için de çok iyimserim. Türkiye'yi daha da güzel günlerin beklediğini düşünüyorum".

Muhtar Kent'in sunumuna büyük ilgi

The Coca-Cola Company'nin CEO'su Muhtar Kent'in sunumu katılımcılarca ilgiyle izlendi. Coca Cola'nın doğuşundan bugüne geçirdiği değişimlerin anlatıldığı, sloganlarından ambalajlarına kadar kullandığı marka ikonlarına, yer aldığı sosyal sorumluluk projelerinden, pazar payını artırmak için oluşturulmuş stratejik alt yapı çalışmalarına kadar birçok detayın bulunduğu sunum, dünya markası olma hikayesini anlatan bir belge niteliğindedi. Video sunumlarıyla da desteklenerek izleyicilere görsel şölen yaratan sunumla birlikte Muhtar Kent, kişisel kariyer yolculuğuna çok girmese de Coca-Cola'nın bir dünya markası haline gelmesi ve bu başarının sürdürülebilirliği için şirket olarak neler yaptıklarını anlatarak marka yönetimi konusunda katılım sağlayan marka yöneticilerine kritik tüyolar verdi. ❖

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

DTG 2012'Yİ “DERİ YILI” İLAN ETTİ

**TÜRK DERİSİNİ
DÜNYAYA EN
DOĞRU ŞEKİLDE
TANITMAK İÇİN
PROJELERİNE HIZ
KESMEDEN DEVAM
EDEN DERİ TANITIM
GRUBU, ÇALIŞMALARININ
MEYVESİNİ ALMAYA BAŞLADI.
'2012 DERİCİLERİN YILI OLACAK'
DİYEN DTG, BAŞ AKTÖRLERİNİ;
DİJİTAL MECRA, FUARLAR
VE TASARIMCILARIN
OLUŞTURDUĞU PROJELERLE
İDDİALİ ADIMLAR ATIYOR.**

Türk derisini dünyaya tanıtmak hedefi ile kurulan Deri Tanıtım Grubu (DTG), uzun süredir devam eden çalışmalarından kazanımlar elde ediyor. Türk derisi algısını uluslar arası boyuta taşıyan DTG, Türk deri firmalarını ön plana çıkardığı yeni web sitesinde Türkçe ve İngilizce'den sonra Rusça ve Çince dil seçeneklerini de önümüzdeki günlerde kullanıcılara sunacak. Hedef olarak belirlenen Çin ve İtalya pazarları için fuarlardaki tanıtımlarını başarıyla sürdüren DTG, uluslar arası markalaşmada büyük önem taşıyan

ünlü tasarımcıları desteklemeye devam ediyor. İç pazarda olduğu kadar dünya pazarlarında da deri sektörünün tanıtımını en doğru şekilde yapan grup, Türk derisini temsilen katıldığı fuarlarda da ilgi odağı oluyor. Örneğin grup, yaptığı çalışmalar sayesinde Mart ayında düzenlenen Asya Pasifik Deri Fuarı'nın 'Focus Country' ülkesinin Türkiye olmasını sağladı. Türkiye'nin 46 deri firmasıyla katıldığı Asya Pasifik Deri Fuarı'nda DTG standının enstalasyon çalışmalarını ise ünlü Türk tasarımcı Bora Aksu hazırladı. Söz konusu işbirliği için fuar idaresiyle yoğun bir görüşme sürecinden geçtiklerini belirten Deri Tanıtım Grubu ve İDMİB Başkanı Lemi Tolunay Bora Aksu'nun hazırladığı 'farklı' şeklinde tabir ettiği kole-

siyonun ses getirdiğini ifade etti. 20-25 parçadan oluşan koleksiyonun sergilendiği fuar süresince, kendi varlıklarını, Türkiye'nin Focus Country olma özelliğini devamlı vurguladıklarını belirten Tolunay, bunu ilerideki fuarlarda da tekrarlayacaklarını belirtti. Tolunay, Bora Aksu ile çalışmaktan çok memnun kaldıklarını, bu projenin yoğun ilgi görerek başarı yakaladığını ifade ederek, aynı uygulamaya 4-9 Eylül arasında Şangay'da düzenlenecek ayakkabı fuarında da devam edeceklerine dikkat çekti.

Hedef pazarlar Çin ve İtalya

Çin'in pazar olarak yükselen bir değer olduğunu söyleyen Tolunay, şu anda bu pazarın Türk deri sektörü için hayli önem teşkil ettiğini, bu yüzden orada aktif çalışmalarının

olduğunu açıkladı. Çin'in el değmemiş, çok yeni ve nüfus yoğunluğu yüksek olması özellikleriyle hedef pazar haline geldiğini belirten Tolunay, Türk deri ürünleriyle orada pay almak istediklerini söyledi. DTG Başkanı Lemi Tolunay sözlerine şöyle devam etti: 'Geçtiğimiz yıllara baktığımız zaman Çin'e olan ihracatımızda ciddi anlamda gözle görülür bir artış var. Ancak Çin, Deri Tanıtım Grubu'nun hedef pazarlarından yalnızca bir tanesi. İkinci hedef pazarımız İtalya.' İtalya'nın artık kendi üretimini yapmadığını, herkesin bildiği üzere, tasarımı ön plana çıktığını ifade eden Tolunay, İtalya firmalarının artık ürünlerini ucuz ülkelere yaptıklarını, kendilerinin ise marka yöneticiliği yaptıklarını belirtti. İtalyan markalarının Türkiye'de ciddi bir üretim yaptıklarını belirten Tolunay, bu pazardan



DTG ve İDMİB Başkanı Lemi Tolunay, Deri Tanıtım Grubu'nun Micam Fuarı'nda birkaç yıldır yaptığı tanıtım faaliyetlerinin geri dönüşümünü ayakkabı ihracatında gördüklerini söylüyor

bir pay almış olduğumuzu söyledi. Tolunay, "Deri sektörü veya üretimi meşakkatli bir iş olduğu için Avrupa Birliği ülkeleri buradan yavaş yavaş geri çekilerek çıktılar. Türkiye bu boşluğu doldurma konusunda önemli bir görev üstlenerek İtalya ile buna başladı. İtalya, İspanya, Fransa Avrupa'nın deri üreticisi ülkeleriydi ama İtalya hala tasarım özelliği dolayısıyla marka olma özelliğini sürdürüyor. Bizim asıl hedefimiz İtalya'nın üreticisi olup, sonrasında da orada Türk derisini marka yapmak. Uzun vadede bu amacımıza ulaşacağız. Örneğin milli katılım yaptığımız fuarlardan biri olan MICAM ayakkabı fuarında bu yıl Türk derisini tanıtan bir seminer vereceğiz. 16-19 Eylül 2012 tarihleri arasında Milano'da

düzenlenecek olan fuarda vereceğimiz seminere İtalya'nın ünlü marka ve isimlerini davet edecek, Türk deri sektörünün üretim kapasitesini, altyapısını tanıtacağız" diye konuştu.

"İç piyasada da çalışmalara hız verdik"

İç piyasada uzun zamandır üzerinde çalıştıkları bir proje olduğunu belirten Tolunay, çalışmalarını şöyle anlattı: 'Özellikle ayakkabı, saraciye ve deri konfeksiyon ürünleri olmak üzere Türk deri ürünlerinin içine malzeme etiketi konmasını istiyoruz. Bu ürünlerin ne tür deriden yapıldığı, içindeki astarın malzemesi çok önemli. Son yıllarda ithalatı büyük oranda artış gösteren bu ürün gruplarında kullanılan malzemeler

Türkiye’de üretilenler kadar kaliteli olmamakla birlikte sağ-
lığa uygun olmayan maddeler
içeriyor. Biz bunu engellemek
için Bilim, Sanayi ve Teknoloji
Bakanlığı koordinasyonu ile bir
etiket çalışması yürütüyoruz ve
en fazla iki sene içerisinde sonuç
alacağımızı düşünüyoruz”

“Sosyal medyada her zaman yer alacağız”

DTG’nin yeni açılan web sitesin-
de üye firmaların ücretsiz üyelik
yaparak, kendi bilgi bankalarını
oluşturduklarını söyleyen Lemi
Tolunay, bu sürecin yavaş yavaş
işleyerek geliştiğini belirtti.
Tolunay, web sitesinde öncelikli
olarak Türk deri markalarını ön
plana çıkardıklarını vurguladı.
Şimdilik İngilizce ve Türkçe dil
seçeneği olan web sitesine en
kısa zamanda deri sektörünün
büyük oranla hitap ettiği Rusça
ve Çince de eklenecek. Tolunay,
bunun için üyelerin yarısından
fazlasının üyeliklerini yaparak
bilgilerini hazır bulundurmaları-
nı beklediklerini bildirdi. DTG
Başkanı Tolunay, web sitesi
hakkındaki düşüncelerini şöyle
anlattı: ‘Bugün artık sanal dünya-
da, sosyal medyada yer almaz-
sanız, globalleşmenin önemli bir
kanalını kaybetmiş oluyorsunuz.
Biz o kanalda kararlılıkla ilerliyo-
ruz. Web sitemizle, sosyal med-
yanın en büyük mecraları olan
Facebook ve Twitter’da da yer
alacağız. Teknolojinin ve iletişim-
in bu denli geniş, hızlı ve kolay
olduğu çağımızda bu ortamlarda
bütün varlığımızla bulunmak
zorundayız.’

DTG’den tasarımcılara tam destek

Tasarımcılara çok önem verdi-
ğini, deri kullandıkları koleksi-
yonlarda yurtdışı defilelerinde,
çeşitli projelerinde destek
olduklarını, sponsorluk yaptık-
larını belirten Tolunay, uluslar
arası ses yaratmanın en sağlıklı
ulaşım aracının tasarımcılardan
geçtiğini düşündüğünü söyledi.

Tolunay, tüm tasarımcıların
yurtdışında isimlerinin duyuldu-
ğunu, malzemeyi uluslar arası
tanıtmak için mutlaka katma
değer yaratmak gerektiğini, bu
katma değer de artık orada
isim yapmış Türk tasarımcı-
larımız olduğunu vurgulayan
Tolunay, Simay Bülbül, Sertaç
Delibaş, Ümit Ünal, Bora Aksu
ve pek çok daha tasarımcı isim-
lerle çalıştıklarını, tasarımcıları
birbirlerinden ayırt etmedikleri-
ni belirtti. Tolunay, tasarımcılar-
la çalışmalarının yoğunlaşarak
devam ettiğini ifade etti.

Dünya fuarlarında buluşuyor

Deri Tanıtım Grubu’nun Türk
derisini tanıttığı süreçteki
yansımının otomatik olarak
sektöre döndüğünü ifade eden
Tolunay, en önemli noktanın
doğru zamanda doğru harca-
mayı yapmak olduğunu söyle-
di. Tolunay, tanıtım yapmak
isterken, hedefsiz ilerlemenin,
yanlış yatırımlara sebep olaca-
ğına dikkat çekti. Deri Tanıtım
Grubu olarak ülkelere, fuar-
lara odaklandıklarını belirten
Tolunay, fuarların tüm dünya
sektörünün uluslar arası buluş-
ma tarihi niteliğinde olduğunu
söyledi. Fuarı gelen Brezilyalı,
Amerikan, Kanadalı, Japon’un
gözüne Türkiye ile ilgili bir
şeyin çarpmasının en büyük
kazanç olduğunu, bunun geri
dönüşümünün de sektöre yan-
sıdığını söyleyen Tolunay, Türk
deri ürünlerine talebin arttığını
Micam Fuarı örneğiyle açıkladı.
Deri Tanıtım Grubu’nun Micam
Fuarı’nda birkaç yıldır yaptığı
tanıtım faaliyetlerinin geri
dönüşümünü ayakkabı ihra-
catında gördüklerini belirten
Tolunay, geçen yılki ayakkabı
ihracatının yüzde 23 arttığını
açıkladı. Tolunay, son 5 yılda
ihracatın 200 milyon dolardan
450 milyon dolara çıkarak iki
katından fazla artış gösterdiğini,
alınan stratejik kararlar ile
elde ettiklerini söyledi. ❖



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

SATIN ALMADA

ALIŞKANLIKLAR DEĞİŞİYOR

CİSCO İNTERNET İŞ ÇÖZÜMLERİ GRUBU'NUN 1000 AMERİKAN VE 1000 İNGİLİZ MÜŞTERİ İLE GERÇEKLEŞTİRDİĞİ ARAŞTIRMA, GELECEĞİN MAĞAZACILIĞINA GİDEN YOL HARİTASINI GÖZLER ÖNÜNE SERDİ. PERAKENDE SEKTÖRÜ İLE İLGİLİ YAPILAN ARAŞTIRMA, GELECEKTE SOYUNMA KABİNLERİNİN YERİNİ DİJİTAL EKLANLARA BIRAKACAĞINI VE MAĞAZA İÇİN DİJİTAL DENEYİMLERİ FARKLILAŞTIRAN UNSURLARIN OLUŞACAĞINI ORTAYA KOYDU.



Cisco'nun perakende sektörünü yakından ilgilendiren en son araştırmasının sonuçları, tüketicilerin alışveriş yapmadan önce online araştırma yaparak karar aldıklarını ortaya koydu. Cisco İnternet İş Çözümleri Grubu'nun araştırmasına katılanların yüzde 74'ü, mağazada alışveriş yapmadan önce çevrimiçi araştırma yaparak karar alıyor. Grubun, 1000 Amerikan ve 1000 İngiliz müşteri ile gerçekleştirdiği araştırmasına katılanların yüzde 19'u dijital kanallardan ilham alarak alışveriş kararı verirken, yüzde 30'u alışveriş öncesi ilgili online videoları izliyor. Katılımcıların yüzde 50'sinden fazlası mağaza içerisinde internet tabanlı dijital içeriğe ulaşmayı sağlayan

cihazları, yüzde 40'ından fazlası ise alışveriş kararları alırken mağaza içerisindeki video ekranlarını kullanıyor veya kullanmak istiyor. Yüzde 40'ı mağaza içerisinde sunulan dijital içeriğe cep telefonları veya tablet bilgisayarlardan ulaşırken, yüzde 45'i mağaza içi video ekranlarında ürünlerin ve fiyatların karşılaştırmalarını görmek, yüzde 32'si ürünler hakkında ayrıntılı bilgilere mağaza içindeki interaktif ekranlardan ulaşmak, yüzde 27'si ürünlerin mağaza içindeki konum bilgisine interaktif ekranlardan ulaşabilmek istiyor.

Online içerik fiziksel mağaza ile birleşiyor

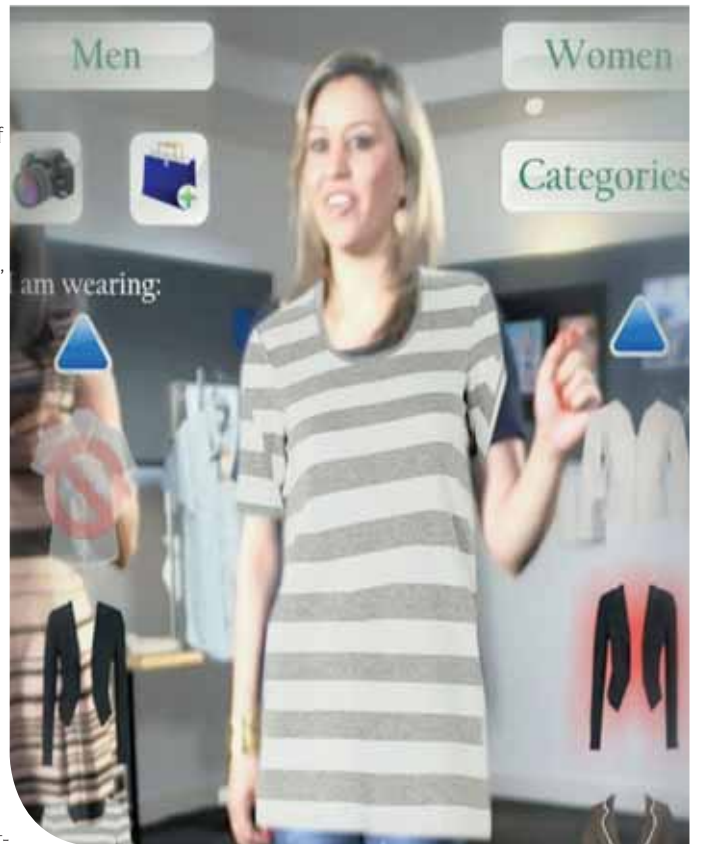
Perakende sektöründeki mağazaları daha rekabetçi kılacak özelliklerden bir tanesi artık hiç kuşkusuz online içeriğin mağaza içerisine entegrasyonu olduğunu belirten Cisco İnternet İş Çözümleri Grubu

Kıdemli Direktörü Lisa Fretwell,

"Böylece müşterilerle kişisel, interaktif bir bağ kuruluyor. Bu bizim "Yakala ve Tut" adını verdiğimiz bir strateji. Başka bir deyişle bu strateji, müşterilerin kişisel zevkleri hakkındaki bilgilere mağaza içerisindeki interaktif dijital içerik ve bunun doğurduğu etkileşim kanalı ile ulaşmanın artan önemine vurgu yapıyor. Bu yolla edinilen bilgilerin satışı olumlu yönde tetiklediğini bu araştırmanın ardından artık çok daha net görebiliyoruz" diye konuştu.

Perakendenin geleceğini teknoloji şekillendirecek

Fretwell, araştırma sonuçlarının, internetin kullanımının art-





Cisco İnternet İş Çözümleri Grubu Kıdemli Direktörü Lisa Fretwell, mobil internetin yükselişi, kullanıcıların teknolojiye adapte olması ve e-ticaretin gelişmesinin perakendenin de geleceğini şekillendiğini söylüyor.

ması, mobil internetin yükselişi, kullanıcıların teknolojiye adapte olması ve e-ticaretin gelişmesinin perakendenin de geleceğini şekillendiğini ortaya koyduğuna dikkat çekiyor. Bu eğilimlerin tüketicinin de davranışlarını çapraz-kanallı alışveriş doğrultusunda değiştirdiğini ifade eden Fretwell, "Bu çerçevede tüketiciler fiziksel mağazalar ve farklı online kaynaklar arasında bir kanaldan diğerine en iyi fiyatı bulmak için geziniyor. Perakendeciler açısından ise çapraz kanallı alışveriş, yeni müşteriler kazanmak için yeni bir yaklaşım gerektiriyor. Müşteri çekmek ve diğer perakende kanallarından

farklılaşmak içinse teknoloji önemli bir rol oynuyor. Kendi tabletleri ve akıllı telefonları ile gelen müşteriler için ücretsiz Wi-Fi bağlantısı sağlamak, bilgi almak için kiosklar ve ekranlar koymak, video incelemeleri, ürünlerden çok çözümler etrafında tasarlanmış web sayfaları(örneğin ürünlerden çok tarifler sunan bir süpermarket) veya sanal ayna gibi artırılmış gerçeklik kullanan yenilikçi teknolojiler gibi" diyor.

