

TÜRK TİCARET KANUNU
YENİLİKLERLE GELDİ

DOMOTEX'İN TERCİHİ
İSTANBUL'DAN YANA

TEŞVİK SİSTEMİ
YÜRÜRLÜKTE

İÇ GİYİMİN DIŞAVURUMU

ASTAŞ JUKI

Teknoloji ve Çözümler Dünyası



assyst

Premium CAD Sistemleri

**topcut
bullmer**

Kesimhane Teknolojileri



StyleShoots
Photo Studio



StyleShoots
Photo Studio



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)

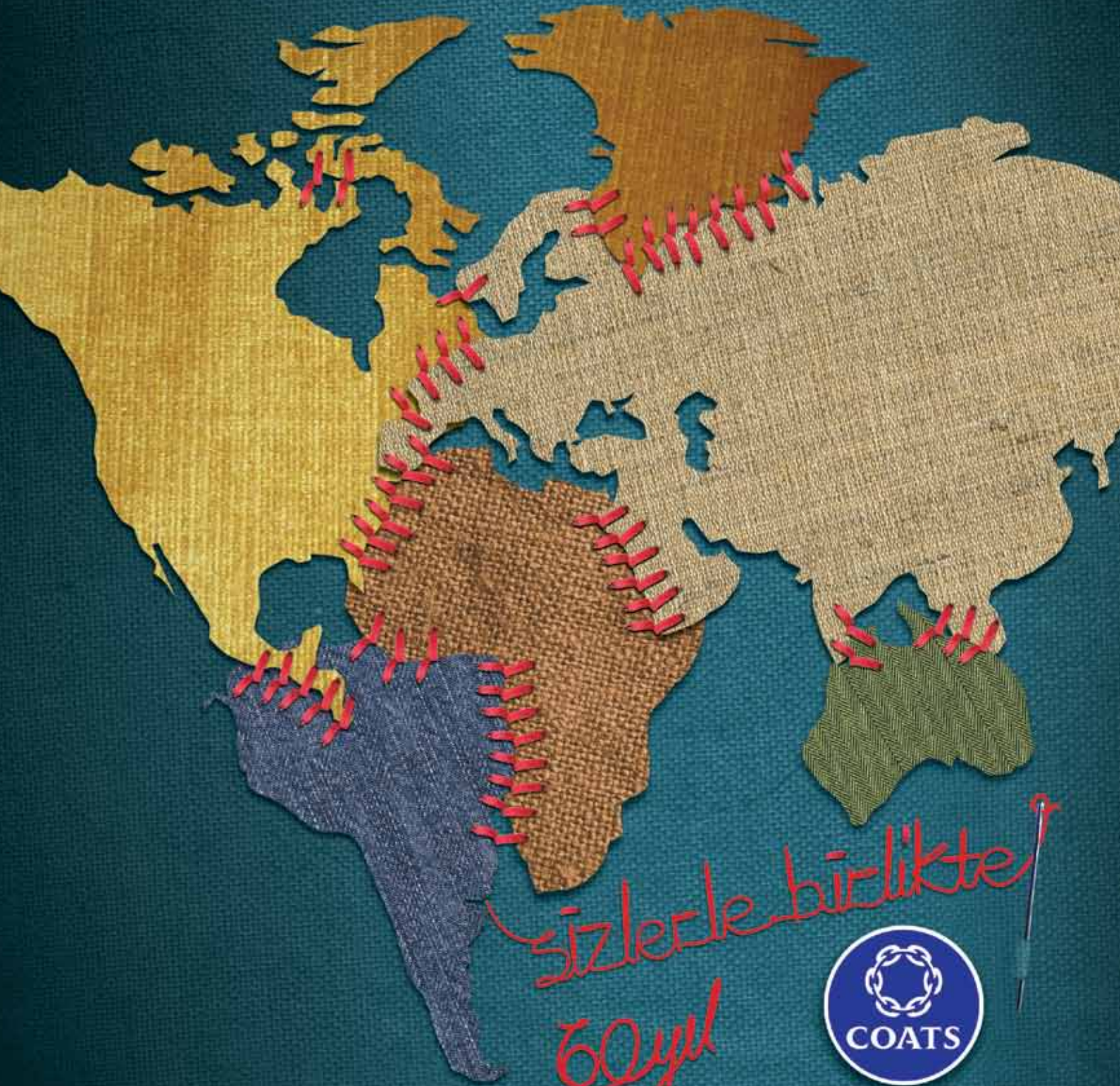


astasjuki@astasjuki.net www.astasjuki.net

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

Dünyayı Birleştiriyoruz!



*Sizlerle birlikte
Özellik*



SAHİBİ

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri adına Selçuk GÖKART

DANIŞMA KURULU

Hikmet TANRIVERDİ,
İsmail GÜLLE,
Lemi TOLUNAY,
İbrahim YILMAZ

YAYIN KURULU BAŞKANI

Birol SEZER

YAYIN KURULU

Sabri Sami YILMAZ, Selahattin SARI,
Nilgün ÖZDEMİR, Jale TUNÇEL,
İsmail KOLUNSAĞ, Okyay MIZRAK,
Şahin DOĞAN, İdris AKDOĞAN,
Elsane TURAN, Özcan SÜMER, Sultan
TEPE, Ömer ÖZPEHLİVAN, Derya
YARANGÜMELİ, Muammer AKÇAY,
Rıva PINTO, Didem SÜMER, Vehbi
CANPOLAT, Cengiz ÖZMEN, Ferzat
ERDEBİL, Arzu Odabaşı SARI, Hüseyin
ÇETİN, Ali Cafer ÇELİK, Yücel ELİBOL,
Zalil MİSİRLİOĞLU, 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
FAX: (212) 4540415
WEB: www.itkib.org.tr
e-mail: info@itkib.org.tr

YAPIM

KÜÇÜK MUCİZELER

Küçük Mucizeler Yayıncılık ve İletişim
Hizmetleri Ltd. Şti.

YAYIN DİREKTÖRÜ

Tolga TOPÇU
tolgatopcu@kucukmucizeler.com

SORUMLU YAZI İŞLERİ MD.

Hüsnüye PAMUK
husnepamuk@kucukmucizeler.com

GRAFİK TASARIM

Uğur KARAGÜL

EDİTÖRLER

Bahtiyar ORHAN
bahtiyar@kucukmucizeler.com

Hülya ULUPINAR
hulyaulupinar@kucukmucizeler.com

Aslı KARAKAYA
aslikarakaya@kucukmucizeler.com

FOTOĞRAFLAR

Fatih YALÇIN
fatihyalcin@kucukmucizeler.com

Sadık GÜLEÇ

PAZARLAMA İLETİŞİMİ

REKLAM GRUP DİREKTÖRÜ

Özgür SEYHAN
ozgurseyhan@kucukmucizeler.com

REKLAM SATIŞ KOORDİNATÖRÜ

Özgür HASÇELİK
ozgurhascelik@kucukmucizeler.com

BASKI ÇİLT

Matsis Matbaa Hizmetleri Ltd. Şti.

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

DAĞITIM

Teke Kurye

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

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

İLETİŞİM

Şehit Ertuğrul Kabataş Cad.
Bozkır İş Merkezi No:12 Kat:2 D:6
Mecidiyeköy İstanbul
(0212) 211 68 55 - 73



- 6 **KISA**
- 12 **İTKİB**
- 20 **SEKTÖR**
Hazır giyim liderlerinden Denizli çıkarması
- 22 **SOSYAL SORUMLULUK**
İTKİB sosyal sorumluluğu tuvallere taşıdı
- 24 **YARIŞMA**
Teknik tekstilde özgün tasarım arayışı
- 25 **YARIŞMA**
Yaratıcı halı tasarımları Domotex'te boy gösterecek
- 26 **SEKTÖR**
Japon heyetinden Türk firmalara yeşil ışık
- 28 **OTOMOTİV**
Otomotiv tekstili önem kazanıyor
- 30 **FUAR**
Wintexpo Fuarı'na dev katılım
- 32 **FUAR**
Domotex'in tercihi İstanbul'dan yana

- 34 **EĞİTİM**
İTKİB Okulları'nda mezuniyet vakti
- 44 **SEKTÖR**
Hazır giyimcilere Amerika yolu göründü
- 46 **FUAR**
Pitti'nin kapıları Türk firmalarına açıldı
- 48 **SEKTÖR**
Tekstilci kalitesini heyetlerle dünyaya taşıyor
- 50 **SEKTÖR**
Deri kimyasallarında limitler ve analizler...
- 52 **GÜNDEM**
Alışverişin kalbi İstanbul Shopping Fest'te attı
- 60 **BAŞARI HİKAYESİ**
Nasıl başardılar?
- 64 **TASARIM**
Türk kumaşları baobab ağacını giydirdi
- 66 **SEKTÖR**
"Kümelenme Modeli" devlet desteği bekliyor
- 70 **GÜNDEM**
Yatırımcının umudu teşvikle yeşerdi
- 72 **GÜNDEM**
İş adamları Muş'a çıkarma yaptı
- 80 **DOSYA**
İç giyim dışı vurumu
- 92 **SEKTÖR**
Deride hedef 10 milyar dolar
- 96 **KALKINMA AJANSI**
İstanbul Kalkınma Ajansı geleceğe köprü oluyor
- 100 **TREND SEMİNERİ**
Nelly Rodi'den yaz modasına dair ipuçları
- 106 **SEKTÖR**
Türkiye'nin kalite altyapısı Ekoteks güvencesinde
- 108 **BRÜKSEL MEKTUBU**
- 110 **İMA**
Genç tasarımcılar moda portfolyosunu hazırlıyor
- 112 **FUAR**
Tekstilin gücü makine sanayiye yansıyor
- 116 **TİCARET HUKUKU**
- 118 **İTKİB OSAP**
İTKİB üyeleri kartasiye masrafından kurtuldu
- 120 **RÖPORTAJ**
Eskimeyen trend: Parça boyama
- 122 **MODA**
Modayı takip ediyor yakışmayanı giymiyoruz
- 124 **TREND SEMİNERİ**
Nelly Rodi'den kış sezonu ipuçları
- 126 **GÜNDEM**
İhracat hedefine devlet garantisi geldi
- 128 **FUAR**
Genç tasarımcılar Berlin'i sallayacak

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

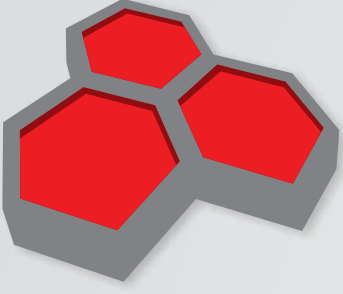


Barkod
Her
Yerde!!!

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



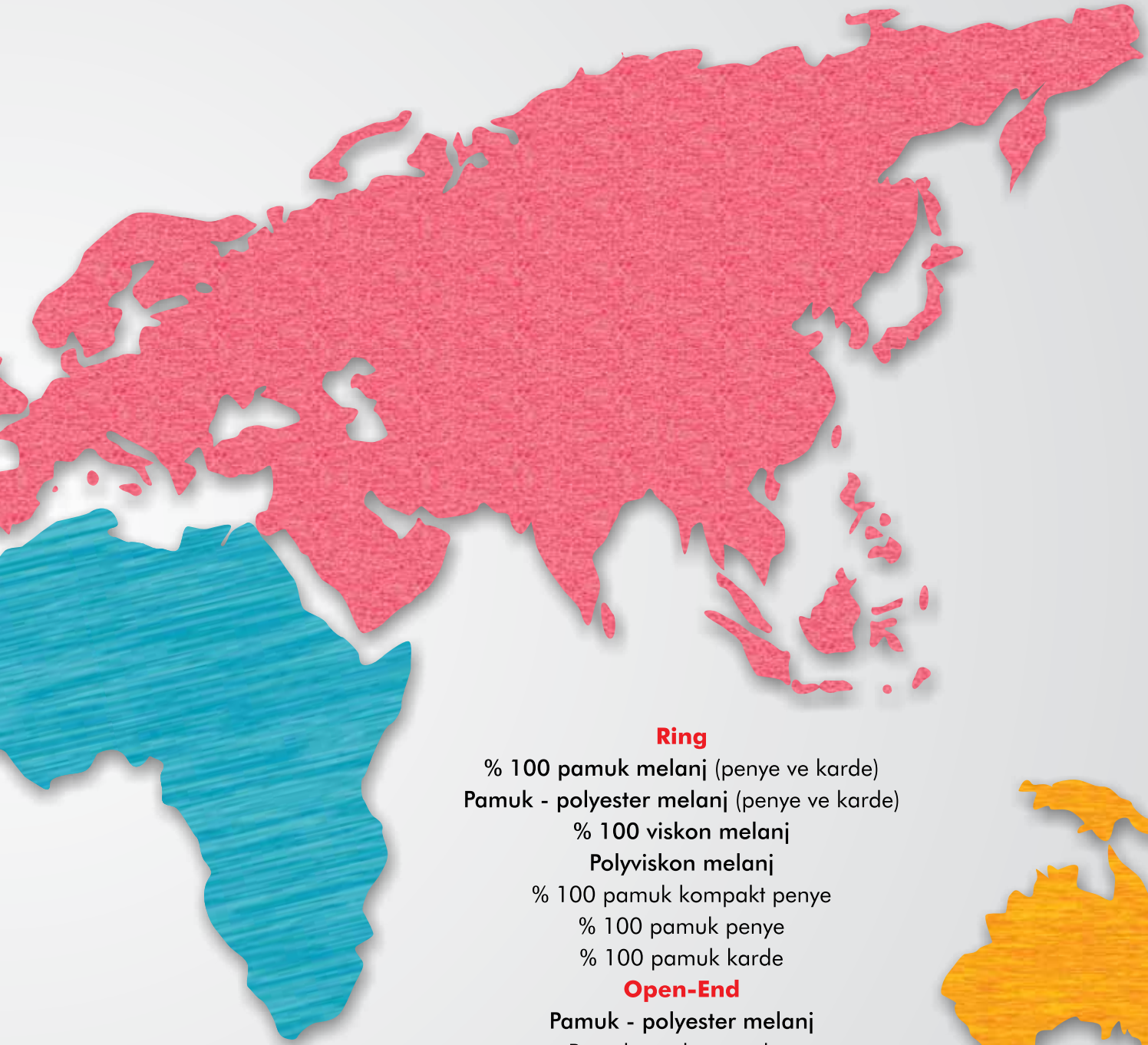
ÇMS[®]
TEKSTİL



Ring Melanj İplikte de Kaliteyi Üretiyoruz

1989 yılından bugüne tekstil sektörüne kaliteden ödün vermeden hizmet eden ÇMS, Open-End Melanj ve Pamuk İpliği üretimindeki kalite geleneğini artık Ring Melanj'da da devam ettiriyor. Üstün üretim teknolojisi, kaliteyi daha da arttıracak çırçır yatırımı ve güçlü laboratuvarı ile ÇMS, Türk kumaş üreticilerinin rekabet gücüne güç katıyor. Farklı elyaf ve karışım oranlarında ring melanj iplikleri ile tekstil sektörüne hizmete devam ediyor.





Ring

% 100 pamuk melanj (penye ve karde)
Pamuk - polyester melanj (penye ve karde)

% 100 viskon melanj

Polyviskon melanj

% 100 pamuk kompakt penye

% 100 pamuk penye

% 100 pamuk karde

Open-End

Pamuk - polyester melanj

Pamuk - polyester ekru

% 100 viskon melanj

Polyviskon melanj

%100 viskon ekru

% 100 pamuk



Merkez | Fabrika 1
Gaziantep yolu üzeri 4. km
Recep Tayyip Erdoğan Bulvarı
46200 Kahramanmaraş/TÜRKİYE
T: +90 (344) 236 12 02 pbx
F: +90 (344) 236 08 13
cms@balsuyu.com

Fabrika 2
Adana yolu üzeri 17. km 46100
Balsuyu Bulvarı Türkoğlu
Kahramanmaraş/TÜRKİYE
T: +90 (344) 629 22 00 pbx
F: +90 (344) 629 22 04
cms@balsuyu.com

İstanbul Şube
Çobançeşme Mh.
Mithat Paşa Cd. No: 37
Bahçelievler İstanbul / TÜRKİYE
T: +90 (212) 639 21 20 pbx
F: +90 (212) 639 37 07
istanbul@balsuyu.com

www.balsuyu.com



'Marine' temasıyla yeni bir yaz

Yazın habercisi detaylar, Kıyılı'nın 2012 yaz koleksiyonunda bir arada. Mavinin gizemi, beyazın saflığı ve kırmızının asaleti yeni koleksiyonda bir araya geldi. Koleksiyonda, gömlekten pantolonlara, t-shirtlerden bermuda şortlara kadar çok geniş bir ürün çeşitliliği var. Tek renkli t-shirtlere işlenmiş detaylar, çizgili desenleriyle erkekleri sportif bir görünüme kavuşturan t-shirtler ve rahatlığı ile ön plana çıkan bermudalar, T-shirt üzerinde ve kollarda kullanılan çizgi detayları, koleksiyona farklı bir hava katıyor. T-shirtlere eklenen yakalar ve göğüs üstü marine işlemleri ise detayların güzelliğini sergiliyor. Bu yaz marine temasına eklenen gri ve yeşil detaylar koleksiyonu zenginleştiriyor.



KİP büyümeye devam ediyor

2012 yılına yeni projelerle giren KİP, kısa süre önce hazırlanan, özel ve sınırlı sayıda üretilen Kenan İmirzaloğlu by Kip koleksiyonunu ilk kez basınla paylaştı. KİP Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Doğan'ın ev sahipliği yaptığı toplantıya, KİP Marka Elçisi Kenan İmirzaloğlu da katıldı. Doğan, dünya ekonomisindeki gerilemeye rağmen, Kip olarak Türkiye ekonomisindeki büyümeye paralel bir büyüme gösterdiklerini ifade etti. KİP'in mağaza, corner, GG Store ve franchise'larla birlikte, yurtiçinde 48 ilde, 100 adet satış noktası bulunurken, firma her geçen gün artan talepler doğrultusunda, 2012 yılında 125 satış noktasına ulaşmayı hedefliyor.



El ver, hayata tutunsun

Sertaç Delibaş İstanbul markası Limango'daki kampanyasından; çiçeksepeti.com ise özel ürünlerinden elde edilen gelirin bir kısmı ile koruncukları sevindiriyor. Alışveriş sitesi limango.com üzerinden alınan Sertaç Delibaş tasarımı ayakkabılardan sağlanan gelirin bir kısmı kampanya kapsamında TKMÇV'ye bağlanacak. Kimsesiz çocuklara yapılan diğer bir destek de Türkiye'nin her yerine taze çiçek, kek, kurabiye, meyve buketleri ve hediyeler gönderen çiçeksepeti.com kampanyasıyla, "AT923, AT1209, GR207, FR1065" kod numaralı ürünlerin satışından sağlanan gelirin bir kısmıyla TKMÇV'ye destek verilmesi.

Matraş yenilikleri peşpeşe

Matraş kadınlarını, bu yaz 50'lerden 70'lere, romantik dokunuşlardan minimal çizgilere geniş bir koleksiyon bekliyor. Matraş, bayanlara dantel görünümlü lazer kesim ayakkabılar, yılan derisi görünümlü deri stiletto, gece-gündüz şıklığın garantisini platform rüganlar, mantar tabanlar ve ışıl ışıl parti ayakkabıları sunuyor. Erkek koleksiyonunda ise klasik iş ayakkabıları yumuşak tabanları sayesinde erkeklerin gün boyu ayakta kalmasına yardımcı oluyor. En dikkat çekici yenilik ise İtalyan mükemmeliyetçiliğini vurgulayan öne püsküllü ve saçaklı modeller. Matraş ayrıca, bu yaz kanvas çantalarla geometrik oyunlar oynuyor. Çizgili ve yuvarlak desenler, üzerindeki metal aksesuarlar, geometrik desenlere kadar Matraş her şeyi düşünmüş.





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

İlk kez Türk markası için tasarladı

Mavi, dünyaca ünlü tasarımcı Hüseyin Çağlayan ile ortaklaşa hazırlayacağı koleksiyonun müjdesini verdi. Chalayan / Mavi adını taşıyan koleksiyon, 2013 İlkbahar-Yaz sezonu ile birlikte Türkiye, Amerika, Kanada ve Avrupa'da satışa sunulacak. Hüseyin Çağlayan'ın ilk kez bir Türk markasına hazırlayacağı koleksiyonda, kadınlar için skinny ve yüksek bel jean pantolonlar, şort, elbise ve üstlerden oluşan 20'ye yakın tasarım yer alacak. Çağlayan, "Lükse dayalı tasarım geçmişim ve inovasyon tutkumla yeni teknikler geliştirmeyi, vücudu denimle şekillendirip güzelleştiren, modern ve zarif bir koleksiyon tasarlamayı amaçladım." dedi. Mavi Genel Müdürü Cüneyt Yavuz, Çağlayan'la çalışmaktan büyük gurur duyduklarını belirtti.



Uygun'dan sıra dışı çizgiler

Milano Marangoni Enstitüsü'ndeki eğitiminden sonra işlerini Türkiye ve İtalya'da eşzamanlı olarak sergilemeye devam eden Özlem Uygun, Galata Moda Haftası'na 'Geometric Dreams' konseptli tasarımlarından oluşan 2012 Bahar-Yaz koleksiyonu ile katılıyor. Doğal içerikli kumaşların farklı renk kombinasyonları kullanılarak oluşturulan koleksiyonda tasarımların belirli bir trend ya da yaşa hitap etmemesi tüm parçaların uzun yıllar farklı nesiller tarafından kullanılmasını mümkün kılıyor. İtalyan markalarına freelance tasarımlar da yapan Uygun, dairesel geometrik hatları sade bir ifade ile yorumladığı yeni koleksiyonunda yine kontrast biye detayları kullanıyor.

Penti'den çok özel yenilikler

Penti'nin doğallık, sadelik ve zarafetten ilham alarak yarattığı iç çamaşırı koleksiyonu minik detaylarıyla göz dolduruyor. Toparlayıcı özelliğe sahip iç çamaşırların yanı sıra ince dantel detayları ve dikiş kullanılmadan form verilen sütyenleriyle giysilerin dışından belli olmayacak şekilde tasarlanması en önemli özelliklerinin başında. Penti ayrıca Türkiye'de ilk defa, dünyada şimdiki kadar yaşanan heyecan verici, eğlenceli uygulamalardan birisini İstiklal Caddesi'ndeki mağazasında hayata geçirdi. Mayo ürün grubu için hazırlanan uygulamada; vitrin ekran gibi kullanılarak sanal catwalk üzerinden ürünlerin eğlenceli bir sunumu gerçekleştirilirken, kurgulanan mekanizma sayesinde mağaza önündeki tüketici de el sallayarak show'u hareketlendirebiliyor.

Tülin Şahin kitabını imzaladı

Silk & Cashmere'in marka yüzü Tülin Şahin, Silk & Cashmere İstinye Park mağazasında ipeğin büyüğünden vazgeçemeyenler ile buluştu. Çok satanlar listesinde ilk sıralarda yer alan 'Top Model Nasıl Olunur?' kitabını imzalayan ünlü top modelle tanışma fırsatı yakalayan müşteriler, Tülin Şahin'i soru yağmuruna tuttular. Silk & Cashmere mağazası önünde uzun kuyruklar oluşturan hayranları arasında annesinin kucağındaki bir bebek Tülin Şahin'in hemen ilgisini çekti. Kitabını elinden bırakmayan bebekle fotoğraf çektiren Şahin; "Geleceğin Top Modeli olacak, şimdiden belli" dedi.





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
Yeni Bosna / Bahçelievler / İSTANBUL
Tel : +90 212 652 25 50 (Pbx)
Faks : +90 212 652 09 90
barkod@akmazbarkod.com





Tergan ile özgürlük

Tergan'ın bol alternatifli sandalet modelleri arasında seçim yapmakta zorlanacaksınız. Bu yıl çiçek desenleri ve military'den yola çıkan pastoral ve etnik temalar çok moda. Modern çizgilerle Tergan 2012 Yaz Sandalet koleksiyonu aynı kombinle üretilen çantalarla beğenimize sunuluyor. Birbirinden güzel, rengârenk seçenekleriyle Tergan bavulları ise gerçekten baş döndürücü. Tekerlekli ve gizlenebilen saplarıyla Tergan bavulları son derece kullanışlı. Öyle ki seyahatinize sanki hiç eşyanız yokmuş gibi büyük bir rahatlıkla devam edebileceksiniz. Ağırılık kaldırması sakıncalı olanlar ve yaşlılar için de kaliteli el işçiliğinden ödün vermeden güncel trendler ışığında hazırlanan Tergan seyahat koleksiyonu ideal bir çözüm.



Calvin Klein erkekleri iddialı

Dünyanın en kaliteli plaj aksesuarları ile şık, rahat ve renkli erkek mayolarıyla dikkat çeken Calvin Klein, plaj alışverişi sıralamasında ilk sıraya yerleşiyor. Dünya markaları içerisinde erkeklerle en prestijli görünümü sunan Calvin Klein, yeni yaz koleksiyonunda yer alan birbirinden renkli mayo ve şortlarıyla erkeklerin iddialı görünmesini sağlıyor. Erkeklerin gözdesi Calvin Klein'in 2012 yaz sezonu şort ve mayoları, mavilerin turuncuların, pembelerin, yeşillerin en canlı tonlarıyla özel olarak hazırlandı. Koleksiyonda yer alan en özel desenler de erkekleri farklı kılacak detaylar arasında yer alıyor.



Ramsey Dünya Vitrininde

Yenilikçi ve tasarım odaklı duruşuyla dikkat çeken Ramsey, bu yılın başında ilk kez katıldığı ve büyük ilgi gördüğü dünya erkek modasının referans noktası Pitti Imagine Uomo Fuarı'nda çok özel bir stantla yer aldı. 19-22 Haziran tarihleri arasında Floransa'da düzenlenen fuarda Ramsey, koleksiyonunu ilk kez dünya vitrinine çıkardı. İlhamını 1920'li yılların dünyasını anlatan ünlü 'Great Gatsby' filminden alan, hafiflik, rahatlık ve şıklığı aynı anda sunabilen Zero Weight teknolojisinin enerjisiyle hazırlanan koleksiyonu, moda profesyonellerinin karşısına Pitti Imagine Uomo'da çıktı. 19 ülkede 100 satış noktası bulunan Ramsey'in hedefi 5 yıl içinde dünya genelinde 250 mağazaya ulaşmak.

Astaj Juki'den eğitime destek

ASTAŞ Holding tarafından 7 milyon 250 bin liraya yapılacak Ondokuz Mayıs Üniversitesi (OMÜ) Turizm Fakültesi'nin temel atma töreni yapıldı.

Temel atma törenini Gençlik ve Spor Bakanı Suat Kılıç, Milletvekilleri ve Aşçı ailesi tarafından gerçekleştirildi. ASTAŞ Holding Yönetim Kurulu Başkanı Vedat Aşçı, "Turizm Fakültesi'nin Bafra'ya hayırlı olmasını diliyorum. Türkiye, turizm ülkesi olarak gittikçe gelişiyor. Doğasıyla tarihiyle geçmişiyle ve genç nüfusuyla dinamik bir turizm ülkesi olarak ilerliyor. Bu ilerleyen sektörde yetişmiş, eğitilmiş insanlara ihtiyacımız var. Bu yatırım da buna büyük bir zemin oluşturacak" dedi.



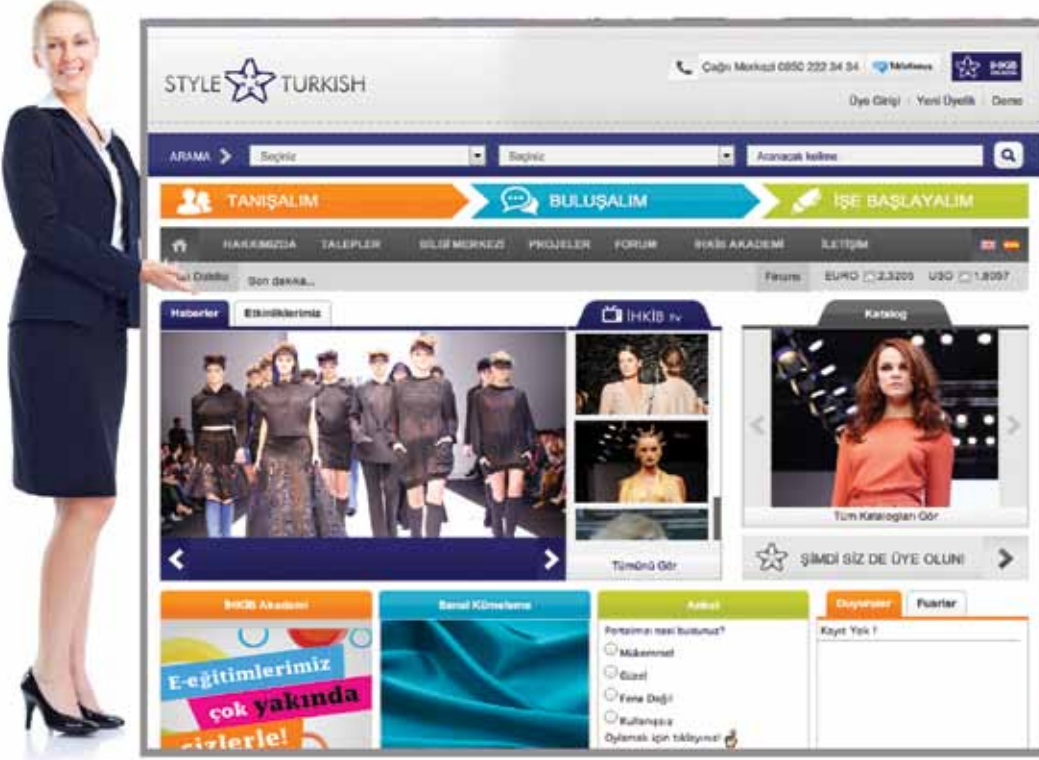
Emr

Yeni gizli fermuar

Şimdi
daha güçlü,
daha gizli

Amman
Nazar Değmesin!





HAZIR GİYİM İHRACATÇILARININ ÇATI KURULUŞU İHKİB, SEKTÖR FİRMALARINI DÜNYANIN HER YERİNDEN TEDARİKÇİ VE ALIM OFİSLERİYLE BİR ARAYA GETİRECEK OLAN STYLE TURKISH PORTALINI HİZMETE AÇTI

ürünlerini portaldan duyurarak küresel çapta bağlantılar oluşturabiliyorlar. Style Turkish portalının sunduğu hizmetler arasında, hazır giyim sektörünü yakından ilgilendiren, haberler, etkinlikler, duyurular, sektörel eğitimler, raporlar, istatistikler ve finansal bilgiler güncel biçimde sunulurken, İHKİB TV aracılığı ile bilgi görsel olarak da aktarılıyor. Portala ilişkin daha ayrıntılı bilgi, internet adresinden ve 0850 222 34 34 nolu ücretsiz çağrı merkezi telefonundan edinilebilir. ❖

Yıllık 16 milyar dolar ihracatı ve 13 milyar dolarlık dış ticaret fazlası ile Türkiye'nin en fazla katma değer sağlayan sektörü hazır giyim, ülkemizi internet üzerinden küresel rekabette bir adım öne geçirecek. Türkiye'de sektörün çatı kuruluşu İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) tarafından hayata geçirilen Style Turkish portalı aracılığıyla, 9 binin üzerindeki ihracatçı firma, küresel çapta ki 800 bin tedarikçi ve dünyanın en büyük alım ofisleriyle buluşacağı, sektörün en büyük iş ve iletişim platformuna kavuşuyor. İhracatçıların rekabet avantajlarını artırmayı kendilerine temel amaç edindiklerini belirten İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, sektör firmalarının yerel ve küresel iş ortaklıklarını geliştirebilmeleri ve verimli bir iletişim kurabilmeleri için Style Turkish portalını hizmete sunduklarını söyledi. İki yıla uza-

nan bir hazırlık döneminden sonra portalın ihracatçının hizmetine açıldığını ifade eden Tanrıverdi, "Bir İHKİB markası olan Style Turkish, tekstil ve hazır giyim sektörünün tüm bileşenlerini küresel iş akışının içine katacaktır. Türkiye'nin en büyük sanal değer zincirini oluşturan Style Turkish portalı, firmaların uluslararası ortak işbirliği ağlarının gelişmesine çok önemli katkı sağlayacaktır" şeklinde konuştu.

Sektöre İSTKA'dan tam destek

Style Turkish'e üye tekstil ve hazır giyim firmalarının, dünyanın her yerinden iş ilişkisini kolaylıkla kuracağı ve sektörün uluslararası iş ağlarına entegre olabileceğini belirten Tanrıverdi, portalda firmaların kendi profillerini, ürünlerini ve verdikleri hizmetlerini her yönüyle tanıtmasına olanak sağlandığını, alıcıların da aradıkları ürün ve hizmete kolayca ulaşabileceklerini

vurguladı. Style Turkish portalının tüm altyapı çalışmalarının, İstanbul Kalkınma Ajansı'nın (İSTKA) verdiği destekle gerçekleştirildiğini kaydeden Hikmet Tanrıverdi, "İSTKA'nın bu projeye katkılarında dolayı müteşekkirimiz. Kamusal anlamda da destek gören projenin temel amacı, Türkiye ekonomisinin lokomotif sektörü hazır giyim rekabet düzeyini güçlendirmek, firmamızın tedariklerini optimum biçimde karşılarken, ürünlerini satabileceği yeni bağlantılar kurabilmelerine imkan vermektir" diye ifade etti.

Uluslararası ticaretin giriş kapısı

www.styleturkish.com adresinden ulaşılabilen portalın en önemli özelliklerinden biri, talep/teklif hizmeti ile üye firmalar arasında satış ve satın alma amaçlı kontak kurulmasını sağlamak. Firmalar, alım ya da satım yapacakları



❖ İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Tanrıverdi



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

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

Daha fazla bilgi için inovasyon@permess.com.tr

Permess
International

a world of textile innovation...

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



EKONOMİ GAZETECİLERİ “YAZA MERHABA DEDİ”



Ekonomi Gazetecileri Derneği'nin geleneksel hale getirdiği “Yaza Merhaba” etkinliği 13 Haziran Çarşamba akşamı İstanbul Ticaret Odası Vakfı Cemile Sultan Korusu'nda gerçekleşti. İş ve ekonomi dünyasından önemli isimleri ağırlayan etkinliğe İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi de katıldı. Türkiye'nin dört bir yanından 800'ü aşkın ekonomi gazetecisinin üye olduğu Ekonomi Gazetecileri Derneği'nin (EGD) geleneksel “Yaza Merhaba” buluşması bu yıl da adeta ekonomi zirvesi haline dönüştü. İş dünyasından bürokrasiye, yerel yönetimlerden merkezi yönetime tüm ekonomi çevrelerinin bir araya geldiği EGD Buluşması'na Başbakan Yardımcısı Ali Babacan, İstanbul Valisi Hüseyin Avni Mutlu, EGD Başkanı Celal Toprak'la birlikte İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi de katıldı. İstanbul Ticaret Odası'nın katkısıyla düzenlenen etkinlikte ayrıca “Ekonomi Basını Başarı Ödülü”nde dereceye giren gazeteciler de plaketlerini Başbakan Yardımcısı Ali Babacan'ın elinden aldı. Yaza Merhaba Kokteyli ve Ekonomi Basını Başarı Ödülleri töreninde konuşan Babacan, geleneksel hale gelen ve her sene beraberce yaptıkları organizasyon için dernek başkanı ve yöneticilerini kutladı. Törende yaptığı konuşmada Türkiye'nin kendine duyduğu özgüvenin ekonomi gazetecilerine de yansıdığı olduğunu belirten Babacan, yakalanan bu ivme için, ekonomi gazeteciliğinde gelinen nokta ve kalite için tüm gazetecileri kutladığını söyledi. Gazetelerin ekonomi sayfaları, dergiler, ekonomi kanalları ve internet medyasının ekonomi konusunda büyük aşama kaydettiğini belirten Babacan, artık çok daha sağlıklı haberler gördüklerini, doğru haberlerin daha hızlı şekilde halkla ve iş dünyasıyla buluşturulduğunu dile getirdi.

İHRACAT MAYIS'TA YÜZDE 7 ARTTI

TİM tarafından her ay bir ilde düzenlenen geleneksel basın toplantılarının bu ayki durağı Antalya oldu. Antalya'da gerçekleşen toplantıda Mayıs ayı ihracat rakamları açıklanırken, 2011 yılının başarılı ihracatçılarına da ödülleri takdim edildi. Toplantıya, Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan da katıldı. Türkiye'nin ihracatı Mayıs ayında geçen yılın aynı ayına göre yüzde 7,3 artışla 11 milyar 816 milyon 419 bin dolar oldu. Geçtiğimiz ay TİM kayıtlarına göre düşüş yaşanan, ancak dün Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından açıklanan kesin rakamlarla yüzde 8'e yakın yükselen ihracat, bu ay da yukarı yönlü seyrine devam etti.



Yılın ilk 5 ayında ise ihracat yüzde 10,31 artışla 59 milyar 833 milyon dolara yükseldi. Son 12 aylık ihracat ise 140 milyar doları geride bıraktı. 2012 için belirlenen 150 milyar dolar hedefe doğru emin adımlarla ilerlediklerini belirten TİM Başkanı Mehmet Büyükekçi, büyüme motorunun ihracat olacağını dikkat çekti. TÜİK tarafından dün açıklanan dış ticaret verilerine göre, Nisan ayında dış ticaret açığının yüzde 27,3 gerilediğini hatırlatan Büyükekçi, “İthalatımız yüzde 8 azalışla 19 milyar 274 milyon dolar oldu. Dış ticaret açığımız da 6 milyar 698 milyon dolara geriledi. İhracatın ithalatı karşılama oranı ise Nisan ayında yüzde 65,8 oldu” diye konuştu.