Soyunma kabinleri tarih oluyor

Cisco İnternet İş Çözümleri Grubu'nun 1000 Amerikan ve 1000 İngiliz müşteri ile gerçekleştirdiği araştırma, geleceğin

ARAŞTIRMADAN DİPNOTLAR

KATILIMCILARIN;

- Yüzde 19'u dijital mecralardan / kanallardan ilham alarak alışveriş kararları veriyor.
- Yüzde 30'u alışveriş öncesi ilgili online videoları izliyor.
- Yüzde 50'sinden fazlası mağaza içerisinde web tabanlı dijital içeriğe ulaşmayı sağlayan cihazları kullanıyor ya da kullanmak istiyor.
- Yüzde 40'ından fazlası alışveriş kararları alırken mağaza içerisindeki video ekranlarını kullanıyor ya da kullanmak istiyor.
- Yüzde 40'ı mağaza içerisinde sunulan dijital içeriğe cep telefonları ya da tablet bilgisayarlardan ulaşıyor ya da ulaşmak istiyor.
- Yüzde 45'ü mağaza içi video ekranlarında ürünlerin ve fiyatların karşılaştırmalarını görmek istiyor
- Yüzde 32'si ürünler hakkında ayrıntılı bilgilere mağaza içindeki interaktif ekranlardan ulaşmak istiyor.
- Yüzde 27'si ürünlerin mağaza içindeki konum bilgisine interaktif ekranlardan ulaşabilmek istiyor

mağazacılığına giden yol haritasını gözler önüne seriyor. Araştırma perakendecilerin müşteri etkileşiminin sınırlarını genişletmek ve mağaza içi satış oranlarını artırmak için kolay kullanılabilir ve dijital, alt yapısı zengin deneyimleri mağazalarda bulundurması gerektiğini ve böylelikle teknoloji meraklısı müşterilere daha etkin şekilde ulaşabileceğini ortaya koyuyor. Mağaza içindeki müşterilere sunulan en ilgi çekici dijital deneyim ise soyunma kabinlerini tarihe gömecek nitelikte. Müşterilerin bir boy aynası benzeri ekran karşısında üzerlerindeki kıyafeti çıkarmadan mağazadaki kıyafetleri deneyebileceği ekranlar sayesinde, birim zamanda daha fazla kıyafet deneyebilecek. Dolayısıyla mağazaların satışları olumlu yönde etkilenecek. Çevrimiçi dijital içeriği mağazaya getirmenin gücü özellikle satın alma kararlarını satış noktasında etkileme üzerinde yoğunlaşıyor. Cisco İnternet İş Çözümleri Grubu'nun araştırmasına katılanların yüzde 74'ü,

mağazada alışveriş yapmadan önce çevrimiçi araştırma yaparak karar aldığını söylemesi, çapraz kanallardan çapraz kanal alışverişin hem yaygın, hem de pek çok müşteri tarafından halihazırda tercih edilen bir davranış olduğunu gözler önüne seriyor.

Geleceğin alışverişini kullanıcılar belirliyor

Araştırma müşterilerin karar verme sürecinde dijital içeriğin etkisi, müşterilerin çapraz kanallardan alışıya olan yaklaşımları ve müşterilerin mağaza içinde alışveriş yaparken teknolojiden faydalanma eğilimleri altında toplanan 3 ayrı konuda önemli bulgular sunuyor. Ayrıca araştırmada müşterilere mağazalarda görmek isteyecekleri teknoloji tabanlı uygulamalar da soruluyor. Bu çapraz teknolojileri kapsayan deneyimlere "mashops" ismi veriliyor, çünkü bu deneyimde yeni bir alışveriş alışkanlığı yaratmak için sanal ve fiziksel dünyalar aynı potada eritiliyor. ❖



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'LİK TEK KAZAN

STOK SERVİS

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

www.mayaiplik.com.tr

“ARAP BAHARI”NDA RÜZGAR TÜRKİYE’DEN YANA

DÜNYA SİYASETİNİN SEYRİNİ DEĞİŞTİREN VE ARAP ÜLKELERİNDE DEVRİM OLARAK NİTELENDİRİLEN “ARAP BAHARI” TÜRKİYE’Yİ DE YAKINDAN İLGİLENDİREN SONUÇLAR DOĞURMAYA DEVAM EDİYOR. ARAP BAHARI’NIN BİTMESİYLE ORTADOĞU BAŞTA OLMAK ÜZERİ TÜM DÜNYANIN DENGELERİ YÖN DEĞİŞTİRİRKEN, TÜRKİYE’NİN ARAP BAHARI’NDAN EN KARLI ÜLKE OLARAK ÇIKTIĞI ÖNGÖRÜLÜYOR.





Ortadoğu Arap ülkelerinde ve Kuzey Afrika'da gerçekleşen ayaklanmaların adı olarak dünya tarihine geçen "Arap Baharı", Tunus, Mısır, Yemen, Suriye ve Libya'da eş zamanlı ortaya çıkan, kısa sürede tansiyonun yükselmesiyle ülke rejimlerinin yıkılmasına kadar varan ve içinde bulunduğumuz yüzyılın en geniş ölçekli halk isyanı olarak yorumlanıyor. Arap Baharı'nın yaşandığı ülkelerden Libya, Mısır ve Tunus'un değişen yönetimleriyle birlikte bu ülkelere ihracatı hızla artan Türkiye, Ortadoğu'da gittikçe güçlenen bir isim olarak öne çıkıyor. 2012'nin ilk çeyreğine bakıldığında bu ülkelerle gerçekleşen toplam ihracatın yüzde 84 artması ve özellikle Türkiye'den Libya, Tunus ve Mısır'a gerçekleşen ihracatın 899 milyon dolardan 1,6 milyar dolara ulaşması Türkiye'nin Arap Baharı'ndan en karlı ülke olarak çıktığının ispatı

olarak görülüyor. Türkiye'de tekstilin Arap Baharı sürecinde ve sonrasında rakamsal olarak artışta olması, sonraki süreçlerde tekstil ve hazır giyim sektörlerinin Arap ülkeleriyle ihracatının daha da gelişerek yüksek rakamları göreceğinin sinyallerini veriyor.

Arap Baharı öncesi ve sonrasındaki ihracat dalgalanmaları

Arap Baharı'nın ortaya çıktığı ülkelere Türkiye'den gerçekleşen tekstil ve hazır giyim ihracatında artış görülüyor. İTKİB Ar-Ge ve Mevzuat Şubesi tarafından hazırlanan raporlarda bu bilgiyi doğrular nitelikte. Türkiye'nin tekstil hazır giyim ihracatındaki önemli pazarlarından biri olan Suudi Arabistan'a 2010 yılında 94 milyon 837 bin dolar olan ihracat, yüzde 85,4'lük artışla 2011 Ocak-Aralık döneminde 175 milyon 788 bin dolara yükseldi. Aynı yükseliş

Arap Baharı'nın ortaya çıktığı ülkelere Türkiye'den gerçekleşen tekstil ve hazır giyim ihracatında artış görüldü. İTKİB Ar-Ge ve Mevzuat Şubesi tarafından hazırlanan raporlarda bu bilgiyi doğrular nitelikte.

Cezayir'e gerçekleşen ihracatta da görülürken, ülkeye 2010 yılında yapılan 91 milyon 352 bin dolarlık ihracat 2011'de 106 milyon 179 bin dolar olarak kaydedildi.

Tunus'a gerçekleşen hazır giyim ihracat rakamları ise Arap Baharı ile birlikte düşüş eğilimi gösterdi. Türkiye'nin 2010 yılında pazara gerçekleştirdiği 92 milyon 265 bin dolarlık hazır giyim ihracatı

2011 yılında 85 milyon 811 bin dolara geriledi. Diğer Arap ülkeleri arasında yer alan Libya, Mısır ve Ürdün'de ise ihracat rakamları artış gösterdi. Libya'ya 2010 yılında gerçekleştirilen 66 milyon 23 bin dolarlık hazır giyim ihracatı bir sonraki yıl 82 milyon 685 bin dolara, Mısır'a 2010 yılında yapılan 58 milyon 392 bin dolarlık ihracat 62 milyon 463 bin dolara yükselirken benzer artış Ürdün'de de görüldü. Türkiye'nin Ürdün'e 2010 yılında gerçekleştirdiği 21 milyon 807 bin dolarlık hazır giyim ihracatını 2011 yılına gelindiğinde yüzde 32,6 artışla 28 milyon 921 bin dolara çıkardığı gözlemlendi.

Tekstilde istikrarlı artış

Türkiye'nin Arap ülkelerine gerçekleştirdiği tekstil ihracatına bakıldığında genel olarak artış dikkat çekerken Mısır, Cezayir ve Suriye'de rakamların düşüşe

TÜRKİYE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI

	2010 OCAK-ARALIK 1000 \$	2011 OCAK-ARALIK 1000 \$	2011/2010 DEĞİŞİM %
SUUDİ ARABİSTAN	94.837	175.788	85.4
CEZAYİR	91.352	106.179	16.2
TUNUS	92.265	85.811	-7.0
LİBYA	66.23	82.685	24.8
MISIR	58.392	62.463	7.0
ÜRDÜN	21.807	28.921	32.6



Arap Baharı'nın ortaya çıktığı ülkelere Türkiye'den gerçekleşen tekstil ve hazır giyim ihracatında artış görüldü. İTKİB Ar-Ge ve Mevzuat Şubesi tarafından hazırlanan raporlarda bu bilgiyi doğrular nitelikte.

3 milyon 898 bin dolardan 5 milyon 651 bin dolara yükseldi. Deri ihracatında artış kaydettiğimiz son ülke Cezayir'de ise Arap Baharı öncesi 1 milyon 952 bin dolar olan rakam, 2011 sonunda 4 milyon 49 bin dolara çıkarak gelişme kaydetti.

Türk halıcılığı ihracatta liste başı

Arap Baharı'nda karlı çıkan ülke olarak hemen hemen tüm sektörlerde ihracat yüzdemiz artarken birinciliği Türk halıcılık sektörü aldı. Arap Baharı'nı fırsata dönüştüren sektör, özellikle Libya pazarında daha da etkin hale geldi. Türk halıcılık sektörünü sevindiren bu gelişme Suriye'deki suların durulmasından sonra Suriye halı ihracatında da bekleniyor. Arap Baharı'nın gerilimli günleri geride bırakmaya çalışan halkın hayatı normale döndürme çabalarının alım gücünü de hızlandıracağını öngören sektörler her şeyin normale dönüşüyle birlikte

geçtiğini gördü. Buna göre; Mısır'da 2010 Ocak-Aralık döneminde 221 milyon 309 bin dolar olan tekstil ihracatı 2011 yılında 220 milyon 412 bin dolara düştü.

Türkiye Tunus'a gerçekleştirdiği tekstil ihracatını 2010'da 146 milyon 252 bin dolarlık ihracatla kapatırken, Arap Baharı sonrası bu oran 177 milyon 8 bin dolara yükseldi. Aynı dönemde Fas'a gerçekleşen tekstil ihracatı 142

milyon 447 bin dolardan 174 milyon 37 bin dolara, Ürdün'e yapılan ihracat ise 18 milyon 677 bin dolardan 30 milyon 820 bin dolara yükseldi. Arap baharının etkisi ile birlikte Cezayir'e gerçekleştirdiği tekstil ihracatında düşüş yaşayan Türkiye, söz konusu ülkeye Arap Baharı öncesi 69 milyon 532 bin dolar olan tekstil ihracatını 2011 yılında 63 milyon 99 bin dolara düşürdü.

Arap dünyası Türk derisinden vazgeçmedi

Türkiye'nin deri ve deri ürünlerinde Mısır, Tunus ve Cezayir'e gerçekleştirdiği ihracat üç ülkede de Arap Baharı sonrası artış gösterdi. 2010 Ocak-Aralık döneminde Mısır'a deri ve deri ürünleri ihracatımız 9 milyon 961 bin dolarken 2011 sonlarında bu rakamın 11 milyon 307 bin dolara yükseldiği görüldü. Tunus'a baktığımızda 2010 deri ihracatı

TÜRKİYE TEKSTİL İHRACATI

	2010 OCAK-ARALIK 1000 \$	2011 OCAK-ARALIK 1000 \$	2011/2010 DEĞİŞİM %
MISIR	221.309	220.412	-0.4
TUNUS	146.252	177.008	21.0
FAS	142.447	174.037	22.2
SURİYE	116.098	105.206	-9.4
CEZAYİR	69.532	63.099	-9.3
ÜRDÜN	18.677	30,820	65.0



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

TÜRKİYE HALI İHRACATI

	2010 OCAK-ARALIK 1000 \$	2011 OCAK-ARALIK 1000 \$	2011/2010 DEĞİŞİM %
LİBYA	23.706	29.689	25.2
MISIR	28.416	13,040	-54.1
CEZAYİR	7.045	12,009	70.5
FAS	7.187	10,565	47.0
SURİYE	7.619	6,735	11.6

rakamların daha da artacağı yönünde hemfikir. Türk halısının dünya vitrininde prestijli bir yere sahip oluşu, Arap ülkelerinde talebin sürekli canlı kalmasına neden olurken, Türk halıcılık sektörünün Arap Baharı süresince ihracatta yükselmesine de zemin hazırlıyor.

Türkiye halı ihracatı Arap Baharı ile birlikte Mısır ve Suriye dışında artma eğilimine girdi. Türkiye, Libya'ya 2010 yılında gerçekleştirdiği 23 milyon 706 bin dolarlık halı ihracatını, 2011 yılına gelindiğinde 29 milyon 689 bin dolara, Cezayir'e 2010'da yaptığı 7 milyon 45 bin dolarlık ihracatı 12 milyon 9 bin dolara ve Fas'a 2010 yılında gerçekleştirdiği 7 milyon 187 bin dolarlık halı ihracatını 10 milyon 565 bin dolara yükseltti. Düşüş kaydedilen Mısır ve Suriye'de ise rakamlar şöyle gelişti: Mısır'a olan halı ihracatımız 2010'da 28 milyon 416 bin dolarda seyrederken Arap Baharı sonrası 2011 sonu bu rakam 13 milyon 40 bin dolara düştü. Yine Suriye'de 2010 halı ihracatımıza bakıldığında 7 milyon 619 bin dolarlık ihracat görülürken, 2011 sonunda bu rakamın düşüşe geçerek 6 mil-

yon 735 bin dolarda seyrettiğini görüldü.

İhracatta istikamet Arap ülkeleri

Arap Baharı'nın yarattığı kriz ortamı yerini ihracatta kalkınma sürecine bırakıyor. Özellikle Birleşik Arap Emirlikleri'nde yoğun olarak gerçekleşen ihracat diğer Arap ülkelerini de kapsayarak büyümeye devam ediyor. Türkiye'nin ihracat yüzdesinde ciddi bir manevraya yol açan Arap Baharı ihracat rakamlarını ikiye katlarken yeni pazarlar hedefinde de ilk akla gelen adreslerden biri oluyor. Ülkemizde birçok sektörde Arap ülkelerine ihracatın karlılığı yaşanırken özellikle Suriye, Mısır ve Lübnan'da artan taleplerin ciddi bir yüzdesi yine ülkemizin gerçekleştirdiği ihracatla karşılanıyor. Arap Baharı'nın başladığı dönemde ihracatın fren yaptığı ve durma noktasına geldiği zamanlar direnişin bitimiyle ihracattaki fark edilir artış olarak yön değiştirdi. Özellikle önemli lokasyonlarda vizelerin kaldırılmasıyla Libya'yla başlayan ihracat artışı diğer Arap ülkelerine de sirayet etti. 2011'de 747 milyon 7 bin dolar olarak rekor rakama ulaşan

ihracat, 2012'nin ilk çeyreğinde Libya'ya yapılan ihracat 526 milyon olarak gerçekleşti. Ürdün'le de benzer süreçlerin yaşandığı Arap Baharı'nda 1 Aralık 2009'da kaldırılan vizelerle birlikte ihracatta artış Ürdün'de de kaydedildi. Arap Baharı sürecinde genel olarak ihracat artışlarında beklenen atağın yapılamadığı isim olarak ise Suriye öne çıkıyor. Karşılıklı vize uygulaması 17 Ekim 2009'da kaldırılmasına rağmen, 2009 yılında 1,4 2010'da 1,9 ve 2011'de 1,6 milyar dolar olarak kaydedilen ihracat rakamları, 2012'nin ilk çeyreğinde 172 milyon dolara geriledi.

Türkiye turizmde de Arap Baharı'ndan karlı çıktı

Ortadoğu'dan gelen turist nüfusun Arap Baharı sonrası Türkiye'ye akın ettiği yatırımcıların gözünü Türkiye'ye dikmesine neden oluyor. Türk turizmi için oldukça sevindirici bir gelişme olarak kayda geçen bu durum Suudi Arabistan ve Dubai'de devleşmiş otel zincirlerinin Türkiye'de yatırım yapma olasılığını da artırıyor. Türkiye'nin turizmde potansiyel pazar olma yüzdesi hızla artışa geçerken,

Jumeriah, Rotana, My Tuana, Viceroy gibi büyük turizm şirketleri Türkiye'de yatırım kararını çoktan aldığı belirtiliyor. Oluşan sinerjinin artırılmasına ve Arap turist potansiyelinin iki katına çıkarılmasına yönelik çalışmalar yoğunlaştırılırken, Ortadoğu'da Arap Baharı'ndan sonra Türkiye'ye yönelen rağbetin artırılmasına yönelik reklam çalışmalarına da hız veriliyor.

Türk- Arap ilişkilerinin seyri ne olur?

Türk-Arap ilişkilerinin son on yıldır çok iyi gittiğini düşünürsek özellikle Türkiye'deki siyasi yapının da değişmesiyle bu iki zirvede daha derinleştirilen bir ilişki doğdu diyebiliriz. Türkiye, Arap ülkeleri ile kurduğu iyi ilişkilerin bugün ittifak denebilecek boyuta gelmiş bulunuyor. Şuan Ortadoğu'nun nasıl bir yapı içerisine gireceğini bilemiyoruz. Yeni yapı içerisinde Arapların yer alıp almayacağı, yer alması durumunda Türkiye'nin o Arap gücünü destekleyip desteklemeyeceğini şuan tahmin edilemiyor. Tabi ki bu siyasi arenada ABD'nin de tavrı da önemli olacağı benziyor. ■■■

TÜRKİYE DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI

	2010 OCAK-ARALIK 1000 \$	2011 OCAK-ARALIK 1000 \$	2011/2010 DEĞİŞİM %
MISIR	9.961	11.307	13.5
TUNUS	3.898	5.651	45.0
CEZAYİR	1.952	4.049	107.4

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

TASARIMIN XL BOYUTU



MODA DÜNYASINDA UZUN YILLAR XL KADININA YAPTIĞI ŞIK TASARIMLARLA ADINI DUYURAN HÜSEYİN KÜÇÜK, ÇİZGİSİNDE LÜKS DETAYLAR KULLANMASIYLA TANINIYOR. BAŞARILI MODACI YER ALDIĞI SOSYAL SORUMLULUK PROJELERİYLE DE MODA CAMİASININ DUYARLI İSİMLERİNDEN.

Hüseyin Küçük, moda tasarımına erken yaşlarda işin mutfağından başlayarak yıllar içerisinde özellikle büyük bedende yaptığı fonksiyonel, modern ve kadınla bütünleşen tasarımlarıyla imzasını bilinir hale getirdi. Tasarımcılığın farklı bir olgu

olduğunu söyleyen Küçük, tasarımın global sanatı kapsadığını, bu nedenle spesifik bir tanım olarak moda tasarımcısı ifadesini sevmeyi belirtiyor. Giysi tasarımının sanatçı bir ruh gerektirdiğini söyleyen ünlü modacı, "Sanatçı ruha sahip değilseniz, hayal etmenize ve üretmenize

imkan yoktur" diyor. XL kadın kıyafetleri tasarlarken, bu kulları yapılan tasarımlara vizyon katarak, onları öne çıkaran başarılı modacı, büyük bedende ses getiren tasarımlar yapıyor olmasını ise şöyle açıklıyor: "Bir konuda ilkseniz mutlaka biraz deli olmanız gerekiyor. Benim gibi işi

biraz delilikle harmanlayan biriyse o işte ilk olabilirsiniz."

Türkiye'de son zamanlarda gündemde olan "markalaşmak"la ilgili ne düşünüyorsunuz?

Ürünlerinize bir isim vermek yani etiketlemek, o ürünlerin

yoğun bir şekilde tanıtımlarını yapmak marka olduğunuz anlamına gelmez. Eğer bir ürüne bakıp etiketini görmeden o çizgiyi tanıyor ve kimin üretimi olduğunu yanılmadan tahmin edebiliyorsanız işte o ürün ve sahibi marka olmuş demektir. Markalaşmak bir anlamda çizginizin, yaratımlarınızın, size ait özgün bir yorumun bellekleri yakalayarak orada kendisine yer etmesi durumudur diye düşünüyorum. Türkiye’de çok iyi etiketler var fakat marka olmayı başaranların sayısı yok denilecek kadar az üzgünüm. Piyasada gördüğümüz marka iddiasında olan isimler, mankende de kullanılsa her dergiye ilanda verse de, marka değil iyi etikete sahip işlerdir bana göre.

Doğru giyinme sanatı ifadesi çok sık deklare edilir oldu. Sizce nedir doğru giyinme sanatı?

Doğru giyinme sanatı ilk anlamıyla doğru kıyafetler seçmek olarak yorumlanmamalı sadece. Tabiki kullandığınız giysilerin doğru tercihler olması gerekiyor fakat bu tek başına yeterli değil. Her şeyden önce giydiklerin güne nasıl uyandığınla, neler hissettiğinle, hüznün ve neşenle bütünleşecek şekilde olmalıdır. Değişkenlikler taşıyan insan ruhunun değişkenliğini yansıtabilen kıyafetler doğru giyinmenize yardımcı olur. Giyinirken her şeyden ve herkesten önce kendinizi tatmin edebiliyorsanız doğru giyinme konusuna hakimsinizdir demektir. Tamamen kendiniz olmalı ve ona göre giyinmelisiniz. Kıyafetlerinizi de sizi iyi gösteren, güçlendiren ve size yakınlar arasından seçmelisiniz.

Doğru giyinmek gibi “şık olmak” da bir moda kavramı.. Nasıl şık olunur sizce?

Her şeyden önce bilinmelidir ki, giyinmek, örtünme fantezi-

sidir. Ve bu örtünme eyleminde rahatlık esas alınmalıdır. Rahatlıkla, şıklık arasında bir seçim yapmam gerekse rahatlığı seçerdim. Daha doğrusu insana kendini rahat ettirecek bir şıklığı tasarlamaya çalışırdım. Giyinirken amaç, insanları değiştirmektense onlar akim olduklarını kıyafetleriyle anlatma imkanı vermeyi önemseydiğim için kendini ifade edecek rahatlıkta her insanın şık olabileceğine inanıyorum. Çok moda olan bir parçayı kullanmak sizi şık yapmayabilir, çünkü her moda olan parça her bayanın fiziğine uygun olmuyor ve böyle bir tercih de bulunan bayanlarda moda faciası olmaktan kaçamıyorlar.

Tasarımlarınızı yaparken kısa ve uzun vadede belirli hedefler belirliyor musunuz?

Tasarım konusunda hedefim en büyük rüyaları gerçeğe çevirmektir her zaman. Bunu bir kıyafeti tasarlamaya başladığımda bitimine kadar olan sürede dahil daha uzun soluklu dönemler içinde kendime hedef belirlerim. Bu benim çalışma prensibim. Benim sözcüklerim kumaş ve renktir tasarlarken..Giysilerim kendimi ifade ediş şeklimde diyebilirim. Geçmişten günümüze kurmaya çalıştığım gerçek temelli ve zarif bir köprü kurma isteğim en belirgin hedefim olarak yorumlayabiliriz bu durumu.



“Kadınlar benzer bir sebeple giyinir o da başka bir kadını rahatsız etmek için” diyorsunuz... İddialı bir söylem değil mi sizce bu?

Evet bu söylemin her zaman arkasındayım. Çünkü modadan ayrılmayan bir kadın kendine aşık olmuş bir kadındır. Tüm dünyada kadınlar benzer bir sebeple giyinir, diğer kadınları rahatsız etmek için. Tabi bu niyetle modayı takip eden kadınlardan sadece sade bir stile sahip olmayı başaran kadınlar bu amaçlarına ulaşabilirler ve fark edilirler. Şıklık yarışı denen suni hırsla kendini tarzsızlaştıran birçok kadından kesinlikle daha şanlıdır bunu başarabilenler. Şıklık, üzerinizdeki kıyafetten çok bir kişilik meselesidir. Sadece çok akıllı kadınlar sade bir stile sahip olmayı başarabilir. Her zaman söylerim elbise bir kadının vücudunun hatlarını takip etmeli, vücut elbisenin hatlarını değil.

Sizce tasarımcı kime denir? Hangi koşullarda ortaya çıkan işlere tasarım denebilir?

Ülkemiz markalaşma yolunda. Bir markanın dünya çapında



ünlü olmak üzere kanatlarını açabilmesi için önce özgün tasarımcılara gereksinim vardır. Peki tasarımcı gerçekte kime denir? Tasarımcı insan her şeyi öğrenmeye açık, kültür sınırlaması olmayan farklı ırktan insanları başka dinleri ve dilleri araştıran toplumun ihtiyaçlarını belirleyip ruhuyla nefes veren girişimci kişidir.

Peki ya marka olmak? Ben bir markayım söyleminin olmazsa olmazları neler sizce?

Markalaşma dinamik bir süreçtir. Bir marka gibi düşünmek ve bir marka gibi hareket etmek en değerli malınız olan sizi talep edilen bir değere dönüştürmeyi mümkün kılar. En önemlisi ise sizi takip eden değil takip edilen yapar. Marka olmak kadar marka kalabilmekte önemlidir. Prensipleriniz marka değerlerini karakteriniz marka kimliğini, görünüm ve imajınız logoyu isminiz ise markanızı belirler. Bu durumu kişisel olarak algılasak da tavırlarınız, konuşmanız, hareketleriniz hatta giyim kuşamınız da marka olmanın detayları arasındadır. Doğru stratejik

adımlarla herkes marka olmanın keyfini çıkarabilir. Aslında sürekliliği sağlayabilmek ve gündemde kalabilmekte markayı besleyen değerlerdir. Etiket takmayla ben markayım diyemeyiz, çizginin ayırt edici özelliği olması, etiketine bakmadan ürünün kime ait olduğunu bilebiliyorsa marka odur. Türkiye’de marka çok az ama iyi etiketler var.



Kadınlara moda önerileriniz var mı?

Şunu itiraf edeyim ikoncanları çok fena buluyorum. Şık görünmek başka bir şey moda delisi olmak gibi görünmek başka. Moda abuk sabuk giyinmek demek değil. Moda her şeyi tadında, kıvamında ve ölçüsünde kullanmak demektir. Taklide çok kızıyorum, herhangi bir şeyi taklit edilmesini hiç kimseye yakıştırmıyorum. İnsanlar kendilerini ifade etmek için giyinmelidir. Sırf birileri vitrine öyle koydu diye giyinmemeliler. Dolayısıyla o ikoncanların moda dergilerinin sanki üç boyutlu hali gibi sokaklarda dolaşiyor olması hiç doğru bulmuyorum açıkça-

sı. Kadınların modayı takip ederken şu üç kuralı unutmamasını önerebilirim: Sadelik, bakımlı olmak ve zevk sahibi olmak satın alınmaz. Kilosu veya boyu kaç olursa olsun eğer isterse her kadın güzel ve bakımlı görünebilir. Belki zayıf ve boylu poslu olmak hoş görünmeyi kolaylaştırır. Doğru kıyafetler tercih etmek her zaman moda olanı giymek ya da bir tasarıma yüksek ücretler vermek değildir. Şık olabilmek için üstüne yakıştırmak, fiziğine uygun olanı giymek aksesuarı doğru kullanmak gibi temel kurallardan geçiyor. Vücut yapınız ve karakteriniz kaldırıyor trendleri uygulayabilirsiniz, ama hiç bir zaman size küçük gelen şeylerin içine sığmaya veya çadır gibi kıyafetler altında bedeninizi gizlemeye çalışmayın. Her kadın kendisini içinde iyi hissettiği kendisi için doğru olduğuna inandığı şeyi giymelidir. Sevdiğiniz ama aynı zamanda sizi seven kıyafetleri alın. Neticede tüm kıyafetler vücudu iyi göstermeli, kişiliğinizi yansıtmalı, gireceğiniz ortamlara ve çevrenizin beklentilerine uygun ve modern olmalıdır. Kollar yaşı belli eder. En iyisi kolları bilekten biraz yüksekte

biten bluzları tercih etmektir. Hem daha feminen durursunuz hem de bacaklarınızı daha uzun gösterirler. Genel anlamda hafif, bol duran kıyafetler tercih edin. Gereğinden büyük bedenlere sığmayın. Vücudunuza yapışan parçalarla giymeyin. Burada önemli olan dengeyi kurmak ve ortayı tutturaktır. Yani ne çok dar, ne de çok bol. Işık yüzümüze yansırsa daha genç dururuz. Bunun için de koyu ve mat renklere açık ve canlı renkler kullanmak daha doğrudur. Ayrıca mor ve turkuaz herkese yakışan renklerdir. İç çamaşırı seçimi önemlidir. Onları bir evin temeli gibi düşünün. Doğru iç çamaşırınızı silüetinizi çok daha hoş sizi de çok daha ince gösterebilir. Uzun ve zarif bir silüet yaratmak için birebir olan topuklu ayakkabılar en iyi arkadaşınız olsun. Aksesuarların gücüne inanın. Şık ve kendini gösteren takılar kiloları gizlemek adına sade tuttuğunuz kıyafetlerinizi canlandıracaktır. Makyaj herkese göre değişir. Ama yoğun fondöten aşırı pudra gibi kırışıklıkları belli edecek ürünleri kullanmayın. Saçınızı orijinal rengin birkaç ton açığına boyayın, çok koyu renklerden kaçınınız. ❖

HÜSEYİN KÜÇÜK’TEN XL KADININI MUTLU EDEN TASARIMLAR

Hüseyin Küçük tasarımları minörden majöre bir bütünlük içerisinde sizi tamamlayan tasarımlardan oluşuyor. Çok küçük ayrıntılar bazen çok büyük sürprizlere neden olabileceğine inanan Hüseyin Küçük tasarımlarında, minörün yarattığı sürpriz etkileri bulabilirsiniz. Satın alınabilen lüksü kullandığı koleksiyonlarında ekonomik anlamda da rahatça ulaşacağınız lüksün esintilerini taşıyan kreasyonlara sahip olabilirsiniz. Bir kadının bütün olduğunu ve gündüzdün geceye kadını taşıyabilecek kombinler üzerinde çalışmayı tercih eden Hüseyin Küçük, tasarımlarında şıklığı günün her saati, her yerde korumak isteyenleri düşünen, iş yemeğinden, kokteyle ya da yoğun bir gündün, akşam kaçamağına kadar her yerde kadına eşlik edecek çizgiler yaratıyor. Ruhum ve kadınınım sloganıyla yola devam eden Küçük, ancak içindeki gerçek kadını ortaya çıkaranların o ruhu okşayabileceğine izin verdiğini söylüyor ve yarattığı koleksiyonlarda işte o kadını ortaya çıkarıyor ve onun okşanması için fırsat tanıyor.

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

Satın almadan üretime, planlama ve btçlemeden 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 VERİMLİLİKTEN GEÇER

DAHA KAPSAMLI
DAHA HIZLI
DAHA ESNEK
DAHA PRATİK

NEBİM

V3

AB PİYASALARINDA NELER OLUYOR?



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

SON GÜNLERDE KAFASI OLDUKÇA KARIŞAN YUNAN HALKI, BİR YANDAN KENDİ POLİTİKACILARINI, ÖTE YANDAN DA AB LİDERLERİNİ SUÇLUYOR. EURODAN ÇIKMAYI İSE HiÇ DÜŞÜNÜYÖRLAR. AB LİDERLERİ İSE YUNANİSTAN'IN, EURO BÖLGESİ DIŞINA ÇIKMASININ MI YOKSA BÖLGE İÇİNDE KALMASININ MI DAHA AZ ZARARLI OLACAĞINI TARTIŞIYOR.

AB Yunanistan'a, üye olduğu günden başlayarak her yıl, bütçe açıklarını kapatmak, mali yapısını dengede tutabilmek için 2.5, 3.0 milyar Ecu mali yardım yaptı. Buna ek olarak, 1994-99, 2000-2006 ve 2007-2013 dönemlerinde, yapısal, bölgesel ve tarım başlıkları altında yakla-

şık 150-160 milyar avro dolaylarında destek sağladı. Özetle, üyelikten bugüne kadar AB'den Yunanistan'a sağlanan yardım, destek ve fonların toplamı 250 milyar avro düzeylerinde. Bu ülkenin politikacılarının, yöneticilerinin yıllardır, bütçe rakamlarıyla oynayıp, istatistikleri sürekli manipüle ettikleri apaçık ortada. Bu rakamları, bilançoları incelemekle, denetlemekle sorumlu olan AB Komisyonu görevlilerinin de, ortaya çıkan tabloda en az Yunanlılar kadar parmağı var. Şimdi ise AB liderleri toplantı üstüne toplantı yaparak borç krizini çözmeye çalışıyorlar. Yunanistan'ın, euro bölgesi dışına çıkmasının mı yoksa, kalmasının mı daha az zararlı olacağını tartışıyorlar.

AB piyasası bizi korkutuyor

IMF ve OECD'nin desteğini arkasına alan Fransa, son bir hamleyle Ortak Euro Tahvil çıkarma önerisini yeniden gündeme getirdi. Almanya bu öneriyi, tartışmak bile istemiyor. Merkel, böyle bir kararın, Yunanistan, İtalya, İspanya gibi Güney Avrupa ülkelerinde uygulanan yapısal reform önlemlerini gevşeteceği görüşünde. AB ülkeleri ekonomileri, 2012 yılında yaşamakta oldukları durağanlıktan, 2013 yılında sıyrılacakları belli değil. Beni en çok kaygılandıran, bu olumsuz gelişmelerin, sonunda bize nasıl yansıtacağı. 2011 yılında 135 milyar dolar olan toplam ihracatımızın yaklaşık yarısı (62 milyar dolar), AB'ne yönelikti. Yine aynı yılda, toplam tekstil (7.7 milyar dolar) ve hazır giyim (15.6 milyar dolar) ihracatlarımızın içinde AB'nin payı sırasıyla, yüzde 48 ve yüzde 80 olmuştur. Elimizde sihirli değnek yok. Bir günden ötekine



yeni pazar yaratacak halimiz olmadığına göre, topluluktaki sorunlara bir an önce çözüm bulunmasında büyük yarar var.

Komisyon bildiğini okuyor

AB, Pakistan'dan yapılan (çoğunluğunu, bazı tekstil ve konfeksiyon ürünlerinin oluşturduğu) ithalata uyguladığı gümrük tarifelerini geçici bir süre sıfırlama (waiver) çalışmalarını tamamlama aşamasına geldi. Yaklaşık iki yıl önce, Pakistan'da yaşanan sel felaketinin yarattığı sorunlara ve bu ülkenin terörizme karşı gösterdiği çabalara destek amacı taşıyan gümrük tavizine, Avrupa Tekstil ve Hazır Giyim Sanayii olarak çok tepkiliyiz. AB Komisyonu tüm itirazlarımızı geri çevirerek bildiğini okuyor. Son olarak, gümrük tavizinden yararlanacak ürünler, iki liste halinde, DTO tarafından onaylandı. Bunun ardından, AB ülkeleri temsilcilerine sunuldu ve onlar tarafından da kabul gördü. Buna göre, birinci listede yer alan, 52.05 ile 55.13 GTIP'lerde, aralarında pamuk ipliği, pamuklu ve suni elyaf mamul çeşitli dokuma kumaş ile, 61.01 ile 63.07 GTIP pozisyonlarındaki T-shirt, pantolon, bornoz gibi mamuller AB'ne

sıfır gümrükle girebilecek. İkinci listede yer alan 52.05 ile 55.09 ve 61.03 ile 64.03 GTIP'lerdeki mamuller ise, belirlenen miktarlarda kotaya tabi olarak gümrüksüz olarak AB'ne ithal edilecek.

İlave desteğe ihtiyaçları yok

Konunun, Haziran (2012) ayı içinde Avrupa Parlamentosu'nda ele alınarak onaylanması bekleniyor. Uygulama, Avrupa Parlamentosu'nun onayından sonra, AB Resmi Gazetesinde yayımlanarak yürürlüğe girecek ve 31 Aralık 2013 tarihine kadar yürürlükte kalacak. Bu yılki (2012) kotalar, 6 ay için geçerli olacak. Avrupa Tekstil ve Hazır Giyim Sanayii, bir yandan AB de yaşanan finansal ve ekonomik sorunlarla baş etmeye çabalarken öte yandan, üçüncü ülkelerin rekabetine karşı koymaya çalışıyor. Böylesine bir ortamda, Pakistan'daki sel felaketinin üzerinden iki yıl geçmiş olmasına rağmen AB'nin, waiver konusunda bu kadar ısrarlı olmasının izahı yok. Pakistan'ın son üç yıl içinde topluluk ülkelerine yönelik tekstil ve hazır giyim ihracatındaki artış, bu ülkenin hiç de böyle ilave bir desteğe ihtiyacı olmadığını ortaya koyuyor. ❖

İMA ve London College of Fashion Moda Tasarımı Lisans Programı Kayıtları Başladı

University of the Arts London / London College of Fashion ve İstanbul Moda Akademisi işbirliğinde gerçekleştirilen 3 yıllık Moda Tasarımı Lisans Programı'nın ilk 2 yılı İMA'da, 3. yılı ise Londra LCF'de uygulanmaktadır.

Programla ilgili başvuru ve mülakatlar
18, 19, 20, 21, 22 Haziran 2012 tarihlerinde
İMA'da gerçekleştirilecektir.

**Mülakatları gerçekleştirecek
akademisyenler:**

Lynne Hammond - LCF
Paul Yuilli - LCF
Claire Swift - LCF
Eda Dorman - İMA
Raf Stesmans - İMA

Mülakat ve Kayıt Randevusu için:

0212 219 41 41-1006

www.istanbulmodaakademisi.com

iMA İSTANBUL
MODA
AKADEMİSİ
ISTANBUL MODA ACADEMY

GELECEK DİJİTAL BASKIDA

HER ALANDA OLDUĞU GİBİ BASKI TEKNOLOJİLERİNDE DE DİJİTAL UYGULAMALAR GELECEĞE ŞEKİL VERİYOR. TEKSTİL VE HAZIR GIYİM SEKTÖRÜNE YÖNELİK OLARAK BTC FİRMASI, DİJİTAL BASKI, SÜBLİMASYON DİJİTAL BASKI TEKNOLOJİLERİ, RENG YÖNETİMİ VE KALİBRASYONU, DESEN TASARIMI, ÜRETİM VE VARYANT HAZIRLAMA PROGRAMLARI KONUSUNDA HİZMET VERİYOR.