GERÇEĞİNDEN AYIRAMAYACAKSINIZ!

GERÇEK KÜRK VE DERİ İÇİN HAYVAN KATLAMINA 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

TEKSTİLCİLER AĞUSTOS'TA BREZİLYA'DA



Güney Amerika'nın ekonomik merkezi konumunda olan Brezilya'daki en önemli uluslararası ev tekstili fuarı olan "Textil House South America", 19-22 Ağustos 2012 tarihleri arasında gerçekleşecek. Başlangıçta House & Gift fuarının alt bölümü olarak oluşturulan ve zaman içinde büyüyerek bağımsız bir etkinlik haline gelen "Textil House South America Fuarı"na İTHİB bu yıl da milli katılım gerçekleştiriyor. Güney Amerika'nın birinci, dünyanın ise sekizinci büyük ekonomisi olan Brezilya'daki en önemli uluslararası ev tekstili buluşmasına sahne olan fuar, çevre ülkelerden de binlerce alıcıyı bünyesine çekiyor. Brezilya ile birlikte Güney Amerika'daki gümrük oranları nispeten daha düşük olan diğer ülkelerden de yoğun ziyaretçi çeken Textil House South America Fuarı ile eş zamanlı olarak gerçekleşen House&Gift Fuarı'nı bu yıl 1300 katılımcı firma ve yaklaşık 100 bin profesyonel alıcıyı ağırlaması hedefliyor. Geçtiğimiz yıl Türkiye'den yoğun bir katılımı gerçekleştiren fuarın Türk ev tekstili üreticileri için 2012 yılında da yeni pazar fırsatları sunması bekleniyor. Fuara katılacak firmalara çeşitli hizmetler sunan İTHİB, firmaların stand alanı kiralaması, ürünlerin nakliye, gümrükleme ve sigortası, reklam ve tanıtım hizmetleri ile birlikte, fuar resmi katalogu ve milli katılım özel broşüründe yer almasını sağlayacak.

ÇAĞLAYAN 1 YILLIK ÇALIŞMALARINI ANLATTI

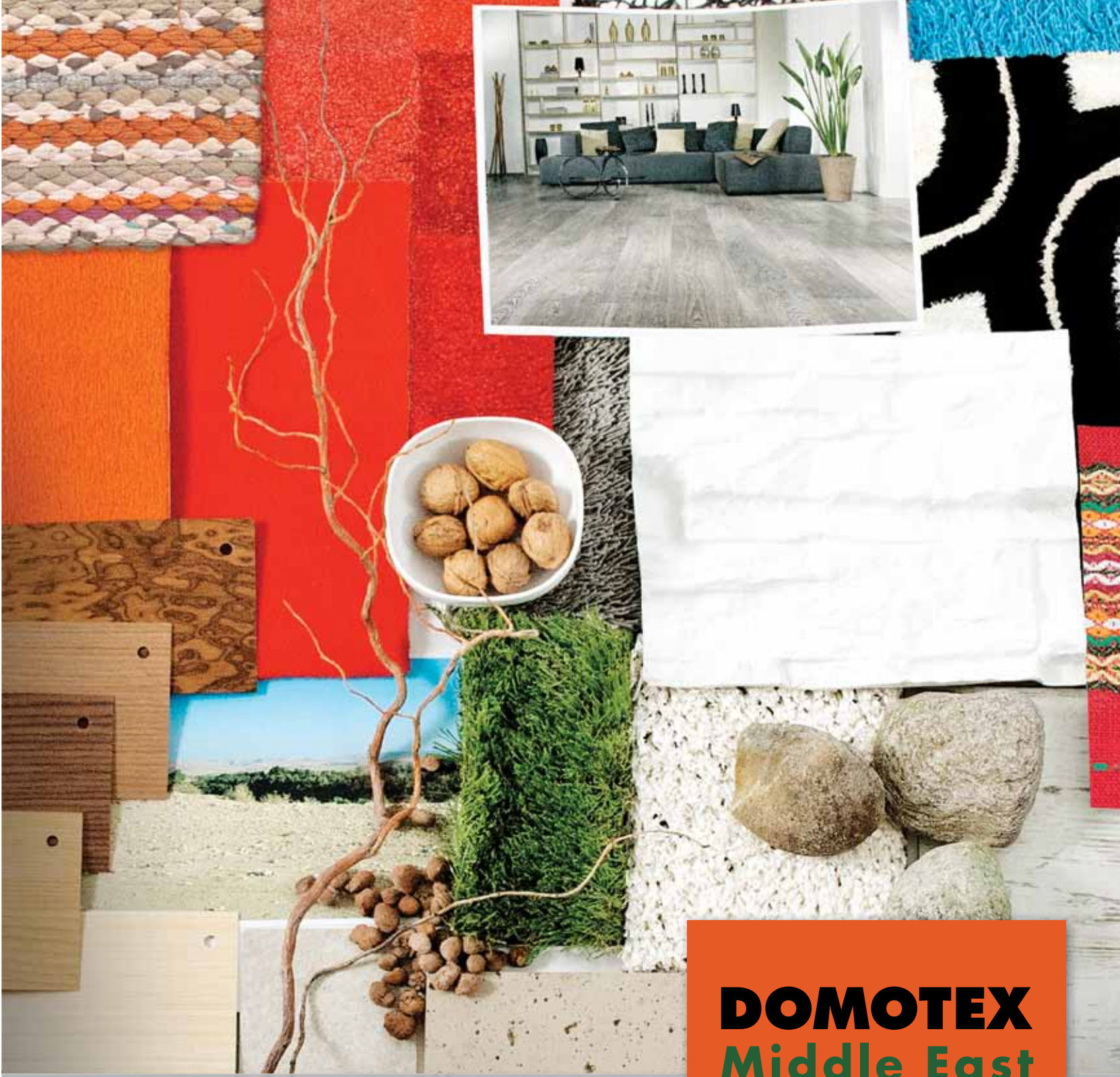
Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan, son 1 yıllık çalışmalarını anlatmak için 15 Haziran günü siyaset, iş, ekonomi ve basın çevreleri ile Mersin'de bir araya geldi. Toplantıda okulların tatile girdiği bu dönemde nasıl öğrenciler karnelerini almışsa, kendilerinin de "Mersin İcraat Karnesi"ni paylaştıklarını dile getiren Çağlayan, "İstikrar Sürsün, Mersin Büyüsün" sloganı ile çıktıkları yolda Mersin'e parti kimliğinin ötesinde birer nefer gibi hizmet etmeye adanmış olduklarını dile getirdi. Mersin limanının Türkiye'nin en önemli liman, en önemli turizm, en önemli lojistik merkezlerinden biri olacağını belirten Çağlayan, "Bu bir hayal değil, Mersin zaten bunu hak ediyor. İşte bugün, Mersin'i Türkiye'nin, Akdeniz'in ve dünyanın en önemli kentlerinden biri haline getirmek için tek tek ne söz verdik, ne aşamadayız, bunları konuşacağız" dedi. Mersinlilerin kendilerine Mersin'i marka şehir yapma sorumluluğunu yüklediğini belirten Çağlayan, "Biz de bu sorumluluğu yerine getirmeye çalıştık, çalışmaya devam ediyoruz" dedi.



AYAKKABICI RUSYA PAZARINDA LİDERLİĞE YÜRÜYOR



Türk ayakkabı sanayicisi 441 milyon dolarlık toplam ihracatının yüzde 18,5'ini gerçekleştirdiği Rusya pazarında, ikinci ülke konumunda bulunan İtalya'yı geçmeyi hedefliyor. Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD) Yönetim Kurulu Başkanı İslam Şeker, yaptığı açıklamada, 2012 yılının ekonomik anlamda dünyada zor bir yıl olduğunu belirterek, geleneksel pazarlarda süren ekonomik sıkıntılar, Arap ülkelerindeki siyasi belirsizlik ortamı ve özellikle Avro Bölgesi'nde yaşanan krizin zorunlu tüketim maddesi olan ayakkabı sektörünü de etkilediğini belirtti. Söz konusu gelişmelere rağmen bu yıl dolar kurunda aşağı yönlü bir oynama olmadığı takdirde ayakkabı ihracatının yüzde 20 civarında artacağını, ithalatın ise aşağı yönde seyredeceğini düşündüğünü ifade eden Şeker, 2012'de mevcut pazarlarda imajlarını pekiştirmeyi ve pazar payını artırmayı planladıklarını söyledi. Sektör olarak yurt dışındaki fuarları yakından takip ettiklerini anlatan Şeker, "Örneğin Moskova'daki Mosshoes Ayakkabı Fuarı'na 27 firmayla katıldık. Rusya, bizim için önemli bir ülke. Şu an Rusya'ya ihracat yapan Çin, İtalya ve Vietnam'dan sonra 4'üncü ülkeyiz. 441 milyon dolarlık ihracatımızın yüzde 18,5'ini, yani 104 milyon dolarlık bölümünü Rusya'ya yapıyoruz. Kısa vadede hedefimiz İtalya'yı geçerek ikinci sıraya oturmak" diye konuştu.



**YERİN TÜM DOKULARINI
HİSSEDİN!**

**DOMOTEX
Middle East**

**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



etikette; etiket sanayi

Etiket Sanayi a.ş.

since 1976

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

Bez Baskı Etiket
Cloth Printing Labels

Barcod Etiket
Barcode Label

Silikon Etiket
Silicone Label

Deri Etiket
Leather Label



Karton Etiket
Carton Label

Jakron;Kanvas
Jakron ; Canvas

Serigraf & UV Lak
Screen Printing & UV lacquer

Lazer Frekans
Laser Frequency

Ultrasonic Kesim
Ultrasonic Cutting

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

www.etiketsanayi.com
etiket@etiketsanayi.com

etikette; etiket sanayi

Etiket Sanayi a.ş.

since 1976



HAZIR GIYİMİN LİDERLERİNDEN DENİZLİ ÇIKARMASI

HAZIR GIYİM VE KONFEKSİYON SEKTÖR KURULU'NUN OLAĞAN KURUL TOPLANTISI 17 HAZİRAN'DA DENİZLİ'DE GERÇEKLEŞTİ. YENİ TEŞVİK PAKETİ İLE İLGİLİ GELİŞMELERİN DEĞERLENDİRİLDİĞİ BULUŞMADA, İSTİHDAM TEŞVİK PAKETİNDE HAZIR GIYİM VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜNÜN GÖRÜŞÜNÜN DE OLUŞTURULMASI GEREKTİĞİNE DİKKAT ÇEKİLDİ.



Hazır giyim sektörünün gündemini oluşturan konuların detaylı olarak değerlendirildiği, daha önce alınmış kararların gözden geçirildiği, yeni kararlar alınması durumunda bu kararların sektörün mensubu katılımcılarla paylaşıldığı “Hazır Giyim Sektör Kurulu Toplantısı” 17 Haziran’da Denizli’de gerçekleştirildi. İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Hikmet Tanrıverdi, TİM Başkan Vekili ve İHKİB Başkan Yardımcısı Ahmet Akbalık, Denizli İhracatçıları Birliği (DENİB) Başkanı Süleyman Kocasert, Ege İhracatçıları Birliği (EHKİB) Başkanı Emre Kızılgüneşler, İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri Nilgün Özdemir, Harun Bayramoğlu ile birlikte İTKİB Genel Sekreterliği’nden temsilcilerin katıldığı toplantıda, sektörde yaşanan son gelişmeler masaya yatırıldı. Hazır giyim

liderlerini bir araya getiren toplantıda, Yeni Teşvik Paketi ile ilgili gelişmeler öncelikli olarak değerlendirildi. Toplantı boyunca, istihdam teşvik paketinde hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün görüşünün de oluşturulması gerektiğine dikkat çekildi. Toplantıda ihracat ve ithalat rakamları ile birlikte 2012’de gerçekleşen EVTEKS Fuarı da değerlendirildi.

En büyük sorun; yatırımlar için işgücü bulmak

Yeni Teşvik Sistemi ile ilgili yapılan görüşmelerin değerlendirilmesinin ardından, halen Yeni Teşvik Paketi kapsamında yatırım teşviklerinden yararlanmak amacıyla firmaların en büyük sorununun bu bölgelerde olduğu dile getirildi. Bu illerde yapılan yatırımlar için işgücü bulmak, onları eğitmek ve verimliliklerini belirli bir seviyeye ulaştırmak için ilave bir yatırıma ihtiyaç

duyulduğu belirtildi. Bu anlamda işgücünün yetiştirilmesi konusunda harcamaların İŞKUR tarafından karşılanması gerektiğine dikkat çekildi.

“2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planı” hakkında görüş alışverişinde bulunan temsilciler, her sektörün vizyonunun bu eylem planına göre belirlemesi gerektiğini dile getirirken, Birliklerin sektörel ticaret ve alım heyetleri konusunda yaşadıkları sorunlarla ilgili görüş alışverişinde bulunmasının diğer birliklerin de benzer sorunları yaşamasını engelleyeceğini ifade etti. Hem sektörü hem de kadın istihdamını desteklemek amacıyla istihdam desteklerinde kadınlar için zaten varolan pozitif ayrımcılığa yönelik düzenlemelerin daha da geliştirilmesine karar verilen toplantıda, 6111 Sayılı Kanun’la 4447 Sayılı Kanun’un 10. maddesinde yapılan düzenleme çerçevesinde 18 yaşından büyük kadınların

istihdamında belli koşullarda sağlanan SGK prim desteğinde yaş ve süre gibi kısıtlamalar kaldırılması da karara bağlandı. Ayrıca, 2 yıl olarak verilen çıraklık eğitim teşviğinin yeni İstihdam Teşvik Paketi kapsamında 4 yıla çıkarılmasının da önerildiği Sektör Kurulu Toplantısı’nda, Yeni Teşvik Sistemi kapsamında yapılacak yatırımlar için gelir vergisi oranlarının düşürülmesi ve enerji desteği sağlanmasının gerekliliğinde hemfikir olundu. Sektör için önemli olan konulardan bir diğeri ise, İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Harun Bayramoğlu’nun bu sorunlar ve çözüm önerileri hakkında yapacağı çalışmanın e-posta aracılığı ile sektör kurulu temsilcilerine gönderilmesine ve onların katkıları sonrası çözüm önerilerini de içeren nihai çalışmanın Ekonomi Bakanlığı ile Gümrük ve Ticaret Bakanlığı’na gönderilmesine karar verilmesi oldu. ❖

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

İTKİB SOSYAL SORUMLULUĞU TUVALLERE TAŞIDI



Sanatseverler tarafından büyük ilgi gören sergi, görme özürlüler tarafından da gezilebilecek.

TÜRK VE İSLAM ESERLERİ MÜZESİ, SANATINDA 20'İNCİ YILA ULAŞAN ÜNLÜ TÜRK RESSAMI İSMAİL ACAR'IN "5 DUYU 5 OLGU" SERGISİNE EV SAHİPLİĞİ YAPIYOR. YARADILIŞ, AŞK, GÜÇ, KORKU VE KIYAMET TEMALİ SERGİ, İTKİB'İN ANA SPONSORLUĞUNDA 18 EYLÜL TARİHİNE KADAR SANATSEVERLERİN ZİYARETİNE AÇIK OLACAK.

Türk ve İslam Eserleri Müzesi Ressam İsmail Acar'ın "5 Duyu 5 Olgu" temalı sergisine ev sahipliği yapıyor. Türk ve İslam Eserleri Müzesi'nin minyatürlü el yazmaları, bugüne kadar hiç sergilenmemiş Selçuklu dönemine ait eserleri, usta sanatçı İsmail Acar'ın insanın var olduğu günden bu yana etkisi altında olduğu 5 olguyu yorumladığı tablo ve heykelleriyle bir arada sergileniyor. Birçok alanda olduğu gibi sanata da tam destek veren İTKİB, sosyal sorumluluk çalışmalarını kapsamında serginin sponsorluğunu üstleniyor. Konseptiyle bir ilk olan sergi, mitlerin ışığı altında MÖ 3000 yılından bu yana beş olguyu konu alan kapsamlı kataloğu ile sanatseverleri gelecekte-geçmişe, geçmişten-geleceğe taşımayı hedefliyor. "İnsanın Yaradılışı", "Aşk",

"Güç", "Korku" ve "Kıyamet" temalı "5 Duyu 5 Olgu" sergisi, İTKİB'in ana sponsorluğunda 18 Eylül tarihine kadar İslam Eserleri Müzesi'nde sanatseverlerle buluşacak.

"Sanatçıya yaşarken destek vereceğiz"

Serginin ana sponsorluğunu yapan İTKİB adına konuşan İTKİB Başkanı İsmail Güllü, tekstil ihracatçıları olarak bugüne kadar pek çok sosyal sorumluluk projesine imza attıklarını bundan sonra sanata da destek olacaklarını söyledi. Sanatçıların değerinin genelde öldükten sonra anlaşıldığını ifade eden Güllü, "Biz sanatçıya yaşarken destek vereceğiz. Ünlü Türk ressamı İsmail Acar'la başlattığımız bu desteği yıl içerisinde üç farklı sanatçıyı daha destekleyerek sürdüreceğiz" dedi.

Görme engellilere özel tasarım

İsmail Acar'ın büyük bir yaratıcılıkla dokunma duygusu ile görülebilir hale getirdiği tabloları bu özelliği sayesinde görme özürlüler ziyaret edebiliyor. Acar'ın tabloları, yoğun bir araştırma sonucu tespit ettiği ve derlediği 13. yüzyıl tatları ve müziği, insanları farklı bir dünyaya taşıyan kokular, serginin 5 duyuya hitap eden unsurlarından oluşuyor. "5 Duyu 5 Olgu" sergisinin sadece görenler için değil, görme özürlü vatandaşlar için de özel olarak tasarlandığına dikkat çeken İsmail Acar, "Biz bu sergimizle bütün duyulara hitap etmek istedik. Görme engelli sanatseverler için kabartmalı resimleri sergiye koyduk. Böylece dünyada bir ilke imza attık" şeklinde konuştu. ❖

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

TEKNİK TEKSTİLDE ÖZGÜN TASARIM ARAYIŞI

TASARIMA VERDİĞİ DESTEKLE TÜRKİYE’NİN DÜNYA PAZARLARINDAKİ GÜCÜNÜ ARTIRMAYI HEDEFLEYEN İTHİB, BU YIL İLKİNİ DÜZENLEYECEĞİ ‘1. İTHİB TEKNİK TEKSTİL PROJE YARIŞMASI’YLA SEKTÖRE YENİ TASARIMCILAR KAZANDIRMAYI AMAÇLIYOR.



Bu yıl birbirinden renkli yarışmaların altına imza atmaya hazırlanan İTHİB, Kumaş Tasarım Yarışması ve Ev Tekstili Tasarım Yarışması'nın yanı sıra yeni bir yarışma için de hazırlıklarını sürdürüyor. "1. İTHİB Teknik Tekstil Proje Yarışması"yla teknik tekstil alanında ilerlemek isteyen gençlerin önünü açmaya hazırlanan birlik, sektördeki özgün tasarım arayışını bu alanda da sürdürecektir. İTHİB, bu yıl ilkinin düzenleyeceği "1. İTHİB Teknik Tekstil Proje Yarışması"yla sektörün teknik tekstil alanındaki tasarım ayağını sağlamlaştıran, aynı zamanda yaratıcı gücünün yükselmesine ve özgün tasarımcı kimliğinin güçlendirilmesine katkı sağlayacak. Katılımcıların teknik giysiler, tıbbi giysiler, zirai tekstiller, inşaat tekstilleri, koruyucu tekstiller, nonwo-

ven ve taşıt tekstilleri gibi alanlara yönelik tasarladıkları ürünleriyle katıldığı yarışmanın jüri elemeesi 14 Haziran'da gerçekleşti. İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri Sultan Tepe, Selim Akdoğan ve Ahmet Şişman'la birlikte akademik çevrelerinden isimlerin yer aldığı jüri değerlendirilmesinde 11 katılımcı dosyası incelenerek, yarışmacılardan projelerinin sözlü sunumlarını yapmaları istendi. Yarışma ile teknik tekstil ihracatında rekabet sağlayıcı çözümler üretmek ve sektörün rekabet gücünü artırmanın yanı sıra sektörün imkân ve sıkıntılarını avantaj haline dönüştürecek çözümler üretilmesi de amaçlanıyor. Disiplinler arası işbirliğini sağlamayı amaçlayan yarışma, sektör, üniversite ve yaratıcı gençleri bir platformda buluşturuyor. Gelecekte teknik tekstiller

pazarında söz sahibi olabilecek ürünler geliştirilmesine öncü olmakta yarışmanın hedefleri arasında bulunuyor.

Öğrenci ve profesyoneller bu yarışmada buluşuyor

İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri Sultan Tepe, Ahmet Şişman, Selim Akdoğan ve Vehbi Canpolat'ın da yer aldığı jüriye akademisyen Prof. Dr. Işık Tarakçıoğlu, Sabancı Üniversitesi'nden Dr. Yusuf Menciloğlu, Namık Kemal Üniversitesi'nden Prof. Dr. Fatma Göktepe, Türk Tekstil Vakfı Başkan Vekili Lütfi Paket,

Marmara Üniversitesi'nden Prof. Dr. Mehmet Akalın, İstanbul Teknik Üniversitesi'nden Prof. Dr. Telem Gök Sadıkoğlu, İTAA Aachen'dan Bayram Aslan ve Danışman Hüseyin Cevahiroğlu da katıldı. Tasarımcıların öğrenci ve profesyonel ve/ veya uygulayıcı olmak üzere iki kategoride yarıştığı etkinlikte, gençleri sürpriz hediyeler bekliyor. Öğrenci kategorisinde birinci olan yarışmacı 7 bin 500 TL, ikinci 5 bin TL, üçüncü ise 4 bin TL para ödülü alırken, profesyonel kategorisinde birinci olan 10 bin TL, ikinci 7 bin 500 TL, üçüncü ise 5 bin TL kazanacak. ❖

YARATICI HALI TASARIMLARI DOMOTEX'TE BOY GÖSTERECEK



İHİB Yönetim Kurulu Üyesi
Hazım Evrengil

İSTANBUL HALI İHRACATÇILARI BİRLİĞİ (İHİB) TARAFINDAN DÜZENLENEN HALI TASARIM YARIŞMASI BU YIL 6.KEZ DÜZENLENİYOR. HALI TASARIMINDA GENÇ YETENEK AVINA ÇIKAN YARIŞMADA, SEKİZ ÖZGÜN TASARIM FİNAL HEYECANI YAŞAMAKLA KALMAYIP HEİMTEXTİL FRANKFURT VE DOMOTEX HANNOVER FUARLARINA GİTME ŞANSINI DA YAKALAYACAK.



İHİB Başkanı
İbrahim Yılmaz

Türk halı sektörü, ihracat pazarındaki payını artırma ve marka-laşma yönündeki başarısını sağlamlaştırma yolunda hız kesmeden ilerlemeye devam ediyor. Bu konuda hem yurtiçinde düzenlediği başarılı

etkinlikler hem de yurtdışında sektörle ilgili ses getiren birçok etkinliği ülkemize taşıyan İHİB, geleneksel olarak düzenlediği Halı Tasarım Yarışması'nın bu yıl 6.sını düzenliyor. Türkiye'nin dört bir yanından 19 farklı üniversiteden toplam 48 tasarımın yarıştığı organizasyon jürisinde İHİB Yönetim Kurulu Üyesi Hazım Evrengil Jüri Başkanı olurken, İHİB Yönetim Kurulu Üyeleri Uğur Uysal, Müge Yolcu, Nihat Yıldız, Tasarımcı Başak Özdemir, Metin Halı Kilim'den Bülent Metin, Okan Üniversitesi'nden Prof. Hamdi Ünal, Altuntaş Kilim'den Ramazan Altuntaş, Gaziantep Naci Topcuoğlu MYO'dan Öğr. Gör.Neslihan Yazıcı, Dokuz Eylül Üniversitesi'nden Öğr. Gör.Sedef Acar, Marmara

Üniversitesi'nden Prof. Günay Atalayer, Kemerburgaz Üniversitesi'nden Yard.Doç. Cemile Tuna, Mimar Sinan GSÜ'den Yard.Doç. Nuray Er Bıyıklı, Saray Halı'dan Nida Şahin'de en yaratıcı buldukları sekiz tasarımı final için seçtiler.

Final, fuarla aynı tarihte

6. Halı Tasarım Yarışması'nda final için yarışan 48 tasarımdan ilk olarak 24 finalistin seçmelere devam etme hakkı kazandığı jüri elemelerinde, tasarımların özgün olması ve yeni fikir içermesi, haliya dönüştürülebilir olması ve nihai tüketici tarafından kullanılabilir olması gibi kriterlere uygun bulunan tasarımlardan 8'i finalde yarışmaya hak kazandı.

Final akşamının 8 Kasım 2012 tarihinde Domotex Middle East Fuarı'nın gala gecesinde gerçekleşecek 6. Halı Tasarım Yarışması final akşamına, basın mensuplarının yanı sıra mimarlık ve iç mimarlık dünyası ile halı sektörü mensupları, üniversite öğretim üyeleri ve ilgili iş çevrelerinin önde gelen isimlerinden oluşan seçkin davetliler katılacak.

Finale kalan öğrencilere armağan yağmuru

İlk 8'e kalan finalistleri birbirinden cazip armağanlarla ödüllendireceklerini paylaşan İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz, "İlk 8'e kalan finalistlerimize, sektördeki gelişmeleri yakından takip etmeleri için olanak sağlayacağız. Öğrencilerimizi Heimtextil Frankfurt ve Domotex Hannover Fuarlarına götürüreceğiz" dedi. İbrahim Yılmaz, yarışmanın ilk üçüne girecek finaliste, toplam 10 bin lira para ödülü, i-pad ve dil bursu hediye edileceğini de belirtirken, 8 Kasım 2012 tarihinde düzenlenecek Domotex Middle East İstanbul Fuarı'nda çifte mutluluk yaşanacak" dedi. Yılmaz, fuarın gala gecesinde, 8 finalistin halı tasarımlarının sergileneceğini ve finale kalan ilk üç finalistin taçlandırılacağını paylaştı. ❖

JAPON HEYETİNDEN TÜRK FİRMALARA YEŞİL IŞIK

İHKİB, 25-26 HAZİRAN TARİHLERİNDE JAPONYA TEKSTİL İTHALATÇILARI BİRLİĞİ ÖNDERLİĞİNDE TÜRKİYE'YE GELEN "JAPON ALIM HEYETİ"Nİ AĞIRLADI. TÜRKİYE'YE TEKSTİL VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜNÜ İNCELEMELİK İÇİN GELEN HEYETİN, FİRMALARI ZİYARET EDEREK, PAZAR VE İŞBİRLİĞİ OLANAKLARINI DEĞERLENDİRDİKLERİ GÖRÜŞMELER OLUMLU GEÇTİ.



Avrupa'nın kriz dalgaları ve Çin'in kendi iç pazarına yönelmesinin ardından Japonya yeni pazar arayışlarına girdi. Bu çerçevede özellikle tekstil ve hazır giyim alanında gerçekleştireceği ticarete, yüksek potansiyel görüldükleri ülkelere ziyaretler gerçekleştiren Japon İthalatçıları Birliği temsilcilerinin son durağı Türkiye oldu. 23-28 Haziran tarihleri arasında İzmir ve İstanbul'da tekstil, konfeksiyon ve hazır giyim sektörünü incelemeye gelen Japon İthalatçıları Birliği'ni İstanbul ayağında ağırlayan İHKİB, Japon firmalarla bir dizi görüşmelerde bulundu. Aralarında Japon İthalatçıları Birliği Başkanı'nın da bulunduğu, 11 firma yetkilisi ve firma sahiplerinin oluşturduğu heyet kapsamında gerçekleşen ziyaretler, Türk firmalarına Japon

pazarı hakkında umut verdi. Türkiye'deki pazarı, olanak ve işbirliklerini değerlendiren heyet, stratejik işbirlikleri kurmak amacıyla pazarı bir de Türkiye'den dinledi. İHKİB'in farklı pazar arayışları sonucunda uzun süredir üzerinde çalışılan görüşmelerin çok olumlu geçtiğini belirten İHKİB Yeni Hedef Pazarlar ve Pazarlama Stratejileri Komitesi Başkanı Mustafa Gültepe, Japonya'nın farklı bir pazar olduğunun altını çizdi. Gültepe, Japonya pazarının incelenip, uygun konseptlerde koleksiyon hazırlanması gerektiğini ifade etti.

İHKİB bilinmeyen pazarlara açılıyor

Tekstil ve konfeksiyon sektörünü incelemeye gelen heyet hakkında olumlu sonuçların doğduğunu belirten Gültepe, Japon heyeti-

nin İzmir ve İstanbul'da kurumsal ve firmasal bazda ziyaretleri olduğunu söyleyerek, bunun sadece İstanbul değil, Türkiye'yi kapsayan bir pazar araştırması olduğunu vurguladı. Tekstil ve konfeksiyon firmalarını gezen heyetin hazır giyim sektörü hakkında da yeterince bilgi sahibi olarak ülkelere döndüklerini belirten Gültepe, bu ticari heyet programlarının devam edeceğini söyledi. Gültepe sözlerine şöyle devam etti: "Japonya'nın yaklaşık yüzde 80-85'i Çin ile çalışıyor. Bu oranda Türkiye'nin payı şimdilik yüzde 0,2. Yaptığımız toplantılarda, ticaret heyeti ile beraber buradaki avantajların onlara nasıl sunulabileceği konusunda yürütülecek çalışmaların fikir alışverişlerinde bulunduk. 2013 yılında tekrar bir heyet programı gerçekleştirilecek." Japonya'nın Avrupa ve

Amerika'ya benzemeyen, çok farklı bir pazar olduğunu dile getiren Gültepe, "Japonya'daki müşteri profili için oradaki pazarı inceleyip, onlara özel koleksiyon yaratmamız gerekiyor" dedi. İHKİB olarak 2013-2014 için farklı olan ve bilinmeyen farklı pazarlar üzerinde çalıştıklarını belirten Gültepe, "Japonya ve Türkiye arasındaki hazır giyim başta olmak üzere tüm tekstil sektörünü canlandırma amacı güdüyoruz. Türkiye'nin bu pazardan çok daha iyi bir oran elde etmesi gerekiyor" diye konuştu. Gültepe, Japonya'nın yaklaşık 40 milyar dolar alımı varken bu miktarda Türkiye'nin oranının yalnızca yüzde 0,2 olarak kalmayacağını; önümüzdeki 5-6 yıl içerisinde bu payın yüzde 5-10'lara çıkması için İHKİB olarak çalışmalara hız kesmeden devam edeceklerini belirtti. ❖



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

OTOMOTİV TEKSTİLİ ÖNEM KAZANIYOR



**İTKİB İTA'DA
"OTOMOTİVDE
KULLANILAN TEKNİK
TEKSTİLLER" İSİMLİ
BİR SEMİNER
DÜZENLENDİ. 25'E
YAKIN FİRMADAN
GELEN 40'IN ÜZERİNDE
KATILIMCI İLE
GERÇEKLEŞTİRİLEN BU
EĞİTİMDE ALANINDA
ÖNEMLİ İSİMLER
KONUŞMACI OLARAK
YER ALDI.**

İTKİB İTA'da düzenlenen seminerde otomotiv tekstili hakkında detaylı bilgiler verildi. Teknik tekstiller arasında maddi değeri en yüksek olan otomotiv tekstillerinin aracın beğenilmesi ve tercih edilmesinde artık çok önemli bir noktada olduğunun vurgulandığı seminer 19 Haziran tarihinde gerçekleşti. Seminerde konuşmacılar arasında yer alan Marmara Üniversitesi Teknik Eğitim Fakültesi Tekstil Eğitimi

Bölümü Yrd. Doç. Dr. Mustafa Sabri Özen, araçta kullanılan dokunmamış kumaş, hava yastığı, emniyet kemeri, döşemelik kumaş ve lastik içerisindeki kord kumaşın, aracın beğenilmesinde ve tercih edilmesinde motoru ve kaportası kadar önemli hale geldiğinin altını çizdi. Konuşmacılar arasında Marmara Üniversitesi Teknik Eğitim Fakültesi Tekstil Eğitimi Bölümünden Yrd. Doç. Dr. Mustafa Sabri Özen, Kordsa'dan Tolga Pekel, Catsis firmasından Yılmaz Gözne, Tofaş'tan Faruk Yılmaz ve son olarak Martur firmasından Dr. Diren Mecit konuşmacı olarak yer aldı.

Kumaşlar tercihleri etkiliyor
Marmara Üniversitesinden Mustafa Sabri Özen, otomotiv tekstillerinin teknik tekstiller içerisinde maddi değer bakımından içerisinde birinci konumda olduğunu ifade etti. Özen, ilerde koltuklarda döşemelik kumaşın sararmasını engleyen raşel çift plakalı monofilamentlerle üretilmiş malzemelerin görülebileceğini belirtti. Kordsa firmasından Tolga Pekel, lastik içerisinde bulunan

kord kumaşı üretimi hakkında bilgi verdi. Lastik içerisinde kauçuk kısmın altında bulunan karkas ve kuşaklardan bahseden Pekel, kasım ayından sonra etiketsiz hiçbir lastik satılmayacağını öngördüğünü belirtti. Catsis firmasından Yılmaz Gözne, otomotivlerde kullanılan preslenerek form verilmiş dokunmamış kumaşlar aracın bagaj tabanı, orta ve ön taban, çamurluk üstü, arka şapkalık, çamurluk yan kaplamalar ve bagaj kapağı gibi yerlere yerleştirildiği ile ilgili bilgiler verdi. Tofaş firmasından Faruk Yılmaz ise, araç

içerisinde kullandıkları, materyaller ve bu ürünlere uyguladıkları testler hakkında katılımcıları bilgilendirdi. Yılmaz, kumaşlara kopma mukavemeti, aşındırma, boncuklanma, ışık haslığı, güç tutuşma, hava geçirgenliği, su buharı geçirgenliği, statik elektriklelenme, kedi köpek gibi tınaklı hayvanların kumaşa verebileceği zarar ölçmek için kumaştan lif veya iplik çekme, temizlenebilirlik gibi testleri genellikle kendilerinin oluşturdukları Fiat ve Tofaş standartlarına göre yaptıklarını vurguladı. Martur firmasından Dr. Diren Mecit otomotiv içerisinde kullanılan koltuk üzerinde döşemelik kumaş, köpük ve astar kumaşının oluştuğunu ifade etti. Astar kumaşının kaymayı önlediğini, sünger malzemesinin döşemelik kumaşın gergin şekilde torbalaşmadan kalmasını sağladığını belirten Mecit, döşemelik kumaşların üretiminde kullanılan kumaş türleri ve bu kumaşların üretiminde tercih edilen iplik çeşitleri üzerinde durdu. Mecit'in konuşmasının ardından sunumun son bölümlerinde, döşemelik kumaş şeker kamışından üretilen polilaktik esaslı iplikten yapılmış (PLA) Mazda aracından, BMW tarafından tasarlanan kaportası tamamen kumaştan yapılan elektro hidrolik tellerden destek alarak açılır kapanılır özellikteki yeni konsept araçlardan bahsedildi. ❖

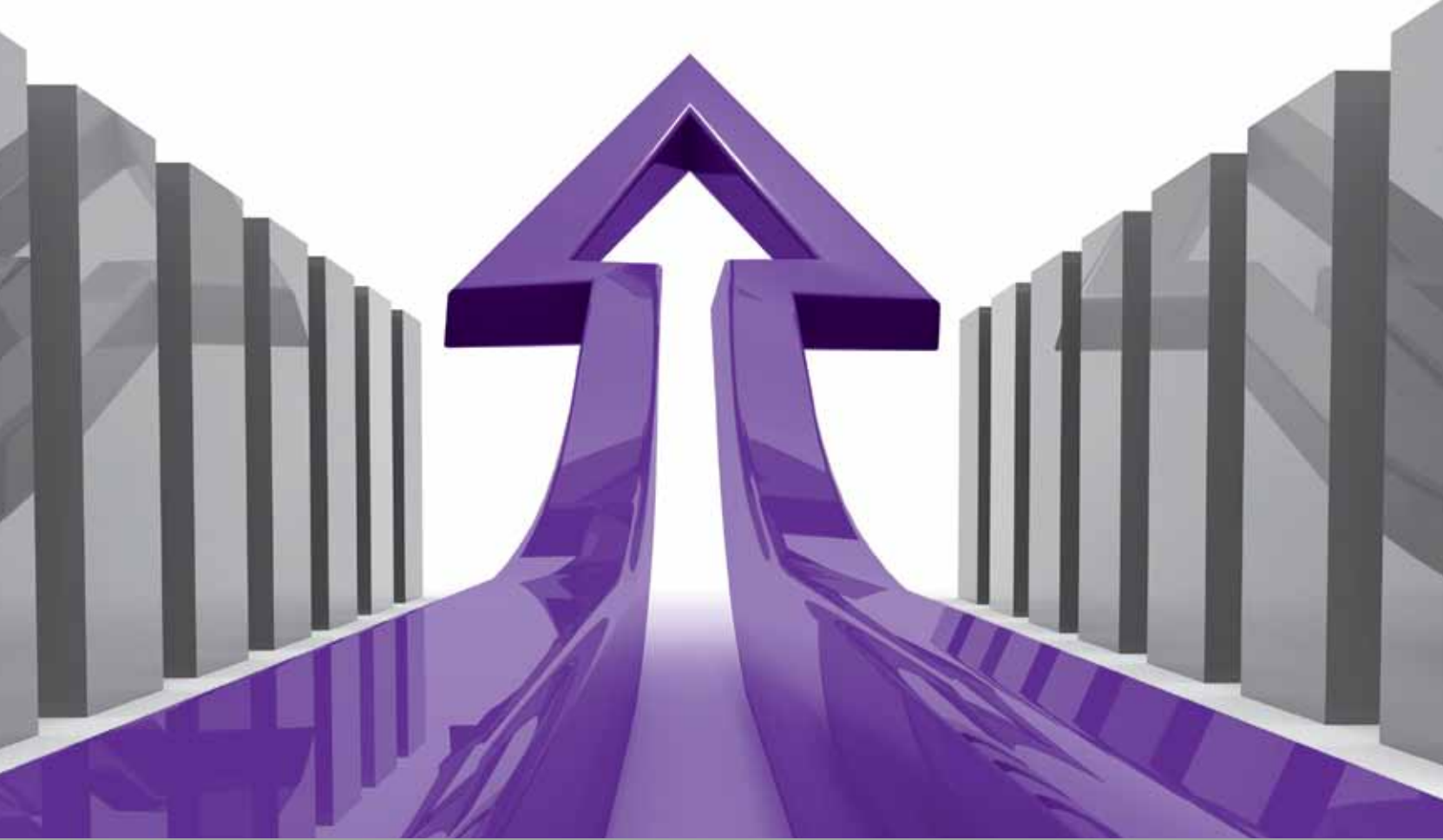




DEĞER FAKTORİNG
alacaklarınıza yön verin

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

TÜRK TİCARET KANUNU YENİLİKLERLE GELDİ



İŞ DÜNYASININ TEPKİLERİ SONUCUNDA TÜRK TİCARET KANUNU'NDA REVİZYON ÇALIŞMALARINI OLGUNLAŞTIRAN HÜKÜMET, 50 MADDELIK DEĞİŞİKLE 6335 SAYILI YENİ KANUNU 1 TEMMUZDA YÜRÜRLÜĞE KOYDU.