Bilgisayar destekli desen tasarım ve üretim programlarının satış ve pazarlaması ile 1993 yılında faaliyete başlayan BTC Bilgi Teknolojileri firması, tekstil üzerine direkt veya süblimasyon baskı tekniği ile dijital baskı yapmaya imkan tanıyan sistemler ile tekstil ve hazır giyim firmalarına hizmet veriyor. Türkiye’de büyük, orta ve küçük ölçekli olmak üzere pek çok tekstil üreticisine hizmet verdiklerini belirten BTC Bilgi Teknolojileri Genel Müdürü

Nurten Ergün, “Günümüzde ‘CAD/CAM emprime baskı yazılımları’, ‘3D giydirmeye programları’, ‘Tekstil direkt dijital baskı ve süblimasyon dijital baskı sistemleri’ ve dijital baskı makinelerinin olmaması ‘RIP Renk Yönetimi Yazılımları’ konularında sektöre sunmuş olduğumuz ürün ve hizmetler ile alanında lider firma konumunda bulunuyoruz” diyor. Yalnızca Türkiye’de değil, Avrupa’da da marka haline geldiklerine dikkat çeken Ergün, son ITMA 2011 Tekstil Makineleri Fuarında

ve FESPA 2012 Dijital Baskı Teknolojileri fuarlarında dünyada önemli yere sahip olan dijital baskı makinesi üreticileri ve renk yönetimi yazılımı üreticileri işbirliği teklifleri ile Türkiye pazarında birlikte faaliyet gösterme taleplerinde bulduklarını söylüyor. Ergün, “Yapılacak her kuruş yatırımın bir milli servet olduğu bilinci ile Türkiye’de tekstil teknolojileri konusunda yatırım yapmak isteyen firmaları doğru şekilde bilgilendirip, yönlendirerek doğru üretimlerle doğru müşterilerin karşılarını

çıkmalarını sağlamak en büyük hedefimiz. Bu sebeple de özellikle dünya pazarında sahnedeki olan ve sahneye çıkacak olan müşterilerimize en doğru çözümleri en rekabetçi şartlarla sunacağına inandığımız firmaları portföyümüze katarak yolumuzda ilerliyoruz” diyor.

“200 tekstil firmasına hizmet veriyoruz”

BTC firması, dijital baskı ve süblimasyon dijital baskı teknolojileri, renk yönetimi ve kalibrasyonu, desen tasarımı, üretim

ve varyant hazırlama programları, emprime baskı ve dijital baskı hizmeti veren tekstil ve hazır giyim firmalarına her türlü danışmanlık hizmetinin yanı sıra ihtiyaç duydukları ekipmanları da sağlıyor. Nurten Dolunay BTC firması olarak bu konularda dünyada kendini ispat etmiş ve güçlü referanslarla sektörde yer alan 8 büyük Avrupa üreticisinin Türkiye’de distribütörlüklerini yürüttüklerini ifade ediyor. Tekstil ve hazır giyim sektöründe dijital baskının yeri ve öneminin her geçen gün arttığını söyleyen Ergün, “Son yıllarda özellikle Batı Avrupa ve Kuzey Avrupa ülkelerinden gelen yoğun taleplere bağlı olarak, tekstil ve hazır giyim üreticilerimiz yatırımlarını dijital baskı teknolojilerine yapmaya başlamış durumdadır. 2011 ITMA Barcelona fuarı bunun en somut göstergesidir. Fuar katılımcılarının yüzleri adeta Türk tekstil firmalarının yapmış oldukları yatırımlarla gülmüş-tür” diyor. Bünyesinde tekstil dijital baskı makinesi bulunan firmaların en büyük probleminin bu yeni teknolojiye olan bilgi eksikliği ve bunlara bağlı olarak ta üretimde hem doğru renkleri alamama hem de istenilen kaliteyi tutturamama olduğunu ifade eden Ergün, “Desenin hazırlığından başlayan çalışmada doğru adımların izleneme-



→ BTC Bilgi Teknolojileri Genel Müdürü Nurten Ergün

mesi, doğru sarf malzemelerinin kullanılmaması (süblimasyon ve direk dijital baskı boyaları, süblimasyon transfer kağıtları gibi) ve dijital baskının olmazsa olmazı renk yönetimi yazılımlarının doğru biçimde kullanılmaması firmalara zaman ve para kaybını beraberinde getiriyor. Biz BTC olarak 200’ün üzerinde hazır giyim ve tekstil üreticisine hizmet veriyoruz” diyor.

Teknolojik yenilikler yakından takip ediliyor

Firma olarak teknolojiyi adeta kovaladıklarını ifade eden Nurten Ergün, dünyanın dört bir yanında düzenlenen önemli fuarlara katılarak gelecek sezonlara ait trendleri, gelişmeleri yakından takip ettiklerine dikkat çekiyor. Müşterilerine mevcut işlerini geliştirecek çözümlerin yanı sıra yeni iş fikirleri de sunduklarını belirten Ergün, “Fuarlardaki gelişmeler öncesinde üretici firmalarda Ar-Ge ve Ür-Ge çalışmaları aşamasında da gelişmeleri yakından takip ediyor ve çoğu zaman dünya pazarına henüz duyurusu yapılmamış gelişmeleri ve yenilikleri de müşterilerimizle mümkün olan en kısa sürelerde paylaşıyoruz” Renk yönetimi ve CAD/CAM desen tasarımı programları ile ilgili gelişmeleri yakından takip ettiklerini ifade eden Ergün, distribütörlüğünü yaptıkları firmalarda eğitimlerine kesintisiz devam ettiklerini, müşterilerin de bu gelişmelerden güncel olarak faydalanmaları konusunda gerekeni yaptıklarına dikkat çekiyor.

Dijital baskı konusunda deneyim eksikliği var

Tekstil sektöründe hem üretici hem de satıcı firmaların dijital baskı konusunda bilgi ve deneyim eksikliği yaşadıklarını belirten Ergün, “Türkiye olarak yeni teknolojilere çok hızlı sahip oluyoruz ancak onları gerektiği



→ BTC, 200’ün üzerinde tekstil ve hazır giyim üreticisine hizmet veriyor

gibi kullanamıyoruz” diyerek bu alandaki eksikliğe dikkat çekiyor. BTC olarak karşılaştıkları en büyük sorunun, yeni teknolojiyi müşterileri ile paylaşırken, bu teknolojiye müşterilerin yeteri kadar zaman ayıramamaları ve yeni teknolojilerin kullanımına hızlı giriş yaparak sorunlar yaşamaları olduğunu söyleyen Ergün, “Yukarıda da bahsettiğimiz gibi doğru renkleri üretememe, zaman ve iş kaybı üreticilerin yaşadığı en büyük problemler arasında geliyor. Bu kayıplar maalesef sadece o üretici firmanın iş kaybı olmakla kalmıyor, tüm sektörü ve bu sektöre hizmet veren tüm alt sektörleri de etkiliyor. Konuyu verdiği bir örnekle açıklayan Ergün sözlerine şöyle devam ediyor; “Bugün tüm dünyada süblimasyon dijital baskı tekniği ile baskı yapmak çok popüler. Hem hızlı üretim yetisi hem de ciddi oranda enerji ve zaman kazancı ile tercih edilen bir baskı türü ve Türkiye’de bu teknolojiye çok hızlı yatırım yaptı. Ancak bu baskı tekniğinin pratik olması için çok da basitçe yapılacağı anlamına gelmemeli. En ufak bir faktörün bile etkili olduğu baskı teknolojilerinde yapılan hatalı çalışmalar sadece o firmanın hatası olmakla kalmıyor, o sektöre hizmet veren pek çok kişiyi ve firmayı da etkiliyor.”

İTKİB ve İTA işbirliğinde seminerler

Firma olarak dijital baskı teknolojileri konusunda hizmet verdikleri firmaları sürekli olarak bilgilendirdiklerini ifade eden Ergün, “Düzenli olarak eğitim ve bilgilendirme seminerleri ve workshoplar vererek firmaları dijital baskı konusunda bilgilendiriyor. İTKİB İTA ile organize ettiğimiz pek çok seminer de bunun en önemli göstergesi” diyor. Firma olarak dinamik bir yapıya sahip olduklarını ifade eden Nurten Ergün, teknolojiyi yakından takip etmeye devam ederek, tekstil ve hazır giyim sektörüne yönelik her türlü çözümleri sağlamaya devam edeceklerini belirtiyor. Ergün, “Yeni dönemde yurtdışından gelen talepler nedeniyle, yabancı ülkelerde şube açmayı ya da ortak çalışmalar yürüteceğimiz partnerlerle yurtdışındaki üreticilere çözüm sağlamayı hedefliyoruz. Diğer önemli bir konu da, sektörden hep talep edilen eğitim ve danışmanlık hizmetleri konusudur. Ülkemizin lokomotif sektörlerinden biri olan Tekstil Sektörümüzün zarar görmemesi, daima en iyi kalitelere ve en rekabetçi şartlarda sahne- de olmasını sağlamak hepimizin görevidir. Bu bilinci gerek üreticiler gerekse bizim gibi yüksek teknoloji satışı yapan firmalar ne kadar hissederseniz, geleceğimiz o kadar berrak ve güzel olacaktır” diyerek sözlerini tamamlıyor. →



YENİ TTK'DA DEĞİŞİKLER GÜNDEMDE



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

YENİ TÜRK TİCARET KANUNU İÇİN İŞ DÜNYASI, SİYASİ PARTİLER, HÜKÜMET BİRLİKTE HAREKET EDEREK ÇALIŞTI VE YASALAŞMASI İÇİN HAREKETE GEÇTİ. PEKİ YA SONUÇ?

Yeni Türk Ticaret Kanunu için takvim çalışıyor ama üzerinde tartışıldıkça bünyemize uygun olmadığı görünen hususların epeyce fazla olduğu ifade edilmekte. Bir yanda kanunu hazırlayanların titiz çalışmalarının sonuçlarının

heba olacağı ve öteki yanda da iş dünyasının, bu haliyle yeni TTK'nın "telafisi güç zararlar doğuracağı" endişesi bir ikilem yarattı. Aslında yeni TTK iş dünyasının talebinin ürünüydü ve her aşamasında da talep sahipleri sürecin içinde yer almıştı.

Hacimli yapısıyla yasallaşması için muhalefetin desteği de sağlandı. Sonuçta iş dünyası, siyasi partiler, hükümet el birliğiyle yeni TTK'nın yasallaşması için bir uzlaşma içinde hareket edip "sonuç aldı." Bunlara rağmen sonuç isteneni ortaya koyma-

miş gibi görünüyor. Şimdilerde 30, 40 hatta 60 başlık altında değişiklik talebinin olduğu ifade ediliyor ve bu kez yasama ve yürütmeye bu değişiklik için ricada bulunuluyor. Bu değişiklik taleplerinin bir kısmına dair biz de düşüncelerimizi paylaşalım istedik. İkincil mevzuat içinde 3 tüzük çıkarılması öngörüldü. Bunlar: Ticaret Sicili Tüzüğü, Denetleme Tüzüğü ve Elektronik Ortamda Genel Kurul Tüzüğü. Tüzükler hukuk sistemimiz içinde kanunlardan sonra gelmektedir. Anayasa'nın 115'inci maddesi ile Bakanlar Kuruluna kanunların uygulanmasını göstermek veya emrettiği işleri belirtmek üzere, kanunlara aykırı olmak ve Danıştayın incelemesinden geçirilmek şartıyla tüzük çıkarma yetkisi verilmiştir. Aynı madde ile çıkarılacak tüzüklerin Cumhurbaşkanınca imzalanması ve kanunlar gibi yayımlanması esası da getirilmektedir. Böyle olunca iş dünyası hem tüzüklerin çıkarılmasında hem de değişiklik gerekliliğinde bir "bürokratik" sıkıntı olacağını düşünmektedir. Oysa ikincil mevzuat içinde yönetmelik ve tebliğler de bulunmakta ve bunlar, tüzüklere ikame olarak düşünülebilecek bir yapıya haizdir. Yürütme organının düzenleyici işlemleri arasında yer alan yönetmelikler, Anayasa'nın 124'üncü maddesi ile düzenlenmiştir. Mezkur 124'üncü madde ile Başbakanlığa, bakanlıklara ve kamu tüzelkişilerine, kendi görev alanlarını ilgilendiren kanunların ve tüzüklerin uygulanmasını sağlamak üzere, bunlara aykırı olmamak şartıyla, yönetmelik çıkarabilme yetkisi verilmiştir. Tebliğler ise "adsız düzenleyici işlemler" olarak daha "pratik" bir yol olarak değerlendirilebilmektedir. İş dünyasının tüzükler yerine yönetmelik ve hatta mümkünse tebliğ ile düzenleme talebi ger-

çekçi ve doğru görülmektedir.

1 Yeni TTK'da, "Pay sahiplerinin şirkete borçlanma yasağı" başlıklı 358'inci maddesinde; "İştirak taahhüdünden doğan borç hariç, pay sahipleri şirkete borçlanamaz. Eğer ki, borç, şirketle, şirketin işletme konusu ve pay sahibinin işletmesi gereği olarak yapılmış bulunan bir işlemden doğmuş olsun ve emsalleriyle aynı veya benzer şartlara tabi tutulsun" hükmü yer almaktadır. Kanunun 562'nci maddesinde de; hükümlere aykırı olarak şirkete borçlananlar, "Üç yüz günden az olmamak üzere adli para cezasıyla cezalandırılırlar" hükmü yer almaktadır. Pay sahipliği kavramını ve şirketin tüzel kişiliği ile pay sahiplerini ayırmaya çalışan yapının bir parçası olarak bu düzenleme yerinde olmakla birlikte pay sahiplerini de sıkıntıya düşürmeyecek bir değişikliğe gidilmesi düşünülebilir. Kar payı, avans kar payı ve kar payının dağıtımını nedeniyle yüklenen vergilerin düşürülmesi çıkar bir yol olarak düşünülebilir. Borçlanma konusunda sınırlamaya gidilebilir.

2 Türk ceza hukukunun suç/kabahat çerçevesinde çizdiği genel yapıya Yeni TTK'nın sistematüğünde bazı aykırılıklar yer alıyor. Çözüm olarak uzlaşma müessesesi değişiklik olarak gündeme getirilebilir. Bazı fiillerin kabahat kapsamına alınması gibi yöntemler denenebilir.

3 Takvim, yeni TTK'nın değerlendirilmesi, zamanın verimli kullanılabilmesi için hep akılda tutulması icap eden unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Yeni TTK 1 Temmuz'da yürürlüğe giriyor, 14 Ağustos'a kadar esas sözleşmeler uyumlu hale gelecek, 1 Ocak 2013'ten itibaren muhasebe kayıtları ve finansal tab-

lolar TFRS'ye uygun hale getirilecek, 1 Mart 2013'e kadar bağımsız denetçi seçilecek, 1 Temmuz 2013'e kadar internet siteleri açılacak/uyumlu hale getirilecek. Bu takvimde sanırım iş dünyasını en çok etkileyecek husus esas sözleşmelerin uyumlu hale getirilmesidir. Ayrıca hukuk danışmanları ve işlemleri yerine getirecek kurumları da fazlasıyla zorlayacak bir yapı vardır. Bu konuya özel bir erteleme yapılabilir.

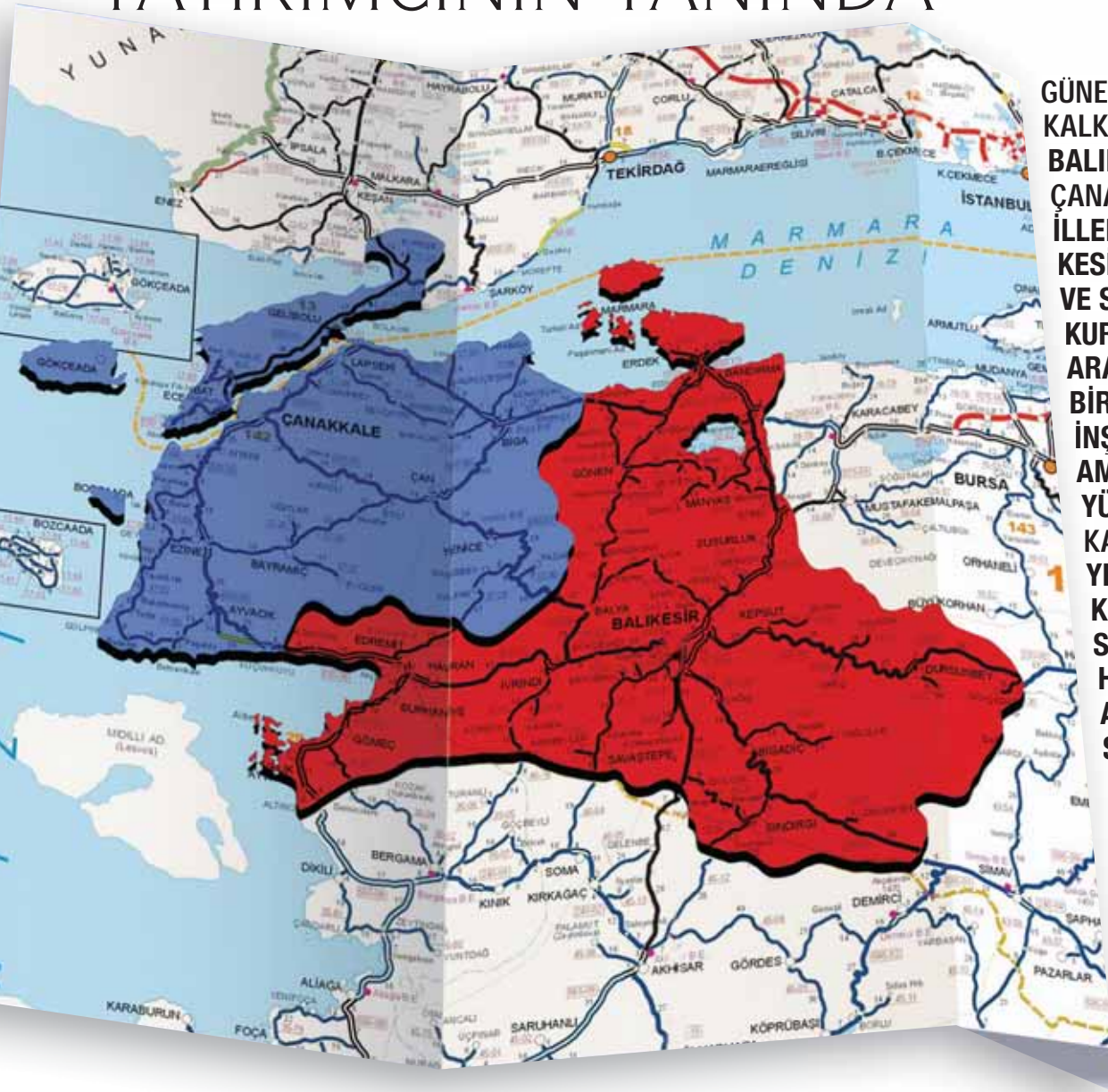
4 Fazla düşünülmemiş düzenlemelerden birisi de internet sitesi ve belgelerde yer alacak bilgiler dair getirilen "yeniliktir." Yeni TTK'nın 39/2'nci maddesi şöyledir. "Ayrıca, tacirin işletmesiyle ilgili olarak kullandığı her türlü kâğıt ve belgede, tacirin sicil numarası, ticaret unvanı, işletmesinin merkezi, tacir sermaye şirketi ise taahhüt edilen ve ödenen sermaye, internet sitesinin adresi ve numarası gösterilir. Anonim, limited ve sermayesi paylara bölünmüş komandit şirketlerde, sırasıyla yönetim kurulu başkan ve üyelerinin; müdürlerin ve yöneticilerin adları ile soyadları gösterilir. Tüm bu bilgiler şirketin internet sitesinde de yayımlanır." İş dünyası ve özellikle mali işler/muhasebe sorumluluğu üstlenen uygulamacılar bu düzenlemenin fiili imkansızlığını şimdiye kadar anlatıp durdular. Düzenlemenin yüzlerce şubesi olan kurumları göz önüne almadığı, ödeme kaydedici cihazlardan verilecek belgeleri dikkate almadığı gibi. Bu düzenlemenin mutlaka "olabilir" hale sokulması icap etmektedir.

5 Yeni TTK şirket yönetim kurullarının deyim yerindeyse "mektepli" olmasını öngörüyor. Yasa tam ehliyetli olma zorunluluğu yanında, yönetim kurulu

üyelerinin en az dörtte birinin yüksek öğrenim görmüş olmasını şart koşturmuştur. Ancak, tek üyeli yönetim kurulunda "yüksek öğrenim görmüş olma" şartı aranmamaktadır. Bununla birlikte, yüksek öğrenim şartına ilişkin bu oranın, üye sayısı 2 ve 3 olan anonim şirketler için de bağlayıcı bir nitelik taşıdığı düşünülmektedir. Zira, 2'nin dörtte biri ise 0,75'e denk gelmektedir. Oysa, küsuratlı üyelik mümkün değildir. Bu nedenle, anılan hüküm, 2 ve 3 üyeli yönetim kurullarında üyelerden en az birinin yüksek öğrenimli olmasını gerektirmektedir. Bizim düşüncemize göre; ülkemizde "okuyanlar"dan ziyade "okumayanlar"ın daha çok ticarete atıldığı ve ticaretin yapısının "mektepten" daha farklı özellikler gerektirdiği düşünülürse sanırım bu dayatmanın gereksizliği ortaya çıkacaktır.

6 Son bir husus olarak da "bağımsız denetim" zorunluluğunu ele alalım. Sermaye şirketleri için getirilen bu zorunluluk kanaatimizce doğru ve yerindedir. Bağımsız denetim konusunda karşı çıkışın tek gerekçesi, hizmetin bedelinin bazı sermaye şirketleri için ağır olduğu savıdır. Aslında "sermaye şirketi" niteliğini haiz olmayan çokça ticari birimin çeşitli gerekçelerle "sermaye şirketi" görünümünde kurulması itirazların ardındaki nedendir. ABD'de yaşanan ve akabinde uluslararası sermayenin üst üste önlem ve düzenlemelerle tavrı aldığı denetim konusunda ülkemizde bazı sermaye şirketleri için bir istisnai yaklaşım seçilmesi yerine mali gücü bağımsız denetimi dahi kaldıramayacak "sermaye şirketlerinin" başkanı ve ticari yapılar olarak yaşamlarını sürdürmesinin yolu aranmalıdır. ❖

GÜNEY MARMARA KALKINMA AJANSI YATIRIMCININ YANINDA



GÜNEY MARMARA KALKINMA AJANSI, BALIKESİR VE ÇANAKKALE İLLERİNDEKİ KAMU KESİMİ, ÖZEL KESİM VE SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI ARASINDA ETKİN BİR İŞBİRLİĞİ İNŞA ETMEK AMACIYLA FAALİYET YÜRÜTÜYOR. KAYNAKLARIN YERİNDE VE ETKİN KULLANIMINI SAĞLAMAYI HEDEFLEYEN AJANS, BÖLGEDE SÜRDÜRÜLEBİLİR BİR KALKINMA MODELİNİ HAYATA GEÇİRMEYİ KENDİNE ANA HEDEF OLARAK BELİRLEMİŞ DURUMDA.

Güney Marmara Kalkınma Ajansı (GMKA) öncelikle yüksek teknik kapasitesiyle bölgedeki yerel yönetimlerin planlama çalışmalarına gerektiğinde bizzat destek sağlıyor. Bölgede kamu kuruluşları, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları gibi aktörler tarafından yürütülen ve hazırlanan bölge planı ve programları açısından önemli görülen projeleri izleyen Kalkınma Ajansları,

bu aktörler arasındaki işbirliğini geliştirici faaliyetlerde bulunuyor. Kalkınma Ajanslarının bugün bölgelerindeki en bilinen özelliği ise kendilerine tahsis edilen kaynakları, proje temelli olarak bölgedeki aktörlerin kullanımına sunmaları. Ajanslar sağladıkları bu destekleri, yıl içerisinde çıkılan destek programlarıyla hazırlanan bölge plan ve programlarına uygun olarak ya kullanırlar ya da proje sahipleri eliyle

kullanıyor. Ajansların bölgelelerinde kalkınmaya yönelik bilinen bir diğer özelliği ise KOBİ'lerin işletme kapasitelerini arttırmaya dönük çalışmaları ve yeni girişimcileri desteklemeleri. Ajanslar bölgelerindeki KOBİ'lerin yönetim, üretim, tanıtım, pazarlama, teknoloji, finansman, örgütlenme ve işgücü eğitimi gibi konularda gelişimlerine destek sağlıyor. Ayrıca bölgeye gelecek yatırımcıların, yeni yatırımlarının izin

ruhsat işlemleri ve idari işlemleri tek elden takip ve koordine edilmesini sağlayarak, yatırım kararı veren yatırımcının faaliyetlerini hızlandırmaya çalışıyorlar.

“Yatırımcı Destek Ofisleri” yatırımcıya güç katıyor

Güney Marmara Kalkınma Ajansı Genel Sekreteri Mustafa Gündoğan, bölgenin potansiyelini harekete geçirmek ve



☛ Güney Marmara Kalkınma Ajansı Genel Sekreteri Mustafa Gündoğan

bölgeyi hem ulusal hem de uluslararası arenalarda tanıtmak amacıyla birçok faaliyette bulduklarını ifade ediyor. Ajans olarak, 2010 ve 2011 yıllarında çıkan "Mali Destek Programı Proje Teklif Çağrısı"yla bölgede yer alan kamu kurumları, sivil toplum örgütleri, kooperatifler, birlikler ve KOBİ'lere toplamda 27 milyon TL'lik hibe verdiklerini söyleyen Mustafa Gündoğan, ayrıca yine "Teknik Destek ve Doğrudan Faaliyet Programları"yla da bölgede ki kurumların kapasitelerinin geliştirilmesi yönünde çeşitli destekler verdiklerini belirtiyor. Güney Marmara Kalkınma Ajansı' olarak sadece destek programlarıyla değil, aynı zamanda bölgedeki ve bölge dışından gelecek yatırımcılara da yol gösterdiklerini belirten Gündoğan, "Balıkesir ve Çanakkale'deki Yatırım Destek Ofisleri'yle yatırımcıların bürokratik tüm işlemlerini tek elden yürüten Ajans, aynı zamanda bölgenin potansiyelini de göz önünde bulundurarak, yatırımcıları bölgeye çekmeye çalışıyor" diyor. GMKA'nın "Tek Durak Ofis" mantığı ile çalışmalarını yürüttüğüne dikkat çeken Gündoğan, "Balıkesir ve Çanakkale'deki Yatırım Destek Ofis'leri yatırımcıların izin ve ruhsat işlemlerini ilgili kurumlar nez-

dinde takip ederek, gerektiğinde yasa ve yönetmelikler çerçevesinde devreye girerek, yatırımların gerçekleşmesi için kurumlar arasında çözüm arayışlarında bulunuyor" diyor.

Ajansın bölge planında öncelikli konularının tarım ve turizm olarak öne çıkmasına rağmen, bölgede yer alan tüm kurumlara ve farklı sektörlerdeki KOBİ'lere çeşitli destekler sağladığını ifade eden Gündoğan, "Tekstil ve hazır giyim konusunda öne çıkan büyük bir projemiz henüz bulunmuyor. Ancak özellikle 'Mali Destek Programları'yla destek verdiğimiz kurumların projelerinde başta kadınlara yönelik meslek edindirme kurslarında dikiş ve hazır giyim üzerine çeşitli eğitimler veriliyor. Burada eğitilen kadınlar özellikle bölgemizdeki atölyelerde istihdam ediliyor" diyor.

Yeni teşvik sistemi OSB'lere avantaj sağlıyor

Yeni teşvik sistemi ile Türkiye'nin sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyine göre, 6 ayrı bölgede sınıflandırıldığına değinen Gündoğan sözlerine şöyle devam ediyor: "Böylece, bu yeni teşvik uygulamasında, bölgesel sistem yerine, 'İl Bazlı Bölgesel Teşvik Sistemi'ne geçilmiş oldu.

Yeni teşvik sisteminde Güney Marmara Bölgemizdeki illerden Balıkesir 3. bölgede, Çanakkale ise 2. bölgede yer alıyor. Her ne kadar sorumluluğumuzda bulunan iki ilin sıralamaları farklı olsa da, yeni teşvik sisteminin doğası gereği bu durum çok fazla önem arz etmiyor. Zira yeni teşvik sisteminde öncelikli yatırım alanlarında yapılan yatırımlar 5. Bölge desteklerinden yararlanabiliyor."

Yeni teşvik sisteminde Organize Sanayi Bölgeleri'nin (OSB) de avantajlı yatırım alanları olarak ortaya çıktığını belirten Gündoğan, "Sisteme göre eğer yatırım, organize sanayi bölgesinde yapılıyorsa, aynı sektörde faaliyet gösteren en az 5 yatırımcı bir araya gelip yatırım yapıyorsa; Ar-Ge projeleri neticesinde geliştirilen ürünün üretimine yönelik bir yatırım yapılıyorsa, o zaman yatırımcı bir alt bölgede uygulanan teşvik oranından ve sürelerinden yararlanabilecek. Buna göre, Çanakkale'de bulunan OSB'lere gelecek bir yatırımcı 3. Bölge teşviklerinden yararlanırken, Balıkesir'de OSB'lere gelecek yatırımcı ise 4. Bölge teşviklerinden yararlanabilecek" diyor. Bölgede toplam 7 adet OSB olduğuna vurgu yapan Gündoğan, yeni teşvik sisteminin bu yönünün bölgeleri için bir avantaj olarak değerlendirilebileceğini söylüyor.

Güney Marmara'nın ihracatı artıyor

Güney Marmara Bölgesi'nin 2008 yılı toplam ihracatının 503 milyon dolar düzeyindeyken, bu rakamın 2010 yılında 514 milyon dolara çıktığını ifade eden Mustafa Gündoğan, bölge illeri düzeyine bakıldığında 2009 yılında Balıkesir'in ihracat miktarının yaklaşık 365 milyon dolar, 2010 yılında ise 377 milyon dolar olarak kayıtlara geçtiğini ifade ediyor. Çanakkale'nin ise 2009'da yaklaşık 84 milyon dolarlık ihracat miktarına sahipken 2010 yılında ihracatın 136 milyon dolar düzeyine çıktığına değinen Gündoğan sözlerine şöyle devam ediyor: "Bu değerler firmaların vergi kimlik numaralarının bağlı olduğu illere göre belirlendiğinden bölgede yer alan büyük ölçekli firmaların merkezlerinin İstanbul'da olması, bölgenin dış ticaret verilerinin olduğundan daha az görünmesine neden olmaktadır. Bölgenin sahip olduğu potansiyel ile uluslararası pazarlarda adını daha çok duyurması, bölgenin ihracat rakamlarını yükseltecek ve bölgedeki refah seviyesine olumlu bir şekilde yansıtacaktır. Nitekim 2011 yılı içinde GMKA tarafından KOBİ'lere yönelik olarak çıkarılan İhracat Mali Destek Programı da bölgedeki bu potansiyelin katma değere dönüştürülmesi amacıyla yönelik olarak planlanmıştır" ☘



☛ GMKA, Balıkesir ve Çanakkale'deki Yatırım Destek Ofisleriyle yatırımcıların bürokratik tüm işlemlerini tek elden yürütüyor.



MISIR, PAMUĞUN YERİNE GÖZ DİKTİ

PAMUK FİYATLARINDAKİ DÜŞÜŞ EKİM ALANLARINA OLUMSUZ YANSIDI. GEÇTİĞİMİZ YILLARDA YÜKSEK FİYAT NEDENİYLE ARTAN EKİM ALANLARINDA BU SEZON TAM TERSİ YAŞANIYOR. FİYAT DÜŞÜŞÜNDEN TEDİRGİN OLAN ÜRETİCİ ZARAR ETMEMEK İÇİN PAMUK YERİNE ALTERNATİF ÜRÜN OLAN MISIRA YÖNELDİ.

Çin'deki üretim artışı na karşın Türkiye'de pamuk üretimi pek ümit vaat etmiyor. Mart ayının ikinci yarısından itibaren pamuk, mısır, soya, susam ekiminin yapıldığı Çukurova'da, yetişen ürünlerin piyasa fiyatları çiftçiyi karar vermede zorlarken, bu ürünler arasında yöreyle özdeşleyen pamuk ise tekstil sektörünün gelecek vaat etmemesi nedeniyle son tercih olarak görülüyor. Türkiye'nin, adı tarımla anılan en önemli bölgelerinden biri olan Çukurova, daha önce

tarım alanlarının önemli bölümü 'beyaz altın' diye adlandırılan pamuk ekimine ayrılması nedeniyle beyaza bürünüyordu. Ancak bu ürünün her geçen yıl çiftçinin gözünden düşmesi, çiftçinin 'sarı kız' diye tabir edilen mısıra yönelmesiyle tarım alanları bu kez sarıya büründü. Çiftçinin 'sarı kız' sevdası da uzun sürmedi, çünkü, oluşan fiyatlar, artan üretim ve buna paralel bozulan arz-talep dengesi ile ithal mısır, bu ürüne bağlanan umutları da boşa çıkardı. Susam ise ekiminin zahmetli, bunun yanı sıra ithal susamla

rekabet zorluğu nedeniyle üreticinin tercihi olmaktan çıktı. Bu ürünler arasında yöreyle özdeşleşen pamuk ise tekstil sektörünün içinde bulunduğu duruma paralel olarak artık son tercih olarak görülüyor. Ekim alanı 400 bin hektarlardan 40 bin hektara düşen pamukta, bu yıl yüzde 20 daha daralma bekleniyor. Bu nedenle, çiftçi, martın ikinci yarısından itibaren başlayan ekim sezonunda Türkiye'nin ham yağ açığını da dikkate alarak, yağlık bir bitki olan soyaya daha fazla yönelmeye başladı. Ancak 2012

yılıın ilk yarısında yüksek rekolte sebebiyle zor günler yaşayan pamuk üreticileri ekim alanlarını alternatif ürünlerle değerlendiriyor.

“Fiyatlar uluslararası piyasaların 20 cent gerisinde”

Türkiye pamuk üretiminin en önemli merkezlerinden olan ve 1980'li yıllara gelinceye kadar toplam pamuk üretiminin yaklaşık yarısının üretildiği Çukurova'da aşırı kimyasal madde kullanımı ve ekim nöbeti uygulanmaması



Adana Ticaret Borsası Başkanı Muammer Çalışkan; "Gelecek yıl pamuk ekim alanlarında Türkiye genelinde yüzde 30, Çukurova'da ise yüzde 40 azalma bekliyoruz."

sonucu ortaya çıkan ekolojik sorunlar ve buna bağlı oluşan yüksek üretim maliyetleri nedeniyle üreticiler pamuğun yerine başta mısır olmak üzere diğer ürünlerin ekimi için karar aldı. Yüksek rekolte nedeniyle fiyatların düştüğünü vurgulayan Adana Ticaret Borsası Başkanı Muammer Çalışkan; "Uluslararası piyasalarda sezon başında pamuğun kilosu 2.30 dolardan işlem görürken şimdi 2 doların altında. Yurtiçinde ise fiyatlar uluslararası piyasaların 20 cent gerisinde. Lif pamuk 1.60 ile 1.70 lira arasında, mısır 44-45 kuruş, soya ise 70 kuruş seviyesinde seyrediyor. Bu fiyatlar, üretim maliyetleri dikkate alındığında tatminkar değil" dedi. Çalışkan, tarımda kendilerini kaygılandıran en önemli unsurun pamuk olduğunu, pamuğun stratejik bir ürün olduğunun tüm dünyaca kabul edildiğini kaydederek, "Buna rağmen Türkiye genelinde son 10 yıldır pamuk ekim alanları 600 bin hektar ile 700 bin hektar arasında değişiyor. Çukurova'da ise 1960-70'li yıllarda 400-420 bin hektar olan ekim alanı, 2006'da 57 bin hektara, 2007'de 41 bin hektara, geçen yıl ise 40 bin hektara kadar geriledi. Düşük fiyat nedeniyle gelecek yıl pamuk

ekim alanlarında Türkiye genelinde yüzde 30, Çukurova'da ise yüzde 40 azalma bekliyoruz" dedi. Çalışkan pamuğun kilo fiyatının son 5 yıldır üç aşağı beş yukarı aynı kalmasına rağmen maliyetinin yaklaşık yüzde 40 artış gösterdiğini belirtti. 2005'de bir kilogram kütlü pamuğun maliyetinin 90 kuruş, satış fiyatının ise 55-60 kuruş olduğunu hatırlatan Çalışkan, "O yıl, prim desteği ile maliyetteki 30-35

kuruşluk fark kapatıldı. Yani çiftçi maliyetini ancak karşıladı, devlet ne verirse razı oldu. 2008 yılına geldiğimizde kütlünün fiyatı 65 kuruş oldu ancak, maliyeti 1.10 liraya çıktı. Bu şartlarda çiftçinin pamuk ekmesi düşünülebilir mi?" dedi. Ekim alanlarındaki ciddi azalışın gelecek yıl fiyatları yükselteceğini belirten Çalışkan, dünya ortalamasının yakalanacağını ifade etti. Çalışkan, "Ancak pamuk bizim için çok önemli ve ekiminin devam etmesi gerekiyor. Bunun için çiftçiye verilen destek priminin artması gerekiyor. Önümüzdeki yıl için destek primi 46 kuruş olarak açıklandı ancak biz daha fazla umuyorduk. Destekleme primleri çiftçinin zararını önleyecek şekilde belirlenmeli" dedi.

Mısır ekim alanları yüzde 15 artacak

Mısır ekim alanının bu yıl yüzde 15 civarında arttığını söyleyen Çalışkan, ülke genelinde mısır hasadının 5 milyon tonu aşacağını kaydetti. Çalışkan, mısır fiyatlarının da

sezon sonunun yaklaşmasında rağmen ton bazında 570-590 lira civarında olduğunu bildirirken, fiyatlarda ciddi bir düşüş veya artış beklemediklerini vurguladı. Çalışkan, "Mısır fiyatları yıl boyunca belli bir dengede seyrediyor. Fiyatlardaki istikrar da çiftçide güven oluşturuyor. Bu nedenle çiftçi mısır ekiminden vazgeçmiyor" dedi.

VOB kültürü gelişmedi

Vadeli İşlemler ve Opsiyon Borsası (VOB) sisteminin kurulmasıyla çiftçinin zararının azaltılacağını aktaran Çalışkan, ancak VOB kültürünün Türkiye'de gelişmediğini vurguladı. Çalışkan: "Vadeli İşlemler Borsası İzmir'de açıldı ancak emtia işlem görmüyor. Bunun sebebi hem çiftçide hem tüccarda hem de sanayicide böyle bir kültür oluşmadı. Çünkü sisteme göre vadeli işlemlerin günü geldiğinde fiziki mal teslim edilmiyor yani sanayici oradan hiç mal almıyor. Fiyatları alıp satılıyor. Sanayicilerimiz henüz buna alışmadı. Bu nedenle VOB kuruldu ama çalışmıyor" dedi.