Geçen yıl kabul edilen, 1 Temmuz'da da yürürlüğe giren, Türk Ticaret Kanunu'na (TTK), uygulamada sorun yaşanmaması için bazı değişiklikler getirildi. TTK'da yapılacak değişiklikler netleştirilirken, yaklaşık 50 maddeye ula-

şabilecek bir yasa düzenlemesi ortaya çıktı. Buna göre; ortaklar şirketten borç para alabilecek, bilançolar internetten yayınlanmayacak, hiçbir şekilde hapis cezası olmayacak. İşadamlarını endişelendiren hapis cezasında yapılan değişikliğe göre, "işletme defteri tutmayanlar, her türlü belgenin fotokopisini tutmayanlar, defterlerini notere onaylatmayanlar, defter ve kayıtlarını Türkçe tutmayanlar, her faaliyet döneminin açılış ve kapanışında envanter çıkarmayanlar, bilgisayar ortamındaki defter ve kayıtları denetim sırasında basılı olarak hazır tutmayanlar" idari para cezasına çarptırılacak. Yine 100 günden 300 güne kadar adli para cezası öngörülen, "defter ve kayıtlarını Türkiye muhasebe standartlarına uygun tutmayanlara" da idari para cezası uygu-

lanacak. Yeni TTK tüm sermaye şirketlerine bağımsız denetim yükümlülüğü getirmekteydi, ancak 6335 sayılı kanunla, Yeni TTK'nın 397. maddesine yeni bir fıkra eklenerek, denetime tabi şirketlerin Bakanlar Kurulu tarafından belirlenmesine karar verildi. Anonim ve limited şirketler konusunda yeni TTK'da yapılan son düzenlemeler ise; "Belgelerde yer alacak bilgiler, İnternet sitesi, Borçlanma yasağı, Esas sözleşme değişikliği, İşlem denetçisi kaldırıldı, Tasfiye kolaylaştırması, Defter tutma ve Vuk'a göre mali tablo, Tescil ilan ve internet sitesi duyuruları, Açılış/kapanış onayları, İmtiyazlı paylar, Yönetim kurulu üyelerinde /müdürlerde kaldırılan özellikler, Pay avansı, Sermaye ödemesi, Bağımsız denetim ve Kusuru iddia eden ispatlar" olarak sıralandı.

Yapılan değişiklikle iş dünyası, başta Başbakan Recep Tayyip Erdoğan olmak üzere Gümrük ve Ticaret Bakanı Hayati Yazıcı ve Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Müsteşarı Ziya Altunyaldız'a teşekkürlerini iletti.

Denetime tabi olmayan şirketler için internet sitesi şartı kaldırıldı

İş adamlarının en çok itiraz ettiği konulardan biri olan, internet sitesinde yayınlanacak bilgilere de sınırlandırma getirildi. Yeni TTK tüm sermaye şirketleri için internet sitesi açma ve internet sitesi içeriğini Kanun'a uygun olarak düzenleme yükümlülüğünü getirmekteydi, Ancak 6335 sayılı Yeni TTK Değişiklik Kanunu ile yalnızca "Denetime tabi sermaye şirketleri" açısından internet sitesi zorunluluğu getirilirken, internet sitesinde yayımlanacak bilgilerde de sınırlama oldu. Yapılan değişiklikle, şirketlerin her türlü finansal tablolarının ve bunlara ilişkin raporların artık internet sitesinde yayımlanmasına gerek kalmadı. Değişiklik metninde, yalnızca kanunun yapılması gereken ilanların internet sitesine konulması gerektiği belirtildi.

"Borç alınmaz" hükmü çıkarıldı

TTK'nın şirket ortaklarının borç para alınmasını engelleyen, "şirkete borçlanma yasağı" başlıklı 358. Maddesi de değişikliğe uğradı. Bu maddenin ortakların şirketten borç alamayacağı yasağını getiren 2., 3. ve 4. fıkraları metinden çıkarıldı. Böylece yönetim kurulu üyeleri ile bu kişilerin yakınlarının şirketten borçlanması ve ortaklar ile yönetim kurulu üyelerine şirketler tarafından garanti, kefalet ve teminat verilmesi yasağından geri adım atılmış oldu. ❖

afadugme

444 20 61

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

afadugme
fermuar / düğme





DOMOTEX'İN TERCİHİ İSTANBUL'DAN YANA

HALI VE YER DÖŞEMELERİ SEKTÖRÜNÜN EN ÖNEMLİ FUAR MARKASI OLAN DOMOTEX, "DOMOTEX MIDDLE EAST" ADIYLA 2012'DEN İTİBAREN İSTANBUL'A GELİYOR. TÜRKİYE'Yİ HALI SEKTÖRÜNDE KÜRESEL BİR GÜÇ HALİNE GETİRECEK FUARIN İLKİ 8-11 KASIM TARİHLERİ ARASINDA İSTANBUL FUAR MERKEZİ'NDE DÜZENLENECEK.



Domotex Hannover fuarının en büyük katılımcısı olan ve Domotex Asia-Chinafloor ile Asya pazarında da başarı kazanan halıcılar, Kasım ayında Türkiye’de ilk kez düzenlenecek “Domotex Middle East Fuarı” ile halı ve yer döşemeleri fuarlarının yıldızı olmaya aday bir etkinliğe imza atmaya hazırlanıyor. Ortadoğu başta olmak üzere halı ve yer döşemeleri alanında sektörün dikkatini İstanbul’a çekecek

Domotex Middle East Fuarı, 8-11 Kasım tarihleri arasında İstanbul Fuar Merkezi’nde düzenlenecek. Fuar öncesi bir basın toplantısı yapan İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB) Başkanı İbrahim Yılmaz, Hannover-Messe International İstanbul Genel Müdürü Alexander Kühnel, Hannover-Messe International Genel Müdür Yardımcısı Ufuk Altıntop ve İHİB Başkan Yardımcısı Ayberk Menevşe sektörü ve



İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz, 2023 vizyonu çerçevesinde tasarım odaklı yüksek katma değerli ürünlerle 5 milyar dolar hedefine ulaşacaklarını belirtti.

kamuoyunu fuar hakkında bilgilendirdi. 12 Haziran’da Feriye’de düzenlenen basın toplantısında Domotex Middle East Fuarı’nın sektör için ne anlama geldiğini anlatan İHİB Başkanı Yılmaz, fuarın İstanbul için de önemli bir kazanım olduğunu belirterek “İstanbul’un doğal avantajını kullanmak hem sektörümüz hem de ülkemizin ekonomisi açısından olumlu neticeler doğuracaktır” dedi. İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz, özellikle Avrupa Birliği ülkeleri, Bağımsız Devletler Topluluğu, Ortadoğu ülkeleri gibi halı sektörünün ana pazarı olma özelliği taşıyan ülkelerin İstanbul’a erişiminin

her açıdan kolay olduğunu altını çizdi. İHİB Başkanı, Türkiye’de kurulu işletmelerin yüzde 29’unun, çalışanların yüzde 30’unun, ihracatın yüzde 45’inin, ithalatın yüzde 48’inin İstanbul’da olduğunu vurgulayarak, şunları söyledi: “İstanbul’un, Türkiye’deki GSMH’sındaki payı yüzde 23’tür. Geçen yıl 8 milyonun üzerinde turisti ağırlayan İstanbul’un dünyada başka hiçbir şehrin sahip olmadığı özellikleri var. Halı sektörümüzde üretim merkezleri farklı bölgelerde olmasına rağmen yan sanayisiyle birlikte 700’e yakın firmanın ticaret merkezi İstanbul’da yapılanmıştır.”



DEVLER BU FUARDA BULUŞACAK

Hannover-Messe International İstanbul Genel Mdr. Alexander KUHNEL

fuarın katılımcıları arasında; Balta (Belçika), Egger (Avusturya), Oriental Weavers (Mısır), Saray Halı / Tiffany Halı (Türkiye), Eco Halı, Turkuaz Halı, STEPEVI, Bahariye Mensucat, Serfloor, Yıldız

Sunta MDF ve Covtex-Feizy (Türkiye) gibi yerli ve yabancı önemli oyuncular olduğunu açıkladı.



İHİB Başkan Yardımcısı Ayberk Menevşe "Domotex Fuarı, Ortadoğu ve Afrika'dan gelen müşterilerimize sanat değerindeki tüm ürünlerimizi sunmak için açılan bir kapı, ürünlerimizin daha çok ülkede tanınır, bilinir olması için de tarihi bir fırsattır" dedi.

Domotex Ortadoğu ve İstanbul'u kaplayacak

Toplantıda söz alan Hannover-Messe International İstanbul Genel Müdürü Alexander Kühnel ise "Domotex Middle East, Türk ve yabancı katılımcı firmalar tarafından yoğun ilgiyle karşılanıyor. Katılımcılara dünyanın her yanından alıcı ve karar vericiler ile buluşacakları bir platform sağlıyoruz. Bugün itibarıyla, fuarın uluslararası katılımcıları arasında; Avusturya, Belçika, Çin, Çek Cumhuriyeti, Mısır, Macaristan, İran, Fransa, Almanya, Yunanistan, Hindistan, İtalya, Japonya, Malezya, Hollanda, Pakistan, Güney Kore, BAE, İngiltere ve Amerika Birleşik Devletleri var" dedi. Kühnel, Türkiye'nin 22 ülke ile serbest ticaret anlaşması imzalanmasının Türkiye ve Orta Doğu'daki zemin kaplama sektörü profesyonellerine hızlı erişim sağlayacağına da dikkat çekti. Hannover-Messe International İstanbul Genel Müdürü Alexander Kühnel, uçuşlar ve vize uygulamaları sayesinde yabancılar için ülkeye kolay giriş ve 766 tesiste, 93 bin

299 yatak kapasitesi ile yeterli konaklama imkânının da bunu desteklediğine dikkat çekti.

Sektör için tarihi bir fırsat

Domotex basın toplantısının konuşmacıları arasında yer alan İHİB Başkan Yardımcısı Ayberk Menevşe

de "Domotex Middle East'in İstanbul'da düzenlenmesinin bizim için bir başka anlamı var. Bildiğiniz gibi Almanya'da yapılan Domotex fuar etkinlikleri vize sorunu nedeniyle çoğu Ortadoğu ve Afrika ülkelerinden gelen müşterilerimize kapalı. Bizler ne kadar istesek de bu ülkelerin potansiyel müşterileri fuarda ürünlerimizi görme imkânından yoksun bırakılınca, elbetteki satış ve satışların kardan başka bir sonucu olan 'dünyaca tanınma' şansı da elimizden kaçıyordu" dedi. Ama artık böyle bir durumun söz konusu olmadığını belirten Menevşe, İstanbul'daki Domotex Fuarı'nın Ortadoğu ve Afrika'dan gelen müşterilere sanat değerindeki ürünleri sunmak için açılan bir kapı olacağına dikkat çekti. "Bu fuar ürünlerimizin daha çok ülkede tanınır, bilinir olması için de tarihi bir fırsat" diyen Menevşe, Türk halılarının bütün dünyanın ilgisini çekecek kadar değerli olduğunu dile getirdi.

Satın alma heyetleri bu fuarda buluşuyor

Hannover-Messe International İstanbul Genel Müdür Yardımcısı Ufuk Altıntop ise gerçekleştirdiği sunumda, fuarda yer alacak programlardan bahsetti. Ufuk Altıntop konuşmasında; "Fuara "Değer Katan Programlar" başlığı altında etkinlikler hazırladık. Satın Alma Heyetleri Programı kapsamında hedef ülkelerden alım heyetlerini fuarda ağırlayacağız. Anadolu Heyetleri özel programı kapsamında ülkemizin farklı şehirlerinden seçilmiş profesyoneller Domotex Middle East Fuarı'nı ziyaret edebilecek. Ekonomi Bakanlığı desteği ile çeşitli ülkelerden gelen satın alma heyetleri, katılımcılarla B2B görüşmeler yapma fırsatı bulacak" dedi. Altıntop, fuarda konferanslar, panellerle birlikte özel etkinliklerin de ziyaretçi ile buluşacağını söyleyerek bu fuara sektörle birlikte çok güçlü hazırlıklarını ifade etti. ❖



Domotex Hannover fuarının en büyük katılımcısı olan Türk halı sektörü, Hannover-Messe ile güç birliği yaparak, Domotex Middle East markasıyla halı ve yer kaplamaları sektöründe yeni bir küresel güç yaratmaya hazırlanıyor.



ETİKET ve MATBAACILIK LTD. ŞTİ.

Tel: 444 73 43 Fax: +90 212 428 28 26

E-Mail: www.simsekege.com.tr Web: pazarlama@simsekege.com.tr

İTKİB OKULLARI'NDA MEZUNİYET VAKTİ



İTKİB TARAFINDAN İLKİ 1995 YILINDA KURULAN "İTKİB OKULLARI", SEKTÖRÜN GÜCÜNE GÜÇ KATACAK DEĞERLER ÜRETMEYE DEVAM EDİYOR. TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNÜN GURUR KAYNAĞI OLAN İTKİB OKULLARI 2011-2012 DÖNEMİ DİPLOMA VE ÖDÜL TÖRENİ İLE 400 GENÇİ DAHA İŞ DÜNYASINA UĞURLADI. BU YIL DA COŞKULU BİR HAVADA GEÇEN ETKİNLİKTE, GENÇLERİ AİLELERİ VE ÖĞRETMENLERİ İLE BİRLİKTE İTKİB YÖNETİCİLERİ DE YALNIZ BIRAKMADI.

Mesleki eğitime verdiği destekle 17 yıldan bu yana faaliyetlerini sürdüren İTKİB Okulları, 2011-2012 eğitim öğretim yılının sonunda 400 öğrencisini daha mezun etti. Aldıkları kaliteli eğitimle sektöre başarılı bir giriş yapacak olan öğrenciler, 7 Haziran akşamı Dış Ticaret Kompleksi'nde düzenlenen törenle diplomalarını aldı. Açılış konuşmalarını (İstanbul Hazirgiyim ve Konfeksiyon

İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Hikmet Tanrıverdi ve İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Başkanı Lemi Tolunay'ın gerçekleştirdiği mezuniyet törenine, Müsteşar Yardımcısı İbrahim Şenel, İstanbul Vali Yardımcısı Harun Kaya, İHKİB Eğitim Komitesi Başkanı Ümit Özüren'in yanı sıra İl Millî Eğitim Müdürlüğü'nden Erol Demir, İstanbul Demir ve Demirdışı Metaller İhracatçıları



Birliği (İMMİB) Başkanı Tahsin Öztiryaki, Kağıthane Belediye Başkanı Fazlı Kılıç, İHKİB ve İDMİB Yönetim Kurulu Üyeleri, okul müdürleri, öğretmenler, öğrenciler ve öğrenci velileri katıldı. Törende, Avcılar İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi, Kağıthane İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi, Nahit Menteşe Endüstri Meslek Lisesi İHKİB Konfeksiyon Makineleri Bakım ve Onarım Bölümü, Yenibosna

İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi, Zeytinburnu İDMİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi, Zeytinburnu TRİSAD Kız Teknik ve Meslek Lisesi'nden mezun olan toplam 400 öğrenciye diplomaları verilerek sektöre uğurlandı.

“Tekstil ve hazır giyim markalaşma sürecinin mimarı oldu”

Mezuniyet töreninde öğrencileri tebrik ederek konuşmasına baş-

layan Müsteşar Yardımcısı İbrahim Şenel, İTKİB'in Türkiye için önemine dikkat çekerek, sanayileşmede tekstil sektöründeki başarıların önemli bir payı olduğunu söyledi. Tekstilin öncü sektör oluşunun önemine değinen Şenel, “Tekstil sektörü ülke genelinde markalaşma sürecinin ve gündem yaratmanın mimarı olmuştur. Türkiye'nin dünya

pazarında adını sağlamlaştırması yine tekstil sektörünün başarılarıyla gerçekleşmiştir. Türkiye'nin ihracatına baktığımızda tekstil sektörünün önemli bir yük üstlendiğini görüyoruz. 10 yıl önce



“IHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, dereceye giren öğrencilere armağanlarını verdi ve sonrasında başarılarının devamını diledi”

Mesleki eğitime verdiği destekle 17 yıldan bu yana faaliyetlerini sürdüren İTKİB Okulları, 2011-2012 eğitim öğretim yılının sonunda 400 öğrencisini daha mezun etti. Aldıkları kaliteli eğitimle sektöre başarılı bir giriş yapacak olan öğrenciler, 7 Haziran akşamı Dış Ticaret Kompleksi'nde düzenlenen törenle diplomalarını aldı.



“IDMİB Başkanı Lemî Tolunay öğrencilere armağanlarını verirken “ Yeni bölümler ve yeni öğrenciler için hedeflerimiz var, adım adım bu hedefleri gerçekleştireceğiz” dedi.

çabasının kutsal olduğu kadar zor ve sonuçları açısından da uzun vadeli bir çaba olduğunu belirten Tanrıverdi, “Yıllardan bu yana eğitim, bilgi, çağdaşlık eken İTKİB Okulları bunun karşılığında da sektör adına refah ve gelişmişlik biçiyor. Türkiye'nin aşmak zorunda olduğu sorunlardan birinin de işsizlik olduğunu ve bu sorunu aşmanın eğitimle mümkün olacağını belirten Tanrıverdi sözlerine şöyle devam etti: “Kim insanımıza eğitim ve iş veriyorsa, o kişi ülke için iyi bir şey yapıyor demektir. İTKİB olarak ilk günden bu yana eğitim faaliyetlerimizi asli görevlerimiz arasında kabul ettik. Meslek liseleri ve yüksek okullar kurduk, gezici eğitim merkezleri hazırladık, sertifika programları düzenledik. Ayrıca bu eğitim faaliyetlerinin içinde bulunan her bir kişi için iş olanakları araştırdık ve çok büyük bir kısmı için bu olanakları yarattık. Eğitim gibi uzun soluklu ve maliyetli bir alana yatırım yapmak kolay değil. Bunu gerçekleştirmek birikim ister, kararlılık ister, teknik bilgi ister. Ama bana göre her şey-

ihracatta kazanılan her üç doların bir dolarını tekstil sektörü tek başına kazanç olarak ülkeye sokuyordu. Ülke olarak ihracattaki başarımızın ciddi bir yüzdesini göğüsleyen bu sektöre çok şey borçluyuz. Tekstil sektörünün başarılarına başarı katmasında ise şüphesiz kendine kısa vadeli yerine çok uzun vadeli

başarı hedefleri koymasındaki etkili” dedi. İTKİB'in eğitime verdiği öneme de değinen Şenel, “İTKİB, tekstil, hazır giyim, deri ve halı sektörünün elde ettiği başarıda önemli bir paya sahip. 90'lı yıllarda başlattığı eğitim çalışmalarına açtığı okullarla tam destek veren İTKİB'i bu konuda yürekten tebrik ediyorum” dedi.

“Eğitim faaliyetleri asli görevimiz”

Müsteşar Yardımcısı İbrahim Şenel'in ardından kürsüye çıkan İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, mezuniyet törenlerinin birliğin bir nevi, mesleki eğitim alanında yaptığı yatırımların meyvelerini toplamak anlamına geldiğini ifade etti. Eğitim

den önce insan sevgisi ister.” İTKİB’in eğitim alanında gözünü budaktan sakınmadığına dikkat çeken Tanrıverdi: “Biz, bu çabalarımız için takdir beklemiyoruz. Bizim beklentimiz, insanımızın hak ettiği eğitime ve geçim olanaklarına sahip olması, çalışan her kişinin yaptığı işin hakkını vermesi ve güçlü, istikrarlı ve refah içinde bir Türkiye’dir” şeklinde konuştu. Konuşmasında öğrencileri başarıları için tebrik eden Tanrıverdi, velilere de çocuklarıyla gurur duymaları ve onların her anlamda yanında olmaya devam etmelerinin önemli olduğunu söyledi. Konuşmasını bu güzel tablonun oluşmasında emeği geçen herkese teşekkür ederek tamamlayan Tanrıverdi; “Milli Eğitim Bakanlığı bize her zaman destek verdi ve önümüzü açtı. Eğitim Komitemiz canla başla çalıştı. Elbette eğitimcilerimiz işin en zor kısmını üstlendi. Hepsine içtenlikle teşekkür ediyorum” diyerek konuşmasına son verdi.



İDMİB Başkanı Lemi Tolunay: “Bizim yetişmiş elemana, bu gençlerin de işe ihtiyacı var”

Mezun olan öğrencilerin ve ailelerin coşkusuna ev sahipliği yapan 2011-2012 İTKİB Okulları mezuniyet töreninde konuşma yapan İDMİB Başkanı Lemi Tolunay, velilere sesle-



nerek, üzerlerine titredikleri çocuklarının bu mutlu gününde bir arada olmanın heyecanını yaşadıklarını belirtti. Tolunay: “Ellerimizle kurup büyüttüğümüz Zeytinburnu İDMİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi her eğitim ve öğretim yılını tamamladığında biz hem bu gençler adına hem de bu gençlere ihtiyaç duyan sektörümüz adına mutluluk duyuyoruz. Sektörümüz ve birliğimiz bu okula çok emek verdi, çok yatırım yaptı. Elbette beklentimiz yüksek. Bundan sonra her yıl burada sektörümüze güç katacak yeni gençleri ağırlayacağız ve onlara ‘Sektörümüze hoşgeldin’ diyeceğiz” dedi. 2007-2008 yıllarında eğitime başlayan okullarında deri, hazır giyim, saraciye ve pazarlama bölümleri bulunduğunu ve toplamda 430 öğrencinin şu anda okullarında öğrenim gördüğünü belirten İDMİB Başkanı: “ Bugün

bu öğrencilerin 52 tanesine diplomalarını vereceğiz. Bu kapasite sektörümüz için yeterli değil. Yeni bölümler yeni öğrenciler için hedeflerimiz var ve adım adım bu hedefleri gerçekleştireceğiz” dedi.

“Meslek, sadece kitaplardan öğrenilmiyor”

Mesleki eğitimde, eğitim verilen iş kolunun katkısının hayati öneme sahip olduğunu





☛ Müşteşar Yardımcısı
İbrahim Şenel

söyleyen Tolunay, bu tespitinde iki önemli sebep olduğunu söyledi. Bunlardan ilkinin, mesleğin kitaplardan öğrenilemeyeceği gerçeği olduğunu belirten Tolunay, diğer önemli noktanın ise mezunlarla iş olanaklarını buluşturmak olduğuna değindi. Bu sebeplerden ötürü hem mesleki eğitim veren okullardaki laboratuvar ortamının gelişmiş olması gerektiğini hem de mezun olduktan sonra iş imkanı yaratmak için firmalarla bu okulların arasında organik bir bağ kurulması gerektiğini söyledi. Sektörün yetişmiş elemanlara, gençlerin de işe ihtiyaç duyduğunu belirten Tolunay, Birliğin bu konuda çok hassas olduğunu ve mesleki eğitimi bu hassasiyetle takip ettiğini sözlerine ekledi. İDMİB Başkanı Tolunay konuşmasına şöyle devam etti: “ Artık bir anlamda meslektaş sayılız. Kiminiz eğitime devam edeceksiniz



☛ İHKİB Eğitim Komitesi Başkanı Ümit Özüren'de bu mutlu günde öğrencileri yalnız bırakmadı

kiminiz çalışma hayatına girip aramıza katılacaksınız. Hangi yolu seçerseniz seçin sizler elinize aldığımız altın bilezikle artık aileniz ve milletiniz için faydalı olacak gençlersiniz. Okulunuzu başarıyla bitirerek sorumluluk sahibi olduğunuzu gösterdiniz. Artık önünüzde daha büyük başarılar ve uzun bir ömür var. Sizlere, sağlıklı, mutlulukla dolu bir ömür diliyorum ve sektörüm adına hepimize bir kez daha aramıza hoşgeldiniz diyorum”. Birliğin bir parçası olarak her zaman eğitimin destekçisi olduklarını ve mezun gençlerin her koşulda arkasında olacaklarını belirten Lemi Tolunay, mezun öğrencileri, onlara eğitim veren öğretmenleri ve çocuklarının sevincini paylaşan aileleri

tebrik ederek konuşmasını sonlandırdı.

İstanbul Vali Yardımcısı Harun Kaya: “Eğitim süreci uzun tutulmalı”

İTKİB Okulları'nın, sektöre kalifiye eleman yetiştirmesi ve gençlerin de sektörde kendilerine çalışacak alan yaratmaları açısından çok önemli olduğunu söyleyen İstanbul Vali Yardımcısı Harun Kaya, “ Öğrencilerimizin okullarından mezun olduktan sonra iş hayatına geçiş sürecine kadar, eğitimlerine ağırlık vermeleri gerektiğine inanıyorum. Öğrencilerimizin hemen sektöre girmesi iş bulmaları açısından tabii ki önemli, fakat niteliklerini daha da artırarak sektörde daha güçlü kendinden emin bir başlangıç yapabilmeleri için lise sonrası akademik eğitime kesinlikle devam etmeliler” dedi. Kaya, bu aşamada da öğrencilerin arkasında olduklarını dile getirdi.

Birincilerin armağan sevinci

İTKİB Okulları'ndan dereceye giren öğrencilerin mezuniyet



AVCILAR İHKİB KIZ TEKNİK MESLEK LİSESİ OKUL BİRİNCİSİ NURSELİ AKKAYA

Okul birinciliği alan Avcılar İHKİB Kız Teknik Meslek Lisesi okul birincisi Nurseli Akkaya, okul başarısında eğitim aldığı okulun ve öğretmenlerinin büyük etkisi olduğunu söylüyor. Mesleki eğitimde gerekli olan tüm imkanların okulları tarafından sağlandığını söyleyen genç mezun, aldığı eğitime akademik düzeyde devam ederek sektörde başarılı bir moda tasarımcısı olmayı hedefliyor.



☛ Mezuniyet töreninde öğrencilerin aileleri ve öğretmenleri de onlar kadar heyecanlıydılar



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



sevinci, aldıkları armağanla ikiye katlandı. Öğrencilerin diplomalarını alma töreninden önce ilk üç dereceye giren öğrenciler açıklandı. Okullarını başarıyla tamamlayarak ilk üçe giren, Avcılar İHKİB Kız Teknik

Meslek Lisesi okul birincisi Nurseli Akkaya, okul ikincisi Günseli Akkaya, Gamze Kafdağı ödüllerini İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi'nin elinden aldı. Kağıthane İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi'nden okul birinci-

si Nazlı Işık, okul ikincisi Melike Özkan, okul üçüncüsü Aysun Yapıcı ödüllerini Ekonomi Bakanlığı Müsteşar Yardımcısı İbrahim Şenel'in elinden aldı. Ödül töreni, Yenibosna İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi'nden dereceye giren öğrencilerin ödül

leri-ni almasıyla devam etti. Okul birincisi Özlem Kösem, okul ikincisi Ayşegül Erol ve okul üçüncüsü Gazme Toksay'a ödüllerini İstanbul Vali Yardımcısı Harun Kaya verdi. Zeytinburnu İDMİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi okul birincisi Zeynep İrfan, okul ikincisi Buse Kameroğlu ve okul üçüncüsü Remziye Buse ödüllerini İDMİB Başkanı Lemi Tolunay'ın elinden aldı. 

İTKİB OKULLARI'NDAN BUGÜNE KADAR 4 BİN 346 ÖĞRENCİ MEZUN OLDU

1995 yılında açtığı ilk meslek lisesi ile mesleki eğitimde çığır açacak faaliyetlere başlayan İTKİB Okulları'ndan bugüne kadar 4 bin 346 öğrenci mezun oldu. İTKİB Okulları, bugün üç lise, bir teknik bölüm ve bir yüksekokul ile mesleki eğitime örgün olarak devam ediyor. Birliğin yaygın eğitim alanındaki faaliyetlerinin merkezinde ise Türkiye'de mesleki eğitimin yıldızı haline gelen Gezici Eğitim Merkezleri bulunuyor. Şu an İTKİB'in tüm eğitim kurumlarında 2 bin 166 öğrenci eğitim almaya devam ediyor. Bu sene mezun olanlar da dahil olmak üzere örgün eğitim kurumlarından 4 bin 346, yaygın eğitim kurumlarından ise 2 bin mezun verildi. Türkiye için bir ilk niteliğindeki Gezici Eğitim Merkezleri'nde ise 10 yıl içinde 8 bin 311 kursiyer iş ve meslek sahibi oldu.

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



HAZIR GIYİMCİLERE AMERİKA YOLU GÖRÜNDÜ

İHKİB DÜNYANIN EN BÜYÜK PAZARLARINDAN BİRİSİ OLAN ABD PAZARININ KAPILARINI TÜRK FİRMALARINA AÇTI. KASIM AYINDA GERÇEKLEŞTİRİLECEK OLAN TİCARET HEYETİ PROGRAMI KAPSAMINDA HAZIR GIYIM VE ÇORAP SEKTÖRÜNDEN 25 FİRMA, BİR SÜREDİR TÜRKİYE'NİN UZAK KALDIĞI AMERİKA PAZARININ NABZINI TUTARAK, KENDİNE YENİ FIRSATLAR YARATMAYA HAZIRLANIYOR.

Istanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), belirli dönemlerde çeşitli ülkelere düzenlenen ticaret heyeti programları kapsamında bu sefer farklı bir coğrafyanın kapılarını açmaya hazırlanıyor. Dünyanın en büyük pazarlarından biri olan Amerika'dan son yıllarda bazı ekonomik sebeplerle uzak kalan Türk firmaları, pazarın havasını koklayarak kendine yeni iş fırsatları doğuracak. Kasım ayında düzenlenecek olan ticaret heyeti progra-

mına hazır giyim ve çorap sektöründen 25 firma katılım gösterecek. Amerika'da Türk firmalarının program tarihine kadar devam edecek tanıtım çalışmalarını sağlayan İHKİB, üç ayaktan oluşacak program için hazırlıklarını hızlandırdı. İHKİB Yeni Hedef Pazarlar ve Pazarlama Stratejileri Komitesi Başkanı Mustafa Gültepe, 'İHKİB olarak öncülük yapıp firmalarımızı bu pazarla tanıştırmak, bu fırsatla yeni pazarlarda Türk firmalarının var olmasına ön ayak olmak istedik' dedi.

3 farklı bölgeye gidilecek

Kasım ayında düzenlenecek olan ticaret heyeti programının 3 ayrı bölgede gerçekleşeceğini belirten Gültepe, hazır giyim ve çorap sektöründen toplamda 25 firma ile birlikte Amerika'ya gideceklerini söyledi. Gültepe, birinci gün New York'ta çorap ve hazır giyim firmalarının ikili görüşmelerde bir arada olacaklarını, ertesi gün ise farklı bölgelere gideceklerini belirtti. İkinci gün hazır giyim firmalarının Michigan'da, çorap firmalarının ise North Carolina eyaletinde



İHKİB Yeni Hedef Pazarlar ve Paz Stratejileri Komitesi Bşk. Mustafa Gültepe



görüşmeler yapacağını ifade eden Gültepe, Türkiye'nin hazır giyim ve çorap alanında varlığını göstermesi için çalışmalarını hızla yürüttüklerini söyledi. Gültepe, Amerika'da kurlardaki düşüşten dolayı bu bölgeye tekrar iyi fiyat verilebileceğini vurgulayarak, Türkiye'nin sesini bundan sonra bu pazarda daha çok duyurabileceğini belirtti. İHKİB'in, Amerika'da Türk firmalarının tanıtım çalışmalarına kasım ayında düzenlenecek olan ticaret heyeti programı tarihine kadar yoğun bir şekilde devam edeceğini ifade eden Gültepe sözlerine şöyle devam etti: 'Web üzerinden buna benzer çalışmalarımız devam edecek. Amerika'ya düzenleyeceğimiz ticaret heyeti programından bir ay önce de firmalarımızla son durum hakkında toplantı yaparak onları bilgilendireceğiz.'

Farklı kıtalar hazır giyimcileri bekliyor

Gültepe, Amerika'nın dünyanın en büyük pazarlarından birisi olduğunu ve Türkiye'nin bu fırsatı uzun vadede değerlen-

direceğine inandığını söyledi. İhracat yapılan ürünlerde vergi uygulaması söz konusu olmazsa bu durumun ihracat yapan firmalar için ciddi bir avantaj sağlayacağını söyleyen Gültepe, aslında Amerikalılar için fiyat politikası gibi konular sebebiyle çok cazip bir merkez olmadığını da altını çizdi. Ancak şu an



kurlarda olan iyileşmeden dolayı rekabet gücümüzün artacağını belirten Gültepe, şimdilik orta seviyedeki firmalara hitap edeceklerini ifade etti. Türk firmalarının Amerika pazarını ciddi şekilde önemsediklerini belirten Gültepe, sözlerine şöyle devam etti: 'Türkiye uzun süredir bu pazardan uzak kaldı. Biz şimdilik karşılıklı görüşme sağlayarak pazardaki değişiklikleri koklamak, yeni ve taze bilgileri almak, müşteri beklentilerini dinlemek için oraya gidiyoruz. Firmalarımızın edineceği bilgiler çerçevesinde geliştirilecek olan uygulanabilir iş hacmi,

iş modelleri gibi konular cevap bulmuş olacak. Her firma kendi çalışma şekilleri, dağıtım kanallarına göre çeşitli iş modelleri arasından birini benimseyecek. Biz İHKİB olarak öncülük yapıp firmalarımızı bu pazarla tanıştırmak, yeni pazarlarda Türk firmalarının var olmasına ön ayak olmak için çaba gösteriyoruz.' İHKİB'in farklı ve büyük pazar arayışlarını arka planda bırakmadan çalışmalarını sürdürdüğünü belirten Gültepe, önümüzdeki yıllarda Avrupa pazarından farklı olarak değişik kıta ve ülkelerde faaliyetlerin olacağını altını çizdi.❖



❖ Kasım ayında düzenlenecek ticaret heyeti programına, hazır giyim ve çorap sektöründen toplam 25 firma katılacak



PITTI'NİN KAPILARI TÜRK FİRMALARINA AÇILDI

ERKEK GİYİMDE KENDİNİ DÜNYAYA KANITLAMIS BİR FUAR OLAN PITTI IMMAGINE UOMO, TÜRKİYE'NİN ÖNDE GELEN HAZIR GİYİM FİRMALARININ KATILIMI İLE 19-22 HAZİRAN TARİHİNDE GERÇEKLEŞTİ. ERKEK HAZIR GİYİMİNİN REFERANS NOKTASI OLARAK KABUL EDİLEN FUAR, 82'NCİ KEZ İTALYA'NIN FLORANSA ŞEHRİNDE DÜZENLENDİ.

Erkek giyiminde kreatif koleksiyonlar hazırlayan seçkin firmaların katıldığı dünyanın en prestijli fuarlarından biri olan Pitti Immagine Uomo, uzun yıllardan bu yana Türk firmalarının kadrainde yer alıyor. Fortezza Da Basso Fuar Merkezi'nde düzenlenen fuara girmek istedikleri halde kendine yer bulamayan Türk hazır giyim firmaları, İHKİB'in yoğun

çalışmaları sonrasında artık bu fuarda ürünlerini sergilemeye başladı. 19-22 Haziran tarihleri arasında 82'ncisi düzenlenen fuara, Türk firmalarının da katılması için çalışmalara aylar öncesinden başlayan İHKİB, geçtiğimiz Mart ayında fuar temsilcileri ile bir araya geldi. Yapılan görüşmeler sonrasında fuarın Yönetim Kurulu Başkanı Raffaello Napoleone

ve Pazarlama Müdürü Antonio Cristaudo'nun İstanbul'a gerçekleştirdiği ziyaret sırasında Türkiye'nin önemli markalarından Hatemoğlu, Mondo, Giovane Gentile, Awa, Climber, Sarar ve Mithat Giyim'in aralarında olduğu çok sayıda firma gezildi. İHKİB, sektör adına yaptığı bu görüşmelerin meyvelerini ise firmaların Pitti Immagine Uomo

Fuarı'nın son döneminde yer almaları ile toplamış oldu. İHKİB, 2013 yılındaki aynı fuara milli katılım sağlamak için yoğun bir şekilde çalışmalarını sürdürürken, çok daha fazla Türk firmasına ürünlerini sergileme fırsatı verecek. Son olarak 19-22 Haziran tarihleri arasında gerçekleşen Pitti Immagine Uomo Fuarı'na, bu yıl 1065 marka, Türkiye'den

ise, Hatemoğlu, Avva, Ramsey, Little Big, Damat Tween ve Climber gibi firmalar katıldı. Pitti Immagine Uomo Fuarı'na; Almanya, Japonya, İspanya, Fransa, Hollanda, Rusya, Polonya, Ukrayna ve Brezilya gibi pek çok ülkeden gelen firmalar ürünlerini alıcıların beğenisine sundu.