ÜLKELER İTİBARIYLA DÜNYA LİF PAMUK ÜRETİMİ (Bin Ton)										
Ülkeler	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12 MAYIS	2012/13* MAYIS
Çin	5.182	6.597	6.183	7.729	8.056	7.991	6.967	6.641	7.294	6.641
Hindistan	3.048	4.137	4.148	4.746	5.225	4.921	5.182	5.748	5.770	5.443
ABD	3.975	5.062	5.201	4.700	4.182	2.790	2.654	3.942	3.391	3.701
Pakistan	1.708	2.425	2.213	2.090	1.862	1.859	2.012	1.881	2.308	2.177
Brezilya	1.310	1.285	1.023	1.524	1.602	1.193	1.187	1.960	1.981	1.742
Avustralya	370	653	610	294	139	327	386	914	1.023	980
Özbekistan	893	1.132	1.208	1.165	1.165	1.002	849	893	914	893
Türkiye	893	903	773	827	675	420	381	457	708	599
Türkmenistan	205	200	213	261	283	293	320	381	305	327
Yunanistan	333	392	431	305	337	250	205	196	290	261
Arjantin	112	148	137	174	152	130	218	294	250	245
Meksika	78	137	139	141	135	124	105	159	271	223
Suriye	283	348	348	222	241	235	224	160	196	163
Mali	261	240	218	172	98	76	96	103	174	174
Mısır	200	281	205	213	211	104	94	131	162	120
Burkina Faso	210	257	298	283	148	185	152	142	152	152
Tacikistan	170	174	139	142	130	104	83	89	123	120
Zimbabve	109	80	107	109	124	91	109	109	114	109
Kazakistan	120	148	148	137	137	91	98	91	81	76
Benin	149	163	81	105	108	89	76	65	82	87
Kamerun	109	109	91	80	45	54	50	60	71	71
Peru	60	65	61	65	65	37	24	46	42	44
Colombia	50	52	48	44	39	34	30	36	44	42
Paraguay	110	65	57	34	22	17	7	12	20	19
Diğer	1.135	1.400	1.265	1.053	869	948	749	834	1.023	997
DÜNYA	21.073	26.453	25.345	26.615	26.050	23.365	22.258	25.344	26.789	25.406

Kaynak: Cotton USA
(*Ön tahmin)

BU BLOGLAR MODAYA YÖN VERİYOR



**DİJİTAL
ORTAM ARTIK
PEK ÇOK KİŞİYE YEPYENİ
OLANAKLAR VE ESKİYE GÖRE
DAHA HIZLI BİR TANINMA ŞANSI VERMEKTE.
KARİYERİNİZE YÖN VERME YOLUNDA HOBİNİZİN SİZE
HEM MANEVİ HEM DE MADDİ AÇIDAN KATKIDA BULUNMASI ADINA
YAPABİLECEĞİNİZ EN AKILLI HAREKET BELKİ DE EĞLENİRKEN ÖĞRETMEK
VE PAYLAŞMAK; YANİ BİR BLOGA SAHİP OLMAK. BAHSETTİĞİMİZ BLOGLARIN MODA
KATEGORİSİ ARTIK MODAYI TAKİP ETMEKLE KALMIYOR, MODAYA YÖN VERİYOR.**

ComScore'un, dünyada blog okuma oranları ile ilgili 2011 yılının Haziran ayında yayınladığı rapora göre dünya üzerinde blog okuyucusu nüfusunun en yoğun olduğu ülkeler arasında yüzde 81,9'luk bir oranla Türkiye dördüncü sırada bulunuyor. Benjamin Franklin'in bir

sözünü hatırlayalım: 'Yeteneklerini saklama. Onlar, kullanmak içindir. Güneş saati gölgede ne işe yarar?' Moda bloggerları, yeteneklerini kolayca gösterme ve kısa zaman dilimleri içerisinde pek çok kişiye ulaşma fırsatını yakaladı ve yakalamaya devam ediyor. Kitlelerce takip edilen,

olumlu-olumsuz yorum yapılan, yeni fikirler, bakış açıları, iş fırsatları doğurmaya hızla devam eden moda blogları uzun zamandır bir rekabet içerisinde ve birçoğu çoktan ödül almaya layık görüldü. Şimdi de Seagate moda bloggerlarına favori kıyafet, aksesuar ve ayakkabılarını soruyor. Hem blog-

gerların hem takipçilerinin hem de yarışmada oy verenlerin ödül kazanacağı yarışma Mayıs ayında Facebook üzerinden gerçekleşiyor. Geçtiğimiz yıl içerisinde Turkcell Blog Ödülleri'nin moda kategorisinde halk oylamasıyla ilk 10'a giren blogları alfabetik sırasıyla biraz daha yakından tanıyalım.



<http://www.betwinus.com>

BeTwin Us

2011 yılının Nisan ayında açtıkları moda bloguyla kitlelere ulaşmaya başlayan ikiz, iki kız kardeş kısa zaman içerisinde hedefledikleri noktaya geldiler. Miss D ve Giz lakaplı kardeşler, bloglarında modanın nabzını tutmaya devam ediyor.

<http://www.bikotbitisort.com>



Bi Kot Bi Tişört

Pink Freud lakabıyla tanınan blog sahibi, kendisini 'bir kitap okuyup hayatı değişmeyen, onun yerine bir kitap yazan ama hayatı hala değişmeyen' olarak tanımlamış. Sadece bir kot ve bir tişörtle rahat ettiğini, kendisi gibi moda uzak kişiler için bu blogu kurduğunu söyleyen Pink Freud, konuya ironik bir yaklaşım geliştiriyor. 'Sorun Bende Değil, Sende' adını taşıyan bir de kitabı var.



<http://denizsaatcioglu.blogspot.com>

Deniz Saatçioğlu

Deniz Saatçioğlu ise kendini "1972 doğumlu, akrep burcu, hayatı boyunca moda ile ilgili bir iş yapmak istemiş ama hep alakasız okullar okuyup, alakasız yerlerde çalışmış ama hala umudunu kesmemiş, içindeki moda aşkını bu şekilde söndürmeye uğraşan biriyim sadece" şeklinde tanımlayan bir blogger.



<http://ecemakar.blogspot.com>

Ecem Akar

Aslında henüz 19 yaşında bir genç kızdan bahsediyoruz. www.ecemakar.blogspot.com moda

blogunun sahibi genç arkadaşımız Akar kendisini şöyle tanımlıyor: "Marmara Koleji, Burak Bora Anadolu Lisesi mezunu ve şimdi Yıldız Teknik Üniversitesi'nde İşletme okuyan, moda hayatta her şeye olduğundan daha çok meraklı, bol yaratıcı fikirli ama çok üşengeç, okumayı gezmeyi keşfetmeyi eğlenmeyi arkadaşlarını çok seven, özellikle topuklulara aşık, Erenköy'de oturan, ileride işletme üstüne marka yönetimi okumayı ve kesinlikle moda sektöründe çalışmayı isteyen bir kız:)"



<http://www.fashionstroke.com>

Fashion Stroke

Farklı işlerle uğraşan ama kalpleri moda ile atan iki kız arkadaşımız: Çisem ve Burçak. Modaya olan tutkularının ve alışveriş çılgınlıklarının onları 'Fashion Stroke'da buluşturduğunu söylüyorlar. Mottolarının 'shopaholics' olduğunu söyleyen ikili, farklarının adlarında saklı olduğunu iddia ediyor.

Fashions Letter

Mimar Sinan mezunu bir moda tasarımcısı olan Sinem Kocabaş, fotoğraf, resim ve yemek meraklısı olarak tanımlamış kendisini.



<http://fashionsletter.blogspot.com/>

Moda ve yemek bloglarının unutulmaması gerektiğini belirten Kocabaş, Napoli'deki 3 senesinden sonra Ankara'da evli ve mutlu bir hayat yaşıyor. 2009 yılının Temmuz ayından beri de blogu takipte.

<http://www.lovesfromfashion.com/>



Loves From Fashion

Bu sefer bir erkek arkadaşımız var karşımızda. Kubilay Sakarya bir gün Starbucks'ta oturmuş bir yandan kahvesini yudumlayıp bir yandan internette gezinirken tanışıyor bloglarla. Modayla küçüklükten beri ilgilenen ve çizim yapan Sakarya, tam bu esnada bu tutkusunu paylaşmaması için hiçbir sebep olmadığını düşünüyor. Pek çok ünlü ve

başarılı isimlerle röportajlar da yapan Sakarya onlara nasıl ulaştığı ile ilgili 'Tatlı söz yılanı deliğinden çıkartır' diyerek, hayaller ve hedefler uğruna azimle çalışılınca suyun bir şekilde yolunu bulduğuna değiniyor.



<http://lunaparkqueen.blogspot.com/>

Lunapark Queen

1989 doğumlu

taze bir avukat var karşımızda. Modaya ve görsel sanatlara olan tutkusunu onu lunaparkqueen yapmış. Uzun bir süre sadece blog okuyucusu olan Zümra Çelik, yerli yabancı birçok blog takip ediyormuş. Belli bir sürecin sonunda artık izleyici olmanın yetmediğini ve katacak bir şeyleri, paylaşacak fikirleri olduğunu fark etmiş. Pasif olarak izlemekten se, blogosferde aktif olarak yer almayı tercih eden Çelik, böylece kafasında ufak ufak bir şeyler oluşmaya başladığını ve bu şekilde Lunapark Queen'in hayata geçtiğinden bahsediyor.



<http://minikkus.blogspot.com/>

Minikkuşun Dünyası

Minikkuş'un, giydiğini, gezdiğini, yediğini, içtiğini, bazen çocukluğunu bazen kedisini, bazen deliliklerini bazen yolda giderken gördüğü kaplumbağayı, bazen işini bazen eşini; aklına gelen her şeyi anlattığı, fotoroman tadında moda bloğu görünümü sosyal günlüğünü siz de görmelisiniz.



<http://pekmoda.blogspot.com/>

Pekmoda

Popüler kültür içinde, özgünlük avına çıkmış, reddetmeden önce tanımaya çalışan bir takipçiyle karşı karşıyayız. Pekmoda blogunun sahibi hayatta, insana

dair her şeyin moda olabileceğini bilecek kadar önyargısız olmayı tek amaç olarak belirlemiş.

Blog da neymiş?

Blog teknik bilgi gerektirmeden, kendi istedikleri şeyleri, kendi istedikleri şekilde yazan insanların oluşturabildikleri, günlük tadında web siteleridir aslında. Blog kelimesi weblog kelimesinin kısaltılmış ve türetilmiş halidir. İlk olarak 1997 yılında Amerikalı Jorn barger tarafından (log the web) web günlüğünü tanımlamak için kullanılmıştır. 1999 yılında Peter Merholz "weblog" terimini değiştirerek "we blog" olarak kullanmıştır. Zamanla insanlar "we blog" terimindeki kelimesini atarak, internet günlüklerine, günümüzdeki kullanım şekliyle blog olarak adlandırmışlardır. Bloglarda yazılar genellikle güncelden eskiye doğru sıralanır. Bu kişisel web sitelerinde yazıya yorum yapma özelliğinin genellikle açık tutulması sayesinde yazar ile okuyucu arasında iletişim sağlanır. Geri izleme (trackback) denilen mekanizma ise, belirli bir yazı hakkında yazılan diğer yazıların belirlenebilmesini mümkün kılar

Nereden çıktı bu bloglar?

Aslında blogların tam olarak ne zaman kullanılmaya başlandığı konusunda net bir bilgi bulunmuyor. Ancak ilk blogun 1997 yılında Jorn Barger tarafından kurulduğunu biliyoruz. 1990'lı yıllarda James Joyce, Kate Bush ve bir çok konu ile Usenet haber gruplarında yazılar yayınlayan yazar oldukça dikkat çekince yazılarını kendi internet sitesinde yayınlamaya karar verdi. Barger, siyaset, teknoloji, internet kültürü, kitaplar, yapay zeka ve bir çok konunun yer aldığı "Robot Wisdom" (Robot Bilgelik) adındaki blogu oluşturdu ve zamanla bu ilgi çekici site

entelektüel bir okuyucu kitlesine sahip online bir dergi haline aldı. New York Times, Robot Wisdom'un insanların hayatını kolaylaştırdığını ve insanların web'de arama yapmak zorunda kalmadan, nitelikli bilgilere hızlı erişim elde edebileceğini yazdı. Bloglar, zaman içerisinde basit bir web dergisi olmaktan öteye gitti ve çeşitli türleri ortaya çıktı.

Bloglarda nelerle karşılaşırız?

Bloglar bir diyalog aracı olarak görüldüğü için blogların çoğu okuyucularına görüşleri konusunda yorumlarını gönderme olanağı sunmakta. Blog okuyucuları genellikle bloggerları samimi ve içten buluyor ve bloglar, aslında genellikle blog yazarının ilgi alanına göre şekilleniyor. Bloglar için şimdilik kişisel, temasal, topluluk ve kurumsal başlıkları altında 4 tane tür mevcut. Aralarında en yaygın olan kişisel bloglar çok fazla deneyimi olmayan kişilerin de kullanabileceği, sayfalarını düzenleyebileceği yapıda ve daha çok günlük olarak kullanılıyor. Bu bloglar genellikle blog yazarının ismini veya takma adını alıyor. Bazılarında blog yazarı bireysel günlüğü dışında gündemi de kendi kalemi ile yansıtıyor. Temasal bloglar daha çok bilgiye dayalı diyebiliriz. Sadece belirli bir alanda yazılan gönderilerin yer aldığı, belirli bir konuda uzman kişilerin yazdığı ve düzenlediği bu bloglar; politika, pazarlama, yemek, internet, film, moda, seyahat, ekonomi, tasarım, fotoğraf, programlama dilleri ve benzeri konularla ilgili oluyor. Üçüncü sırada üyelik sistemine sahip olan ve bu üyelerin yazdıkları gönderilerden meydana gelen topluluk blogları var. Komünite olarak da adlandırılan bu türdeki blogların çoğu kendi sunucularındaki blog yazılımını kullanıyor. Tarihsel olarak LiveJournal'da oluşan bir kültür mirasını devam ettiriyorlar diyebiliriz. Son olarak

da kurumsal bloglarımız var. Blogların hızlı gelişimine duyarsız kalmayan bazı işletmeler, bunun potansiyel yararları olabileceğini fark edip, kendi imajını geliştirme, ürün tanıtımı yapma ve ürün veya hizmetleri ile ilgili müşterileri çekmek amacıyla blog kullanıyor.

Bloglarla ne yapıyoruz?

- İnternet ile ilgili ciddi bir araştırma kurumu olan Jupiter Research'ün 2005 yılında yaptığı bir araştırmasına göre; blog sitesi sahiplerinin yarısının yıllık geliri 60.000 doların üstünde, blog okuyanların yüzde 60'ı erkek ve blog okuma alışkanlığı olanların yüzde 73'ü 5 yıldan uzun süredir internet bağlantısına sahip. Blog okuyanların yüzde 28'i ise blog okumak için RSS kullanıyor.
- 2005 sonunda yapılan başka bir araştırmaya göre internet kullanıcılarının yüzde 38'i blog kelimesinin anlamını bildiğini, yüzde 27'si ise blog okuduğunu belirtti.
- Blogosferin nabzını tutma misyonundaki Technorati'nin istatistiklerine göre ise günde 50.000'den fazla yeni blog sitesi yaratılıyor.
- Blog uygulaması ilk olarak Amerika Birleşik Devletleri'nde başlamıştır. Artık tüm dünya da kullanılmaktadır. Çin de yaklaşık 5 milyon blogcu bulunmaktadır. En düşük blogcu sayısına sahip kıta ise Afrika'dır.
- Blogların kullanımı 1999 yılında Blogger'ın bu hizmeti vermeye başlaması ve kısa süre sonra bunu ücretsiz hale getirmesi ile yaygınlaşmıştı. 2003 yılı Şubat ayında Google, Blogger'ı satın alıp Google araç çubuğuna, ziyaret edilen sayfanın adresini doğrudan bloga girmeyi sağlayan 'Blog This!' tuşu yerleştirdi. İngilizce bilen çoğu kişi bu düğme sayesinde bloglar ile tanışmış oldu.
- Blogger ile aynı zamanlarda kurulan LiveJournal ise, sadece

belirli kişilerin okumasına izin verilebilen blog sayfaları sağlayarak popüler olmuş bir blog sitesi olmakla birlikte, daha çok yazdıklarını herkesle paylaşmak istemeyen ve grup bağlarına önem veren kişiler tarafından tercih ediliyor.

- Microsoft'un Windows Live Spaces adlı blog sistemi de, MSN üyelerine sunulan Windows Live Messenger hizmetine ilişkilendirilince ciddi bir yayılma gösterdi. Üyelerin fotoğraf albümü oluşturmalarına izin veren sistem, blogların güncellendiği anda paylaşılmasını sağlayan dahili bir yapıya da sahipti. Daha çok amatör kullanıcılara yönelik bir hizmet

olan Windows Live Spaces, görünüş ve yapı olarak değişikliğe pek açık değildi. Zaten Windows Live Messenger daha çok sohbet amacıyla kullanılan bir servis olduğundan, Space'lerde yer alan bloglar da daha çok resim yükleme alanı olarak kullanılmaktaydı. Sonunda Microsoft, 27 Eylül 2010'da, Windows Live Spaces servisini durduracağını açıklamış ve kullanıcılarına blog'larını ücretsiz olarak WordPress.com'a taşıma olanağı sundu.

- Hızla büyüyen ve ciddi bir akım haline gelen blog dünyasında, internetin devlerinden Yahoo! da 2005 yılının Mart ayında kendi blog sistemi Yahoo! 360'ı açtığını

ilan etti. Ancak, kullanıcının kendi sunucusuna kurarak çalıştırdığı blog yazılımlarında WordPress lider durumda.

- comScore'un, dünyada blog okuma oranları ile ilgili 2011 yılının Haziran ayında yayınladığı rapora göre dünya üzerinde blog okuyucusu nüfusunun en yoğun olduğu ülke Tayvan. Tayvan'daki internet kullanıcılarının yüzde 85,5'i blog okuyor. Listenin ikinci sırasında yüzde 85,2 ile Brezilya yer alırken, üçüncü sırada yüzde 84,9 ile Güney Kore karşımıza çıkıyor. Türkiye yüzde 81,9'luk orana dünyada blog okuyucularının en yoğun olduğu dördüncü ülke.



TÜRKİYE HAZIRGİYİM VE KONFEKSİYON İHRACATI								
	2011 NİSAN	2012 NİSAN	DEĞİŞİM	2011	TOPLAM	2012	TOPLAM	2011 / 2012
	1000 \$	1000 \$	%	OCAK - NİSAN	KONFEKSİYONDA	OCAK - NİSAN	KONFEKSİYONDA	DEĞİŞİM
				1000 \$	PAY %	1000 \$	PAY %	%
ALMANYA	364.026	265.918	-27.0	1.406.769	26.1	1.179.815	22.4	-16.1
İNGİLTERE	173.188	170.870	-1.3	667.963	12.4	666.000	12.6	-0.3
İSPANYA	123.673	113.112	-8.5	436.891	8.1	463.318	8.8	6.0
FRANSA	114.996	75.525	-34.3	447.952	8.3	365.568	6.9	-18.4
HOLLANDA	64.340	52.526	-18.4	284.590	5.3	268.691	5.1	-5.6
İTALYA	63.206	44.949	-28.9	295.134	5.5	260.238	4.9	-11.8
DANİMARKA	35.337	35.449	0.3	166.086	3.1	155.163	2.9	-6.6
ABD	34.811	31.699	-8.9	136.817	2.5	137.621	2.6	0.6
RUSYA FEDERASYONU	26.153	26.145	0.0	112.948	2.1	132.799	2.5	17.6
BELÇİKA	30.839	27.117	-12.1	143.765	2.7	128.553	2.4	-10.6
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	1.030.571	843.311	-18.2	4.098.914	76.0	3.757.765	71.3	-8.3
İRAK	23.299	31.441	34.9	77.647	1.4	118.215	2.2	52.2
İSVEÇ	25.853	25.085	-3.0	112.875	2.1	99.402	1.9	-11.9
POLONYA	15.888	21.024	32.3	47.244	0.9	81.517	1.5	72.5
SUUDİ ARABİSTAN	17.021	23.250	36.6	49.224	0.9	76.286	1.4	55.0
UKRAYNA	8.492	15.774	85.7	31.181	0.6	64.509	1.2	106.9
İSRAİL	17.778	15.497	-12.8	54.869	1.0	60.066	1.1	9.5
İSVİÇRE	10.947	11.358	3.8	46.610	0.9	53.340	1.0	14.4
CEZAYİR	9.303	15.489	66.5	25.464	0.5	52.159	1.0	104.8
KAZAKİSTAN	7.784	12.204	56.8	38.055	0.7	51.507	1.0	35.3
ÇEK CUMHURİYETİ	13.144	10.872	-17.3	51.334	1.0	48.013	0.9	-6.5
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	1.180.078	1.025.304	-13.1	4.633.416	85.9	4.462.779	84.7	-3.7
ROMANYA	17.789	15.502	-12.9	63.273	1.2	45.673	0.9	-27.8
LİBYA	665	9.703	1.359.1	8.074	0.1	43.069	0.8	433.4
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	9.543	10.348	8.4	28.629	0.5	42.823	0.8	49.6
AVUSTURYA	13.356	10.417	-22.0	51.490	1.0	41.988	0.8	-18.5
YUNANİSTAN	12.242	6.465	-47.2	47.913	0.9	35.285	0.7	-26.4
ESTONYA	5.337	6.425	20.4	17.075	0.3	31.486	0.6	84.4
AHL SERBEST BÖLGE	7.400	5.299	-28.4	37.601	0.7	30.875	0.6	-17.9
NORVEÇ	6.670	6.572	-1.5	31.748	0.6	29.352	0.6	-7.5
MISIR	7.220	6.881	-4.7	18.099	0.3	29.000	0.6	60.2
TUNUS	11.166	9.652	-13.6	22.054	0.4	27.556	0.5	24.9
BULGARİSTAN	6.637	6.980	5.2	28.828	0.5	25.767	0.5	-10.6
MACARİSTAN	6.368	5.757	-9.6	17.382	0.3	23.838	0.5	37.1
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	4.769	4.131	-13.4	16.089	0.3	19.809	0.4	23.1
KANADA	4.020	3.279	-18.4	20.332	0.4	19.479	0.4	-4.2
İRLANDA	5.245	4.483	-14.5	21.384	0.4	18.955	0.4	-11.4
İRAN	5.535	3.048	-44.9	24.350	0.5	18.176	0.3	-25.4
SLOVAK CUMHURİYETİ	3.413	5.424	58.9	17.845	0.3	17.800	0.3	-0.3
KIRGIZİSTAN	3.011	3.092	2.7	10.014	0.2	17.232	0.3	72.1
LÜBNAN	8.024	5.380	-33.0	17.748	0.3	16.832	0.3	-5.2
JAPONYA	1.437	1.817	26.5	6.422	0.1	13.550	0.3	111.0
KOSOVA	5.870	5.916	0.8	23.934	0.4	13.543	0.3	-43.4
FİNLANDİYA	2.359	2.690	14.0	13.817	0.3	12.672	0.2	-8.3
HONG KONG	3.994	2.705	-32.3	10.595	0.2	12.316	0.2	16.2
ÜRDÜN	3.785	4.242	12.1	8.074	0.1	11.488	0.2	42.3
BOSNA-HERSEK	4.251	3.406	-19.9	10.672	0.2	11.227	0.2	5.2
TRAKYA SERBEST BÖLGE	6.134	2.642	-56.9	21.102	0.4	11.000	0.2	-47.9
AZERBAYCAN	1.407	3.267	132.3	7.021	0.1	9.751	0.2	38.9
KKTC	3.885	3.051	-21.5	9.474	0.2	9.512	0.2	0.4
FAS	2.261	3.002	32.8	6.848	0.1	8.432	0.2	23.1
HIRVATİSTAN	2.463	2.353	-4.5	8.343	0.2	8.381	0.2	0.5
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	1.356.335	1.189.232	-12.3	5.259.642	97.5	5.119.646	97.1	-2.7
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	36.913	38.366	3.9	134.743	2.5	152.186	2.9	12.9
AB (27) TOPLAMI	1.101.970	912.065	-17.2	4.359.156	80.8	3.993.710	75.8	-8.4
TOPLAM HAZIRGİYİM VE KONFEKSİYON İHRACATI	1.393.248	1.227.598	-11.9	5.394.385	100.0	5.271.832	100.0	-2.3

TÜRKİYE TEKSTİL İHRACATI

	2011 NISAN 1000 \$	2012 NISAN 1000 \$	DEĞİŞİM %	2011 OCAK - NISAN 1000 \$	TOPLAM TEKSTİLDE PAY %	2012 OCAK - NISAN 1000 \$	TOPLAM TEKSTİLDE PAY %	2011 / 2012 DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	88.284	89.441	1.3	329.552	12.1	385.204	14.8	16.9
İTALYA	91.224	60.899	-33.2	338.383	12.4	240.018	9.2	-29.1
ALMANYA	49.644	35.670	-28.1	168.806	6.2	136.038	5.2	-19.4
BİRLEŞİK KRALLIK	27.278	23.094	-15.3	95.998	3.5	100.186	3.8	4.4
ROMANYA	28.902	24.234	-16.2	100.979	3.7	96.622	3.7	-4.3
BİRLEŞİK DEVLETLER	25.981	22.250	-14.4	88.268	3.2	93.624	3.6	6.1
İRAN (İSLAM CUM.)	25.168	21.151	-16.0	97.465	3.6	92.653	3.6	-4.9
POLONYA	27.404	19.498	-28.9	105.151	3.9	88.662	3.4	-15.7
BULGARİSTAN	25.024	23.018	-8.0	83.001	3.0	83.581	3.2	0.7
FAS	20.288	20.054	-1.2	63.699	2.3	79.991	3.1	25.6
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	409.197	339.309	-17.1	1.471.303	54.0	1.396.578	53.6	-5.1
İSPANYA	23.468	21.689	-7.6	87.146	3.2	76.223	2.9	-12.5
MISIR	26.742	21.439	-19.8	76.151	2.8	75.277	2.9	-1.1
TUNUS	20.642	14.886	-27.9	61.241	2.2	54.524	2.1	-11.0
FRANSA	19.652	13.421	-31.7	67.269	2.5	52.581	2.0	-21.8
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	8.688	10.458	20.4	43.452	1.6	49.540	1.9	14.0
UKRAYNA	15.245	12.569	-17.6	51.639	1.9	48.570	1.9	-5.9
HOLLANDA	15.692	10.722	-31.7	55.104	2.0	47.430	1.8	-13.9
YUNANİSTAN	13.634	11.889	-12.8	54.061	2.0	45.900	1.8	-15.1
BELÇİKA	13.207	11.479	-13.1	50.794	1.9	44.731	1.7	-11.9
PORTEKİZ	10.664	9.651	-9.5	42.968	1.6	39.465	1.5	-8.2
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	576.830	477.512	-17.2	2.061.126	75.6	1.930.817	74.1	-6.3
BREZİLYA	5.774	6.841	18.5	20.096	0.7	35.289	1.4	75.6
MERSİN SERBEST BÖLGE	8.337	6.079	-27.1	34.329	1.3	30.153	1.2	-12.2
İSRAİL	9.129	6.296	-31.0	30.688	1.1	29.536	1.1	-3.8
SİRBİSTAN	7.249	6.308	-13.0	26.914	1.0	27.635	1.1	2.7
BEYAZ RUSYA	5.353	7.680	43.5	23.196	0.9	27.563	1.1	18.8
HONG KONG	11.244	8.619	-23.3	28.680	1.1	26.324	1.0	-8.2
MACARİSTAN	6.799	6.806	0.1	26.223	1.0	26.048	1.0	-0.7
CEZAYİR	4.229	6.459	52.7	16.565	0.6	25.519	1.0	54.1
SUUDİ ARABİSTAN	5.703	6.425	12.7	19.316	0.7	23.044	0.9	19.3
LİTVANYA	4.330	3.943	-9.0	16.154	0.6	17.205	0.7	6.5
SURİYE	7.682	4.024	-47.6	44.965	1.7	16.599	0.6	-63.1
ÇEK CUMHURİYETİ	3.895	4.204	7.9	15.259	0.6	15.916	0.6	4.3
ÜRDÜN	2.333	3.475	48.9	8.232	0.3	12.616	0.5	53.2
AVUSTURYA	3.797	3.312	-12.8	12.087	0.4	12.607	0.5	4.3
EGE SERBEST BÖLGE	5.054	3.269	-35.3	17.480	0.6	12.492	0.5	-28.5
MAKEDONYA	4.104	3.410	-16.9	12.161	0.4	11.830	0.5	-2.7
ÖZBEKİSTAN	2.486	2.706	8.8	8.925	0.3	11.021	0.4	23.5
ENDONEZYA	2.555	1.591	-37.7	6.401	0.2	10.546	0.4	64.7
TAYLAND	1.482	3.472	134.2	2.818	0.1	10.357	0.4	267.6
GÜNEY AFRİKA CUMHURİ	2.174	2.570	18.2	9.840	0.4	9.952	0.4	1.1
LÜBNAN	2.597	1.820	-29.9	8.721	0.3	9.845	0.4	12.9
AHL SERBEST BÖLGE	2.354	3.786	60.8	9.892	0.4	9.620	0.4	-2.8
İRAK	2.934	2.814	-4.1	9.051	0.3	9.348	0.4	3.3
DANİMARKA	3.840	2.055	-46.5	10.805	0.4	8.670	0.3	-19.8
GÜRCİSTAN	2.608	2.818	8.0	8.612	0.3	8.562	0.3	-0.6
KAZAKİSTAN	2.115	2.484	17.4	10.178	0.4	8.446	0.3	-17.0
KANADA	1.847	1.590	-13.9	7.662	0.3	8.403	0.3	9.7
LİBYA	83	2.830	3.307.3	5.557	0.2	8.392	0.3	51.0
HİNDİSTAN	3.878	2.274	-41.4	13.628	0.5	8.054	0.3	-40.9
BURSA SERBEST BÖLGE	2.252	1.732	-23.1	8.774	0.3	7.667	0.3	-12.6
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	705.048	599.199	-15.0	2.534.333	93.0	2.410.075	92.5	-4.9
DIĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	52.057	50.699	-2.6	190.333	7.0	194.466	7.5	2.2
AB (27) TOPLAMI	381.007	295.237	-22.5	1.375.829	50.5	1.170.948	45.0	-14.9
TOPLAM TEKSTİL İHRACATI	757.105	649.899	-14.2	2.724.666	100.0	2.604.541	100.0	-4.4

TÜRKİYE DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI

	2011 NİSAN 1000 \$	2012 NİSAN 1000 \$	DEĞİŞİM %	2011 OCAK - NİSAN 1000 \$	TOPLAM DERİDE PAY %	2012 OCAK - NİSAN 1000 \$	TOPLAM DERİDE PAY %	DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	18,591	22,437	20.7	75,330	18.1	99,408	21.2	32.0
İTALYA	14,668	15,360	4.7	40,101	9.6	43,795	9.3	9.2
ALMANYA	8,999	7,442	-17.3	34,452	8.3	33,298	7.1	-3.4
IRAK	6,659	7,319	9.9	19,433	4.7	25,642	5.5	31.9
İNGİLTERE	5,286	5,779	9.3	18,962	4.6	22,485	4.8	18.6
UKRAYNA	1,425	4,484	214.6	17,498	4.2	19,048	4.1	8.9
FRANSA	5,000	3,057	-38.9	24,165	5.8	17,853	3.8	-26.1
SUUDİ ARABİSTAN	2,172	5,145	136.8	8,019	1.9	15,260	3.3	90.3
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	3,456	3,922	13.5	11,578	2.8	12,813	2.7	10.7
HONG KONG	5,143	4,085	-20.6	11,707	2.8	12,717	2.7	8.6
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	71,400	79,030	10.7	261,245	62.7	302,318	64.5	15.7
KAZAKİSTAN	3,051	3,271	7.2	21,968	5.3	9,038	1.9	-58.9
İSPANYA	2,775	1,531	-44.8	9,944	2.4	8,616	1.8	-13.4
BULGARİSTAN	2,094	1,463	-30.1	7,456	1.8	8,129	1.7	9.0
ABD	1,530	2,011	31.5	6,231	1.5	7,750	1.7	24.4
HOLLANDA	803	835	4.1	7,327	1.8	7,536	1.6	2.8
AZERBAYCAN	1,356	2,150	58.6	3,651	0.9	6,318	1.3	73.1
KIRGIZİSTAN	686	1,870	172.5	2,811	0.7	6,224	1.3	121.4
ROMANYA	1,953	1,482	-24.1	6,789	1.6	5,618	1.2	-17.3
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	721	1,152	59.7	2,599	0.6	4,789	1.0	84.3
AVUSTURYA	862	603	-30.0	3,856	0.9	4,557	1.0	18.2
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	87,231	95,399	9.4	333,876	80.2	370,892	79.1	11.1
DANİMARKA	789	722	-8.5	5,368	1.3	4,478	1.0	-16.6
TÜRKMENİSTAN	1,316	1,418	7.7	2,797	0.7	4,182	0.9	49.5
YUNANİSTAN	1,352	793	-41.3	4,486	1.1	3,988	0.9	-11.1
BELÇİKA	1,702	1,149	-32.5	5,613	1.3	3,947	0.8	-29.7
İSVİÇRE	1,336	942	-29.5	3,480	0.8	3,538	0.8	1.7
LİBYA	51	1,012	100.0	393	0.1	3,531	0.8	799.4
CEZAYİR	166	1,338	704.6	625	0.2	3,292	0.7	426.4
ÖZBEKİSTAN	515	1,008	95.7	1,116	0.3	3,178	0.7	184.7
POLONYA	1,064	865	-18.7	2,640	0.6	3,097	0.7	17.3
İNGİLİZ VIRJİN ADALARI	3	2,016	61,916.1	15	0.0	3,061	0.7	19,699.4
İSRAİL	743	924	24.3	2,978	0.7	3,022	0.6	1.5
KKTC	1,186	923	-22.1	3,304	0.8	2,751	0.6	-16.7
GÜRCİSTAN	459	1,240	169.9	1,650	0.4	2,620	0.6	58.8
MISIR	1,765	847	-52.0	2,550	0.6	2,573	0.5	0.9
BEYAZ RUSYA	226	132	-41.6	2,550	0.6	2,463	0.5	-3.4
TACİKİSTAN	402	1,037	157.7	1,041	0.3	2,378	0.5	128.5
TUNUS	652	695	6.5	1,289	0.3	2,304	0.5	78.8
SİRBİSTAN	280	281	0.3	1,605	0.4	2,001	0.4	24.7
MOLDAVYA	246	348	41.3	479	0.1	1,852	0.4	286.3
MAKEDONYA	332	611	100.0	1,141	0.3	1,776	0.4	55.7
TATARİSTAN	74	95	28.3	1,156	0.3	1,751	0.4	51.5
GÜNEY KORE	503	362	-28.1	2,364	0.6	1,691	0.4	-28.5
İRAN	180	302	67.5	993	0.2	1,639	0.3	65.0
İSVEÇ	86	57	-33.8	900	0.2	1,559	0.3	73.2
ÇEK CUMHURİYETİ	181	336	85.9	1,203	0.3	1,487	0.3	23.6
LÜBNAN	199	336	68.7	1,146	0.3	1,338	0.3	16.8
KANADA	492	189	-61.6	1,267	0.3	1,328	0.3	4.8
FAS	352	788	123.7	1,055	0.3	1,275	0.3	20.9
LİTVANYA	98	114	16.4	1,021	0.2	1,212	0.3	18.7
BOSNA-HERSEK	437	384	-12.1	959	0.2	1,207	0.3	25.9
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	104,421	116,662	11.7	391,062	93.9	445,411	95.0	13.9
DiĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	8,673	6,843	-21.1	25,314	6.1	23,662	5.0	-6.5
AB (27) TOPLAMI	50,177	43,124	-14.1	180,977	43.5	177,237	37.8	-2.1
TOPLAM DERİ ve DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI	113,094	123,505	9.2	416,376	100.0	469,073	100.0	12.7

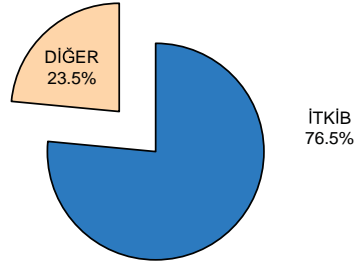
(*) Toplam satırında, son ay verileri için İhracatçı Birlikleri kayıtları, önceki dönemler için TÜİK kayıtları esas alınmıştır.