Pitti rengarenk bir sezon açtı

Erkek giyimde kendini dünyaya kanıtlamış bir fuar olan Pitti Immagine Uomo'nun bu döneminde önümüzdeki sezona dair ipuçları verildi. Bu çerçevede erkek giyimde canlı renklerin sık kullanılacağı önümüzdeki sezonda, kargo pantolonlar, taşlanmış jean'ler ve kanvaslar yerini koruyor. Koleksiyonlarda denizci aksesuarlarının bolca kullanılacağı ve puantiye detaylarının artarak devam

edeceği görülüyor. Kruvaze ceketin hakimiyeti 'prep look' ve kısa pantolon paçalarının bulunduğu koleksiyonlarda ayakkabılar da rengarenk. Ünlü tasarımcı Serdar Uzuntaş'ın ise Pitti Immagine Fuarı'nda sergilediği koleksiyonunda spor kumaşları, temiz çizgilerle işlenen detayları, kullandığı renk ve desenleri dikkat çekti. Moda ve tekstile dair dünyaca ünlü pek çok firma-markanın alıcılarıyla buluştuğu İtalya'nın en önemli fuarı olan Pitti'nin Uomo (erkek) dışında düzenlediği yedi farklı fuar bulunuyor. Pitti Uomo ve Pitti W (Erkek-Kadın) aynı tarihlerde yılda iki kere düzenleniyor. Diğer fuarlar ise sırasıyla şöyle: Pitti Immagine Bimbo (çocuk), Pitti Immagine Filati (dokuma), Touch! Neozone Cloudnine, ModaPrima, Fragranze (parfüm), ve taste (yemek). ❖



❖ Hatemoğlu ve AVVA'nın da aralarında olduğu hazır giyim firmaları Pitti Immagine Uomo Fuarı'ndan memnun ayrıldı



“ERKEK MODASININ REFERANS NOKTASI” Volkan ATİK Avva YK Başkanı İHKİB YK Üyesi

Pitti Immagine Uomo Fuarı erkek giyim kategorisinde dünyada takip edilen ve referans gösterilen bir etkinlik. Bütün Avrupa'daki firmaların koleksiyonlarını 1 sene önceden tanıttıkları Pitti'nin moda endüstrisinin gelişmesine önemli bir katkısı var. Bir ülkenin bu fuarda firmalarını görücüye çıkarmış olması; o ülkenin sadece hazır giyim değil, moda anlamında da ciddi bir kategori geliştirmiş olduğunu gösterir. Türk firmaları olarak bu fuara katılmak, bizim için büyük önem taşıyor. İHKİB olarak 1,5 sene önce bu fuarla ilgili çalışmalara başlayıp, Pitti Immagine Uomo Fuarı yetkilileriyle uzun görüşmeler gerçekleştirdik. Sistema Moda Italia (SMI) ile görüşmelerimiz sonucunda fuar yetkilileri ve İtalyan moda sektörünün önde gelen birkaç ismini Türkiye'ye davet ettik; sektörün gelişimini gösterdik. Türkiye'nin tek başına fiyat odaklı rekabette değil, tasarım odaklı rekabetin de içinde bulunduğunu göstererek, seçtikleri firmalara ziyaretlerde bulunduk. Önemli olan bu fuara ulusal bir katılım göstermekti; bunu da başardık. Önümüzdeki senelerde Türkiye'den katılan firma sayımızı artırarak Pitti Immagine Uomo'da yer almaya devam edeceğiz.

risinin gelişmesine önemli bir katkısı var. Bir ülkenin bu fuarda firmalarını görücüye çıkarmış olması; o ülkenin sadece hazır giyim değil, moda anlamında da ciddi bir kategori geliştirmiş olduğunu gösterir. Türk firmaları olarak bu fuara katılmak, bizim için büyük önem taşıyor. İHKİB olarak 1,5 sene önce bu fuarla ilgili çalışmalara başlayıp, Pitti Immagine Uomo Fuarı yetkilileriyle uzun görüşmeler gerçekleştirdik. Sistema Moda Italia (SMI) ile görüşmelerimiz sonucunda fuar yetkilileri ve İtalyan moda sektörünün önde gelen birkaç ismini Türkiye'ye davet ettik; sektörün gelişimini gösterdik. Türkiye'nin tek başına fiyat odaklı rekabette değil, tasarım odaklı rekabetin de içinde bulunduğunu göstererek, seçtikleri firmalara ziyaretlerde bulunduk. Önemli olan bu fuara ulusal bir katılım göstermekti; bunu da başardık. Önümüzdeki senelerde Türkiye'den katılan firma sayımızı artırarak Pitti Immagine Uomo'da yer almaya devam edeceğiz.



“ZİYARETÇİYKEN KATILIMCI OLDUK” Efsane TURAN Hatemoğlu YK Bşk. Yrd. İHKİB YK Üyesi

Senelerdir ziyaretçi olarak gittiğimiz Pitti Immagine Uomo Fuarı'nda bu sene ilk defa katılımcı olmak bir dönüm noktasıydı. İHKİB'in uzun süredir devam eden görüşmeleri sayesinde açılan bu yolda önümüzdeki senelerde pek

çok firma daha yürüyecektir. Orada olmayı hak eden birçok tasarımcımız, firmamız var. İHKİB'in İtalya'ya giderek birebir yaptığı görüşmeler, akabinde onların bizi ziyareti bu kapının aralanmasını sağladı. Bu fuarı Türkiye için olimpiyatlara katılmak gibi değerlendiriyorum. Orası birebir müşterilerin dikkatini çekebileceğiniz bir yer. Erkek giyiminin kalbi diye adlandırabileceğimiz Pitti Immagine Uomo Fuarı, bu dönemde yine ciddi bir kalabalığa tanıklık etti. Biz de orada bulunarak fark edilmeyi sağladık. En başta Çin'den alışveriş merkezi sahipleri olmak üzere, Kolombiya, Güney Afrika, New York ve İspanya'dan gelen ziyaretçilerimizin çoğundan sipariş aldık. Senelerdir verdiğimiz emeğin meyvelerini almaya başladık. Avantajlarımızı doğru kullanırsak, Türkiye kendine bu fuarda her zaman yer bulacaktır. Fuarın 2013 Ocak dönemi için de şimdiden çalışmalara başladık.



TEKSTİLCİ KALİTESİNİ HEYETLERLE DÜNYAYA TAŞIYOR

AĞIRLIKLI OLARAK AVRUPA VE ÇEVRE ÜLKELERE YAPILAN TEKSTİL İHRACAT AĞINI GENİŞLETMEYE ÇALIŞAN İTHİB, VAROLAN PAZARLARDAKİ TÜRK TEKSTİL ÜRÜNLERİNİN KALİTELİ İMAJINI, TİCARET HEYETLERİYLE VİTRİNLERE TAŞIYOR. ÖNÜMÜZDEKİ AYLARDA NEW YORK, MİLANO VE MADRID'E SEKTÖREL TİCARET HEYETİ DÜZENLEMİYİ PLANLAYAN BİRLİK, FİRMALARI BU TİCARET HEYETLERİNE KATILMAYA DAVET EDİYOR.

İTHİB, tekstil sektörünün mevcut uluslararası pazarlardaki bilinirliğinin ve yeni pazar olanaklarına erişiminin artırılması amacıyla çalışmalarını sürdürüyor. Bu çerçevede, New York, Milano ve Madrid'e yönelik olarak, üyelerin ikili iş görüşmeleri yapabilecekleri ve alıcılarla bağlantı kurabilecekleri Sektörel Ticaret Heyeti Organizasyonları düzenlenmesi planlanıyor. 10-11 Ekim 2012 tarihlerinde New York'a, 10-11 Kasım 2012 tarihlerinde Milano'ya, 22 - 24 Ocak 2013

tarihlerinde de Madrid'e sektörel ticaret heyeti düzenlemeyi planlayan Birlik, söz konusu ticaret heyeti organizasyonlarını sektörde önde gelen firmalara tanıtmak amacıyla 7 Haziran 2012 Perşembe günü Les Ottoman Oteli Yalı Hatun Salonunda bir tanıtım toplantısı düzenledi. İTHİB Başkanı İsmail Gülle, İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala ve Tactica firması Başkanı Natasha de Santis'in konuşmacılığını yaptığı toplantıya; Akın Tekstil, Almodo, Arsan,

Bezsan, Bossa, Can Tekstil, Doruk, Dinamo, Anteks, Fun Tekstil, Kipaş, Söktaş, Yarangümeli, Çelikmakas, Yünsa, Kimteks, İlteks, Karma Kokteyl, Palateks, Gülle, Orbey ve Nuryıldız gibi sektörün önde gelen firmalarının üst düzey temsilcileri katıldı. Tactica firması Başkanı Natasha de Santis tarafından yapılan sunumda, ticaret heyeti düzenlenmesi planlanan ülkeler ile bilgi verildi. Heyet organizasyonlarına ilişkin detaylı konuların paylaşıldığı toplantıda, bu

heyetlerde davet edilmesi planlanan markalar, tasarımcılar, zincir mağazalar ve toptancılara yönelik yapılacak çalışmalar hakkında da bir sunum yapıldı. Katılımcı firmalar sunum sonrası doldurdıkları anketlerde planlanan heyetlerin önemini ve katılacaklarını ifade ederken, bunun yanı sıra İTHİB'den 2013 yılında Güney Amerika, Brezilya, Çin, Hindistan, Tokyo, Rusya, Ukrayna, Fas gibi ülkelere de sektörel ticaret heyetleri organizasyonlarının düzenlenmesi taleplerini iletti.



İTHİB'in önümüzdeki dönemlerde düzenleyeceği ticaret heyetleri ile ilgili bilgi vermek amacıyla düzenlediği toplantıda, İTHİB Başkanı İsmail Gülle, İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala ve Tactica firması Başkanı Natasha de Santis konuşmacı olarak yer aldı.

Türk tekstil ürünleri hakettiği değeri alacak

Dünyada güçlü tekstil alıcılarının bulunduğu pazarlara Türkiye'de üretilen tekstil ürünlerinin daha pahalıya nasıl sunacakları üzerinde çalıştıklarını ifade eden İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala, bu çerçevede New York, Milano ve Madrid'te gerçekleştirecekleri sektörel ticaret heyeti çalışmalarının önemine vurgu yapıyor. Türk tekstil sektörünün bu pazarlarda layık olduğu değeri görmesi için çalıştıklarını ifade eden Tamer Pala, sektörel ticaret heyetinde yer alacak firmaların Türkiye'de nitelikli ürünler üreten firmalar arasında seçilerek toplantıya davet edildiklerini söylüyor. Yaptıkları toplantıda söz konusu üç pazarda nasıl pazarlama çalışmaları yaptıklarını davetli firmalara aktardıklarını belirten Pala, "Klasik anlamda fuar faaliyetleri artık kan kaybediyor. Fuarlar uzun süreli faaliyetler olması ve kalabalıktan kaynaklı firmalar genel alıcılara yeteri kadar konsantre olamıyorlar. Bu anlamda

klasik fuar faaliyetlerinde alıcılar ve satıcılar doğru iletişimi kuramıyorlar. Biz bu noktayı iyi gördüğümüz için söz konusu üç pazarda o kentin en güzel lokasyonlarında Türk tekstil sektörünü ve alıcıları bir araya getireceğiz. Burada ki amacımız Türkiye'den birçok branşta kendi alanında kendini ispatlamış 20 firma ile birlikte bu çalışmayı yapmak. Biz bu faaliyet içinde bulunan firmalara direkt alım yapan ekipler ile

buluşturacağız. Bir nevi firmalarımıza satış garantisi de veriyoruz. Dolayısıyla tamamen fuar olayından farklı bir konseptte Türk tekstilinin farklı algılanmasını sağlayacağız. Şu anda ki misyonumuz bu" dedi

Türk tekstil sektörünün imajı oturuyor

Bu faaliyeti Tactica firması ile birlikte yürüttüklerini belirten Tamer Pala, firma sahibi

Natasha de Santis de destek aldıklarını belirtiyor. Natasha De Santis'in bu ülkelerdeki tecrübelerinden istifade etmek istiyoruz. Natasha De Santis ile birlikte başka çalışmalarda da işbirliklerinin bulunduğu değinen Tamer Pala, "Buradaki rolümüz, Türk tekstilinin kaliteli ürün yapan satıcılarını burada ki gerçek alıcılar ile bir araya getirebilmek. Dost ortamında onları bir araya getirmek, firmalarımızın ihracat pazarlarını genişletmesine katkı sağlamak. Türkiye'de tekstil sektörü geçmiş yıllara göre tecrübesi artmış durumunda. Koleksiyon yapabilen firma sayısı oldukça yükselmiş durumda. Sektörün ihtiyaç duyduğu tek şey birlik ve doğru pazarlama yöntemleri. Türk tekstil sektörü dünyaya gücünü ispatlaması için bu tarz organizasyonlara çok yüksek derecede önem veriyoruz. Bu organizasyon içerisinde yer alacak firmaların ihracat mantalitetlerinin olması, koleksiyon yapabilmeleri ve yüksek kapasite ile üretim yapmaları gerekiyor. Türkiye'nin tekstil sektöründeki imajını zedelememek için her türlü ihtiyacı karşılayacak firmalar bu faaliyette yer alacaklar. Ayrıca bu faaliyette yer alacak firmalara yüzde 50 devlet desteği de sağlanacak" dedi. 📌





DERİ KİMYASALLARINDA LİMİTLER VE ANALİZLERİ...

İSTANBUL DERİ VE DERİ MAMULLERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ (İDMİB) VE TÜRKİYE DERİ VAKFI (TÜRDEV) İŞBİRLİĞİNDE ORGANİZE EDİLEN 'DERİ SEKTÖRÜNDE YAPILAN ANALİZLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ' KONULU TOPLANTI 7 HAZİRAN TARİHİNDE İDMİB'İN EV SAHİPLİĞİNDE GERÇEKLEŞTİ.

Deride tabakhane aşamasında kullanılan çeşitli kimyasallara ilişkin başka sektörlerde ait olan limitler ve analiz yöntemlerinin deri için de istenmesi, sektörde önemli sorunları beraberinde getiriyor. Söz konusu durum, her şeyden önce sektördeki kimyasal kullanım oranlarının referansların üstündeymiş gibi raporlanmasına neden oluyor. Sektördeki kurum ve kuruluşlar ise konuya düzenledikleri toplantılarla çözüm arıyor. Bu konuya çözüm bulmak için İDMİB ve

TÜRDEV işbirliğinde organize edilen 'Deri Sektöründe Yapılan Analizlerin Değerlendirilmesi' konulu toplantı 7 Haziran tarihinde İDMİB'in ev sahipliğinde gerçekleşti. İDMİB Başkanı Lemi Tolunay ve Türkiye Deri Vakfı (TÜRDEV) Başkanı Dr. Volkan Çandar'ın yer aldığı toplantıya Türkiye Deri Sanayicileri Derneği (TDSD), Deri Teknologları Teknisyenleri ve Kimyacılar Derneği (DETEK), Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TASEV), Ayakkabı Yan

Sanayicileri Derneği (AYSAD), analiz laboratuvarlarından temsilciler ve akademisyenler de katıldı. Deri sektöründe üretim aşamasında kullanılan kimyasallara ilişkin ihracat sırasında müşteriler tarafından istenen analizlerde yaşanan sorunların görüldüğü toplantıda, söz konusu sorunlara ilişkin çözüm yolları da arandı. Deride tabakhane aşamasında kullanılan çeşitli kimyasallara ilişkin başka sektörlerde ait olan limitler ve analiz yöntemlerinin deri sektörü için de istenmesi

nedeniyle kimyasal kullanım oranlarının referansların üstündeymiş gibi raporlandığını belirten katılımcılar, farklı laboratuvarların ölçümlerinde bir standart bulunmadığından farklı sonuçlar çıkabildiğini söyledi. Toplantı sonunda ise başta Türkiye Deri Sanayicileri Derneği (TDSD) ve Deri Teknologları Teknisyenleri ve Kimyacılar Derneği (DETEK) olmak üzere sektörel dernek ve kuruluşların 'Farkındalık Raporu' hazırlayarak markalara, tabakhanelere ve firmalara iletmesi kararlaştırıldı.



İDMİB ve TÜRDEV işbirliğinde 7 Haziran'da organize edilen 'deri sektöründe yapılan analizlerin değerlendirilmesi' konulu toplantıda 'Farkındalık Raporu' adlı bir çalışma hazırlanarak markalara, tabakhanelere ve firmalara iletilmesi kararlaştırıldı.

Deriye özgü laboratuvarlar kurulmalı

Markaların deri ile ilgili olan konularda hiç gerçekçi olmayan sınırlama değerleri getirdiklerini belirten TÜRDEV Başkanı Dr. Volkan Çandar, "Markalar öyle spesifikasyonlar getiriyorlar ki mesela, bir tekstil veya başka ürün için geçerli olabilecek değerleri deri için de istiyorlar. Ancak deri üretim teknolojisi açısından bunlar imkansız şeyler. Bir şekilde bunun değiştirilmesi gerekiyor. Ayrıca bu markalar analizlerini akredite laboratuvarlarda yapıyorlar ama maa-lesef bu laboratuvarlar deri ile ilgili



TÜRDEV Başkanı Dr. Volkan Çandar, deride yapılacak analizlerin deri için geliştirilmiş ve standartlaştırılmış analizler olması gerektiğine dikkat çekiyor.

donanımına sahip değiller. Bu laboratuvarlar deri ile ilgili olan standartları kullanmaları gerekirken ya kendileri metod geliştiriyor ya da tekstil sektörünün yöntemlerini kullanarak hiç olmayacak yanlış sonuçlar bulunuyor. Bu durum da sektöre çok büyük darbe vuruyor. Yani birtakım ülkeler de bu tip sınırlamaları koyabiliyor. Biz dünya çapında da bu farkındalığı yaratmak zorundayız. Bunun için vakıf olarak ön ayak olalım dedik ve bir takım unsurları bir araya getirdik. Dünya boyutunda bir farkındalık yaratmaya çalışacağız. Bu konuda markalara, kullanıcılara, tabakhanelere, konfeksiyonculara ve ayakkabı sanayicilerine de büyük görevler düşünüyor. Deri için yapılacak analizler deri için geliştirilmiş ve standartlaştırılmış analizler olmalıdır. Bunun laboratuvarlardan da bu şekilde talep edilmesi gerekiyor. Laboratuvarlar da bu donanımları yoksa o donanımları sağlayıp ondan sonra deri analizi yapmaya geçmeleri gerekiyor. Türkiye'de bu tarz donanıma sahip akredite laboratuvar var. Ege Üniversitesi'nde böyle bir donanım var. Tekstil için analiz yapan laboratuvarlarda olayın farkına varıyor. Bu laboratuvarların da deri için gerekli yatırımları yapmaları gerekiyor. Onun için deri sektöründe her unsurun bunun farkına varması ve bunun önlemini almalı" diyor.



TDS Başkanı Erdal Matraş, sektörün 2023 ihracat hedefini tutturmak için her türlü politika aracını devreye soktuğunu ve ihracatı artırmaya yönelik çalışmalar yürüttüğünü söylüyor.

Sorunun aşılması için uluslararası kurumlar ile çalışılacak

Sektörün bugün karşı karşıya olduğu sorunu üç temel açıdan görmek gerektiğini belirten TDS Başkanı Erdal Matraş, "Birincisi firma bazında değil, ama genel olarak deri ve deri ürünleri üreticilerinin son derece teknik olan standartlar ve analizler konusuna katılımı çok yeni ve bu alanda bilinç düzeyi ve farkındalık gün geçtikçe artıyor. İkincisi deri ve deri ürünlerini test eden laboratuvarların durumu. Deri, doğal bir kompozit dokudur ve hayvanın büyüme/besleme

koşullarından bu dokunun kalitesi etkilendiği gibi üretim sürecindeki uygulamalar ile teknik ve teknolojilerin de bu kaliteyi etkilediği bilinen bir gerçektir. Dolayısıyla ilişkili sektör olarak bilinen tekstil endüstrisinin hammaddelerinin ve dokularının bu doğal materyale benzemediği ve kalite kontrolde aynı yaklaşımlarla değerlendirilmeyeceği de son derece normal ve doğaldır. Bu nedenledir ki bu doğal materyalin kalitesinin değerlendirilmesinde bu süreç içerisindeki değişkenler ile materyal özelliklerini göz önünde bulunduracak yaklaşımla hareket edilmeli ve tekstilin kalite özellikleri ile benzeşme beklentisinden kaçınılmalıdır. Son olarak da ürün sattığımız ülkelerin bir kısmı dünya tarafından kabul görmüş test ve analiz değerlerinin altında kendi ulusal standart örgütleri marifetiyle değerler belirleyerek kendi ülkelerine yönelik ithalata tarife dışı engel uygulamaktır. Halen yürürlükte olan ve taslak aşamada olan tüm standartlar bir kere daha gözden geçirilerek eldeki mevcut imkanlarla soruna çözüm bulunmaya çalışılacak. Bu aşamada ICT(International Council of Tanners), GLCC (Global Leather Coordinating Committee) gibi uluslararası birliklerle sorun paylaşarak ortak bir çözüm arayışına gidilecek. Uluslararası yapılanmaların özellikle bazı ülkelerin tarife dışı engel olarak standartları kullandığı kısımda etkili olacağını düşünümektir" diyor.

Sağlıklı ihracat için doğru analiz şart

Ihracat müşterilerinin hem çevre ve insan sağlığı boyutu hem de tarife dışı engel boyutu kapsamında bu standartları sıklıkla referans olarak kullandıklarını belirten Erdal Matraş, dolayısıyla standartlarda öngörülen değerlerin sağlanamaması halinde müşteri istekleri karşılanamamakta ve bu da sipariş iptaline kadar ve hatta bir daha o müşteri ile iş yapamamaya kadar giden bir süreci beraberinde getirdiğine dikkatleri çekiyor.❦



ALİŞVERİŞİN KALBI

İSTANBUL SHOPPING FEST 'TE ATTI

İSTANBUL'U 21 GÜN BOYUNCA ALIŞVERİŞ VE EĞLENCE MERKEZİNE DÖNÜŞTÜREN İSTANBUL SHOPPING FEST (İSF), 9-29 HAZİRAN TARİHLERİ ARASINDA GERÇEKLEŞTİ. ZİYARETÇİLER İSF KAPSAMINDA PEK ÇOK MARKANIN YÜZDE 50'Yİ AŞAN İNDİRİMLERİYLE ALIŞVERİŞE; DÜZENLENEN ETKİNLİKLERLE DE EĞLENCEYE DOYDU.

Alıveriş turizmi açısından Türkiye'de atılmış en büyük adımlardan biri olan İstanbul Shopping Fest'in ikincisi bu yıl 9-29 Haziran tarihleri arasında düzenlendi. Dünya çapında tanınan 100'den fazla markayı festival ve eğlencelerle buluşturan İSF, ziyaretçilerin yoğun ilgisiyle karşılaştı. İstanbul'u alışveriş ve eğlence merkezi

haline getiren İSF, pek çok alışveriş merkezleriyle birlikte Taksim, Nişantaşı, Şişli, Bakırköy, Fatih, Bahariye ve Bağdat Caddesi gibi İstanbul'un önemli noktalarında da gerçekleşti. Renkli bir festivale ev sahipliği yapan İstanbul'un cadde ve sokakları özel tasarım ve ışıklandırmalarla süsledi. Şehrin farklı noktalarında pek çok sanatçı

konser verdi. Yabancı şov gruplarının etkinlikleri, sokak partileri, sürprizlerin bol olduğu İSF, katılımcıları alışveriş ve eğlenceye doydurdu. Festival, daha ilk haftasında ciroları yüzde 30-40'lara çıkardı. 9 Haziran'da büyük bir açılışla start alan İSF için, sponsorlar arasında yer alan Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kalkınma Bakanlığı, Tanıtma Genel

Müdürlüğü, İstanbul Valiliği, İstanbul Büyükşehir Belediyesi ve Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) gibi çeşitli devlet birimleri ve kuruluşlar, festival öncesinde önemli çalışmalar yaptı.

Açılışta gösterişli karnaval

Karnaval ve öncesinde gerçekleştirilen basın buluşmasına; İstanbul Valisi Hüseyin

Avni Mutlu, Tanıtma Genel Müdürü Cumhuriyet Taşbaşı, İstanbul Büyükşehir Belediye (İBB) Başkanı Kadir Topbaş, İstanbul Emniyet Müdürü Hüseyin Çapkın, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ve ISF Platform Başkanı Mehmet Büyükekşi, İstanbul Ticaret Odası (İTO) Başkanı Murat Yalçıntaş, İstanbul Kalkınma Ajansı Genel Sekreteri Abdülmecit Karakaş, Beyoğlu Belediye Başkanı Ahmet Misbah Demircan, İstanbul Shopping Fest İcra Kurulu Eş Başkanları Yılmaz Yılmaz, Mehmet T. Nane ve Hakan Kodal'ın yanı sıra Hüseyin Doğan, Ekrem Akyiğit, Ali Murat Kızıltaş, Burak Çelet, Mete Sönmez, Emre Akyiğit, Fatih Akbacakoğlu, Jaklin Güner, Mehmet Ziyilan, İsmail Kutlu, Ayşen Zamanpur, Ahmet Dalyancıgil, Aslı Karadeniz, Füsün Çevikel Kuran, Semih

Saraçoğlu, Önder Öztarhan, İmam Altınbaş gibi çok sayıda Perakende ve AVM patronları katıldı. Kent Orkestrası, Tiny People ve Zalinde gösteri gruplarının şovları, poi ve tah-tabacaklar, jonklörler, palyaçolar ve kaykay şovmenler olmak üzere toplam 300 kişilik gösteri ekibi karnaval yürüyüşüne renk kattı. Alışverişle eğlenceyi bir arada sunan İstanbul Shopping Fest (İSF) kapsamında İstiklal Caddesi ve Bağdat Caddesi'nde düzenlenen karnaval yürüyüşünde İSF'ye katılan AVM ve markaların gerçekleştirdiği aktiviteler de misafirlere farklı bir gün yaşattı. Ayrıca etkinlikte İstiklal ve Bağdat Caddeleri'ndeki mağazalar, indirimler ve promosyonlar ile konuklarını ağırladı.

Topbaş: "İstanbul kazansın"

Festivalden önce çeşitli toplantılarla organizasyo-



İstanbul Valisi Hüseyin Mutlu herkesin elini taşın altına koyarak "daha iyi ne yapabiliriz" düşüncesiyle hareket etmesini istedi.

nun amaçları, İstanbul'a ve Türkiye'ye ne kazandıracakları aktarıldı. Bunlardan biri de festival öncesinde gerçekleştirilen; TİM ve İstanbul Shopping Fest Platform Başkanı Mehmet Büyükekşi'nin yanı sıra İstanbul Valisi Hüseyin Mutlu, İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Kadir Topbaş ve çok sayıda iş adamının katıldığı Beşiktaş Point Hotel'deki festival ile ilgili bilgilerin verildiği yemek oldu. Yemekte konuşma yapan Vali Mutlu, bu tür organizasyonların Türkiye ve

İstanbul'u dünyada tanıtmak adına önemli bir misyonu yerine getirdiğini söyledi. Mutlu, herkesin elini taşın altına koyarak "daha iyi ne yapabiliriz" düşüncesiyle hareket etmesini istedi. Başkan Kadir Topbaş ise İstanbul'un kongre turizminde önemli bir noktaya geldiğini belirterek, 10 bin kişinin kongre yapabileceği, ailesiyle gelenlerin vakit geçirebileceği, yemek yiyebileceği, şehir merkezinden uzak olmayan bir kongre merkezi düşündüğünü ifade etti. Topbaş, "İstanbul





İstanbul 21 gün boyunca rengarenkti

İSF Genel Müdürü Füsün Sönmez, İSF projesindeki ilk yıl deneyimleri ve yaptıkları araştırmaların sonuçlarını değerlendirerek ikinci kez düzenlenen İstanbul Shopping Fest'in planlarını yaptıklarını belirterek sözlerini şöyle sürdürdü: "İlk olarak İSF tarihlerini değiştirdik. Çünkü bu tarihin hem komşu ülkelerin tatil zamanına denk gelmesini hem indirim oranlarını yükseltmeyi hem de İstanbul'un en güzel mevsimde ziyaretçilerini ağırlaması istedik. Geçtiğimiz yıl 40 günlük olan süreyi, insanların festivale daha yoğun ilgi göstermeleri ve alışveriş ile eğlenceyi bir arada sunan bir dopdolu bir festival yaşamaları için 21 güne indirdik." Festival, neredeyse bir ülke büyüklüğündeki şehrin dört bir yanına yayılan birçok modern alışveriş merkezinin yanı sıra Taksim, Nişantaşı, Şişli, Bakırköy, Fatih, Bahariye ve Bağdat Caddesi gibi İstanbul'un cazibe noktaları olan alışveriş caddeleri ile birçok ünlü markaya ev sahipliği yaptı. İstanbul'un bu coşkuyu rengarenk yaşayabilmesi için özel tasarımlarla ve ışıklandırılmalarla süslenen cadde ve sokakların, ünlü sanatçıların konserleri, yabancı şov gruplarının etkinlikleri, sokak partileri, sürpriz eğlenceler ile İSF boyunca devam etti.

Dünyada alışveriş başkenti olmaya aday

Bu yıl ikincisi düzenlenen İSF'ye geçen seneye oranla çok daha fazla yerli ve yabancı markanın eklenerek, yüksek indirimler sağladığını belirten Sönmez, aralarında Sarar, Banana Republic, Victoria's Secret Beauty & Accessories ve Polo gibi markaların sayısının 180 olduğunu dile getirdi. Sönmez, 34 AVM'nin yer aldığı İSF'de

Arıp müziğinin sevilen seslerinden Nancy Ajram'ın, bu yıl ikincisi düzenlenen İstanbul Shopping Fest kapsamında verdiği konser büyük ilgi gördü.

kendi kendine yetebilecek bir şehirdir. En son gittiğim Kosta Rika, Şili gibi yerlerde bile İstanbul hayranlığını görmek, beni oldukça memnun etti" dedi. Böyle bir dönemde İstanbul'un tanıtımının dört koldan yapılması gerektiği-

nin altını çizen Topbaş, bu konuda AVM'lere büyük görev düştüğünü ifade ederek, AVM'leri kentin meydanları olarak gördüğünü dile getirdi. Büyükşehir Belediyesi olarak TİM'e, özellikle İSF de dahil olmak üzere bütün desteği ver-

meye hazır olduklarını belirten Topbaş, "Kente ne kadar turist gelirse ve harcama yaparsa biz de o kadar pay alıyoruz. Bu şekilde İstanbul kazanıyor. Biz bu festivalden geriye kalan gelir için fedakarlık yapmalıyız" şeklinde konuştu.



Hüsnü Şenlendirici ve Suyun Rüyası grubunun Ebru gösterisi, Kum Sanatı gösterisi ve Su Güneş Mıhladız dans gösterileri izleyenleri büyüledi



İSF ve Vogue Türkiye işbirliğiyle düzenlenen Vitrin Tasarım Yarışması'nın birincisi Boyner oldu

yerli ve yabancı markaların, yüzde 50'lere varan indirimler, promosyonlar ve kampanyalar gerçekleştirdiğini ifade etti. Sönmez sözlerine şöyle devam etti: "Konuklarına alışverişin en eğlenceli halini yaşatmayı hedeflemiş festival kapsamında, birçok konser, çekiliş ve etkinlikler düzenlendi. Festival kapsamında sadece alışveriş merkezleri değil, birçok restoran, bar, kulüp, otel ve turizm noktasında da çeşitli kampanya ve avantajlar sağlandı. Coğrafi özellikleri ve engin tarihinin yanı sıra ticareti ile de dünyanın en dinamik şehirlerinden birisi olan İstanbul, Kapalıçarşı ve Mısır Çarşısı gibi geleneksel alışveriş noktaları, birçok modern AVM'si ve alışveriş caddeleri ile alışveriş için benzersiz imkânları bir arada sundu. Bu özellikleri ile dünyanın her yerinden turist çeken şehir, İstanbul Shopping Fest kapsamında düzenlenen sokak ve alışveriş merkezi etkinlikleri, konserler ve şehir süslemeleri ile dünyada alışveriş ve eğlencenin başkenti olmaya aday."

"Yabancıların takviminde olmalıyız"

Festivalin İstanbul'a sağladığı katkılardan biri de turizme hizmet etmesiydi. Festival

boyunca birçok yerli ve yabancı turist İstanbul'a geldi. İSF Genel Müdürü Sönmez konuyla ilgili şunları söyledi: "Festivalin düzenlendiği tarihlere bakıldığında; 2010 yılında, 40 gün süresince İstanbul'a gelen turist sayısı 805 bin 989 iken, 2011 yılının aynı döneminde bu rakamın, 955 bin 144 yükseldiğini gördük. Haziran 2011'de İstanbul'a gelen turist sayısı 773 bin. Bu yılki hedefimiz ise 21 günde en az 850 bin turist ağırlamaktır. Bunu sağlamak için de Eylül 2011'den beri; yani yaklaşık dokuz aydır Turizm Bakanlığı yurtdışında çok ciddi bir tanıtım kampanyası yürüttü. İstanbul Shopping Fest'i yurt-

dışı turizm fuarlarında seyahat acentelerine tanıttı. Dünyanın pek çok ülkesinde açık hava reklam mecraları bu amaçla kullanılıyor." Açıklamalarında son olarak bütünüyle festivalle gerçekleştirmek istedikleri hedefe vurgu yapan Sönmez, her yıl gerçekleşen bir etkinlik olan İSF ile özellikle yabancı ziyaretçilerin takviminde yer almayı, dünyada alışveriş denince akla gelen ilk beş destinasyonundan biri olmayı istediklerini ifade etti. Sönmez, İstanbul Shopping Fest'in, tarihi, kültürü ve doğal güzellikleriyle zaten önemli bir çekim merkezi olan İstanbul'un sahip olduğu modern alışveriş imkânlarının altını çizmek istediğini belirtti.

Markalar vitrinlerde yarıştı

İstanbul Shopping Fest (İSF)'in önemli sürprizlerinden biri olan Vitrin Tasarım Yarışması yapıldı. İSF ve Vogue Türkiye işbirliğiyle düzenlenen Vitrin Tasarım Yarışması'nın birincisi Boyner olurken, Penti ikinciliği, Mudo ise üçüncülüğü aldı. İstanbul'un en önemli lokasyonlarından biri olan Bağdat Caddesi'nde yer alan vitrinlerin katıldığı yarışmada İstanbul Shopping Fest'i ruhunu yansıtan, logosunu yaratıcı şekilde kullanan ve sezon trendlerini kriter olarak hazırlanan vitrinlerden en iyileri jüri oylamasıyla sahiplerini buldu. Kendi markalarına ait ürünlerle vitrinleri tasarlayan perakendeci-



ler arasından birincilik Boyner'in olurken, ikincilik ödülü Penti, üçüncülük ödülü ise Mudo'ya verildi. Kazanan markaya yarışmanın ödülü olarak İSF yönetimi tarafından 29 Haziran'a kadar kullanılması koşuluyla 15,000 TL değerindeki Bağdat Caddesi Dev İSF Alışveriş Çantaları'ndan biri hediye edildi. Ayrıca vogue.com internet sitesinde, Vogue Türkiye dijital mecralarında, istshopfest.com internet sitesinde, İSF dijital mecralarında ve 15 Haziran'da Bağdat Caddesi'nde yapılan DJ partide birincilik alan markanın duyuruları yapıldı.

İSF'de Nancy Arjam rüzgarı esti

Büyüleyici sesi ve yüksek sahne performansı ile Arap dünyasının son yıllardaki en büyük yıldızlarından Nancy Ajram, bu yıl ikincisi düzenlenen İstanbul Shopping Fest kapsamında İstanbul'a geldi. Arap müziğinin en sevilen seslerinden biri olan Nancy Ajram 27 Haziran Çarşamba akşamı İSF kapsamında, Cemil Topuzlu Açık hava Sahnesi'nde bir konser verdi. Pek çok hayranın konser alanını doldurmasıyla, milyonların diline dolanan şarkılar festivale bambaşka bir havaya bürüdü. Ya Selam, Ah w Noss, ve YaTabtab gibi birçok başarılı albümü bulunan Ajram, müzik yeteneğiyle dikkatleri üzerinde topladı. 4 yaşında şarkı söylemeye başlayan ve 18 yaşına gelmeden müzik dünyasının profesyonel isimleri arasına giren Ajram için Arap ülkelerinden Türkiye'ye birçok ziyaretçi geldi.

Gösteriler büyüledi

Sultanahmet etkinliği, DJ performansı ile başlayıp Hüsnü Şenlendirici ve Suyun Rüyası Gösterisi, ardından Shaman Dans Tiyatrosu'nun özel şovuyla konuklarına benzersiz bir gece yaşattı. Sultan Ahmet Camii ve Ayasofya başta olmak



SHOPPING FEST'İN İLK DÖNEMİNE 773 BİN KİŞİ GELMİŞTİ

İlk yılında İSF, Bankalararası Kart Merkezi verilerine göre toplam alışveriş oranında yüzde 26, yabancı kart harcamasında ise yüzde 66 artış gösterdi. Türkiye ekonomisine büyük katkı sağlayan festivalin ikincisi de; T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı ve T.C. İstanbul Valiliği himayesinde, İBB (İstanbul Büyükşehir Belediyesi), Türkiye İhracatçılar Meclisi, İSTKA (İstanbul Kalkınma Ajansı) ve İTO (İstanbul Ticaret Odası)'nın desteğiyle, AYD (Alışveriş Merkezi Yatırımcıları Derneği), AMPD (Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Derneği), ve BMD (Birleşmiş Markalar Derneği) koordinasyonunda, THY (Türk Hava Yolları) iş birliğiyle ve TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği), TUROB (Turistik Otelciler, İşletmeciler ve Yatırımcılar Derneği), TMD (Tescilli Markalar Derneği), TURİYD (Turizm Restaurant Yatırımcıları ve İşletmecileri Derneği), TAV (Tepe Akfen Havalimanları) ve ISG'nin (İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanı) katkılarıyla gerçekleşti. Geçtiğimiz yıl birincisi düzenlenen İSF'de Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turist sayısı 31,5 milyona ulaşmıştı. İstanbul ise yabancı turist sayısını bir önceki yıla oranla yüzde 15 artırarak 8 milyon ziyaretçiyi ağırlamıştı. Geçen yılki festivalde yabancı ziyaretçi sayısında yüzde 15, Bankalararası Kart Merkezi verilerine göre, alışverişte yüzde 26, yabancı kart harcamasında yüzde 66 artış yaşanmıştı. İlk festivalde alışveriş için yurtdışından 773 bin kişi gelmişti.

üzere çok sayıda tarihi eseri sınırları içinde barındıran, tarihi yanmadanın en uç noktasında bulunan Sultanahmet, festival misafirlerini ağırladı. Sultanahmet Meydanı'nda 15 Haziran Cuma akşamı 19.00'da DJ performansı ile başlayan etkinlik, Klasik Türk sanatlarından Ebru'nun ilk kez profesyonel bir tasarım ile sahneye çıktığı Hüsnü Şenlendirici ve Suyun Rüyası grubunun Ebru gösterisi, Kum Sanatı gösterisi ve Su Güneş Mıhladız dans gösterileriyle yükseldi. Seyirciler,

ünlü ebru sanatçıları Ebruzen Hikmet Barutçugil ve Reza Hammatirad'ın sihirlili dokunuşlarıyla tablo haline gelen ebruyu, Hüsnü Şenlendirici'nin eşlik ettiği canlı orkestra müziği eşliğinde izleme olanağı buldular. Ardından sahne alan Shaman Dans Tiyatrosu ise konuklara coşkulu anlar yaşattı. Grup ilk eserleri; uygarlıkların, kültürlerin, dillerin ve dinlerin buluştuğu Anadolu'nun hikayesini anlatan "Buluşma" gösterisini sahneledi. Anadolu'nun her köşesinden dansların ve türkülerin yanında, modern dans ve bale gibi disiplinlerin, Sema ve Semah gibi ritüellerin, Gölge Tiyatrosu, ve akrobasi gibi tekniklerin kullanıldığı repertuar, Flamenko, Oryantal, Macar, Kafkas ve Balkan dansları ile destekleniyor. Gölge oyunları, ışıklandırma ve kostümlerle Kurtuluş Savaşı, Aşık Veysel, Mevlana, Karagöz - Hacivat, Mehter ve Güreş gibi tarihi ve kültürel değerlerin de altı çizilen "Buluşma" da bugüne kadar sık kullanılmayan etnik sazlar ve perküsyonlara yer veriliyor. ❖

ünlü ebru sanatçıları Ebruzen Hikmet Barutçugil ve Reza Hammatirad'ın sihirlili dokunuşlarıyla tablo haline gelen ebruyu, Hüsnü Şenlendirici'nin eşlik ettiği canlı orkestra müziği eşliğinde izleme olanağı buldular. Ardından sahne alan Shaman Dans Tiyatrosu ise konuklara coşkulu anlar yaşattı. Grup ilk eserleri; uygarlıkların, kültürlerin, dillerin ve dinlerin buluştuğu Anadolu'nun hikayesini anlatan "Buluşma" gösterisini sahneledi. Anadolu'nun her köşesinden dansların ve türkülerin yanında, modern dans ve bale gibi disiplinlerin, Sema ve Semah gibi ritüellerin, Gölge Tiyatrosu, ve akrobasi gibi tekniklerin kullanıldığı repertuar, Flamenko, Oryantal, Macar, Kafkas ve Balkan dansları ile destekleniyor. Gölge oyunları, ışıklandırma ve kostümlerle Kurtuluş Savaşı, Aşık Veysel, Mevlana, Karagöz - Hacivat, Mehter ve Güreş gibi tarihi ve kültürel değerlerin de altı çizilen "Buluşma" da bugüne kadar sık kullanılmayan etnik sazlar ve perküsyonlara yer veriliyor. ❖



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

Забронируйте себе место в
первом и единственном в мире
БИЗНЕС-ОТДЫХЕ

www.dossodossi.com.tr



Dosso Dossi



DDFS

Dosso Dossi Fashion Show

8-14 ЯНВАРЬ 2013 - АНТАЛЬЯ

NASIL BAŞARDILAR ?

BOSSA, MATRAŞ VE SENTEZ HALI. ONLARI ORTAK BİR PAYDADA BULUŞTURAN 2011 YILINDA GERÇEKLEŞTİRDİKLERİ İHRACAT RAKAMLARI İLE İTKİB'İN BAŞARILI İHRACATÇILAR LİSTESİNDE ZİRVEYE YERLEŞMİŞ OLMALARI. TEKSTİL, DERİ VE HALI SEKTÖRLERİNDE ZİRVEDE BULUNAN BU İSİMLER, BAŞARI HİKAYELERİNİ HEDEF DERGİSİ'NE ANLATTI.



BOSSA, AR-GE İLE GELECEĞE YÜRÜYOR

GEÇEN YIL GERÇEKLEŞTİRDİĞİ İHRACAT RAKAMIYLA İTKİB TARAFINDAN DÜZENLENEN “BAŞARILI İHRACATÇILAR TÖRENİ”NDE TEKSTİL DALINDA PLATİN ÖDÜL ALMAYA HAK KAZANAN BOSSA TEKSTİL, 2012 YILINDA DA İDDİALİ.



veren isimlerinden hizmet alıyor, trendlere ürünlerimizle katkıda bulunuyoruz, denimle neler yapılabileceğini göstermek istiyoruz. Bu yıl ciroda yüzde 15 büyüme hedefimiz var. İstihdamı da yüzde 5 artırmayı hedefliyoruz. İhracat seviyemizi de gerek tutar, gerekse bölgeler olarak korumaya devam edeceğiz. Özellikle Avrupa’da yaşanan ekonomik durgunluk, bizim de ülke olarak bu bölgeye ihracatımızı fiyat anlamında olumsuz yönde etkiliyor. Zira Türkiye’nin tekstil ihracatının yarısı Avrupa’ya gerçekleşiyor. Bu yılın ilk dört ayını geçtiğimiz yıl ile kıyasladığımızda yaklaşık yüzde 4 civarında dolar bazında bir gerileme var. İlk yarı sonucunun da farklı olacağını düşünmüyorum. Ancak miktar olarak yüzde 11'lere varan da bir artış söz konusu, ki bunu da pamuk maliyetinin ürün fiyatlarına etkisi olarak yorumlayabiliriz. Dünya liginde bir adım önde olmak için öncelikle Ar-Ge, onunla eş zamanlı olarak yeni teknolojiye ve insana yatırım yapmak, dünya modasındaki trendleri de dikkate alarak; katma değeri daha yüksek, daha çevreci, daha şık ve yenilikçi çizgide kumaşlar üretmek, rakiplerden hep bir adım önde olmak gerekiyor” diyerek sözlerini sonlandırdı.

Tekstilde 61 yılı geride bırakan Bossa, Adana’da 650 bin metrekare alana yayılmış üç üretim tesisi ile Türkiye’nin ve Avrupa’nın en büyük entegre tekstil kuruluşlarından biri. Firma, Asya, Afrika, Amerika, Avrupa ve Avustralya olarak 5 kıtaya ihracat yapıyor. 2011’de 110 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdiklerini belirten Bossa Genel Müdürü Can Piyale, “Doğru mal, doğru zaman, doğru müşteri ve doğru fiyatla Avrupa’ya yakın oluşumuzun avantajını kullandık. Üretimimizin yarısından fazlasını direkt kumaş olarak ihraç ederken, bitmiş ürün açısından bakarsak indirekt ihracat oranı yüzde 85’leri buluyor. Kuzey Amerika, Güney Amerika, Avrupa, Afrika, Asya ve Avustralya’nın önemli pazarlarıyla uzun yıllardır düzenli ihra-

catımız var. Ülke bazında bakarsak ABD, Kolombiya, İspanya, İngiltere, Portekiz, Fransa, Almanya, İsveç, Danimarka, Finlandiya, İtalya, Romanya, Polonya, Belçika, İsviçre, Fas, Tunus, Mısır, İsrail, Avustralya, Çin gibi çok geniş bir skalaya ihracatımız var. Bossa’yı başarıya götüren en önemli unsurların başında 61 yılın tekstil ve bilgi birikimi, konusunda deneyimli ve uzman işgücü, yenilikçiliği, sürdürülebilirlik ve çevreci kumaşa yaptığı yatırım, denim trendlerini takip etme ve yön vermedeki üstünlüğüdür” diyor.

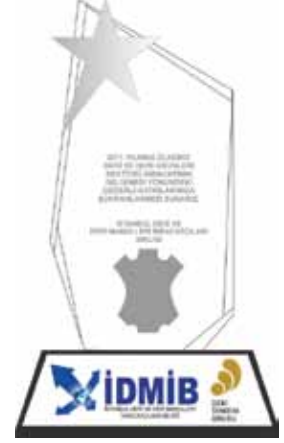
Bossa, 2012 yılında da iddialı

Organik pamuk, geri dönüştürülmüş elyaf ve ekolojik kimyasalların kullandığı sertifikalı kumaşlardan oluşan çevreci Re-Set koleksiyonu ve dünyanın

önde gelen markalarının ilgisini çeken geri dönüşümlü kumaşları (Recycled denim) ile dünya çapında tanınan Bossa, suyu daha az kullanan teknolojiler, doğal boyalar, enerjiyi daha az ve verimli kullanan sistemler üzerine yaptığı araştırma ve uygulamalarını geliştirerek sürdürüyor. Dünya piyasalarına sundukları ürünlerin katma değerini arttırmak için 60 kişilik uzman ekip ile yoğun bir laboratuvar ve Ar-Ge faaliyeti yürüttüklerini belirten Can Piyale: “Daha esnek, daha göz alıcı, dünyadaki trendlere uygun olarak farklı renklerde iplik ve kumaşlar üzerinde çalışıyoruz. Son olarak ışığın ve hareketlerin etkisiyle renk değiştiren, yansıma sağlayan Glowing Whispers adını verdiğimiz kumaş bunlardan birisi. Dünyanın en önemli trend takipçileri ve moda yön-

MATRAŞ'TAN YARATICI ÇÖZÜMLER

TÜRKİYE'DE DERİ SEKTÖRÜ DENİLDİĞİNDE AKLA İLK GELEN MARKALARDAN BİRİ OLAN MATRAŞ, SEKTÖRDEKİ BAŞARISINI GEÇTİĞİMİZ NİSAN AYINDA İTKİB'DEN ALDIĞI ÖDÜLE TAÇLANDIRDI. 2011 YILINDA GERÇEKLEŞTİRDİĞİ İHRACAT RAKAMIYLA İTKİB TARAFINDAN ÜZENLENEN "BAŞARILI İHRACATÇILAR TÖRENİ"NDE DERİ DALINDA İKİNCİ OLAN MATRAŞ'IN, BU BAŞARISI DÜNYA MARKASI OLARAK HAREKET ETMESİNE BAĞLI.



Matraş, 1947 yılında kurulmuş bir aile şirketi ve aynı zamanda da Cumhuriyet tarihinin en köklü deri markalarından biri. Türkiye'de kendi alanında ihracat yapan ilk firma olduklarını gururla söyleyen Matraş Deri Yönetim Kurulu Başkanı Hakkı Matraş, özellikle Euro Bölgesi'ne ve dünyaca ünlü birçok markaya saraciye üretimi yaptıklarını belirtiyor. Bugün, uluslararası alanda da ayrıcalıklı bir marka haline geldiklerini belirten Hakkı Matraş, entegre tesislerinde dünya devi markalara da hizmet verdiklerine dikkat çekiyor. Türkiye'nin adını deri sanayiciliği alanında duyurmaya devam ettiklerine değişen Matraş, dünya devlerine yaptıkları üretimle uluslararası alanda "Markaların Markası" olarak görüldüklerini belirtiyor. Yapmış oldukları ihracatın bir kısmını Uşak'ta yeni açmış oldukları fabrikalarında gerçek-

leştirdiklerini söyleyen Hakkı Matraş, çok yakında artan talebi karşılayabilmek için yeniden kapasite artırımına gideceklerini de ekliyor.

Matraş, dünya modasını yakından takip ediyor

2011 yılında 45 milyon dolar direk ihracat gerçekleştirdiklerini belirten Hakkı Matraş, "Bu rakam hem sektör hem de bizim için önemli bir rakam. Rekabet gücümüz yüksek olduğu sürece yıllar içinde ihracat rakamlarımızın katlanarak artacağına inanıyoruz. Geçtiğimiz yıl, bizim için ayrı bir önem taşıyor. Avrupa'daki bunca sıkıntılara rağmen bu ödülü almak bizim için onur verici. Marka olmak, bu konuda eğitilmek ve herkesten çok daha üstün şeyleri yaratmak önemli. Biz de Matraş olarak her zaman orijinal şeyleri yapmaya çalışıyoruz; tasarıma, yeniliklere ve moda öne önem veriyoruz.

Dünyanın ne istediğini takip ediyor ve bu beklentileri en iyi şekilde gerçeğe dönüştürüyoruz. Bu nedenle de dünya markalarının tercih ettiği marka olmayı başarıyoruz. Elbette böyle 'markalar üstü' bir konuma ulaşmak bir anda gerçekleşmedi. Uluslararası pazarı tanımak ve pazarda tanınmak ve deneyim kazanmak çok büyük çalışma ve emeğin ürünü diyebilirim. Deri sektörü ihracatında yukarıya doğru giden bir ivme olduğu kesin; ancak bunun yeterli olmadığı kanaatindeyim. Deri ihracatında hedef 5 milyar dolar olmalı. Bu rakam kesinlikle hayal gibi gözükmesin. Zira sektörde çok başarılı firmalarımız var. Bu rakamları yakalamamız kimseyi şaşırtmaz. Dericiler olarak fason üretimde dünyaya kendimizi kanıtladığımızı düşünüyorum. Artık dünyayla rekabet edecek markalar yaratma zamanımız geldi. Bu uzun ve meşakkatli bir yolculuk;

ama önümüzdeki 10 yıl içinde birden fazla Türk deri markasının dünyada talep edilen bir duruma geleceğine yürekten inanıyorum. Bütün bilgi ve becerimizi artık bu yönde kanallı etmemizin zamanı gelmiştir. Avrupa'da kendini gösteren ekonomik krizin sektöre olumsuz bir yansıması olacağı aşikar; çünkü ihracatımızın büyük bir kısmı Avrupa ülkelerine. Döviz kurlarındaki dengesizlik bizim rekabet gücümüzü olumsuz olarak etkiliyor, aynı şartlarda olduğumuz sürece her ülkeyle rekabet edeceğimiz bir potansiyele sahibiz. Kriz döneminde deri sektöründe istihdam, yatırım ve rekabetin azaldığını görüyoruz. Bunun sıkıntısını çekiyoruz. Son 10 yılda kurlarımız düştü. İç piyasada da düşük kurun sıkıntısını çektik. Türk mağazaları yabancı markalarla doldu. Kur düşünce de rekabetimiz azaldı. İhracatta zorlandık. Minimum karlarda çalışarak işimizi idame ettik. Dolayısıyla kurlardaki dengesizlik devam ederse Avrupa'da devam eden krizin etkisinin katlanarak artacağını öngörüyoruz.

EL DOKUMA İHRACATINDA BİR MARKA: SENTEZ HALI

TÜRKİYE’NİN GELENEKSEL EL SANATLARINDAN BİRİ OLAN HALI SEKTÖRÜ, İHRACAT PAZARINI GENİŞLETMEYE DEVAM EDİYOR. HALI SEKTÖRÜNDEKİ İHRACAT RAKAMLARINA ÖNEMLİ BİR ORANDA KATKI SAĞLAYAN FİRMALARDAN BİRİ OLAN SENTEZ HALI, 2011 YILINDA GERÇEKLEŞTİRDİĞİ İHRACAT RAKAMIYLA İTKİB TARAFINDAN DÜZENLENEN “BAŞARILI İHRACATÇILAR TÖRENİ”NDE HALI DALINDA PLATİN ÖDÜLÜ ALDI. FİRMANIN EN BELİRGİN ÖZELLİKLERİNDEN BİRİ İSE EL DOKUMA HALI ÜRÜNLERİ İLE TURİSTLERİN GÖZDESİ OLMASI.



Merkezi İstanbul’da bulunan Sentez Turizm, ilk halı mağazasını Bedesten Halı ismi ile 1993 yılında Zeytinburnu’nda faaliyete geçiriyor. Daha sonra 1993 yılı mayıs ayında Tavas – Denizli’de yaklaşık 30 bin metrekare büyüklüğünde Denizli Halı mağazası ve Avanos – Nevşehir’de yaklaşık 20 bin metrekare büyüklüğünde Avanos Halı Mağazası’nı faaliyete geçiriyor. Firma halen faaliyetini Denizli Halı Şubesi ve Avanos Halı Şubesi’nde sürdürüyor. Denizli Halı Şubesi, Denizli bölgesinde bulunan yaklaşık 65 köyde halı üretimi yapıyor. Ayrıca firmanın halı mağazalarında halı atölyeleri mevcut ve ortalama üretimde

200 dokuyucu personel istihdam ediliyor. Halı üretimi (ipek ve yün) senelik yaklaşık 12 bin metrekare olarak gerçekleşmekte. Firmanın mağazalarında, seyahat acenteleri tarafından Türkiye’ye getirilen ve gezi turuna çıkmış turistlere el dokuması halı ve hediyelik eşya satışı yapılıyor. Firmanın Türkiye’de turistlere yaptığı tüm satışlar ihracat kapsamında ele alınıyor.

Avrupa krizine rağmen ihracatını arttırıyor

2011 yılında firma olarak ihracatlarını 2010 yılına göre yüzde 14 artarak 14 milyon 200 bin dolara yükselttiklerini belirten Sentez Turizm Yönetim Kurulu Üyesi Hasan Melih Tunçel, bu başarıda sektördeki tüm zorluklara rağmen vazgeçmeden

işe sarılmaları ve kaliteli üretime önem vermeleri olduğuna dikkat çekiyor. Firma olarak 2012 yılında ihracat rakamını yüzde 20 artırmayı hedeflediklerini belirten Tunçel, ancak bu yılın ilk 6 ayında 2011 yılına göre ihracat rakamlarında düşüş görüldüğüne dikkat çekiyor. Hasan Melih Tunçel, Avrupa’daki ekonomik kriz etkilerinin halı sektöründe de görüldüğünü belirtiyor.

El dokuma halıcılık teşvik edilmeli

Türk halı sektörünü dünya liginde bir adım daha ileri götürecektir hususlar konusunda da açıklamalarda bulunan Hasan Melih Tunçel, Türkiye’de el dokuması halı üretiminin gittikçe azaldığına da dikkatleri çekiyor. Denizli

bölgesinde halı dokuma sektörünün işçilik maliyetleri nedeniyle bitmek üzere olduğuna değinen Tunçel, halı dokuması konusunda teşvik verilmesi gerektiğini söylüyor. Halı dokuması konusunda meslek okullarının açılması gerektiğine vurgu yapan Tunçel, Türkiye’deki üretim maliyetinin işçilik nedeniyle yüksek olmasının, el dokuması halı ithalatının artmasına sebep olduğunu ifade ediyor.

Avrupa’da yaşanan ekonomik krizin Türkiye’ye gelen turistlerin harcama yapmaktan çekinmesine yol açtığına değinen Hasan Melih Tunçel, bu durumun mağaza satışlarını etkilediğine dikkat çekiyor. Hasan Melih Tunçel, bu durumdan kaynaklı alınan siparişlerin teslimlerinin ödeme vadelerinin uzaması nedeniyle ileri tarihlerde yapıldığını söylüyor.

TÜRK KUMAŞLARI BAOBAB AĞACINI GİYDİRDİ

LONDRA'DA DÜZENLENEN OLİMPİYATLARDA KURDUĞU 6 KİŞİLİK EKİBİYLE UNDER THE BAOBAB ÇALIŞMASINA İMZA ATAN SERAP POLLARD, TÜRK KUMAŞLARINI KULLANARAK HAZIRLADIĞI DEV OLİMPİYAT AĞACIYLA TÜRK KUMAŞINI TÜM DÜNYAYA TANITTI.



yan ziyaretçilerin yıl sonuna kadar bu muhteşem tasarımı Hayward Gallery'de görebilecek olmaları da ülkemiz için sevindirici bir gelişme olarak yorumlanıyor.

Serap Pollard; İngiltere'nin başarılı Türk tasarımcısı

2000 yılından itibaren Londra'da yaşamaya başlayan Serap Pollard, İngiltere'nin dünyaca ünlü London College of Fashion ve Central St. Martins College'de eğitimine devam ediyor. Pollard aynı zamanda, University of the Arts London'da Tekstil bölümünde master eğitimine devam eden temeli güçlü tasarımcılar arasında yer alıyor. Bu süre içerisinde Londra'da 10 yıl sektörün önde gelen firmalarıyla çalışan sanatçı, çalıştığı firmalar adına uluslararası fuarlara katılıp koleksiyonlarını sergileme imkanı da buluyor. Türkiye'yi yurt dışında en iyi şekilde temsil etmeyi amaç edinen genç sanatçı, imzasını attığı Under The Baobab projesiyle de bu amaç doğrultusunda ilerlediğini gözler önüne seriyor. ❖

İngiltere'nin başkenti Londra'da, aralarında Türk tasarımcı Serap Pollard'ın da yer aldığı ve dünyanın çeşitli ülkelerinden birçok tasarımcının ilgi uyandıran tasarımlarıyla projelerini sergilediği 2012 İngiltere Olimpiyatları'nda Pollard imzalı Under Baobab, en ilgi gören tasarım oldu. Serap Pollard'ın kurduğu altı kişilik tasarım ekip 15 metrelik bir ağacın gövdesini Türk kumaşlarla kapladılar.

Osmanlı'nın simgesi de ağaçtı

Türk tarihinde Osmanlı İmparatorluğu'nun simgesi olarak bilinen ağaç figüründen ilham alan Pollard, Türk kumaşlarıyla ağacın birlikte kullanılmasını tasarlarken çok heyecanlandığını belirtti. Pollard ve ekibi, her yıl dünyanın birçok yerinden milyonlarca turisti

ağırlayan Londra gibi bir metropolde, Türkiye'yi ve Türk kumaşlarını temsil eden böyle bir sanat eserin yer almasından da onur duyduğunu sözlerine ekledi. Yaptıkları çalışmada kullandıkları Baobab ağacının, Afrika ve Asya'nın tropikal bölgelerinde yetişen boyu 18 metre, gövde çevresi 30 metre, çapı da 9 metreyi bulabilen ve gittikçe daha çok tükenme tehlikesiyle karşı karşıya kaldığını belirten Pollard, Baobab ağacını özellikle seçtiklerini; böylelikle ağacın neslinin devamlılığına dair mesaj vermek istediklerini de paylaştı.

Yıl sonuna kadar Hayward Gallery'de sergilenecek

Yaz Olimpiyatları Festivali'nde ziyaretçilerin yoğun ilgisiyle karşılaşılan ve muhteşem bir sanat eseri

olarak yorumlanan Türk kumaşlarıyla inşa edilmiş dev ağaç Under The Baobab, sene sonuna kadar Londra'nın en prestijli galerilerinden olan Hayward Gallery'de sergilenecek. Olimpiyatlarda Türk kumaşlarıyla kaplanan Under The Baobab'ı görme imkanı bulama-



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

“KÜMELENME MODELİ” DEVLET DESTEĞİ BEKLİYOR



MÜSTEŞAR YARDIMCISI İBRAHİM ŞENEL’İ MAKAMINDA ZİYARET EDEN HAZIR GİYİM SEKTÖR KURULU TEMSİLCİLERİ, SEKTÖRDE ALINMASI GEREKEN TEDBİR VE TEŞVİKLERİ MASAYA YATIRDI. 5. VE 6. BÖLGE’YE YAPILACAK YATIRIMLARLA İLGİLİ GÖRÜŞMELERİN YAPILDIĞI TOPLANTIDA, HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNÜN “KÜMELENME MODELİ” ÇERÇEVESİNDE HAYATA GEÇİRMİYİ PLANLADIĞI YATIRIMLARIN DETAYLARI DA KONUŞULDU.

Doğru bölgede, doğru sektörün, doğru bir şekilde gelişmesini sağlamayı amaçlayan bir yöntem olan kümelenme modelinin özellikle tekstil ve hazır giyim sektörü için Türkiye sınırlarında düşünüldüğü en doğru bölgeler yeni teşvik sistemi ile şekillenen 5’inci ve 6’ncı Bölge’deki illeri kapsıyor. Söz konusu bölgede kümelenme modelini etkin bir şekilde uygulamak için çalışmalara devam eden hazır

giyim liderleri, 6 Haziran günü Müsteşar Yardımcısı İbrahim Şenel ile bir araya gelerek, hazır giyim sektörünün kümelenme modeli çerçevesinde hayata geçirmeyi planladığı yatırımların detaylarını görüştü. Müsteşar Yardımcısı İbrahim Şenel ile Hazır giyim Sektör Kurulu’nun temsilcilerini bir araya getiren toplantıya, Ekonomi Bakanlığı ve İhracat Genel Müdür Yardımcısı Volkan Açar, Hazır Giyim

Sektör Kurulu Başkanı Ahmet Akbalık, İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Hikmet Tanrıverdi, Ege Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Emre Kızılgüneşler, Denizli İhracatçıları Birliği Başkanı Süleyman Kocasert, Uludağ İhracatçı Birlikleri Başkanı Şenol Şankaya’nın yanı sıra İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri Birol Sezer, Nilgün Özdemir ve

Fatih Yarkın da katıldı. 5’inci ve 6’ncı Bölge’ye yapılacak yatırımlarla ilgili detayların görüşüldüğü toplantıda, sektör kurulu temsilcileri hazır giyim sektörünün ortak yatırım yapması konusundaki taleplerini Müsteşar Yardımcısı İbrahim Şenel’e iletti. Bu taleple birlikte hazır giyim sektöründe alınması gereken tedbir ve diğer teşvikleri de masaya yatıran temsilciler, hazır giyim sektörünün kümelenme modeli



Müşteşar Yardımcısı
İbrahim Şenel

çerçevesinde hayata geçirmeyi planladığı yatırımın şartlarını da Şenel'le paylaştı. Sektör kurulunun konu ile ilgili taleplerini dinleyen Şenel, hazırlanacak teşvik tebliğinde, hazır giyim sektörünün bir kümelenme modelinde yapacağı yatırımlardaki taleplerinin de dikkate alınacağını söyledi.

Eğitim şart

Görüşmede Şenel'e yeni yatırım teşvik paketine ilişkin önerilerini sunan hazır giyim sektörü kurulu temsilcileri, 5 ve 6'ncı bölgelerde yapılacak konfeksiyon üretim yatırımlarında yaşanabilecek en önemli sorunlardan bir tanesinin bu işletmelerde çalışabilecek eleman bulmak olduğunu söyledi. Söz konusu bölgelerde işsizlik oranının yüksek oranda olması karşısında, bu işgücünün konfeksiyon sektöründe hiç çalışmamış olmasının ciddi sıkıntıları da beraberinde getireceğini söyleyen temsilciler, bu olumsuz durumun üstesinden gelebilmek için bölgelerde temel konfeksiyon eğitimi verebilecek kurumlara acil olarak ihtiyaç duyulduğunu belirtti. Öncelikli olarak bazı pilot iller seçilerek konfeksiyon eğitimi verecek okulların açılmasına ve kurslar düzenlenmesine ihtiyaç olacağını da dile getiren sektör kurulu üyeleri, konfeksiyon yatırı-

rımı yapacak olan yatırımcılara, tesisleri ile birlikte yapacakları "eğitim tesisleri" için ilave teşvik verilmesi gerektiğine dikkat çekti. Ayrıca bölgelerde kurulacak bağımsız eğitim kurumları için; İhracatçı Birlikleri, Ticaret ve Sanayi Odaları'nın tesislerin kuruluşuna maddi destek vererek, eğitmen istihdamını üstlenmesi gerektiği belirtildi.

6'ncı Bölge kümelenme modeline uygun hale geliyor

Müşteşar Yardımcısı İbrahim Şenel'le gerçekleşen görüşmenin detaylarını anlatan İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi buluşmada, Yeni Teşvik Yasası yürürlüğe girmeden önce düzenleme ile ilgili eksiklikleri dile getirdiklerini söyledi. 5 ve 6'ncı Bölge'ye yapılacak yatırımlarla ilgili eksikliklere dikkat çeken Tanrıverdi, hazır giyim sektörünün kümelenme modeli çerçevesinde hayata geçirmeyi planladığı yatırımların da detaylarını konuştuklarını söyledi. 5'inci Bölge'de yer alan Adıyaman, Maraş, Malatya gibi illerde kümelenme modelinin zaten mevcut olduğunu dile getiren Tanrıverdi, "Ama şimdi bu yeni yapılan teşvik düzenlemesinde asgari ücret üzerindeki vergi yükünün kaldırılması ile birlikte 6'ncı Bölge bu model için çok daha uygun. Biz de

konfeksiyonun 6'ncı Bölge'deki belli illerde kümelenmesini istiyoruz" dedi. Bunun için hazırladıkları bir takım modellerin varlığına dikkat çeken Tanrıverdi, "6'ncı Bölge'ye 50 firmayı götüreceğiz, Hazır Giyim Organize Sanayi Bölgeleri'nin kurulması konusunda bir projemiz var" diye konuştu.

6'ncı Bölge'deki yatırımlar istihdamı artıracak

Sektördeki kadın işçi istihdam oranının, sektörün doğası gereği, diğer iş kollarına göre yüksek rakamlarla süregeldiği ve daha yüksek oranlara çekilebileceği biliniyor. Sektör temsilcileri de bu çerçevede değerlendirilmek üzere; 6'ncı Bölge'de 10 yıl (veya OSB olması halinde 12) boyunca sürecek olan, ancak yatırımın yüzde 50' si ile sınırlı (destek tavanı) sigorta primi işveren hissesi desteği sağlayan teşvikin, kadın işçi istihdamında (pozitif ayrımcılık yapılmak suretiyle) söz konusu bu sınırlandırmadan muaf kılınması gerektiğini belirtiyor. Başka bir ifadeyle; işveren, kadın çalışana yönelik teşvikten 10 yıl boyunca yararlanması gerektiğine dikkat çekiyor. Teşvik edilmesi planlanan 6'ncı Bölge yatırımlarının bir yandan genel istihdamı artırırken, diğer yandan da bu

istihdam rakamının içerisindeki kadın istihdam oranını da artıracakı ön görülüyor. Bu da, genel olarak kalkınmada öncelik verilen bölgede, istihdam ve kadın hakları başta olmak üzere toptan kalkınma stratejisi bağlamında önemli bir sosyo-politik adım olarak değerlendiriliyor. Konu ile ilgili taleplerini toplantıda dile getiren temsilciler, kadın istihdam önceliği ve teşviki amacı ile 5'inci Bölge'de yapılacak yatırımlarda, yüzde 35 olarak belirlenen sigorta primi işveren hissesi destek oranının yüzde 50 'ye yükseltilmesi gerektiğini belirtti. Böylelikle, 5'inci Bölge'de yatırım planlayan işverene, kadın çalışan sayısına göre, 6'ncı Bölge'nin OSB dışı oranı olan yüzde 50'den, 5'inci Bölge'de yararlanma şansının doğacağı ifade edilirken, bu durumun olası bölgesel işgücü temini sıkıntısını önleyici bir faktör olarak ana amacı destekleyeceği söylendi.

"Yeni teşvik sisteminde teknik eksiklikler söz konusu"

İstihdam teşvik paketinde sektörün durumu göz önüne alınarak, 5 ve 6'ncı Bölge'deki istihdamda işveren ve işçi payında öngörülen SGK desteğinin eşitlenerek, yasada öngörülen sınırlandırmalardan kadın işçilerin muaf tutulması ve bunun





İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Tanrıverdi

süresi hesaplandığında nerede ise 2-3 yıla düşüyor” diyerek bu sorunların da aşılması halinde 6’ncı Bölge’nin kümeleşme modeli için çok daha uygun bir alan haline geleceğini söylüyor. Tanrıverdi diğer taraftan 5 ve 6’ncı Bölge’de yapılacak yatırımlarda yüzde 50 mevcut makine, yüzde 50 yeni tekstil makinesi kullanılarak yapılacak yatırımların, Yatırım Teşviki kapsamına alınması yönünde çalışma yapılması önerisini de Müsteşar Yardımcısı Şenel’e ilettiklerini açıkladı.

“Çıracılık eğitimi 2 yıldan 4 yıla çıkmalı”

2 yıl olarak verilen çıracılık eğitim teşviğinin yeni İstihdam Teşvik Paketi kapsamında 4 yıla çıkarılmasını öneren sektör, yıllık izin, fazla mesai ücretlerinde SGK işveren payı desteği ile kıdem tazminatı sorununun da istihdam teşviki kapsamına alınmasını öneriyor. Bu konuyu da Şenel ile görüşmelerine taşıyan sektör temsilcileri, ayrıca “kıdem tazminatları”nın getirdiği yük konusunda da bir çalışma olduğunu, bunun bir önce yasalaşması için gayret

sarf edilmesi gerektiğini belirtti. Toplantıda 5 ve 6’ncı Bölge’de yapılacak yatırımlarda istihdam edilecek işgücünün eğitiminin temini ve desteklenmesinin yeni paket kapsamında olmasının mümkün olmadığı belirtilirken, ancak ilgili Bakanlıklar, TİM, İhracatçı Birlikleri, TOBB, Sendikalar, İş-Kur gibi kurum ve destek vereceği bir çalışma modelinin belirlenerek ilave destek imkanı yaratılabileceği söylendi. Konu ile ilgili Ekonomi Bakanlığı öncülüğünde bahse konu kurum ve kuruluşların da içinde olacağı ve bir model üzerinde çalışılacağı toplantının düzenlenmesinin faydalı olacağı ifade edildi. Toplantıda bölge farkı gözetilmeden konfeksiyon imalatının desteklenmesi gerektiğine dikkat çektiklerini söyleyen Tanrıverdi, hem ciddi katma değer oluşturan, hem de yüksek istihdam sağlayan hazır giyim sektörünün bunu hak ettiğini söyledi. İstihdamı artıran işletmelerin desteklenmesi gerektiğine vurgu yapan Tanrıverdi, şu an bu konuda bir destek olmasına rağmen, bunun yeterli seviyede olmadığını ifade etti. Yeni Yatırım



Hazır Giyim Sektör Kurulu Başkanı Ahmet Akbalık

Teşvik Paketi’nin mevcut kapasite artımı veya mevcut istihdamın üzerinde yaratılacak ilave istihdamın desteğini içermediğini belirten temsilciler, ancak konunun hazır giyim açısından önemli olduğu ve açıklanacak istihdam teşvik paketinde bölge farkı gözetilmeden ilave istihdamın teşvik edilmesi yönünde çalışma yapılması gerektiğini ifade etti. Ayrıca konunun sektör kurulu toplantılarında sektörel öneri haline getirilmesi ve Bakanlık desteği ile paket için de yer almasının sağlanması gerektiği söylendi.



6 Haziran’da Müsteşar Yardımcısı İbrahim Şenel’i ziyaret eden Hazır Giyim Sektör Kurulu Üyeleri hazır giyim sektörünün kümeleşme modeli çerçevesinde hayata geçirmeyi planladığı yatırımların detaylarını görüştü



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



YATIRIMCININ UMUDU TEŞVİKLE YEŞERDİ

GENEL ÇERÇEVESİ 5 NİSAN TARİHİNDE BAŞBAKAN RECEP TAYYİP ERDOĞAN TARAFINDAN AÇIKLANAN “YENİ TEŞVİK SİSTEMİ”, CUMHURBAŞKANI ABDULLAH GÜL’ÜN ONAYI İLE 19 HAZİRAN’DA YÜRÜRLÜĞE GİRDİ. 32 MADDEDEN OLUŞAN SİSTEMDE, STRATEJİK YATIRIMLAR, 6’INCI BÖLGE’YE SAĞLANAN POZİTİF AYRIMCILIK VE OTOMOTİV SEKTÖRÜNE VERİLEN DESTEKLER DİKKAT ÇEKİYOR.