TÜRKİYE HALI İHRACATI								
	2011 NİSAN 1000 \$	2012 NİSAN 1000 \$	DEĞİŞİM %	2011 OCAK - NİSAN 1000 \$	TOPLAM HALIDA PAY %	2012 OCAK - NİSAN 1000 \$	TOPLAM HALIDA PAY %	DEĞİŞİM %
SUUDİ ARABİSTAN	19.439	34.618	78.1	65.202	14.2	115.626	18.6	77.3
ABD	12.853	13.523	5.2	45.528	9.9	59.402	9.6	30.5
LİBYA	30	12.808	42.440.3	5.024	1.1	54.549	8.8	985.7
ALMANYA	11.770	7.942	-32.5	36.000	7.8	37.617	6.1	4.5
MISIR	384	9.810	2.451.9	4.524	1.0	27.231	4.4	501.9
IRAK	3.879	5.979	54.1	13.628	3.0	22.040	3.5	61.7
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	2.876	4.474	55.5	12.860	2.8	18.792	3.0	46.1
İNGİLTERE	6.054	6.131	1.3	17.830	3.9	17.293	2.8	-3.0
RUSYA FEDERASYONU	2.900	3.490	20.4	11.457	2.5	15.074	2.4	31.6
UKRAYNA	2.744	2.575	-6.2	11.615	2.5	11.385	1.8	-2.0
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	62.930	101.351	61.1	223.668	48.6	379.007	61.0	69.5
POLONYA	2.873	2.433	-15.3	11.322	2.5	11.243	1.8	-0.7
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	823	2.551	209.8	4.659	1.0	10.755	1.7	130.8
KAZAKİSTAN	3.502	2.547	-27.3	13.568	2.9	9.662	1.6	-28.8
ROMANYA	1.850	2.540	37.3	7.645	1.7	9.378	1.5	22.7
İSRAİL	1.822	2.018	10.7	7.858	1.7	9.254	1.5	17.8
BELÇİKA	2.681	2.542	-5.2	9.406	2.0	9.156	1.5	-2.7
KUVEYT	1.930	2.069	7.2	9.600	2.1	9.037	1.5	-5.9
İRAN (İSLAM CUM.)	910	900	-1.1	10.450	2.3	8.796	1.4	-15.8
AZERBAYCAN-NAHÇIVAN	1.441	3.003	108.4	7.301	1.6	7.961	1.3	9.0
TACİKİSTAN	1.764	1.654	-6.3	7.191	1.6	7.790	1.3	8.34
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	82.526	123.606	49.8	312.668	67.9	472.040	76.0	51.0
AFGANİSTAN	1.245	1.623	30.3	4.966	1.1	7.664	1.2	54.3
TÜRKMENİSTAN	1.800	1.775	-1.4	6.993	1.5	7.486	1.2	7.1
GÜNEY AFRIKA CUMHURİYETİ	1.321	2.151	62.8	6.154	1.3	6.597	1.1	7.2
İTALYA	1.763	1.407	-20.2	7.304	1.6	6.270	1.0	-14.2
JAPONYA	2.091	1.459	-30.2	8.214	1.8	6.131	1.0	-25.4
CEZAYİR	593	1.551	161.3	2.804	0.6	5.977	1.0	113.2
KIRGIZİSTAN	1.135	1.874	65.2	3.951	0.9	5.398	0.9	36.6
FAS	703	1.426	102.9	3.394	0.7	5.233	0.8	54.2
KANADA	1.009	1.879	86.3	3.065	0.7	5.014	0.8	63.6
AHL SERBEST BÖLGE	1.975	1.637	-17.1	4.761	1.0	4.681	0.8	-1.7
MALEZYA	1.061	1.924	81.3	2.969	0.6	4.669	0.8	57.2
FRANSA	7.070	1.054	-85.1	17.282	3.8	3.920	0.6	-77.3
AVUSTRALYA	1.814	1.296	-28.5	3.205	0.7	3.729	0.6	16.3
SLOVAKYA	16	99	532.8	700	0.2	3.653	0.6	421.6
İSVEÇ	703	1.190	69.4	2.662	0.6	3.643	0.6	36.9
PAKİSTAN	728	1.101	51.1	3.514	0.8	3.537	0.6	0.7
KATAR	395	1.098	177.8	1.847	0.4	3.196	0.5	73.0
BULGARİSTAN	1.050	1.589	51.3	1.660	0.4	3.051	0.5	83.8
AVUSTURYA	1.338	815	-39.0	2.973	0.6	2.738	0.4	-7.9
ÇEK CUMHURİYETİ	3.061	414	-86.5	4.034	0.9	2.515	0.4	-37.7
YEMEN	118	627	431.0	1.299	0.3	2.409	0.4	85.5
LİTVANYA	-	135	#DIV/0!	50	0.0	2.399	0.4	4.722.4
LETONYA	1.601	2.207	37.8	3.338	0.7	2.211	0.4	-33.8
İSVİÇRE	960	871	-9.3	2.247	0.5	2.198	0.4	-2.2
BOSNA-HERSEK	1.008	544	-46.1	2.196	0.5	2.176	0.4	-0.9
ENDONEZYA	746	863	15.6	1.828	0.4	2.157	0.3	18.0
BREZİLYA	244	471	93.3	1.393	0.3	2.103	0.3	51.0
MACARİSTAN	579	316	-45.4	1.943	0.4	1.987	0.3	2.3
ŞİLİ	195	520	166.3	1.629	0.4	1.869	0.3	14.8
NORVEÇ	548	942	71.9	1.364	0.3	1.817	0.3	33.2
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	119.396	158.464	32.7	422.408	91.8	588.468	94.7	39.3
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	13.143	10.043	-23.6	37.798	8.2	32.621	5.3	-13.7
AB (27) TOPLAMI	44.611	33.263	-25.4	135.256	29.4	126.076	20.3	-6.8
TOPLAM HALI İHRACATI	132.538	168.506	27.1	460.206	100.0	621.089	100.0	35.0

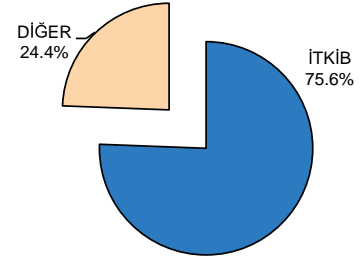
(*) Toplam satırında, son ay verileri için İhracatçı Birlikleri kayıtları, önceki dönemler için TÜİK kayıtları esas alınmıştır.

Ocak-Mart 2012		
	İTKİB	DİĞER
KONFEKSİYON	76.5	23.5
TEKSTİL	49.9	50.1
DERİ	75.6	24.4
HALI	23.4	76.6
		45,663,723
İTKİB	6,112,781	
DİĞER	39,550,942	

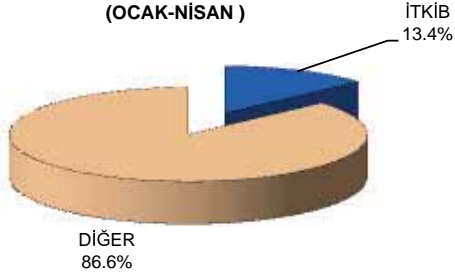
TÜRKİYE HAZIRGIYIM ve KONFEKSİYON İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-NİSAN)



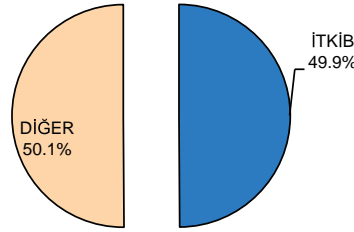
TÜRKİYE DERİ ve DERİ MAMÜLLERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-NİSAN)



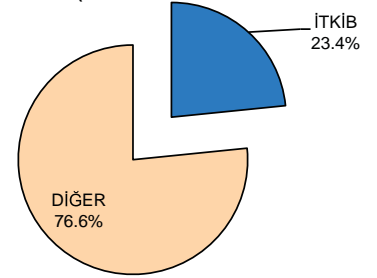
TÜRKİYE GENELİ İHRACATTA İTKİB'İN PAYI (OCAK-NİSAN)



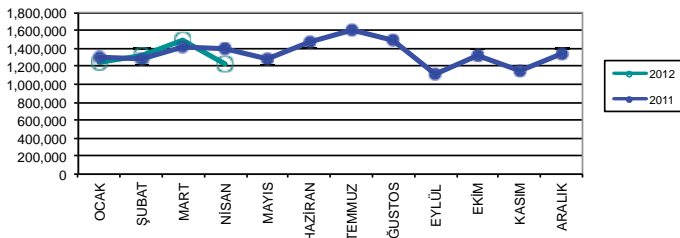
TÜRKİYE TEKSTİL ve HAMMADDELERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-NİSAN)



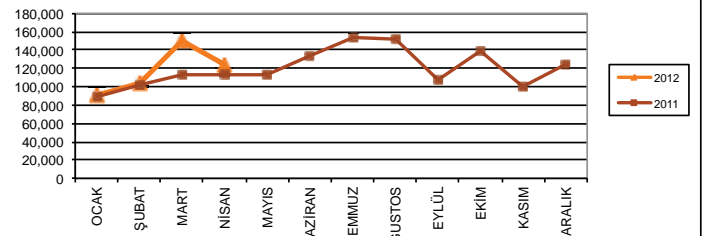
TÜRKİYE HALI İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-NİSAN)



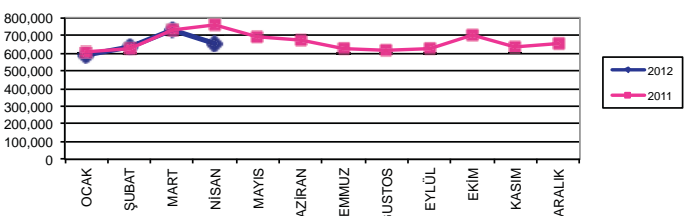
HAZIRGIYIM ve KONFEKSİYON İHRACATININ AYLIK SEYRİ



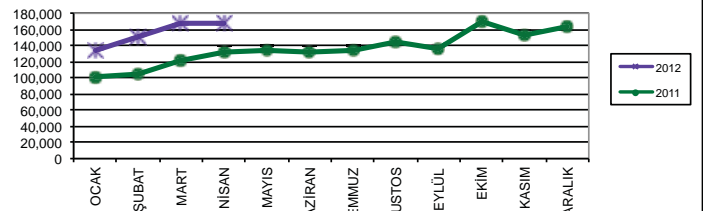
DERİ ve DERİ MAMÜLLERİ İHRACATININ AYLIK SEYRİ

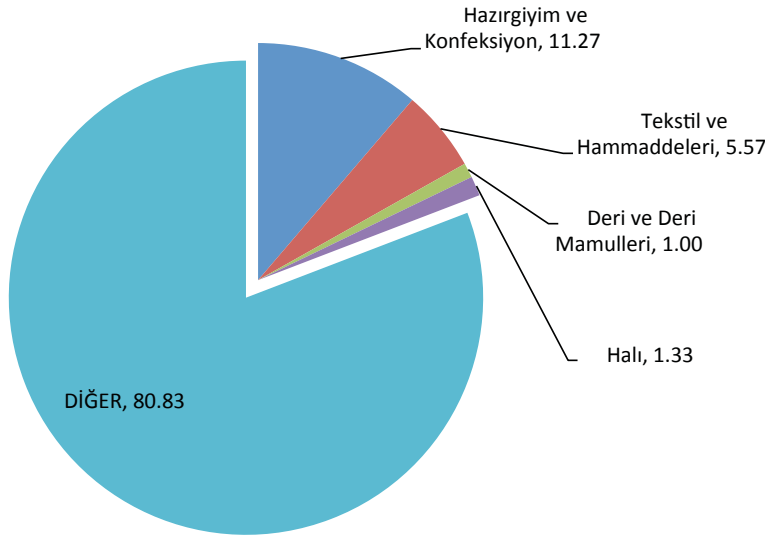


TEKSTİL ve HAMMADDELERİ İHRACATININ AYLIK SEYRİ



HALI İHRACATININ AYLIK SEYRİ





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	1.8519	2.3014
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 \$												
	NİSAN				OCAK - NİSAN				SON 12 AY			
	2011	2012	Değişim ('11/'10)	Pay ('11) (%)	2011	2012	Değişim ('12/'11)	Pay ('12) (%)	2010-2011	2011-2012	Değişim ('12/'11-'10)	Pay ('11-'12)(%)
I. TARIM	1,323,436	1,511,234	14.19	13.25	5,540,793	6,247,354	12.75	13.36	15,894,767	18,592,706	16.97	13.43
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	935,495	1,087,697	16.27	9.54	4,068,988	4,520,731	11.10	9.67	11,745,614	13,524,181	15.14	9.77
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mam.	379,596	491,529	29.49	4.31	1,587,877	1,999,903	25.95	4.28	4,352,398	5,871,355	34.90	4.24
Yaş Meyve ve Sebze	185,956	160,665	-13.60	1.41	885,816	729,675	-17.63	1.56	2,333,237	2,181,847	-6.49	1.58
Meyve Sebze Mamulleri	83,319	91,250	9.52	0.80	347,534	379,340	9.15	0.81	1,138,382	1,236,982	8.66	0.89
Kuru Meyve ve Mamulleri	93,077	96,110	3.26	0.84	406,684	407,448	0.19	0.87	1,322,147	1,373,088	3.85	0.99
Fındık ve Mamulleri	120,564	133,175	10.46	1.17	499,800	536,105	7.26	1.15	1,636,437	1,799,220	9.95	1.30
Zeytin ve Zeytinyağı	16,014	15,965	-0.30	0.14	62,154	66,226	6.55	0.14	169,166	185,324	9.55	0.13
Tütün ve Mamulleri	47,640	88,476	85.72	0.78	245,376	369,534	50.60	0.79	729,825	801,295	9.79	0.58
Süs Bitkileri	9,329	10,526	12.83	0.09	33,748	32,500	-3.70	0.07	64,023	75,071	17.26	0.05
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	109,382	115,325	5.43	1.01	414,181	522,408	26.13	1.12	1,066,283	1,529,350	43.43	1.11
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	109,382	115,325	5.43	1.01	414,181	522,408	26.13	1.12	1,066,283	1,529,350	43.43	1.11
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	278,559	308,212	10.65	2.70	1,057,624	1,204,215	13.86	2.57	3,082,870	3,539,176	14.80	2.56
Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri	278,559	308,212	10.65	2.70	1,057,624	1,204,215	13.86	2.57	3,082,870	3,539,176	14.80	2.56
II. SANAYİ	10,095,164	9,572,406	-5.18	83.92	36,438,486	38,255,287	4.99	81.79	100,623,638	113,375,893	12.67	81.92
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	1,002,737	941,910	-6.07	8.26	3,601,248	3,694,703	2.60	7.90	9,966,543	11,147,368	11.85	8.05
Tekstil ve Hammaddeleri	757,105	649,899	-14.16	5.70	2,724,666	2,604,541	-4.41	5.57	7,183,520	7,829,914	9.00	5.66
Deri ve Deri Mamulleri	113,094	123,505	9.21	1.08	416,376	469,073	12.66	1.00	1,397,887	1,527,248	9.25	1.10
Halı	132,538	168,506	27.14	1.48	460,206	621,089	34.96	1.33	1,385,135	1,790,206	29.24	1.29
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	1,553,983	1,498,411	-3.58	13.14	5,175,550	5,845,162	12.94	12.50	13,758,257	16,446,061	19.54	11.88
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	1,553,983	1,498,411	-3.58	13.14	5,175,550	5,845,162	12.94	12.50	13,758,257	16,446,061	19.54	11.88
C. SANAYİ MAMULLERİ	7,538,443	7,132,086	-5.39	62.52	27,661,688	28,715,422	3.81	61.39	76,898,838	85,782,465	11.55	61.98
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1,393,248	1,227,598	-11.89	10.76	5,394,385	5,271,832	-2.27	11.27	15,287,911	16,044,322	4.95	11.59
Otomotiv Endüstrisi	1,769,827	1,636,517	-7.53	14.35	6,863,859	6,777,724	-1.25	14.49	18,309,184	20,337,575	11.08	14.70
Gemi ve Yat	235,074	45,312	-80.72	0.40	546,207	287,902	-47.29	0.62	1,380,289	1,072,664	-22.29	0.78
Elektrik - Elektronik Mak. Bilişim	880,442	1,061,315	20.54	9.30	3,301,949	3,976,877	20.44	8.50	10,114,100	11,875,439	17.41	8.58
Makine ve Aksamlar	412,460	452,129	9.62	3.96	1,559,523	1,728,468	10.83	3.70	4,289,099	5,290,624	23.35	3.82
Demir ve Demir Dışı Metaller	552,608	515,717	-6.68	4.52	2,045,851	2,078,916	1.62	4.44	5,565,300	6,319,967	13.56	4.57
Çelik	1,455,420	1,332,273	-8.46	11.68	5,097,519	5,292,057	3.82	11.31	13,768,679	15,500,777	12.58	11.20
Çimento Cam Seramik ve Toprak	280,115	273,753	-2.27	2.40	1,004,354	1,000,654	-0.37	2.14	3,112,893	3,159,417	1.49	2.28
Mücevher	130,593	157,103	20.30	1.38	480,103	705,099	46.86	1.51	1,308,334	1,700,642	29.99	1.23
Savunma Sanayii	55,857	101,676	82.03	0.89	90,327	346,788	283.93	0.74	298,405	645,051	116.17	0.47
İklimlendirme Sanayii	364,927	320,587	-12.15	2.81	1,249,679	1,221,684	-2.24	2.61	3,399,758	3,762,901	10.68	2.72
Diğer Sanayi Ürünleri	7,873	8,108	2.99	0.07	27,933	27,421	-1.83	0.06	64,888	73,084	12.63	0.05
III. MADENCİLİK	325,757	323,465	-0.70	2.84	1,147,038	1,161,082	1.22	2.48	3,740,163	3,882,732	3.81	2.81
Madencilik Ürünleri	325,757	323,465	-0.70	2.84	1,147,038	1,161,082	1.22	2.48	3,740,163	3,882,732	3.81	2.81
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat					43,293,634	46,773,799	8.04	100.00	121,802,372	138,395,417	13.62	100.00
T O P L A M (*)	11,744,357	11,407,106	-2.87	100	43,293,634	46,773,799	8.04	100	121,802,372	138,395,417	13.62	100

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

■ B&RL&KLER

Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB)
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 İhracatçıları Birliği (DAİB)
Tel: 0 442 214 11 84-85
Faks: 0 442 214 11 89-90
e-mail: daib@tr-net.net.tr
www.daib.org.tr

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

Ege İhracatçı Birlikleri (EİB)
Tel: 0 232 488 60 00
Faks: 0 232 488 61 00
e-mail: eib@egebirlik.org.tr
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.immib.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: 0232 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: 0212 296 90 45
Faks: 0212 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: 0212 557 07 07
Tel: 0212 557 29 64
E-mail: tasiad@tasiadaksesuar.org
www.tasiadaksesuar.org

Tekstil Etiketçileri Derneği
Tel: 0212 565 32 06
Faks: 0212 565 32 06
e-posta: info@etider.org
internet: www.etider.org

Tescilli Markalar Derneği
Tel: 0 212 219 79 99
Faks: 0 212 219 54 83

Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TETSİAD)
Tel: 0 212 292 04 04 (pbx)
Faks: 0 212 292 23 04
e-mail: info@tetsiad.org
İnternet: www.tetsiad.org

Tüm İçgiyim Sanayicileri Derneği (TİGSAD)
Tel: 0 212 438 65 15
Faks: 0212 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 Konfeksiyoncuları 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 (TÜRKRTRADE)
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: dernek@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: 0 312 251 34 98
e-mail: bilgi@dpt.gov.tr
İnternet: www.dpt.gov.tr

Ekonomi Müsteşarlığı
Tel: 0312 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

İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi (İGEME)
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: 212 252 05 00
İnternet: ankarasigim@sgk.gov.tr

İstanbul Vergi Dairesi Başkanlığı
Tel: 0212 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@targev.org.tr
İnternet: www.targev.org.tr

Türk Tekstil Vakfı (TÜTEV)
Tel: 0 212 227 06 05
Faks: 0 212 227 07 05

Türk Dış Ticaret Vakfı (TDV)
Tel: 0 312 235 65 10
Faks: 0 312 235 65 15
e-mail: info@tdv.org.tr
İnternet: www.tdv.org.tr

■ SERBEST BÖLGE

Atatürk Havalimanı Serbest Bölgesi (SBİ)
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
Başmüdir Yrd. Tel: 0 212 377 32 13

Haydarpaşa Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 216 345 32 12
Faks: 0 216 345 32 12

Erenköy Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 216 364 29 75
Faks: 0 216 364 29 75

İstanbul Deri Serbest Bölge Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 216 394 19 07
Faks: 0 216 394 19 21

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

Halkalı Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 212 678 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 seçkin keten üretimi...

Doğanın derinlerinden gelen keten lifleri bir yanda natürel esasını korurken, diğer yandan üstün teknoloji ile dayanıklı ve düzgün iplikler haline getirilmektedir. 3 NM ile 60 NM arasında üretilen keten ipliklerimiz naturel, kasarlı, boyalı olarak temin edilmektedir. Keten ipliğinin en büyük üreticisi Kingdom, uzun senelerdir dünyanın kaliteyi arayan dış giyim ve ev tekstili firmalarının tercihi olmuştur. Filofibra güvencesi ile İstanbul depolarımızdan anında fabrikalarınıza servis avantajı ile...

**Kingdom; ketenle
daha kaliteli yaşam.**



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



CONFIDENCE IN TEXTILES
CONFIDENCE IN UNIVERSAL FABRICS



ULTRA-FRESH



UNIVERSAL

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