Yeni bir dönemin başlangıcı olarak kabul gören, 5 Nisan’da Başbakan Recep Tayyip Erdoğan ve ekonomi kurmayları tarafından duyurulan Yeni Teşvik Sistemi’nin detayları 2.5 ay sonra yayımlandı. Cumhurbaşkanı Abdullah Gül’ün de onaylamasıyla birlikte 32 maddeden oluşan Yeni Teşvik Sistemi, 19 Haziran’da yürürlüğe girmiş oldu. Böylelikle 2009 yılında Türkiye’yi dört bölgeye ayıran teşvik sistemi, yerini daha kapsamlı bir şekilde hazırlanmış yeni sisteme bıraktı. Yeni Teşvik Sistemi’nin Cumhurbaşkanı tarafından onaylanmasının ardından konu ile ilgili açıklama yapan Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan, Yeni Teşvik Yasası’nın 1 Ocak 2012’den itibaren yapılan

yatırımları kapsayacağını bildirdi. Yeni sisteminin iş dünyasına hayırlı olmasını dileyen Çağlayan, “Sistemin 5 Nisan 2011 tarihinde Başbakanımız tarafından açıklanmasının ardından, o günden bu yana Bakanlık olarak bir yandan yeni sistemin tanıtımını yaparken, bir yandan da yeni sisteme ilişkin yasal mevzuatın yayımlanması için gerekli düzenlemeleri takip ettik” dedi. Çağlayan, istisnalar olmakla birlikte daha önce 5 ila 1 milyon TL arasında kademelenen asgari sabit yatırım tutarlarının; 4 milyon ila 500 bin TL arasında kademelenildiği sistemde, stratejik yatırımlar, 6’ncı Bölge’ye uygulanan pozitif ayrımcılık ve otomotiv sektörüne verilen desteklere dikkat çekti. “Yeni teşvik sistemi



Yeni teşvik sisteminde 6. bölgeye pozitif ayrımcılık yapılacaktır. Türkiye’nin batısından doğusuna hareket eden bir yatırımcı, ilerlemede yeni bir fırsatla karşılaşacaktır.

ile getirdiğimiz ‘stratejik yatırımlar’ için oldukça cazip teşvikler sağlıyoruz” diyen Çağlayan, bu yatırımların nerede yapılması, aynı oranlar ve sürelerde desteklediğini dile getirdi.

Hangi yatırımlar, stratejik yatırım?

Mevcut destek oran ve sürelerinden yararlanabilmek için yatırımcıların ellerini çabuk tutmaları gerektiğini belirten Çağlayan, “31 Aralık 2013 tarihine kadar teşvik belgesini alıp, yatırıma başlayan yatırımcılarımız desteklerden daha fazla faydalanabilecek.” dedi. Hangi yatırımların stratejik yatırım olduğu sorusuna da yanıt veren Çağlayan, bunun bir listesi yok ve olmayacak. Çok basit bir mantık üzerine kurulu



“Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan “Yeni Teşvik Sistemi ile getirdiğimiz stratejik yatırımlar için oldukça cazip teşvikler sağlıyoruz” dedi.

bu tanıma göre yatırım tutarı 50 milyon TL üzerinde olan ve yüzde 40’tan fazla katma değer yaratan imalat sektörü yatırımlarını ‘stratejik yatırım’ olarak kabul ediyoruz” dedi.

Desteklenecek sektörler yeniden düzenledi

Çağlayan’ın yeni sistemdeki yenilikleri ele aldığı toplantıda, bölgesel teşvik sisteminin yeniden yapılandırıldığı ve 4 bölge sistemin yerini, il bazında yenilenen ve SEGE-2011’i esas alan 6 bölge sisteme bıraktığına dikkat çekildi.

Yapılan düzenlemelerle, tüm illerde desteklenecek sektörler yeniden düzenledi ve bölgesel teşvik sistemi kapsamında sağlanan destek oran ve süreleri artırıldı. Artık her yatırımın her yerde desteklenmeyeceği Yeni

Teşvik Sistemi’nde örneğin, bölgesel destekler bazında giyim eşyası imalatı 1 ve 2’inci Bölge’de desteklenmeyecek. Buna karşılık 5 ve 6’ncı Bölge’de 500 bin TL üzeri hazır giyim yatırımlarını desteklenecek. Bu çerçevede Türkiye’de kurulu kapasitesi yüksek, buna karşın kapasite kullanım oranı düşük olan un, yem, kütlü pamuk işleme gibi yatırımları ise hiçbir sistem kapsamında desteklenmeyecek. Bunun yanında bazı yatırım konularında ise belirli kapasite ve yatırım tutarı şartı aranacak. Bölgesel teşviklerden yararlanmak için sağlanması gereken asgari sabit yatırım tutarlarını düşürüldüğü sisteme göre, istisnalar olmakla birlikte daha önce 5 ila 1 milyon TL arasında kademelenen asgari sabit yatırım tutarlarını 4 milyon ila 500 bin TL arasında kademelenme mevcut. Gıda, hayvancılık, seracılık, su ürünleri, deri işleme, eğitim, sağlık, turizm gibi yatırımlarda bu limitlere uyulmaksızın 500 bin ve 1 milyon TL asgari yatırım tutarına erişen yatırımlar desteklenecek.

Erken davrananlara ekstra destek

Yeni Teşvik Sistemi’nde detaylandırılarak belirtilen diğer bir konu da yapılacak yatırımların tarihi oldu. 1 Ocak 2012 tarihinden sonra müracaat edilerek teşvik belgesine bağlanan yatırımlar yeni sistem kapsamında desteklenecekken, mevcut des-



İlk defa uygulamaya getirilecek olan uygulamada 500 milyon TL üzerindeki stratejik yatırımlar kapsamında inşaat harcamaları için KDV iadesi yapılacak.

tek oran ve sürelerinden yararlanabilmek için girişimcilerin ellerini çabuk tutması gerekiyor. Çünkü, 31.12.2013 tarihine kadar teşvik belgesi alıp yatırıma başlayan yatırımcılar daha yüksek destek yoğunluklarından yararlanma imkanı bulacaklar.

Tüm bunların yanı sıra, yatırım-

cilara yerinde hizmet vermek ve bürokrasiyi azaltmak için sanayi odalarının yanında Kalkınma Ajanslarını da sisteme dahil edildi. Ajanslarla birlikte teşvik belgesinin düzenlenmesinden yatırımların izlenmesine ve tamamlanma vizesinin yapılmasına kadar geçen süreçte işbirliği yapılacak.



Yatırım tutarı 50 milyon TL üzerinde olan ve yüzde 40’tan fazla katma değer yaratan imalat sektörü yatırımlarını ‘stratejik yatırım’ olarak kabul ediliyor.

6. BÖLGE YENİ TEŞVİK SİSTEMİ’NİN YILDIZI OLDU

Yeni Teşvik Sistemi’nde 6. Bölge’ye pozitif ayrımcılık yapılacak. Türkiye’nin batısından doğusuna hareket eden bir yatırımcı, her ilerlemesinde yeni bir avantaj, yeni bir fırsatla karşılaşacak. Bu bölgedeki yatırımlar için, başta istihdam destekleri olmak üzere sağlanan tüm destekler en yüksek oranlarda uygulanacak. Ayrıca, enerji ve kamu yatırımları hariç olmak üzere bu bölgede yapılacak tüm yatırımlar doğrudan Bölgesel Teşvik Sistemi kapsamında değerlendirilecek. Yeni teşvik sistemi, 6. Bölge’deki istihdamı artırmak için asgari ücretin işveren üzerindeki yükünü neredeyse sıfırlayacak. Bu bölgedeki yatırımlara, 12 yıla kadar sigorta primi işveren hissesi desteği ve 10 yıl süresince de Gelir Vergisi Stopajı Desteği ile Sigorta Primi İşçi Hissesi Desteği sağlanacak. Ayrıca bu bölgede vergi indirimi yatırımın yüzde 55’ine kadar uygulanacak. Buna ek olarak, bunun yüzde 80’ini yatırım döneminde tüm faaliyetlerden elde edilecek kazançta uygulanmasının imkanını da tanıyacak. Bölgede faaliyet gösteren bir firma, 6. Bölge’ye yatırım yaptığı takdirde yatırımın harcamasının yüzde 44’üne kadarını yatırımı devam ederken ödediği kurumlar vergisinden indirebilecek. Bu bölgeye tanınacak imkanlar bununla da sınırlı kalmayacak ve diğer hiçbir bölgede bölgesel bazda desteklenmeyen komple yeni hazır giyim yatırımları ile çağrı merkezi ve plastik gibi istihdam yoğun yatırımları sadece 6. Bölge’de, bölgesel sistemden desteklenecek.

İŞ ADAMLARI MUŞ'A



YENİ TEŞVİK SİSTEMİ'NİN NİSAN AYINDA AÇIKLANMASININ ARDINDAN İLK HAMLEYİ TİM GERÇEKLEŞTİRDİ. TÜRKİYE'NİN DÖRT BİR YANINDAN 180 KİŞİLİK İŞADAMI HEYETİYLE 6. BÖLGEDE YER ALAN MUŞ'A ÇIKARMA YAPAN TİM, BÖLGEDEKİ YATIRIM ORTAMINI İNCELEDİ. İHKİB, İTHİB, İDMİB VE İHİB BAŞKANLARININ KATILDIĞI GEZİDE, TEKSTİL VE HAZIR GİYİM FİRMALARI DA YATIRIM ORTAMINI İNCELEME İMKANI BULDU.

2023 hedefine koşar adım ilerleyen işadamları, nisan ayında açıklanan Yeni Teşvik Sistemi'ne sahip çıkan Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) organizasyonu ile 6. Bölge'de yer alan

Muş'a çıkarma yaptı. Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan'ın desteğiyle yola çıkan işadamları, başta Muş olmak üzere 6. Bölge'de yer alan illerin valileri ve sivil toplum örgütü başkanlarıyla bir araya gelerek

bölgede yatırım olanakları hakkında bilgilendirildi. Muş Kültür Merkezi'nde gerçekleşen toplantıda, Yeni Teşvik Sistemi'nin neler getirdiği aktarıldı. TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi ile birlikte ihracatçı birliklerinin

başkanları ve yönetim kurulu üyelerinin yanı sıra başta İSO, TUSKON, TÜMSİAD, BMD gibi birçok sivil toplum örgütünün üst düzey yöneticilerinin katıldığı Muş gezisine, 180 kişilik işadami grubu katıldı. Gezide, Cumhuriyet'in 2023 yılı hedeflerine ulaşılmasında Yeni Teşvik Sistemi'nin ve 6. Bölge'nin önemi masaya yatırıldı. Görüşmelerde, Türkiye'nin en büyük ovalarından birine sahip olan Muş'un, demiryolu, hava yolu gibi imkanlarıyla; başta tarım ve hayvancılık olmak üzere, tekstil, konfeksiyon, ayakkabı sektörleriyle ön plana çıktığına dikkat çekilirken, ilin son derece elverişli koşullarıyla; yatırım için uygun olduğu vurgulandı. Türkiye'nin her yerinden gelen işadamları heyeti, Muş'u gezip, OSB ve Tekel Depoları'nı da ziyaret ederek,



• TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, İDMİB ve İHKİB temsilcileri Muş'ta üretim yapan hazır giyim atölyelerinde incelemelerde bulundu.

ÇIKARMA YAPTI



ildeki yatırım ortamlarıyla ilgili incelemelerde bulundu.

6. Bölge'deki tüm illerde toplantı yapılacak

Muş Kültür Merkezi'nde Yeni Teşvik Sistemi'nin tanıtımı için düzenlenen toplantıya katılan Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan, Mersin milletvekili olmasına rağmen Muş'a hizmet etmenin kendisi için özel bir görev olduğunu belirterek, "Doğduğum topraklarda böyle bir toplantının yapılmasından mutluluk duyuyorum. Yol arkadaşım Mehmet Büyükekşi'ye, Türkiye'nin iş adamlarını, girişimcilerini burada topladığı için teşekkür ediyorum. 6. Bölge'deki 14 ilimizin valilerinin çoğu burada. Türkiye'nin iş hayatında son derece önemli şahsiyetleri var. Türkiye'nin ekonomisi burada toplanmış" dedi. Kalkınma ajansları kurulmadan önce, üç iş adamıyla Muş'a birçok ziyarette bulduklarını söyleyen Çağlayan, yatırımcı getirme noktasında da önemli roller üstlendiklerini dile getirdi. Çağlayan, "O gün bu salonu dolduramıyorduk

ama bugün salon tıka basa dolmuş durumda. Bu toplantıya dizi gözüyle bakıyoruz. Bu diziyi ilk defa Muş'ta başlattık. 6. Bölge'deki 15 ilimizde bu toplantıyı yapacağız. Toplantıların birçoğunda olmaya gayret göstereceğim. Benim olmadığım toplantıya da yine herkes katılacak. Buradan Şanlıurfa, Diyarbakır, Mardin, Adıyaman ve Van'a gideceğiz. Yarın da Kars'ta Azerbaycan, Gürcistan Ekonomi Bakanlarının katılımıyla toplantı yapacağız. İlkini Gürcistan'da yapmıştık. İkincisini Kars'ta ve üçüncüsünü de Bakü'de yapacağız" dedi.

Yeni Teşvik Sistemi Türkiye'yi 2023'e götürecektir

Yatırımcıların bölgeye gelmesi için valilere büyük görevler düştüğünü ifade eden Zafer Çağlayan, "6. Bölge'de yer alan illerin valilerinden beklentilerinin bulunduğunu ve bu beklentilerin birçoğunun Başbakanın talimatı olduğunu kaydetti. Bu anlamda valilere, milletvekillerine, belediye başkanlarına ve tüm yöneticilere



"Economic Minister Zafer Çağlayan: 'Gelmiş geçmiş en cömert ve babayiğit teşvik sistemini yaptık. Bununla Türkiye'yi 100. yıla taşıyacak bölge, 6. Bölge'dir'"

büyük görevler düştüğünü kaydeden Çağlayan, "Geçmişte bir sanayici olarak, bölgeler arası gelişmişlik farklılıkları dikkate almayan, yani bir envanter ve kapasite üzerine kurulmayan sistemin başarılı olamayacağını her zaman dile getirdim. Bugüne kadar dört teşvik sistemi yapıldı ve her biri bir öncekinden daha iyiydi. Yeni teşvikle Türkiye'yi bugün oynadı-

ğımız play-off'tan şampiyonlar ligine taşıma gayreti içindeyiz. Bu sistem, 2023'e Türkiye'yi götürecektir sistemin önemli bir ayağıdır. Yatırımcıların yatırım yapacağı alanları süratle hazırlayınız. Tüm yatırım alanlarını çıkarıp TİM'e gönderebiliriz ve TİM de bunları yatırımcılarımıza anlatsın. Yatırım yapan kardeşlerimize yer tahsis yapacağız" şeklinde konuştu.



“Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan'ın öncülüğünde işadamları Muş'ta tekstil, konfeksiyon ve ayakkabı atölyelerini ziyaret etti.

“Bankalar projeye bakarak kredi destekleri veriyor”

Türkiye'deki her ilin en az Ankara ve İzmir kadar güvenli olduğunu kaydeden Çağlayan, “Yatırımcılarımıza ulaşım, güvenlik ve iletişim destek mekanizmasını verirken, yatırımcılara yatırımlarla ilgili iş

gücü performansını göstermenizi istiyorum. Bu konuda hükümetimizin önemli çalışmaları oldu. Hiç hayatında iş yapmamış insanları nasıl eğittiğimizi ve devlet olarak nasıl destek verdiğimizizi herkes biliyor” dedi. Bankaların Doğu ve Güneydoğu'daki gayrimenkulleri ipotek kabul etmeyen

anlayışına karşı çıktığını ifade eden Çağlayan, şunları dile getirdi: “Sizlerin sıkıntılarını biliyorum. Çünkü bu bölgeden geldim. Bankacılık, sigortacılık konusunda beklentilerinizi biliyorum. Artık bankalar projeye, yatırıma bakarak kredi destekleri veriyor. Geçmişte uygulanan sistemleri, Bankalar ve



“TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi: “Muş'ta yapılan toplantıların benzeri diğer illerde de yapılacak. Yeni Teşvik Sistemi'yle bölgelerarası farklılıkların ortadan kalkacak”

Sigortalar Birliği'nin bir arada olduğu toplantılarda ele aldım. Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri'nde, gayrimenkulleri ipotek kabul etmeyen anlayışa karşı çıkıyorum. Türkiye'nin her bir yeri Misak-ı Milli sınırları içinde, devletin topraklarıdır. Burada yatırım yapılan yerleri Ankara ve İstanbul'dan ayırmak gerekiyor. Bunun rakamsal farklılıkları olabilir. Bu gibi sorunları anlattık.”

“Türkiye'yi 100. yıla taşıyacak bölge, 6. Bölge'dir”

Hükümet olarak en babayiğit teşviki çıkarttıklarını belirten Bakan Çağlayan, yatırımcılardan da babayiğitlik belediklerini ifade etti. Çağlayan, “Gelmiş geçmiş en cömert ve babayiğit teşvik sistemini yaptık. Bununla Türkiye'yi 100. yıla taşıyacak bölge, 6. Bölge'dir. Hükümet olarak teşvik çıkardık ve yatırımcılardan babayiğitlik bekliyoruz. Birçoğunuzun Türkiye'de gerekli yatırım ortamını bulamadığı için, dünyanın çeşitli ülkelerine yatırım için gittiğini



“Birçok ihracatçı birliği başkanının bulunduğu Muş İnceleme Gezisi'nde İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi ve İTHİB Başkanı İsmail Gülle'de yer aldı.

KAYRA®

colours,
uniquely diverse

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

TURKEY

- BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ - SÜRİYE - KATAR - SUUDİ ARABİSTAN - KUVEYT - ÜRDÜN - IRAK - FİLİSTİN



HAZIR GIYİM İÇİN 6. BÖLGE'NİN ŞARTLARI UYGUN İHKİB Başkanı Hikmet TANRIVERDİ

Yeni teşvik paketine ilişkin açıklamalar genel anlamda öncekilere nazaran daha gerçekçi ve daha olumlu. İş dünyasının Başbakan Erdoğan'ın açıkladığı teşviklerle ilgili ciddi beklentileri vardı. Hatta

yatırımlar bile askıya alınmıştı. Türkiye için yeni bir sayfa açıldığını düşünüyorum. Teşvik kapsamına alınan ürünlere ilişkin liste de oldukça önemli. Doğru ürünlerden oluşan liste, Türkiye'nin teşvik tarihinde bir devrime neden olur. Aynı zamanda cari açığın da panzehiri olur. Girdi Tedarik Stratejisi'ne göre (GITES) buradan çıkacak spesifik ürünler çerçevesinde cari açığı azaltacak yatırımlara bölge farkı gözetmeden ürün bazında desteklenmesi çok olumlu. Sistemde hazır giyim sektörü için hazırlanan özel bir teşvik yok. 6. Bölge bizim isteklerimizi karşılıyor. Önemli olan oraya yatırımı götüreceği ortamı yaratmak. 6. Bölge'deki şartları tamamı ile 5. Bölge'deki organize sanayilere verilerse, 5. Bölge'de ciddi şekilde konfeksiyon sektörünün büyüyeceğini düşünüyorum.



6. BÖLGE'YE HAREKETLİLİK GELECEK İTHİB Başkanı İsmail GÜLLE

Bugüne kadar hazırlanan teşvik yasalarında genel yanlış bölümlenmelerin yeterince detaylı yapılmamış olmasıydı. Her zaman karşımıza gri alanlar çıkıyordu. Bu yasa tüm yurdu ele almış ve daha çok

kriter kullanarak bölümlendirmeyi olabildiğince detaylandırmış. Bu durum yatırım hevesi ve hazırlığındaki herkesi bir biçimde teşvikin kapsamı içinde tutuyor. Ayrıca bir takım stratejik sektörlerin seçilmiş olmasını da olumlu karşıyoruz. Her ne kadar tekstil sektörünü bu sektörlerin arasında görmesek de bu tekstil sektörünün dışarıda tutulduğu anlamına gelmiyor. Yine de enerji konusundaki teşvikleri eksik bulduğumuzu ifade etmeliyiz. Her ne kadar eleştirilecek yanları olsa da bu yasa bugüne kadar hazırlanmış en özenli ve kapsamlı yasa olarak dikkat çekiyor. Yeni yasa mutlaka bir hareketlilik getirecektir. Teşvik yasalarında önemli olan niyetin belli edilmesidir. Bu yasa "ben yatırım yapacağım" diyene olumlu bir mesaj veriyor. Hem stratejik olarak tanımlanan sektörlerde hem de 5. ve 6. Bölge'de önemli hareketlilik getireceğini düşünüyorum.



DERİ SEKTÖRÜNÜN 6. BÖLGE'YE YATIRIM YAPMA ŞANSI AZ İDMİB Başkanı Lemi TOLUNAY

Türkiye'nin 2023 ihracat hedefi olan 500 milyar dolara ulaşmada Türk dericilerine büyük bir rol düşüyor. Ancak deri sektörünün ihracat gücünün artırılması için bazı düzenlemeler ve teşvikler gerekiyor.

Hükümetin açıkladığı son teşvik paketini başarılı buluyoruz. Öte yandan bu teşvikler iller arası gelişmişlik farklarına göre düzenlendi. Oysa deri sanayinin çevre ve insan sağlığını gözetilen büyük yatırımlı tesisleri, Tuzla, Çorlu, Uşak, Menemen, Gerede ve Bursa organize sanayi bölgelerinde faaliyetini sürdürüyor. Devletin izin verdiği bu organize sanayi bölgelerinin dışında firmaların üretim yapmaları mümkün değil. Altyapısı olmayan bölgelere verilecek teşviklerden deri sektörünün yararlanma şansı az. Teşvikler sektörün beklentileri yönünde düzenlendiği ve uygulandığı takdirde, bunun Türkiye'nin deri dışsattımına çok olumlu katkıları olacak. Böylece toplam deri dışsattımı yüzde 300 büyüyerek, 3,5 milyar dolardan 10 milyar dolara ulaşabilir



BÖLGEDE DOKUYUCU BULMAK ZOR İHİB Başkanı İbrahim YILMAZ

Yeni açıklanan teşvik paketi çerçevesinde halı sektörünün değerlendirmeye aldığımızda 5. ve 6. Bölge'de imkan bulabilirsek, oralara gidip tezgahları kuracağız. Ancak

maalesef yapılan bir araştırmada gösteriyor ki özellikle Diyarbakır bölgesinde -ki eskiden bizim orada halı tezgahlarımız vardı- dokuyucu bulmakta zorlanıyoruz. Bu anlamda yaşanan bazı sıkıntılar var. Bunun yanı sıra teşvik kapsamında makine halısı için faydalı bir takım konuların da olduğunu görüyoruz. Yeni teşvik sistemi genel anlamıyla iyi bir çalışma ancak çok spesifik bakıldığında el halısı sektörü çerçevesinde bize çok da fazla bir artışı olacağı görünmüyor. Bizim esas kaynağımız, makineleşme olmadığı için dokuyucudur. Dokuyuculuk da o bölgelerde şu dönemlerde mevcut değildir. Tüm bu nedenlerden dolayı da İstanbul'dan o bölgelere gitmek, buradan oralara bir göç sağlamak şu an için çok zor görünüyor. Yeni teşvik sisteminin Türkiye'nin gelecek hedefleri için atılmış olumlu bir adım olduğunu söyleyebilirim.

DEV YATIRIM PARKUR



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





Collezione YK Başkanı Ekrem AKYİĞİT

Yeni teşvik sistemini oldukça yararlı buluyoruz. Bizim Kırklareli'nde 900 kişinin çalıştığı fabrikamız vardı. İstanbul'a yakındı, pek desteklerden de yararlanamadı. Kapatmak zorunda kaldık. Böylece sadece perakende sektöründe markamızla bu-

ğünlere kadar geldik. Şimdi kazandığımızı yeniden yatırıma dönüştürmek için arayış içindeyiz. Muş, Şanlıurfa ve Kars, bizim için yatırım yapabileceğimiz iller arasında yer alıyor. Yapacağımız yatırımla istihdama katkı yapacağız. İhracatta yönelik faaliyetlerimiz devam ediyor. Geçen yıla oranla bu yıl ihracatta yüzde 120 civarında büyüdük ve bu devam ediyor.



Tema Mağazacılık YK Başkanı Vahap KÜÇÜK

Yeni teşvik sistemi özellikle 6. Bölge'de bulunan illere önemli avantajlar sağlıyor. Bölgenin gelişmesi ve istihdamı için çok önemli katkıları olacak bir paket durumunda. Bu konuda bizde firma olarak bu bölgeye yönelik çalışmalarımızı yoğunlaştıracağız.

Biz Lcwaiki olarak Muş'ta 5 aydır bir atölyeye iş veriyoruz. Bu atölye artık tümüyle bize üretim yapıyor ve 150 kişi çalıştırıyor. 6'ncı bölge teşvikleri kapsamında bulunan diğer illerimizde de elden geldiğince bu şekilde istihdama katkı vereceğiz. İstanbul'da bize üretim yapan konfeksiyon atölyelerini gerekirse maddi destek de vererek buralara yönlendireceğiz.



Eroğlu Holding YK Başkanı Nurettin EROĞLU

Son açıklanan teşvik yasasını sektör açısından çok önemli buluyoruz. Özellikle sektörün Doğu ve Güneydoğu Bölgesi'nde yapacağı yatırımlar gelecek için önemli olacak. Biz Colins markası ile 6. Bölge'deki illerimize de yapacağımız incelemeler sonucunda yatırım yapmayı düşünüyoruz. Yurt içinde ve dışında toplam 700 noktada bulunuyoruz. Bunların çoğu mağaza. Ayrıca Mısır'daki fabrikalarımızda 4 bin 500 kişi çalışıyor. Çorlu'daki fabrikamızda 2 bin, Aksaray'da 600 kişi çalışıyor. Aksaray'da ek yatırımla 1000 kişiye daha iş kapısı açacağız.



ORKA YK Başkanı Süleyman ORAKÇIOĞLU

Doğu ve Güneydoğu bölgesine yatırım atağına Muş'tan başlamak çok önemli. Özellikle Muş'ta daha önce yatırım yapan arkadaşların görüşlerini aktarmaları çok yararlı oldu. Bu bölgede yatırım yapmak için oldukça kolaylıklar bulunuyor. Örneğin

asgari ücretin tüm vergi ve prim yükünün devlet tarafından karşılanması çok önemli. Ayrıca firmaların buraya yatırım yapmaları halinde buradan sağladıkları karlarını vergilerinden düşme avantajını yakalıyorlar. Bizde firma olarak burada ayakkabı üretimi yapılan bir tesisten 20 bin çift almak üzere anlaşma yaptık. Buradan yılda 40 bin çift ayakkabı alacağız. Buradaki üretime destek olmak gerekiyor.

biliyorum. Şimdi tekrar öze dönüyoruz. 6. bölgeye dönüyoruz. Onun için valilerimiz altyapı yatırımları, güvenli alanlar, işgücü eğitimlerini koordine etmeli. Her türlü altyapının hazırlanmasının ardından, sizlere büyük görevler düşüyor" diye konuştu.

Bölgesel farklılıklar ortadan kalkıyor

Toplantıda söz alan TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi ise, Muş'ta yapılan toplantının diğer illerde de yapılacağını söyledi. Yeni Teşvik Sistemi'yle bölgelerarası farklılıkların ortadan kalkacağını kaydeden Büyükekşi, "İhracatçı ve sanayicilerimizle buraya geldik

ve bu ziyaretin faydalı olmasını diliyorum. İki gün önce Ankara'da meclisimizin genel kurulunu yaptık. Ankara'da bu bölgeye teşviki müjdeledik. Yeni sistemin hayata geçirilmesine destek olan sayın bakanımıza teşekkür ediyorum. 6. bölgede yapılacak yatırımlarda, yatırımcılar birçok destekten faydalanacak. Böylece bölgesel farklılıklar ortadan kaldırılacak. Bölgede üretim ve ihracat ortamı güçlenecek. Yeni teşvikle 2023 yılı hedefi olan 500 milyar dolar ihracat rakamına rahatlıkla ulaşacağız. Bölgenin kalkınması için çalışacağız. Bunun Türkiye'nin yatırım ortamında çığır açmasını diliyorum" şeklinde konuştu. ■

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



iç giyim DİŞAVURUMU

**İHRACATTAKİ BAŞARISINI
KEŞFETTİĞİ YENİ
PAZARLARLA PEKİŞTİREN
İÇ GİYİM SEKTÖRÜ, ÜLKE
EKONOMİSİNE CİDDİ
ORANLARDA KATMA DEĞER
SAĞLIYOR. İHRACAT VE
PAZAR, MODA-TASARIM,
İTHALAT, AR-GE & ÜR-GE,
MALİYET, REKABET VE
SAĞLIK KONULARINDA
SEKTÖRÜN ÖNDE GELEN
ÜRETİCİ FİRMALARIN
GÖRÜŞLERİNİ ALDIK**



Tekstil ve konfeksiyon sektöründe yaşanan gelişmelerle bu alanda dünyanın önde gelen tedarikçileri arasına giren Türkiye, özellikle 2010 yılından itibaren iç giyim ihracatını daha da artırarak, Çin Halk Cumhuriyeti, AB 27, Hong Kong ve Bangladeş'in ardından dünyanın beşinci büyük tedarikçisi oldu. Dünya Ticaret Örgütü'nün 2010 raporuna göre Türkiye'nin toplam 351 milyar dolar olan dünya hazır giyim ve konfeksiyon ticaretinden aldığı pay 13 milyar dolar ile yüzde 3,6. 351 milyar dolar olan dünya hazır giyim ve konfeksiyon ticaretinin 26,1 milyar dolarını, iç giyim ve yatak kıyafetleri alanında gerçekleştirilen ihracat oluşturuyor. Bangladeş, Vietnam, Tayland, İtalya ve Türkiye iç giyim ihracatı konusunda dünya devleri olan ülkeler olarak karşımıza çıkıyor. 2010 yılı verilerine bakıldığında Türkiye sahip olduğu yüzde 2,3'lük pay ile dünyanın 10'uncu büyük iç giyim ve yatak kıyafetleri tedarikçisi. İTKİB Genel Sekreterliği Ar-Ge ve Mevzuat Şubesi'nin yaptığı araştırmalar sonucu hazırlanan raporlarda Türkiye'de iç giyim sektörü ihracatında umut verici bir yükseliş dikkat çekiyor. Bu raporlarda, 2011 Ocak-Eylül döneminde Türkiye'den 130 ülkeye yüzde 11 artışla 473,3 milyon dolarlık ihracat gerçekleştiği görülüyor. İhracattaki başarısını keşfettiği yeni pazarlarla da pekiştiren iç giyim sektörü, ülke ekonomisine ciddi oranlarda katma değer sağlıyor. Moda ve tasarım ayağında da gelişme kateden sektör, iç giyim modası ve tasarımcılarıyla da dünya trendlerini üretimlerine yansıtıyor. Dünya genelinde sektörün gücünü uzun yıllardır elinde bulunduran Asya pazarıyla olan rekabette de artık daha güçlü hale gelen Türkiye, üretici firmaların şirket yapılarında oluşturmaya başladıkları Ür-Ge ve Ar-Ge çalışmalarıyla da iç giyim sektörünün günden güne artan başarısına katkı sağlıyor. Geçmiş

yıllarda iç giyim ithalata bağıllığının bugünlerde hızla düşüşe geçmesi de sektör için sevindirici gelişmelerden.

İç giyim katma değeri yüksek ürünlere yöneliyor

İç giyim sektörünün geçmişten bugüne kat ettiği mesafeyi ve bugün ülke ekonomisindeki önemini araştırdığımız dosya konumuzda Tüm İç Giyim Sanayiciler Derneği (TİGSAD) Başkanı İrfan Özhamaratlı ile sektörün detaylarını konuştuk. İç giyim sektörünün ihracatta başarılı bir yol izlediğinin altını çizerek görüşlerini paylaşan Özhamaratlı: "Bugün gelinen noktada sektörümüz, sağladığı istihdamın yanında, birçok sektöre arz ortamı oluşturuyor, ihracat başarısıyla da ülkemiz ekonomisine ciddi bir katma değer yaratıyor ve önemli miktarda döviz girdisi sağlıyor" dedi. Her ne kadar maliyetlerden kaynaklanan sıkıntılar yaşansa da, iç giyim sektörü bunu yüksek katma değerli ürünlere yönelerek aşmaya çalıştığını belirten TİGSAD Başkanı Özhamaratlı, iç giyimün dünyanın en büyük pazarı olduğunu, Türkiye'nin de bu alanda önemli pazarlar arasında yer aldığını açıkladı.

Moda ve tasarıma TİGSAD desteği

İç giyimde son yıllarda artış gösteren moda ve tasarım kavramlarının sektör için önemini sordumuz Özhamaratlı, "Öncelikle her

ne kadar dış giyim trendleri ile etkileşim içinde olsa da, iç giyim tasarımı, vücut yapısının, sağlığın, rahatlığın, kullanım zamanının dikkate alındığı bir uzmanlık alanıdır. Refah seviyesinin artışı ile birlikte estetik kaygılar ön plana çıkmış, güzel ve farklı görünme, beğenilme arzusu hazır giyimde olduğu gibi iç giyimde de çeşitliliği doğurmuştur. İnsanın kendisine saygısının yansımaları olan iç giyim verilecek önemin artması, gerek talep, gerekse üretim anlamında sektörümüzü ciddi bir büyüklüğe ulaştırdı. Buna paralel olarak da iç giyim tasarımcısına duyulan ihtiyaç arttı. Bundan böyle iç giyim tasarımcılığı kavramını çok daha sık duyuyor olacağız" dedi. Sektörün ihtiyacı olan iç giyim tasarımcısının yetişmesine katkı için TİGSAD bir takım çalışmalar içinde olduğunu belirten Özhamaratlı, "Üniversitelerin ve meslek okullarının ilgili bölümleriyle yaptığımız işbirliği ve daha önce de düzenlemiş olduğumuz iç giyim tasarım yarışmaları devam ediyor. Modaya gelince, elbette iç giyim modasından da bahsedebiliriz. Artık iç giyimde de sezon trendleri var. Farklı aksesuarlarla, renklerle, desenlerle, müşterilerimize mevsimsel farklılıklar sunuyor, her zevke ve beğeniye moda akımları doğrultusunda cevap vermeğe çalışıyoruz" diyerek, hem sektörün modayla ilişkisini hem de TİGSAD'ın bu konudaki desteğinin altını çizdi.

İthalata bağımlılık azalıyor

İç giyim sektöründe pazar payının en büyük dilimine sahip olan Asya pazarının uzun yıllardır Türkiye'nin maliyetler ve ithalat anlamında sektörde zorluk yaşadığı süreçlere neden olduğunu, bugünse iç giyim sektörünün Asya merkezli ürünlerle iç piyasada rekabet edebilir hale geldiğini söyleyen Özhamaratlı, bu gelişmede, iç giyim ürünlerinin de ithaline konulan ek vergilerin etkili olduğunu

söylüyor. Özhamaratlı, iç giyimde üretici firmaların önemseydiği ve iş planları arasında öncelik vermeye başladığı Ür-Ge ve Ar-Ge modellerinin, üretimde verimliliği artırdığını, fakat tasarım harcamalarının Ar-Ge, numune çalışmalarının ise Ür-Ge olarak kabul edilmemesi sebebiyle verilen destek teşviklerinden faydalanamadıklarının altını çizdi. TİGSAD olarak, bu durumun düzeltilmesinin ne kadar elzem olduğunu her fırsatta vurgulamaya çalıştıklarını belirten Özhamaratlı, firmaların Uzakdoğu'nun haksız rekabetinin de etkisiyle, gelecekleri için son derece önemli olan bu konuya kısıtlı kaynak artırımına müdahale edilmesi yönünde talepleri olduğunu söylüyor.

İç giyim sektöründe her gün daha ileriye

Geçmiş yıllarda tekstil ve konfeksiyon içerisinde yer alan ve ülke ekonomisi içerisinde önemini bugünkü kadar bilmediği iç giyim sektörü, gelişen Türkiye'yle birlikte hem ihracattaki başarısını artırarak, hem de ithalata bağımlılığı azaltarak yükselişe geçen bir sektör olarak öne çıkıyor. Sektörün geldiği son nokta Türkiye'nin önde gelen iç çamaşırı üreticileriyle konuştuk.



İrfan Özhamaratlı - TİGSAD Bşk.





İHRACAT ARTIYOR PAZARLAR GENİŞLİYOR

İTKİB Genel Sekreterliği Ar-Ge ve Mevzuat Şubesi'nin yaptığı araştırmalar sonucu ulaşılan raporlarda Türkiye'de iç giyim sektörü ihracatında umut verici bir yükseliş dikkat çekiyor. 2011 Ocak-Eylül döneminde Türkiye'den 130 ülkeye yüzde 11 artışla 473,3 milyon dolarlık iç giyim ihracatının yapılmış olması sektör için sevindirici bir gelişme olarak yorumlanıyor. İç giyim sektöründe üretim ve ihracatla ilgili düşüncelerini aldığımız **Eko Tekstil Firma Sahibi Özcan Sümer**, Türk sanayicisinin hemen hemen her konuda rakiplerinin kat kat üstünde vergi ve pahalı enerji maliyetleri ödediğini ve bu durumun üretici firmaların maliyetlerini çok hızlı şekilde artırdığını belirtti. Üstüne

bir de kur politikası aleyhte çalışınca zorluklar yaşandığını söyleyen Sümer, bu olumsuzluklara rağmen hala Çin'den sonra ülkemizin dünyanın en büyük ikinci üreticisi oluşunun sevindirici olduğunu dile getirdi. **Ten Çamaşırları Yönetim Kurulu Başkanı Emin Deha Orhan**, iç giyim sektörünün üretim ve ihracatta olabildiğince uzmanlaşmış durumda olduğunu belirtirken, firmaların doğru segmentte ihracat ürünü veya müşteri seçtikleri sürece maliyet sıkıntısı da yaşamayacaklarını belirtti. Orhan, "Çünkü ülkemiz bu konuda maliyet liderliğiyle değil kalitesi, tasarımı ve üretim kabiliyetleri ile kıymetli" dedi. Üretim ve ihracatla ilgili görüşlerini aldığımız **Mendoğlu Çamaşırları**

Firma Sahibi Osman Alyüz, "Yan sanayi için geçerli olan sorunlar biz iç giyim üreticileri içinde geçerli. Ülkemizdeki üretici ve ihracatçı sektörü kendi gücü, kapasitesi, tecrübesi ve alt yapısının hakkını maalesef veremiyor. Üretim maliyetlerinin yüksekliği, alıcıların Uzak Doğu'yla fiyatları kıyaslamaları bizlerin şuan olması gereken kapasitemizin altında çalışmamıza neden oluyor." diyerek görüşlerini paylaştı. **Çiftkaplan Tekstil Genel Müdürü Raffi Çiftkaplan**'ın konuyla ilgili düşünceleri şöyle; "Sektörümüz, hazır giyim üretiminin ve ihracatının içinde en yüksek payı almaktadır. Konumuzda bir hayli deneyimliyiz. Dünyanın her yerinde rekabet edebilecek durumdayız. Kalite ve know-how konusunda eksiklerimiz yok. Ancak maliyetler bizi şu sıralar biraz frenliyor." İç giyim üretiminin büyük bir kısmını ihraç ettiğimizi ve bu konuda çok başarılı olduğumuzu belirten **Etem Triko Genel Müdürü Servet Kaya** ise hem üretim gücü, hem de ihraç rakamlarına baktığımızda her yıl düzenli artış sağladığımızı, maliyet konusunun ise bizi en çok zorlayan ve işin en hassas kısmı olduğunu belirtti. Bununla ilgili çözüm arayışına 10 yıl önce başladığını ve çözüm olarak İstanbul dışında üretim yapmanın çözüme yardımcı olacağını fark ettiğini söyleyen Kaya, şimdilerde yeni teşvik yasası ile yatırımlara daha doğru kararlar verip, maliyetleri aşağı çekerek, sektörün ileriye taşınabileceğini söylüyor.

Kaliteyi ucuza satıyoruz

Dünyada iç giyim pazarları arasında önemli noktalarda yer almak için üretime ve ihracata ağırlık veren Türkiye, mevcut pazarlarına yenilerini de ekleyerek ilerlemeyi hedefliyor. Bu pazarlardan Avrupa ve Amerika'nın yanı sıra Rusya, İskandinav ülkeleri ve Arap



→ Eko Tekstil Firma Sahibi
Özcan Sümer

ülkelerinin de önemli pazarlar olduğunu belirten **Mendoğlu Çamaşırları Firma Sahibi Osman Alyüz**; "Pazar payı ülkelerin ekonomik koşullarının uygunluğuna ve talebe göre değişkenlik gösterse de, Amerika bu konuda en fazla pazar payını elinde bulunduran ülke" diyerek, bu pazarın önemine vurgu yaptı. **Maranda Tekstil'in Sahibi Erkan Soyyiğit**, ülke ülke öne çıkan pazarlara vurgu yapmaktansa bu konuda da her sektörde olduğu gibi kuralları belirleyen pazarda daha güçlü olduğuna inandığını belirtiyor. **İlke Çamaşırları Genel Müdürü Haluk Aday** ise iç giyim pazarlarıyla ilgili görüşlerini şöyle paylaşıyor: "Güney Asya ile Kuzey Afrika ülkeleri günümüzde çok önemli pazarlar haline geldi. Libya, Yunanistan, Nijerya, Brezilya gibi ülkeler buldukları kıtaların ticaretini şekillendiriyor. Ulaşım ve taşımacılığın gelişmiş olduğu liman ülkeleri, pazarların genişlemesindeki en büyük etken. Eski zamanlarda ürünlerimize "Türk Malı" ibaresini bile koyamazken, bugün bu ibarenin kullanılmasını özellikle isteyen birçok ülke var. Bu durum iyi yolda olduğumuz gösteriyor. Çünkü biz iç giyim sektöründe kaliteyi ucuza satan bir ülkemiz". ❖

SEKTÖR MODA VE TASARIMDAN BESLENİYOR



Diş giyimde gündemden düşmeyen "moda ve tasarım" gibi kavramlar, iç giyim sektörünün de yakından

ilgili olduğu alanlar. Tüm üretici firmalar dünya trendlerini takip etmenin ve özgün tasarımlar yaratmanın önemine inanıyor.

Hazır giyimde tasarımcı denilince yalnız dış giyim tasarımcısının akla geldiğini söyleyen **Anıl İç Giyim Sahibi Bahri Özdiñç**, aslında tasarımcı denilince ayırım yapılmaması gerektiğini belirtiyor. Türkiye'de iç giyim firmalarının büyük bir çoğunluğu tasarımcı ile çalışmaya son senelerde önem vermeye başladığını, iç giyimde de modadan ayrı düşünülmeceğini söyleyen Özdiñç, modayı belirlerken renklerin önemli bir etken olduğunu ve iç giyilen giysi ile dış giyilen giysi arasında renk uyumu olması gerektiğini söyledi. Özdiñç, son yıllarda iç giyimde de modanın hızla değiştiğini ve bu değişime uymayan firmaların her zaman geri kalacaklarını da sözlerine ekledi. **Ten Çamaşırları Yönetim Kurulu Başkanı Emin Deha Orhan** moda ve tasarımın iç giyim sektörü için oldukça önemli olduğunu belirtirken, görüşlerini şu sözlerle özetledi: "İç giyim diye bahsettiğimiz ürünlerin paplık alanda görülemiyor olması insanların beğenilerini ve seçme özgürlüklerini dış giyimle sınırlandırdıkları anlamına gelmiyor. Dolayısıyla iç giyimde de tekstilde olduğu gibi talep gören ve takip edilen bir moda tanım-



→ **Anıl İç Giyim Firma Sahibi Bahri Özdiñç**

lamasından bahsedebiliriz." **İlke İç Giyim Genel Müdürü Haluk Aday**, günümüzün getirmiş olduğu teknolojik yenilikler, insanların zevk tercihlerinin sürekli değişmesine sebep olduğundan dolayı, "İç giyim tasarımcısı" kavramının hayatımıza girdiğini ve olmazsa olmazlardan biri konumuna geldiğini söylüyor. Aday'a göre, iç giyim sektöründe son yıllardaki değişim, tasarımcı ekiplerin oluşmasına neden olurken, bu durumun iç giyiminde artık moda kavramından ayrı düşünülmemesine yol açtığını belirtiyor. ❖

PAMUK İHTİYACI İTHALATI TETİKLİYOR

İç giyim sektöründe başı çeken Çin, en fazla ithalat gerçekleştirdiğimiz ülke olurken, ürün bazlı bakıldığında ülkenin yüzde 69'luk oranla sütyen ve korselerin ağırlıklı olarak ithal edildiği görülüyor. Ülke olarak ithalat bağımlılığımıza etki eden en önemli faktör olarak ise pamuk üretimimizin ihtiyacı karşılamada yetersiz oluşu. İç giyim sektörünü ithalata yönelten sebepleri sıralarken en önemli nedenlerden birinin kullanılan hammaddelerin Türkiye şartlarında üretimde yetersiz kalışı

olduğunu söyleyen **Mendoğlu Çamaşırları Firma Sahibi Osman Alyüz**: "Türkiye şartlarında üretimlerinin maliyetli olması ve bazı makine parkurlarının yetersizliği imalatçıları bu tip ürünlerde Uzak Doğu'dan ithalata yönlendirilmiştir. Dolayısıyla bu konuda ithalata bağımlı hale getirmiştir. Örneğin dantel, metal aksesuarlar, askı, karton kutu, pvc poşet gibi bazı paketleme malzemeleri ithal edilmektedir. Daha öncede belirtildiği gibi bu tip malzemelerin uzak doğuda daha düşük maliyetle

üretilmesi, makine parkurlarının bu tip üretilmeye daha uygun olması ihracatçıları Uzakdoğu ithalatına yönlendiriyor" diyerek ithalata zemin oluşturan ayrıntıları paylaştı. **Etem Triko Firma Sahibi Servet Şahin** konuyla ilgili, konfeksiyon üreticisi olarak ithalata yöneltecek çok fazla arayışları olmadığını, lokal olarak aradıkları her şeyi bulduklarını söylerken, tekstil üreticilerinin hammadde olarak ithalat yapmak zorunda olmalarının özellikle şuan için ihracatı yüzde 100 yerli hammaddeyle



→ **Mendoğlu Çamaşırları Firma Sahibi Osman Alyüz**



yapma imkanlarını kısıtladığını belirtiyor. Bu sorunların aşılması durumunda ülke olarak ihracatın yüzde 100'ünü yerli hammadde ile gerçekleştirmeyi arzu ettiklerine vurgu yaptı. **Anıl İç Giyim Firma Sahibi Bahri Özdiñç**, sektörde geçmiş yıllar da hazır mamulde özellikle de sütyen ithalatında ciddi sıkıntıların yaşandığını ve bunun sonucunda üretimden daha fazla ithalatın söz konusu olduğunu hatırlattı. Özdiñç şuan ki durum için: "Sektörün çabaları ile getirilen referans fiyat ve ek vergiler sonucu ithalat da ciddi azalmalar oldu. İthalatçı firmalarımız şu anda Türkiye de üretim yapmak için çalışmalara başladı. Sektörümüzün ithalata bağımlı olduğu ürün yok denecek kadar az, ancak hammadde tedarikinde sıkıntılarımız var" dedi. Özdiñç, ayrıca özellikli malzemeleri ve içeride üretimi olmayan ürünleri ek vergiden dolayı

daha pahalı satın aldıklarını ve fiyat tutturmakta zorlandıklarını da sözlerine ekledi. **Çiftkaplan Tekstil Firma Sahibi Raffi Çiftkaplan**, ithalatla ilgili düşüncelerini açıklarken söze ithalata bağımlılığımızın olmadığını açıklayarak başladı. Çiftkaplan, "Bazı yardımcı malzemeler yurt dışından geliyor, fakat bunların yurt dışından gelme nedeni ucuz olması yani fiyat dengelenirse aslında onları da ithal etmemize gerek yok. Pamuklu ürün ithalatı Asya'dan yapılmıyor, fakat polyester ürün ithalatı hayli fazla. Pamukluda Uzak Doğu fiyat avantajına sahip değil, ama polyesterde fiyat avantajları var. Bu yüzden çok yüklü miktarda kadın iç çamaşırı ithal ediliyor. Bunların pek azı yüksek kaliteli ürünler. Ağırlıklı olarak düşük fiyat ve düşük kaliteli ürün ithal ediliyor. Bu da piyasadaki kalite anlayışını bozuyor" diyerek düşüncelerini paylaştı. ❖

AR-GE VE ÜR-GE YATIRIMLARI TIRMANIŞTA



İç giyim sektörü Ür-Ge ve Ar-Ge uygulamalarıyla sektörde dünya ölçeğini yakalamaya hazırlanıyor. Türkiye'nin iç giyim sektöründe birçok ülkenin ulaşamadığı bir noktada olduğunu söyleyen **İlke İç Giyim Genel Müdürü Haluk Aday**: "Bizler kendi potansiyelimizin pek farkında değiliz ya da öyle değilmişiz gibi davranıyoruz. Markalaşma sürecinde Ür-Ge faaliyetlerine göstermiş olduğumuz hassasiyeti Ar-Ge faaliyetlerinde gösteremediğimizi düşünüyorum. Ar-Ge yatırımları çoğu firma sahibi için bir kayıp niteliğinde, böyle bir bilinçaltından kurtulmamız gerekiyor. Ancak ülke olarak Ar-Ge ye ayrılan kaynaklarımız gün geçtikçe artıyor, ilerleyen günlerde daha iyi bir

seviyede olacağız" dedi. **Etem Triko Firma Sahibi Servet Şahin** de konuyla ilgili görüşlerini şu sözlerle paylaştı: "Bu kavramlar tüm sektörde oturmuş bir kavram, geçmişte bu enstrümanlara ihtiyacı olmayan ya da olmadığını düşünen herkes kendisini bu çalışmaların içerisinde bulabiliyor, müşteri beklentileri bizleri bu yöne doğru çekiyor ve önümüzdeki süreçte daha fazla baskısını hissettirecek. Avrupa ile karşılaştırdığımızda daha başarılı olabileceğimizi gözlemleyebiliyoruz. Burada önemli olan faktör, sektörel motivasyon ve müşteriler ile işbirliğinin partner düzeyinde olması." Sektörün bu iki konuda dinamik bir yapıda olduğunu gözlemlediğini paylaşan Ten Çamaşırı Yönetim



→ İlke İç Giyim Genel Müdürü Haluk Aday

Kurulu Başkanı Emin Deha Orhan, bunun sonuçlarını kullanılan aksesuar ve kumaşların her sene değişim göstermesinden ölçümlediklerini belirtti. ❖



ANADOLU İPLİK ve TEKSTİL
FABRİKALARI SANAYİ A.Ş.

İplikte 40 yıllık tecrübe



Nylon 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 iplik

- Polyester Tekstüre İplikler
- Polyester Elastanlı İplikler

Pamuk iplik

- 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



UZAK DOĞU İLE SICAK REKABET



Asya pazarının en önemli isimlerinden Çin'in, iç giyim sektöründe ucuz maliyetlerle başı çekiyor olması rekabette Türkiye'nin bu güçlü rakiple karşı karşıya gelmesine neden oluyor. Sıcak rekabetin yarattığı mücadele de Türkiye'nin yarışabilir düzeye geleceği günler konusunda üretici firmalar ümitli. Konuyla ilgili düşüncelerini aldığımız **Ten Çamaşırları Yönetim Kurulu Başkanı Emin Deha Orhan**, kendi segmentlerinde böyle bir sorun olmadığını ve Asya merkezli haksız rekabeti bir tarafa bırakmak gerektiğini söylüyor. Şu anda ülkemize gelen Publicsticker etiketlerin oluşturduğu rekabet alanına girenler için ciddi sıkıntıların söz konusu olduğunu belirten Orhan, iç giyim sektörü olarak ihracatta başarı grafiğini artıracak pazarlar ve kontaklar kurmak gerektiğinin altını çizdi. **Maranda Tekstil Firma Sahibi Erkan Soyyiğit** ise şu an için Asya pazarıyla rekabetin söz konusu



→ Ten Çamaşırları Yönetim Kurulu Başkanı Emin Deha Orhan

olmadığını çünkü gümrüklerin artışının bu durumu ortadan kaldırdığına işaret etti. **Eko Tekstil Firma Sahibi Özcan Sümer**, işçilik üzerindeki vergi ve primlerin yüksekliği, dövizin durumu fiyatta rekabet şansını ciddi şekilde zorladığını, ayrıca kayıt dışı ithalatında bu duruma olumsuz etki ettiğini ve maalesef birçok firmanın bu yolla haksız rekabet koşullarından nemalandığını açıkladı. ❖

EVDEKİ HESAP ÇARŞIYA UYMUYOR



Sektörde; iplik, dantel, güpür ve iç çamaşırı aksesuarlarının temininde ortaya çıkan maliyetlerin nedeni, bu alandaki tasarımlarımızın gereken seviyede yapılamamasından mı kaynaklanıyor? **Çiftkaplan Tekstil Firma Sahibi Raffi Tellalyan**, ithal malzemelerin kullanılması durumlarında, bu malzemeleri ithal ederken, zaman zaman maliyetlerin hesaplananın üzerine çıktığını ve bu durumun o ürünün etiket fiyatına ve dolayısıyla da alıcının cüzdanına yansığını söyledi. Tellalyan, bir de bu maliyetlere ithal edilen malzemelerin ellerine geç ulaşması eklendiğinde bu durumun üretici olarak kendilerini zora soktuğunun da altını çizdi.

Eko Tekstil Firma Sahibi Özcan Sümer, kriz kaynaklı birçok firma kapanmasına rağmen Türkiye'nin iç giyim üretiminde ve iç giyim yan sanayinde Avrupa'dan daha iyi durumda olduğunu belirtirken, bunun için koruyucu önlemlerin devamlılığından yana olduğunu söyledi. **Mendoğlu Çamaşırları Firma Sahibi Osman Alyüz**, Uzakdoğu'daki ürünlerde olduğu gibi, yan sanayi dediğimiz dantel, güpür ve aksesuarların çok ucuz fiyata temin edilebildiği için ülkemizde ki üreticilerin geliştirici yatırımlara ve Ar-Ge çalışmalarına soğuk baktıklarını ve bu durumun termin problemlerini de beraberinde getirdiğini ifade etti. **İlke İç Giyim Genel Müdürü**



→ Çiftkaplan Tekstil Firma Sahibi Raffi Tellalyan

Haluk Aday ise konuya farklı bir yorum getiriyor. Dantel, güpür ve aksesuar konusunda fazla sıkıntı yaşanmadığını söyleyen Aday, bu ürünlerle ilgili iç piyasada üretim yapan firmalar olduğu gibi, aynı zamanda üretim yapmayı tercih etmeyip, bu malzemeleri ithal eden firmaların da oldukça fazla olduğunu belirtiyor. ❖



The Garment Dyehouse

PARÇA BOYAMA & YIKAMA

BOYAMA

Pamuk Boyama
Nylon Boyama
Yün Boyama
Akrilik Boyama
İpek 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 İtici
Su Emici
Leke Tutmazlık
Anti Bakteriyal
Anti Statik
Geç Tutusurluk
Mikro Kapsül
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

İÇ GİYİMDE İNSAN SAĞLIĞI ÖN PLANDA



→ Etem Triko
Firma Sahibi
Servet Şahin

İç giyim ürünlerinin sağlığı tehdit etmeyen özellikte olma gerekliliği, sektördeki birçok firmanın dikkate aldığı bir durumken, aynı zamanda tüketicilerin sağlıklı ürünleri tercih etmeleri konusunda bilinçli olmalarının da önemi büyük. İç giyim sektöründe üretilen ürünlerin müşteri standartlarına uygunluğunun önemli olduğunu söyleyen **Etem Triko Firma Sahibi Servet Şahin**, firmalarında sahip oldukları laboratuvar, müşteri standartlarına uygun üretim yap-

tıklarını ve üretimlerinin sürekli kontrollerden geçirilerek çeşitli fiziksel ve kimyasal testlerle onay aldıklarını belirtti. Şahin, boyar madde ve bunun kumaş ve malzemeler üzerindeki nasıl tutunduğu, azo maddesi içerip içermediğini kontrol etmenin de sağlık açısından gerekli olduğuna dikkat çekti. Şahin, metallerde nikel karışım olmaması ve iç giyimde tene temas eden ürünler olması nedeniyle PH testinden geçirilmelerinin de gerekli olduğuna dikkat çekti. ❖



SAĞLIKLI İÇ ÇAMAŞIRINI NASIL TANIRSINIZ?

- Tenin kuru kalmasını sağlayacak pamuk gibi doğal malzemelerle üretilmiş olmalı
- Bedende doğru formda kullanıma uygun olmalı
- Kaliteli ürün çok da ucuz fiyatlı olmaz.
- Doğal bitki ve elyaflardan elde edilen ipliklerle dokunan çamaşırlar sağlıklıdır
- Güvenilir markaları tercih etmek sağlıklıdır
- İç çamaşırın ve dikişinin huzursuz edici olmamasına dikkat edilmeli.



→ Maranda Tekstil Firma Sahibi
Erkan Soyyiğit

İç üretimlerinde kalite standartlarına çok önem verdiklerini söyleyen **Maranda Tekstil Firma Sahibi Erkan Soyyiğit**, ürünlerinin kimyasal olarak sıkıntı yaratmayacak şekilde üretilmediğini ve insan sağlığını tehdit edecek hiçbir sakınca barındırmadan tüketiciye ulaştırıldığını dile getirerek, müşteri memnuniyeti ve güven duygusu yaratmak konusunda sağlıklı ürünler üretmenin firmalar için önemli olduğunun altını çizdi. ❖



KÜRESEL HİZMETLER UZMAN ÇÖZÜMLERİN DOĞRU ADRESİ

www.nehirtrans.com

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



Şirinevler Mah. MaraŐal Fevzi akmak Cad. 1. Sokak No:26 Kocasınan İŐ Mer. A Blok Kat:7 Bahçelievler / İŐt. / 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

DERİDE HEDEF 10 MİLYAR DOLAR



2011 YILINI 1,44 MİLYAR DOLAR İHRACATLA KAPATAN DERİ SEKTÖRÜ, BU YILIN İLK BEŞ AYINDA DA GEÇTİĞİMİZ YILIN AYNI DÖNEMİNE GÖRE İHRACATINI YÜZDE 13 ARTIRDI. SEKTÖRÜN BU PERFORMANSINI DÜZENLEDİĞİ TOPLANTI İLE BASIN MENSUPLARINA ANLATAN İDMİB VE DTG TEMSİLCİLERİ, SEKTÖRÜN 2023'TE KENDİNE 10 MİLYAR DOLARLIK HEDEF KOYDUĞUNA BELİRTTİ. TOPLANTIDA AYRICA, NİHAİ DERİ ÜRÜNLERİ İTHALATINA EK VERGİ SİSTEMİ GETİRİLMESİ HALİNDE, DERİ ÜRETİMİNİN ÇOK DAHA FAZLA ARTABİLECEĞİNE DİKKAT ÇEKİLDİ.

Deri sektörünün önemli çatı kuruluşlarından olan İDMİB, DTG ve TDSD, Türkiye'nin deri ve deri mamulleri üretimi, ihracat gücü, ürün ve işleme kalitesindeki liderliği, iç ve dış pazarlardaki konumu, üretim ve ihracatın geliştirilmesi için önerilen tedbirleri 14 Haziran tarihinde Pera Palas Otel'de düzenlediği basın toplantısı ile masaya yatırdı. 2011 yılını 1,44 milyar dolar ihracatla kapatıp, bu

yılın ilk beş ayında da geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre ihracatını yüzde 13 artıran deri sektörü, 2023'te 10 milyar dolarlık ihracatı kendine hedef olarak belirledi. DTG ve İDMİB Başkanı Lemi Tolunay ve Türkiye Deri Sanayicileri Derneği (TDSD) Başkanı Erdal Matraş'ın ev sahipliğinde gerçekleşen toplantıda, Türk deri sanayinin hem bilgi, hem de tasarım açısından dünyada önemli bir konuma yükseldiğini

söyleyen Tolunay, "Bilgi birikimimiz ve üretim becerimizle, Batı'nın çözüm ortağı, dünya modasına entegrasyonumuzla da Doğu'nun takip ettiği tasarım merkezi konumundayız" dedi. Türk deri sanayinin büyüklüğü ve üretim gücü hakkında katılımcılara bilgi veren TDSD Başkanı Erdal Matraş ise bugün Türkiye'de, ayakkabı, deri konfeksiyon, saraciye ve tabakhane olmak üzere 23 bini aşkın deri üretim tesisinin

faaliyetini sürdürdüğünü dile getirdi. Nihai deri ürünleri ithalatında ek vergi sisteminin getirilmesi halinde deri üretiminin çok daha fazla artabileceğini söyleyen Matraş, "Aslında sektörün üretim gücü daha da artabilir. Bunun için öncelikle ham deri yetersizliğinin giderilmesi, ardından da üretim gücümüzün artırılması için nihai deri ürünleri ithalatında ek vergi uygulamasına gidilmesi gerekiyor" dedi.

Türk derisi tüm dünyada

Türk deri sektörünün geleneksel olmasına rağmen kendini yenileyebilen potansiyeli yüksek sektörlerden birisi olduğunu söyleyen Tolunay, belli alt ürün gruplarında ülkenin her bölgesinde üretebilme özelliği nedeniyle derinin yaygın bir sektör olduğunu belirtti. Tolunay, az sermayeyle yatırım yapılabilme imkanı olan deri sektörünün hem bilgi hem de know-how olarak ciddi bir birikimi ve deneyimi olduğunu vurguladı. Türk deri sektörünün kaliteli üretim alanında dünyada ve bölgesinde İtalya ile birlikte lider konumunda olduğuna dikkat çeken Tolunay, Türkiye'nin teknolojik altyapı ve tasarım becerisi ile örnek bir deri üretim merkezi olduğunu ifade ederek, Türk deri sektörünün Avrupa'da 2'nci, dünyada ise 4'üncü büyük ülke olduğunu vurguladı.

“Sektör büyüklüğünün doğru analiz edilmesi gerekiyor”

Son 5 yıllık ihracat rakamlarının da bu trendi ortaya koyduğunu belirten Tolunay, 2010'da ekonomideki genel toparlanmaya paralel olarak, ihracat, üretim ve istihdam rakamlarının da pozitive döndüğünü belirtti. Yüzde 18 artış göstererek 1,328 milyar dolara ulaşan deri ve deri mamulleri ihracatından sonra sektörün 2011 yılını 1,44 milyar dolarlık ihracatla kapattığını belirten Tolunay, aynı yıl üretimin yüzde 7,7, istihdamın ise yüzde 8'e ulaştığını ifade etti. Bugün deri yan sanayii ve perakende sektörü ile birlikte 400 bini aşan istihdam rakamıyla Türkiye'nin en önemli ekonomi aktörleri arasında olmayı sürdürdüklerini belirten Tolunay, Türkiye'nin 2023 ihracat hedefi olan 500 milyar dolara ulaşmada Türk dericilerine büyük bir rol düştüğünü



DTG ve İDMİB Başkanı
Lemi Tolunay

hatırlattı. Tolunay sözlerine şöyle devam etti: “Deri sektörünün ihracat gücünün artırılması için bazı düzenlemeler ve teşvikler gerekiyor. Öncelikle doğrudan ihracat rakamlarına yansımaya yurtdışı satışlarının da bulunduğu dikkate alınarak, sektör büyüklüğünün doğru analiz edilmesi şart. Bugün özel faturalı, yolcu beraberli ve turistik satışları da kattığımızda sektörün ihracat gücü 3,5 milyar doları aşıyor. Uzun vadeli hayvancılık politikası ve doğru teşviklerle bu rakam daha da artırılabilir.”

Teşviklerde düzenleme olmalı

Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın açıkladığı teşvik paketine de değinen Tolunay, yeni sistemi başarılı bulduğunu söyledi. Teşviklerin iller arası gelişmişlik farkına göre düzenlendiğini; oysa deri sanayinin çevre ve insan sağlığını gözeterek büyük yatırımlı tesislerinin, Tuzla, Çorlu, Uşak, Menemen, Gerede ve Bursa organize sanayi bölgelerinde faaliyetini sürdürdüğünü belirten Tolunay, devletin izin verdiği bu organize sanayi bölgelerinin dışında firmaların üretim yapmalarının mümkün olmadığını belirtti. Tolunay, altyapısı olmayan bölgelere verilecek teşviklerden deri sektörünün yararlanma şansı-

nın az olduğunu vurgulayarak, teşviklerin sektörün beklentileri yönünde düzenlenmesi ve uygulanması gerektiğini söyledi.

2023 ihracat hedefleri doğrultusunda deri sektörünün 10 milyar dolarlık ihracat yapma hedefi olduğunu ve dünya payından yüzde 3'lük bir pay alabileceklerini ifade eden Tolunay, “Doğu ülkeleri, bizden bitmiş ürün almak istiyor. Sadece deri imal etmiyor, aynı zamanda dünyaca ünlü pek çok markaya tasarım önerileri de götürüyoruz” diye konuştu.

Libya'ya ihracat yüzde 975 arttı

DTG tarafından açıklanan rakamlara göre, küresel pazarlarda daralma görülen 2012'de bile Türkiye deri ihracatında yüzde 5 büyüme yaşanması bekleniyor. Bu rakamı daha da artırmak için ihracat yapılan coğrafyaların her geçen gün genişletildiğini söyleyen Tolunay, ihracatın en fazla olduğu ülkenin ise bilindiği gibi Rusya olduğunu belirtti. Tolunay bunun yanı sıra, Japonya, Çin, Hong Kong ve Güney Kore gibi Uzakdoğu ülkelerine ihraç edilen Türk deri ve deri mamullerinde son yıllarda büyük artış görüldüğünü ifade etti. Rusya, Almanya, Fransa, İtalya, İngiltere, Belçika, Irak, Suudi Arabistan, Bulgaristan, Azerbaycan, Libya gibi geniş bir coğrafyaya Türkiye'den deri ve deri mamulleri satmaya devam ettiklerini belirten Tolunay, Libya'ya geçtiğimiz Ocak-Mayıs ayında deri ihracatının yüzde 975 oranında arttığını belirtti.

Tasarımcılara destek büyük

İhracat hedeflerinin artırılmasında, tasarım ve modadaki rekabet gücünün de önemine değinen Tolunay sözlerine

şöyle devam etti: “Bunun için oldukça başarılı girişimlerde bulunuyoruz. Deri alanında çalışmalar gerçekleştiren Türk tasarımcılara yurt dışı moda şovlarında maddi destek vererek, özel tasarımlar hazırlatarak, dış pazarlarda tasarım yönümüzü tanıtıyoruz. Onlarla birlikte katıldığımız Çin ve Hong Kong deri fuarlarında 'odak ülke' olarak yer aldık. Aynı zamanda sektöre yeni tasarımcılar yetiştirmek için eğitim programları ve yarışmalar da düzenliyoruz. Amacımız dünya deri pazarında en çok tercih edilen ve beğenilen marka olmak. Uzakdoğu'daki tanıtım atağımızı Avrupa'da da sürdüreceğiz.”



Türkiye Deri Sanayicileri
Derneği (TDSD) Başkanı
Erdal Matraş

Deride dünya devi

Tolunay'ın ardından söz alan Türkiye Deri Sanayicileri Derneği (TDSD) Başkanı Erdal Matraş, Türk deri sanayinin büyüklüğü ve üretim gücü hakkında katılımcıları bilgilendirdi. Bugün Türkiye'de, ayakkabı, deri konfeksiyon, saraciye ve tabakhane olmak üzere 23 bini aşkın deri üretim tesisinin faaliyetini sürdürdüğünü vurgulayan Matraş, ülkede sayıları 14'ü bulan Deri Organize Sanayi Bölgeleri'nde, Avrupa standartlarında, çevre ve insan sağlığına duyarlı, modern üretim gerçekleştiren-



Toplantıda, Türk deri sanayinin hem bilgi, hem de tasarım açısından dünyada önemli bir konuma yükseldiğine dikkat çekildi

diğini belirtti. Matraş, deride Türkiye'nin dünya devi olduğunu ifade ederek; özellikle kürk süet işlemede rakip tanımadığını vurguladı.

Hayvancılığa teşvik son 10 yılda 20 kat arttı

Sektörün üretim gücünün daha da artırılabilceğini vurgulayan Matraş, bunun için öncelikle ham deri yetersizliğinin giderilmesi, ardından da üretim gücünün artırılması için nihai deri ürünleri ithalatında ek vergi uygulamasına gidilmesi gerektiğini söyledi. Deride hammadde sıkıntısının ancak doğru hayvancılık politikalarıyla önüne geçilebileceğini belirten Matraş

sözlerine şöyle devam etti: "2002'de hayvancılık sektörüne verilen yaklaşık 80 milyon TL'lik destek, bugün 2 milyar TL'yi geçmiş durumda. Yani, hayvancılığa teşvik son 10 yılda 20 kat artırıldı. Bu sayıları gören, 'Bu ülkede et de çoktur, deri de... Hatta ham deri ihracatı bile yapıyorlardı' diye düşünebilir. Ancak deri sektörü olarak biz hammadde sıkıntısı çekiyoruz. Hala derisini kullanabileceğimiz kesim hayvanımız yetersiz. İthal etmek zorunda kalacak kadar çok et sıkıntısı yaşarken, her gün 7 milyon öğrenciye okullarda süt dağıtıyoruz. Bu rakamlar, sektörümüzde ithalata bağımlılığın teşviklerde

önceliğin et değil, süt besiciliğine verilmesi tercihinden kaynaklandığını gösteriyor" diye konuştu. Hükümetin ve yetkililerin başta Uzakdoğu olmak üzere ithal edilen kalitesiz deri ve deri mamullerine karşı mücadele vermesi gerektiğini hatırlatan Matraş, "Kalitesiz derinin, 37 çeşit kansere, solunum yetmezliğine, hamilelikte düşüğe ve erkeklerde kısırlığa neden olduğu ispatlandı. Sanayi Bakanlığı'nın uygulamaya koyduğu 'etiketleme sistemi' kalitesiz deri mamulleriyle mücadelede önemli bir yer tutuyor. Ancak tüketiciler ve tüm sektör bu konuda Avrupa ülkelerinin gösterdiği hassasiyeti göstermek zorunda" dedi.

"İthalatta ek vergi uygulansın"

Türkiye'de deri üretiminin bugünkü rakamların çok daha üstüne çıkabileceğini savunan Erdal Matraş, bu konuda nihai deri ürünleri ithalatında ek vergi sisteminin getirilmesini isteyerek, "Ülkemiz cari açığının kapanmasında da olumlu rol oynayacak bu ek vergi uygulamasının bir an önce nihai deri ürünleri ithalatında da yürürlüğe girmesini ümit ediyoruz" dedi. Matraş ayrıca, ithalatta korunma önlemlerinin uygulanmasının yanı sıra, referans fiyat uygulamasının devam etmesi insan sağlığına zararlı kimyasallara yönelik denetimlerin artırılması gerekliliklerini vurguladı.

EN ÇOK DERİ ve DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI YAPILAN ÜLKELER

		2011 OCAK - MAYIS 1000 \$	TOPLAM DERİ'DE PAY %	2012 OCAK - MAYIS 1000 \$	TOPLAM DERİ'DE PAY %	DEĞİŞİM %
1	RUSYA FEDERASYONU	99,437	18.8	127,409	21.3	28.1
2	İTALYA	54,567	10.3	56,981	9.5	4.4
3	ALMANYA	44,374	8.4	42,394	7.1	-4.5
4	IRAK	24,354	4.6	30,489	5.1	25.2
5	İNGİLTERE	23,506	4.4	27,215	4.6	15.8
6	FRANSA	30,769	5.8	23,413	3.9	-23.9
7	UKRAYNA	20,683	3.9	22,453	3.8	8.6
8	SUUDİ ARABİSTAN	11,106	2.1	19,471	3.3	75.3
9	HONG KONG	16,110	3.0	18,269	3.1	13.4
10	ÇİN HALK CUMHURİYETİ	14,704	2.8	17,120	2.9	16.4
TOPLAM		529,212	100.0	597,930	100.0	13.0



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

İSTANBUL KALKINMA AJANSI GELECEĞE KÖPRÜ OLUYOR



İSTANBUL KALKINMA AJANSI, İSTANBUL'UN SÜRDÜRÜLEBİLİR BÖLGESEL GELİŞİMİNE İLİŞKİN POTANSİYELİNİ BELİRLEMEK AMACIYLA BİRÇOK PROJİYİ HAYATA GEÇİRİYOR. BU AMACA ULAŞMAK İÇİN KAMU KURUMLARI, YEREL YÖNETİMLER, ÖZEL SEKTÖR VE SİVİL TOPLUM KURULUŞLARINI BİR ARAYA GETİREN AJANSIN, HEDEFLERİNİN TEMELİNDE İSE İSTANBUL'U MARKA HALİNE GETİRMEK YATIYOR.

Türkiye'de faaliyet gösteren 26 Kalkınma Ajansı'ndan biri olan İstanbul Kalkınma Ajansı (İSTKA), "Kültürel, tarihi ve doğal mirasını koruyan; yüksek katma değer

üreten ekonomik faaliyetleri tercih eden; yaşanabilir ve yaşam kalitesini sürekli yükselten kent: İstanbul" vizyonu ile faaliyetlerinde sürdürülebilir kalkınmada öncü olma ve İstanbul'u bir

marka şehir haline dönüştürme hedefi ile hareket ediyor. Bu hedefe bağlı olarak İstanbul'da ekonomik ve sosyal kalkınma üzerinde etkili olan aktörleri bir araya getirmeyi, bölgenin

kalkınma potansiyelini ulusal ve küresel düzeyde stratejik bir perspektifle ele almayı ve sahip olunan yerel kaynakların harekete geçirilmesini temel alan bir yaklaşım benimsiyor.



İstanbul Kalkınma Ajansı Genel Sekreteri Abdulmecit Karataş

Ajansın İstanbul Bölgesi'nin sosyoekonomik gelişme eğilimlerini, gelişme potansiyelini, öncelikli müdahale alanlarını ve sektörel hedeflerini ortaya koyan ve katılımcı süreçlerle hazırlanan 2010-2013 İstanbul Bölge Planı doğrultusunda bölgedeki paydaşlarla işbirliği içinde bölgesel kalkınmanın ve sürdürülebilirliğinin, kaynakların etkin ve yerinde kullanımının sağlanmasını amaçladığını belirten İSTKA Genel Sekreteri Abdulmecit Karataş şu açıklamalarda bulundu:

"Ajansımız, İstanbul'un ekonomik ve sosyal kalkınmasına katkıda bulunacak proje ve çalışmaların desteklenmesinin yanı sıra önemli çalışmalar sürdürüyor ve diğer kurumların çalışmalarına katılım ve katkı sağlıyor. Bu çerçevede; ajansımızın temel görevlerinden biri İstanbul'un sürdürülebilir bölgesel gelişimine ilişkin potansiyelini belirlemek ve hayata geçirmek amacıyla kamu kurumları, yerel yönetimler, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarını bir araya getirmek ve koordinasyon sağlamak. Bu çerçevede ekonomik dönüşüm, sosyal yapı ve kalkınma, kültür ve turizm, afet yönetimi ve kentsel dönüşüm, ulaşım ve lojistik, çevre, enerji gibi alanlarda çeşitli konferans ve çalıştaylar düzenleniyor. Ajansımızın 2010 yılındaki çalışmalarının önemli bir kısmı,

2010-2013 İstanbul Bölge Planı'nın hazırlanması üzerinde yoğunlaşmıştı." İstanbul'da faaliyet gösteren ilgili birçok kurum temsilcisinin katkısı ile İSTKA koordinasyonunda hazırlanan Bölge Planı 1 Aralık 2010 tarihinde Kalkınma Bakanlığı, (eski adıyla Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı) tarafından onaylanarak yürürlüğe girdiğini belirten Karataş, "Ajansımızın yatırım destek ve tanıtım hizmetleri kapsamında, başta Kuzey Amerika ve Batı Avrupa ülkelerinden olmak üzere İstanbul'a yatırım yapmak isteyen birçok sektör ve kurumun temsilcileri bölgenin yatırım imkanları hakkında bilgilendirildi" şeklinde konuştu. İSTKA'nın 2010 yılında yayınladığı, ilk proje teklif çağrısına 388 projenin başvurduğunu belirten Abdulmecit Karataş, bağımsız değerlendirme süreci sonunda toplam 106 projenin başarılı bulunduğunu söyledi.

Karataş, İSTKA tarafından son bir yıl içerisinde dağıtılan toplam hibe tutarının 44 milyon 440 bin TL olduğunu söylüyor. Abdulmecit Karataş, Ajansın 2010 yılında yayınlayıp 2011 yılında vermiş olduğu bu desteklerin ardından, 29 Haziran 2011 tarihinde, birinci teklif çağrısı ile aynı şekilde kamu kurumları, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları ve işletmelere yöne-

lik olarak, toplam bütçesi 50 Milyon lira olan üç adet Proje Teklif Çağrısı yayınladığını söylüyor.

İHKİB ile ortak proje hayata geçti

İstanbul Bölge Planı'nda İstanbul için öngördükleri gelişme eksenlerinden birinin de küresel rekabet edebilirlik eksenini olduğunu belirten Abdulmecit Karataş, "Bu çerçevede İSTKA'nın; hizmetler sektörünün geliştirilmesi ve ekonomideki ağırlığının artırılması, sanayide yüksek katma değer üreten ve ileri teknolojileri kullanan bir yapının desteklenmesi ve yaratıcı endüstrilerin gelişmesi gibi stratejik amaçları tahakkuk ettirmeye yönelik olarak tasarlanan Bilgi Odaklı Ekonomik Kalkınma ve Yaratıcı Endüstrilerin Geliştirilmesi, Çevre ve Enerji Dostu İstanbul Mali Destek Programları çerçevesinde tekstil ve hazır giyim sektörüne yönelik birçok proje de destekleniyor. İHKİB'in yürüttüğü 'Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü Değer Zinciri Projesi' bunların en önemlilerinden birisi. Proje, başta 16 bin adet tekstil ve hazır giyim ihracatçısı firma olmak üzere alt tedarikçileri de kapsayan bir sanal kümelenme ve iş iletişim platformu oluşturmayı hedefliyor. Bu platform aynı zamanda sektör şirketleri hakkında değerli bilgileri içeren ve üzerinde arama yapılabilen bir adet sektörel rehber veri tabanını, sektörün üretici ve tedarikçi listesini ve sektörel eğitimlerin verildiği bir adet televizyon kanalını da içeren değerli bir bilgi kaynağı olacak. Platform orta vadede sektörün ekonomik ve teknolojik faaliyetlerini geliştirmeyi, görünürliğini ve esnekliğini artırmayı ve yeni partner/müşterilere kolaylıkla ulaşabilmesini sağlamayı hedefliyor. İHKİB'in yürüttüğü bu proje dışında İstanbul Ticaret Odası'nın sektörün rekabetçi

gücünü daha ileriye taşıyacak, ürettiği katma değerini artıracak genç tasarımcılar yetiştirmeyi ve onları desteklemeyi hedefleyen İstanbul Moda Atölyesi projesi de sektöre yönelik projelerden. Ayrıca özel şirketler tarafından yürütülen; sektörde faaliyet gösteren firmalara yönelik ürün yaşam döngüsü yönetimi (PLM) yazılımı geliştirerek verimliliği artırmak ya da eko-yenilikçi teknolojilerle su, kimyasal ve enerji tüketimini azaltmak gibi hedefleri olan projeler de tekstil ve hazır giyim sektörüne yönelik desteklediğimiz projeler arasında yer alıyor" diyor.

Yeni teşvik sisteminde İSTKA'ya yeni roller veriliyor

Yeni teşvik sisteminin, 2010-2013 İstanbul Bölge Planı'nın beş gelişme ekseninden birisi olan Küresel Rekabet Edebilirlik gelişme eksenini altındaki stratejik amaç ve hedeflerin hayata geçirilmesi konusunda önemli yer tuttuğunu belirten Abdulmecit Karataş, İSTKA'nın bu konuda üst ölçekli politikalar geliştirmeye devam ettiğini söylüyor. İlgili kanunun tanımlar kısmında "kalkınma ajanslarının yerel birimler arasında sıralandığına değinen Abdulmecit Karataş, "Ajanslara direkt yüklenen görevlerin başında 'Bakanlıkça düzenlenen teşvik belgeleri kapsamındaki yatırımların gerçekleştirmelerini izleyerek gerçekleştirme durumlarını altışar aylık dönemler halinde Bakanlığa bildirmek' yer alıyor. Yerel birimlerin sorumluluğuna verilebilecek hususlar ise yatırım teşvik belgelerinin müracaatlarının alınması, değerlendirilmesi ve tamamlanması olarak sıralanıyor. Özellikle kalkınma ajanslarının faaliyetlerini yürüttüğü bölgelerde yeni teşvik sisteminin işlerlik kazanması ile birlikte neler yapılabileceği Kalkınma Bakanı Cevdet Yılmaz'ın da geçtiğimiz günlerde verdiği demeçlere konu oldu. Yeni teşvik sistemi kapsamında



İSTKA tarafından yürütülen projeler yoğun eğitim süreçleri ile destekleniyor

Bakan Yılmaz, ajanslara yeni roller verileceğini ve ajansların teşvik belgesi düzenleyeceğini dile getirirken, bu gelişmelerin kalkınma ajanslarını çok daha aktif hale getireceğini sözlerine ekledi. Bu bilgiler ışığında, özellikle 2010-2013 İstanbul Bölge Planı çerçevesinde bölgede öne çıkan sektörler ele alındığında stratejik yatırımların teşviki mekanizmasının İstanbul

açısından fayda sağlayacağı öngörülebilir. Bu konuda İSTKA, kurulduğu günden bu yana yurtiçi ve yurtdışında çeşitli tanıtım faaliyetleri yürüterek kentin yüksek katma değerli bir ekonomik yapıya erişmesi için gayret sarf ediyor. Yatırım Destek Ofisi kanalıyla yürütülen faaliyetler doğrultusunda ise farklı sektörlerdeki sayısız yatırımcıya sadece yeni teşvik sistemi değil,

bölgedeki tüm gerçek ve tüzel kişilere yönelik sunulan teknik ve mali destek programlarının bilgilendirmesi yapılıyor” dedi.

Hedef, İstanbul'u marka yapmak

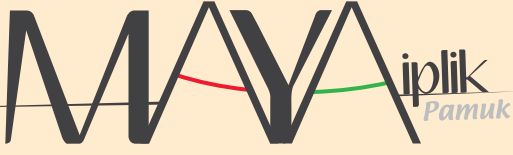
İSTKA olarak, tabii ki en önemli gelecek hedefimiz, “Kültürel, tarihi ve doğal mirasını koruyan, yüksek katma değer üreten, ekonomik faaliyetleri tercih eden, yaşanabilir ve yaşam kalitesini sürekli yükselten kent: İstanbul” vizyonumuzun sürekliliğini koruyup bu vizyon standartlarında, marka bir şehir yapmayı hedeflediklerini belirten Abdulmecit Karataş, 2010-2013 İstanbul Bölge Planı'nda da bu vizyonu gerçekleştirebilmek için belirlenmiş birtakım stratejik amaç ve hedeflerin bulunduğu değişiyor. İSTKA'nın uygulamaya koyduğu mali destek programlarının da zaten Bölge Planının stratejik amaç ve hedeflerini baz aldığını belirten Karataş, “Bütçemizin elverdiği ölçüde bölgedeki paydaşların üzerinde uzlaştığı bu amaç ve hedeflerin gerçekleştirilmesine katkıda bulunmak ajansımızın önceliğidir. Bu kapsamda, önümüzdeki dönemde destek sağlanacak projelerin çerçevesini ortaya

koyacak olan mali destek programları bugüne kadar olduğu şekilde Bölge Planı'nın stratejik amaçları üzerine inşa edilecek. Öte yandan, programlama çalışmalarının yanı sıra Ajans olarak 2012 yılında planlama çalışmalarına yeniden ağırlık verilecek. Mevcut 2010-2012 İstanbul Bölge Planı'nın geçerli olacağı 2013 yılına oldukça yaklaştığımız gerçeğinden hareketle, 2012 yılında bir sonraki dönemi kapsayacak Bölge Planı çalışmaları ajansımız koordinasyonunda yürütülecek. Ajans olarak karşılaştığımız sorunlar temelde iki şekilde ortaya çıkabiliyor aslına bakarsanız. Birincisi ilana çıktığımız proje çağrılarında yapılan başvurularla ilgili sorunlar, ikincisi ise yapılan başvuruların değerlendirilmesinden sonra, projesi başarılı bulunan yararlanıcılarla bu projeleri yürütme ve hibeyi aktarma ile ilgili sorunlar. İlanla çıktığımız proje çağrılarında ilişkin temel sorun sunulan projelerdeki kalite sorunu. Belli bir kalite düzeyinde hazırlanmamış projeler, değerlendirme sürecinde yeterli puan alamayarak başarısız bulunuyor. Ancak projesi kabul edilmeyen başvuru sahiplerine neden kabul edilmediğini izah etmeye çalışmak, bu noktada sıkıntı yaratabiliyor. ❖

STYLE TURKISH HAKKINDA...



İSTKA desteği ile İHKİB'in yürüttüğü “Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü Değer Zinciri Projesi” başta 16 bin adet tekstil ve hazır giyim ihracatçısı firma olmak üzere alt tedarikçileri de kapsayan bir sanal kümelenme ve iş iletişim platformu oluşturmayı hedefliyor. Bu platform aynı zamanda sektör şirketleri hakkında değerli bilgileri içeren ve üzerinde arama yapılabilen bir adet sektörel rehber veri tabanını, sektörün üretici ve tedarikçi listesini ve sektörel eğitimlerin verildiği bir adet televizyon kanalını da içeren değerli bir bilgi kaynağı olacak



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



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

NELLY RODI'DEN

YAZ MODASINA DAİR İPUÇLARI



İDMİB TARAFINDAN NELLY RODİ TRENDLAB AJANSINDAN TIPHAIN BEAURPERE'İN SUNUMUYLA 11 HAZİRAN'DA GERÇEKLEŞEN TREND SEMİNERİ SEKTÖRDEN BÜYÜK İLGİ GÖRDÜ. 'WHITE NOMADS', 'VIRTUEL DREAM', 'OVER THE CANYON' VE 'COLOR TIME' BAŞLIKLİ 4 ANA TEMADAN OLUŞAN SUNUM, DERİ KONFEKSİYON, AYAKKABI VE DERİ AKSESUARLARDA 2013 İLKBAHAR/YAZ SEZONUNA İLİŞKİN TRENDLER HAKKINDA İPUÇLARI VERDİ.



İDMİB'in organizatörlüğünde, Avrupa'nın önde gelen Fransız tasarım ve trend danışmanlık firması Nelly Rodi Trendlab tarafından hazırlanan "İlkbahar / Yaz 2013 Deri Hazır Giyim, Ayakkabı ve Deri Aksesuarları" başlıklı trend semineri Dış Ticaret Kompleksi'nde düzenlendi.

11 Haziran 2012 tarihinde gerçekleştirilen seminere, Nelly Rodi Trendlab trend tahmin ajansından Tiphaine Beaupere konuşmacı olarak yer aldı. Seminerde 4 ana temadan oluşan trendlerin sunumunu gerçekleştiren Beaupere, bunun yanı sıra workshopla katılımcıların

kumaşları, renkleri ve detayları daha yakından tanınmasını sağladı. 'White Nomads', 'Virtuel Dream', 'Over The Canyon' ve 'Color Time' temalarını tanıtan Beaupere, söz konusu başlıklardaki anahtar detaylara dikkat çekti. Seminerde, beyazın tedavi edici görünümü, saf kalarak

yenileşmeye giden kumaşlar, çöllerden alınan ilham, 1950'lerin havasını barındıran eğlenceli dokuların aynı sunumda birleştiği temalar, farklı konseptleriyle ilgi gördü. Beyazın hiyerarşi ve farklılıkları ortadan kaldırdığı vurgulanırken, şiirsel ve hassas kombinlere dikkat çekildi.

White Nomads

Sosyolojik tarafların incelendiği temada, barış, beyaz sayfa, tedavi gibi anahtar kelimeler var. Beyaz bir sayfa açarken kişinin kendine dönmesi, kendini iyileştirmesi, iyi hissetmesine odaklanılan konseptler oldukça iç açıcı. Hafif kumaşların kullanıldığı giysilerde beyaz renk ağırlıkta. Bu renkle farklılıklar ve hiyerarşide yok edildiği bir kombinasyon mevcut. White Nomads temasında bir arada kullanılan mat ve parlak kumaşlar, alçı efektlerinin eklendiği ürünler, beyazın farklı tonlamaları yer alıyor. Spor giyimde saten kumaşı da kullanılmış. Patchwork efektlerinin kullanıldığı ürünlerde dokumalar el işçiliği gibi bir görünüm sergilerken, kumaşlara keten karışıyor. Kutu gibi duran rustik ceketlerin yanı sıra kenevir ve keten birlikte kullanıldığı hafif, ipeksi ürünler mevcut. Safari etkili ürünlerde kullanılan farklı motiflerin çok düzenli veya çok düzensiz kullanıldığı görülüyor. Casual giyimde xxl beden tercih edilirken üstten alta daralan kombinler alta doğru daha fit bir görünüm sağlıyor. Lazer kesimli

modeller, sparta modeller, uzun bağcıklı modellerin bulunduğu temada deri bolca kullanılmış. Yılan derisi motifleri ayakkabılarda da dikkat çekiyor. Erkek giyiminde göçebe ama şehirden bir hava seziliyor. Ketenin bolca kullanıldığı, safari havası yaratan gömlekler ve ceketlerde krem, bej gibi tonlar tercih edilmiş. Yıkılmış ve eskitilmiş gibi duran ürünlerde mermer etkisinin kullanılmasının yanı sıra geometrik desenler, çizgiler, elle yapılmış gibi duran grafik desenler pek çok üründe yer alıyor.





Virtuel Dream

Ağırlıklı olarak beyaz, sarı, porselen etkileri var. Daha saf, sanki suyla açılmış, yumuşak tonlar mevcut. Elde yapılmış gibi duran, şiirsel ve hassas bir hava sergileyen, dijital hisleri ve yenileşmeleri barındıran ürünler var. Deriler üzerinde bulunan farklı kabartmalar yer alıyor. Bunun yanı sıra derilerde geometrik deliklerin, denimlerin üzerinde nakış çeşitleri bulunuyor. Sedefli kumaşların yoğun kullanıldığı temada, gökkuşağını anımsatan renk oyunları dalgalanmalarla kumaşları kaplıyor. Aynı zamanda deniz canlıları desenleri havası yaratılan ürünlerde ağırlıklı olarak açık ve pastel tonlar kullanılıyor. Kısa ve bol kesim, geniş elbiseler, etekler, şortlar, ceketlerle kombin ediliyor. kare ve kutu şeklindeki çantaların toka, cep gibi kısımlarında farklı renk detayları ayakkabılarda da aynı şekilde hayat buluyor. Üç boyutlu bir görünümü andıran renklendirmelerin kullanıldığı topuklu ayakkabılar, küçük çantalar, kemerlerin yanı sıra yine bu aksesuarlarda lazer, geometrik, vb. kesimlerle şık bir görünüm sağlanıyor. Kalın bileziklerle tamamlanan elbiselerde farklı deri desenleri göz doldururken spor giyimde büyük, pastel, parlak, farklı renkler barındıran ayakkabı ve spor çantalar bulunuyor. Erkek giyimde farklı kesimlerdeki ceketler, geometrik çizgili t-shirtler, çift taraflı ve kapşonlu ceketler; canlı, sade, parlak görünüm veren ayakkabı, cüzdan, kemer ve düğmelerle tamamlanıyor.



our profession is denim fabric



Denim Global Kumaş Tic. Ltd. Şti.
Keresteciler Sitesi Fatih Cād.
Uzun Sk. No: 20/A Merter - İstanbul
Tel: +90 212 637 16 10 - 20 - 67
Faks: +90 212 637 16 70
www.denimglobal.com



Over The Canyon

Çöl den ilham alınan temada güneşten kurumuş, yanmış, toprakların renkleri mevcut. Bu renklere folklor etkisi katılıyor. Çağdaş ama artizanal bir çalışmanın olduğu temada panoramik bir peyzaj var. İçine yeşillikler katıldığı, altın dokunuşların olduğu ürünlerde ikinci bir ten oluşuyormuş gibi insanı saran bir havası var. Bu modeller doğal, rustik görünümlü kumaşlardan elde ediliyor. Zıt kumaşlar birlikte kullanılıyor. Düz deri içine süet konulabiliyor. Şık ama ham ve rafine bir görünümün sağlandığı konseptlerde süsleme sanatına gönderme yapan görünümler mevcut. Püskül, ponpon gibi detaylar bolca kullanılıyor. Çöl iklimi havasında fularlar, ipek bluzlar, danteller, detaylardan sadece birkaçı. Kotondan, ağları düşük, casual havası verilmek için yuvarlak bir kesim yapılmış şortlar var. Ürünlere kötü ütülenmiş, buruşmuş havası veriliyor. Tunus yakalarının geri dönmesiyle düğmeli veya düğmesiz de kullanılabilir. Derilerle de süslenebilir. Kolsuz yelekler, süetler, tozlu, kirli görünümlü denimler mevcut. Meksika havası taşıyan, üzeri çiçekli, jarse-den yapılmış, düzensiz görünümlerin olduğu ürünlerin de kullanıldığı temada kum rüzgarları pigmentler gibi kıyafetler üzerinde dağılıyor. Meksika çizgileri t-shirtler, ceplerde kullanılıyor. Geometrik desenler, modernize edilmiş motiflerin bolca kullanıldığı temada küçük bir not koyarmışçasına boncuk nakışlar, örgü kemer gibi detaylandırmalar kullanılıyor.



Color Theme

Color Theme biraz daha batıya kayan, şık, parti fikirlerinin bulunduğu bir tema. Eğlenceli dokulara sahip 1950'lerin havası olan seramiklerle çalışılan temada taze renkler, meyve renkleri mevcut. Havuz havasının verildiği mavi ve yeşil tonlarının bol olduğu, yine grafik desenlerin bulunduğu temada kadın modası daha şehirselleşmiş bir havaya sahip. Kare kalıbında kabartma hissi veren ketenler kullanılıyor. Konseptlerde renk oyunlarının bol bulunduğu tayyörler, ceketler, gömlekler, elbise hissi veren kalem etekler yer alıyor. Çiçek desenleri, kabartma motifler, baskıların olduğu ürünlerde daha kayık yakalar kullanılıyor. Kapri tarzda pantolonlar, kotonlar, viskos kullanımları, ince ve hafif kumaşlar yer almakta. Bunun yanı sıra pop, spor konseptler de mevcut. Çok uzun veya çok kısa olan lüks yağmurluklar yer alıyor. T-shirtlerde kesilip yapıştırılmış havası verilen hareketlenmelerin olduğu ürünler retro-şık aksesuarlar, pin-up gözlükler, dolgu topuklar, küçük ve çok renkli çantalarla tamamlanıyor. Topuklar, küçük çantalar, deriler üzerinde de geometrik desenler bolca kullanılmış. Daha çok kot ve şortların olduğu erkek giyimde aksesuarlar ve ayakkabılar canlı renklerde tercih ediliyor. Spor ayakkabılarında renklendirildiği giyimde plaj giyimine benzer şortlar yer alıyor. İki kolda farklı renk kullanılan ürünler, canlı renklerle kombine ediliyor. El işiyle yapılmış gibi grafik desenlerin kullanıldığı erkek giyimde 1990'lı yılların havası veriliyor.



TÜRKİYE'NİN KALİTE ALTYAPISI EKOTEKS GÜVENCESİNDE



TÜRKİYE KALİTE ALTYAPISINI GÜÇLENDİRME (TKAG) PROJESİ KAPSAMINDA EKOTEKS, TEKSTİL SEKTÖRÜNDE LABORATUARLAR ARASI KARŞILAŞTIRMA VE YETERLİLİK TEST SAĞLAYICISI OLDU.

Türkiye ile AB arasındaki ticarete teknik engellerin kaldırılması ve taraflar arasında malların serbest dolaşımının sağlanmasının desteklenmesini amaçlayan TKAG projesi çalışmalarına Mayıs 2010'da başlamıştı. Türkiye Kalite Altyapısının Güçlendirilmesi olarak da bilinen TKAG, laboratuvarlar arası yeterlilik değerlendirilmelerinde

Tekstil sektöründe sağlayıcı olarak Ekoteks'i seçti. Ülkemizde TKAG projesinin kamu kesimini Ekonomi Bakanlığı ve KALDER temsil ederken, AB tarafında ise projeye 4.8 milyon Euro tutarındaki desteği, Merkezi Finans ve İhale Birimi (MFİB) sağladı. AB teknik mevzuatı, akreditasyon, standardizasyon, uygunluk değerlendirmesi, metroloji, kalibrasyon, piyasa göze-

timi ve denetimi ile ilgili Türk kamu kuruluşlarının, özel sektörün, belgelendirme kuruluşlarının ve tüketici örgütlerinin desteklenerek güçlendirilmesinin hedeflendiği projede, ürünlerin piyasaya arz edilmeden önce gerekli test ve muayenelerden geçmesi ve buna uygun olarak belgelendirilmesi için Ekoteks tam yetkili kurum olarak projede yer alıyor.

Ekoteks'e sonsuz güven duyuluyor

EKOTEKS Kalite Güvence Müdürü Banu Dinçer, öncelikle, Ekoteks'in böylesine önemli bir projede güvenilirliğini ispat ederek laboratuvarlar arası yeterlilik karşılaştırmasını yapan isim olmasından mutluluk duyduklarını belirtti. Bir numuneyi askeri laboratuvarlarda dahil olmak üzere yirmi değişik laboratuvara



☛ Kürşat Özdemir, TURKAK adına LAK/YT Komite Başkanlığını yürütüyor.



☛ EKOTEKS Kalite Güvence Müdürü Banu Dinçer

göndererek sonuçlarını değerlendirmenin kalite standardizasyonu açısından çok önemli olduğunu vurguladı. Takibi yapılan testlerin titizlikle yürütülen çalışmalar sonucunda karşılaştırıldığı için altını çizen Dinçer: "Test sonuçlarının uyumluluğunu, sapmasını, yeterliliğini ve karşılaştırılmasını Ekoteks yürütüyor. Bu da Ekoteks'e olan güven anlamına geliyor. Ekoteks'in güvenilirliğini belirleyen en önemli detay gizlilik esaslarına sonuna kadar bağlı olmasından geçiyor. Testlerin yapıldığı laboratuvarlarda sonuçların yetersiz bulunması durumunda, bu bilginin kimseyle paylaşılması prensibinde çalışmalarına devam eden Ekoteks güvenilirlik sınavını başarıyla geçen bir oluşum olarak kabul ediliyor" diyerek Ekoteks'in TKAG projesindeki rolünün detaylarını paylaştı. Dinçer, Ekoteks olarak projenin sürdürülebilirliği ile ilgili öncelikle üyesi oldukları TÜRKLAB çatısı altında oluşturulacak olan yeterlilik test ve laboratuvarlar

arası karşılaştırma komitesinde yer almayı düşündüklerini belirtti. Ardından 2013 yılı içinde yeni bir karşılaştırma çalışması düzenlemeyi hedeflediklerini belirten Dinçer, böylelikle 2012 yılında bu çalışmaya katılmak isteyip de katılamamış olan tüm laboratuvarların da katılım şansı olacağına vurgu yaptı. Dinçer, aynı zamanda sektördeki büyük küçük tüm laboratuvarları bu çalışmaya katılmaya davet ederek sözlerine son verdi.

Yeterlilik testleri kalite standardı için çok önemli

Laboratuvarlar arası karşılaştırma ve yeterlilik testleri (Lak&Yt) en başta laboratuvarların teknik yeterliliğinin delili sayılan akreditasyonun önemini ortaya çıkarıyor. Akreditasyona giden yol ise, laboratuvarların LAK&YT'lere katılarak test kapasitelerinin ve yeterliliklerinin ölçülmesinden geçiyor. Öte yandan, Türk laboratuvarlarında Lak&Yt'nin önemine dair farkındalığın yeterli ölçüde gelişmediği, buna bağlı olarak sektör bazında LAK&YT'lere katılma imkanının çok sınırlı olduğu görülüyor. Projenin uygulanmasıyla birlikte seçilen sektörlerde yeterlilik testleri ve laboratuvarlar arası karşılaştırmaların kullanımının yaygınlaşarak, ulusal yeterlilik testi sağlayıcılarını sektöre kazandırılabilenек. bu bağlamda Ekoteks, LAK&YT komitesinde tekstil sektörünü temsilen görev alarak, tekstil

sektöründe yeterlilik sağlayıcısı olarak bir laboratuvarlar arası karşılaştırma çevrimi düzenlemiştir. Bu çalışmayla, tekstil analizi yapan laboratuvarlarda, katılımcıların performanslarının belirlenmesi ve geliştirilmesi için katkı sağlanması amaçlanmıştır. 20 laboratuvarın katıldığı karşılaştırma ve yeterlilik projesinde, üniversite laboratuvarları, kamu laboratuvarları yanı sıra proses

laboratuvarları ve uluslararası özel laboratuvarlar da yer alıyor. ISO/IEC 17043 standardı gereklilikleri temel alınarak oluşturulan Ekoteks çevrim modeli, ISO13528 kaynağı esas alınarak değerlendirilmiştir. Çevrim programına katılan laboratuvarların katılım ücretleri ve çevrim masrafları Türkiye'de "Kalite altyapısının güçlendirilmesi" projesi kapsamında destekleniyor. ☛



TKAG BÜNYESİNDE VE TÜRKAK DESTEĞİ İLE 337 LABORATUVAR BELGE ALDI

20 Haziran 2012 tarihinde İstanbul'da düzenlenen proje kapanış toplantısında, Türkiye'de Kalite Altyapısının Güçlendirilmesi Projesi (TKAG) çerçevesinde ve Türkiye Akreditasyon Kurumu (TÜRKAK) desteği ile düzenlenen Laboratuvarlar Arası Karşılaştırmalar Yeterlilik Testleri (LAK/YT) Programı'na katılan kurumların sertifikaları, sahiplerine verildi. Toplantıya katılan katılımcılar yaptıkları konuşmalarda, LAK/YT organizasyonlarında edindikleri deneyimleri ve karşılaştıkları sorunları katılımcılarla paylaştılar. TÜRKAK adına LAK/YT Komite Başkanlığını yürüten Kürşat Özdemir gerçekleştirdi. TKAG projesinden Kilit Uzman Werner Bellman, TÜRKLAB'dan Dr. Aysun Yılmaz, TOBB'den Muhibbet Uludoğan, TSE'den Osman Özdemir ve Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Ulusal Gıda Referans Laboratuvarı'ndan Dr. Berrin Şenöz de konuşmacılar arasında yer aldı. Toplantıda, Türkiye'nin test materyalinin üretimi dahil olmak üzere LAK/YT organizasyonu gerçekleştirebilecek altyapıya sahip olduğu vurgulandı. Ayrıca, Türkiye'nin coğrafi konumu dikkate alındığında, Ulusal LAK/YT sağlayıcılarının yalnızca yurtiçinde değil bölgedeki diğer ülkelere de hizmet verebilecek potansiyele sahip olduğu da belirtildi. Maslak Sheraton'da düzenlenen toplantıda, yeterlilik sertifikası alan 337 laboratuvar, sertifikalarını TKAG Projesi'nden Kilit Uzman Werner Bellman ve LAK/YT Uzmanı Dr. Zeliha Yıldırım'ın elinden aldı.



☛ TKAG projesinden Kilit Uzmanı Werner Bellman

AB HIZ KESTİ, ABD DÜŞÜŞTE



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

BİR SÜRE ÖNCESİNE KADAR TEKSTİL VE KONFEKSİYONDA AB'NİN EN ÖNDE GELEN İHRACAT PAZARI OLAN ABD'NİN YERİNİ, İSVİÇRE VE RUSYA ALDI. ABD BU SIRALAMADA ÜÇÜNCÜLÜĞE GERİLEDİ.

Rusya gibi gelişen ülke pazarlarının hızla büyümesi, ABD tüketiminin gerilemesi ve Euro'nun, ABD doları karşısında değerlenmesi ABD'yi ihracat pazarında birincilikten etti. AB'nin istatistik ofisi EUROSTAT verilerine göre, 2011 yılında AB ülkelerinin ABD'ne yönelik, toplam T/K ihracatı 3,738 milyar euro. Bu ihracat içinde en büyük pay sahibi ülkeler şunlar: İtalya yüzde 42, Almanya yüzde 17, Fransa yüzde 14 ve İngiltere yüzde 11. Bunları da Hollanda, Belçika ve Portekiz takip ediyor. AB'nin, ABD'ne yönelik ihracatının istenen düzeye çıkamamasının nedenleri arasında DTO müzakereleri

rinin sonuca ulaşamamasının payı olduğuna da işaret etmek gerek. AB ile kıyaslandığında ABD pazarı, yüksek gümrük tarifeleriyle ve çeşitli tarife dışı engellerle korunmakta. Bazı GTIP'lerdeki hazır giyim ve tekstil mamullerinin ABD pazarına girişinde uygulanan gümrük tarifeleri bunu açıkça ortaya koyuyor. Dikkat çeken nokta, AB'nin uyguladığı gümrük tarife oranlarının gayet düşük olması.

Tek engel yüksek tarife değil

ABD pazarına girişte karşılaşılan sorunlar, yüksek gümrük tarifeleriyle sınırlı değil. Çeşitli tarife dışı engeller ihracatçıyı canından bezdiriyor.

- CPSIA (Consumer Product Safety Improvement Act): Bu başlık altındaki mevzuat, tekstil ve konfeksiyon ithalatında mamullerin « yanmaya » dayanıklılık testinden geçmesini öngörmekte. Özellikle çocuk giyiminde bu uygulama, çok daha detaylı ve masraflı bir engel oluşturuyor.

- California Proposition 65: Sadece Kaliforniya'da uygulanıyor ve tüketicinin, T/K mamulünün içinde, çeşitli kimyasal maddelerin (850 kimyasal madde) bulunduğu konusunda uyarılması zorunluluğunu içeriyor.

- The State of UTAH's Bedding, Upholstered Furniture and Quilted Clothing Inspection Act Applied in the State of UTAH: UTAH eyaletinde şilte, döşemelik kumaş ve dolgu malzemesi üreten, temin eden, toptancı ve ithalatçıların her yıl bu eyaletten, yaptıkları işle ilgili bir lisans almaları gerekmektedir.

- Customs Documentations: Ticari bakımdan hassas sayı-

labeled bazı bilgiler dokümanlar ABD gümrüklerinde doldurulmak zorunda.

- Security Requirements: 11 Eylül 2001 tarihinden itibaren, ABD'nin yaptığı ithalatta uygulanan güvenlik kontrollerinin çeşitlendirilerek artırılması, zaman kaybına olduğu kadar ilave masraf yüküne de neden olmakta. Bu uygulamalar arasında; Container Security Initiative, Every SAFE Port Act, Customs-Trade Partnership (C-TPAT) yer alıyor.

- Merchandise Processing Fee, Cotton Fee and Harbour Maintenance Fee: Bu ilave harçlar, ABD'nin ithal ettiği mamullerin üzerine, gümrük tarifelerinin yanı sıra, ek ödemeleri de getiriyor.

- Labelling: ABD'de, etiketlerde yer alması gereken bilgiler çok detaylı. İmalatçı ve ithalatçının isimleri, mamulün üretimiyle ilgili olarak ABD'de ve diğer ülkelerde yapılan işlemler, menşei ülke gibi. Ayrıca, kürk ve yün için özel uygulamalar bulunmaktadır.

Dış talep artıyor

AB tekstil ve hazır giyim sanayindeki gerileme, 2012 yılı birinci yarısında bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde -7 düzeyine ulaştı. AB'nin dönem içinde tekstil ve hazır giyim ithalatında bir önceki yılın aynı dönemine göre sırasıyla yüzde -9,5 ve yüzde -4,4 bir azalma var. Sadece Güney Kore'den ve Vietnam'dan yapılan alımlarda artış görülüyor. Hazır giyimde, Bangladeş ve Kamboçya'dan, bu yılın ilk üç ayında yapılan ithalat artarken, Çin, Türkiye, Hindistan, Tunus ve Fas'tan alımlar yavaşladı. Avrupa'daki ekonomik gelişmeler olumsuz

bir seyir izlerken, tekstil ve hazır giyimde artan dış talep, topluluk ihracatçısının yüzünü güldürüyor. Bu yılın ilk üç ayında AB ülkelerinin dış satışlarındaki artış, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde +8 düzeyine ulaştı. Tekstil ve hazır giyim sektörlerimizin üye olduğu AB'deki Birlik ve Federasyonların genel kurulları ise haziran ayı boyunca birbiri ardına tamamlandı. Önce, başkanlığını Türkiye'nin yaptığı Dokusuz Yüzeyler Üreticileri Birliği EATP (European Association for Textile Polyolefins) ve İnsan Yapısı Elyaf Üreticileri Birliği CIRFS (European man-made fiber industry) genel kurulları, daha sonra, yönetim kurulunda yer aldığımız, Uluslararası Suni ve Sentetik Filament İplik ve İpek Üreticileri Birliği AIUFFASS'ın (International Association of Users of Artificial and Synthetic Filament Yarns and of Natural Silk) kongre ve genel kurulu, ardından başkan yardımcılığını üstlendiğimiz Avrupa Pamuklu Üreticileri Birliği EUROCOTON (European Cotton Textiles Producers Association) genel kurulu, son olarak da başkan yardımcılığı görevini taşıdığımız ve yönetim kurulunda dört sanayicimizin bulunduğu Avrupa Tekstil ve Hazır Giyim Üreticileri Birliği EURATEX (European Textile&Clothing Producers Association) genel kurulu yapıldı. EURATEX'in 2012 yılı genel kurulu, öncekilerden farklı oldu. Bir dizi yeni uygulamalar gündeme geldi, tartışıldı, onaylandı. EURATEX üyeleri, bu gelişmelerin ve alınan kararların, Avrupa tekstil ve hazır giyim sanayine yepyeni bir çalışma düzeni getireceği görüşünde. ❖

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

Satın almadan üretime, planlama ve bütçelemeden satışı, 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

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

NEBİM

GENÇ TASARIMCILAR

MODA PORTFOLYOSUNU HAZIRLIYOR

GELECEĞİN MODA TASARIMCILARINI YETİŞTİREN İMA, ULUSLAR ARASI KURUM VE KURULUŞLARLA İŞBİRLİĞİNE DEVAM EDİYOR. İMA; MODA TASARIM, ÜRETİM, TİCARET VE PAZARLAMA KONULARINDA EĞİTİM PROGRAMLARI SUNAN MODA OKULU POLİMODA İŞBİRLİĞİ İLE BU YAZ ÖĞRENCİLERİNE ‘MODA PORTFOLYOSU HAZIRLIK EĞİTİMİ’ VERMEYE HAZIRLANIYOR.



Genç tasarımcıların moda gelişimi için önemli çalışmaların altına imza atan, İMA, bu yaz genç yeteneklerin kaçırmak istemeyecekleri “Moda Portfolyosu Hazırlık Eğitimi” projesini Polimoda’yla birlikte yürütüyor. 16 yaş ve üstü olan ve modayla yakından ilgilenen, mesleki anlamda moda alanında çalışmayı hedefleyen ve bu konuda yeteneği olduğunu düşünen gençlerin yoğun ilgi gösterdiği eğitim programı, 30 saatlik bir program şeklinde yürütülecek. Gençlerin yaratıcı portfolyo hazırlamalarına yardımcı olmak amacıyla düzenlenen eğitim etkinliğinde, adaylar

araştırmacı ve deneysel yaklaşımlar geliştirip, yaratıcı portfolyo hazırlama yetisine sahip olabilecek. Program süresince sketchbook hazırlama, portfolyo örneklerini inceleme, yaratıcı çizim ve kolaj çalışmaları, etkin sunum ve görsel iletişim teknikleri konularında eğitim verilecek. Katılımcılar tasarım, sanat ve iletişim konuları kapsamında belirledikleri hedeflerine yönelik olarak kişisel becerilerini öne çıkaracak çalışmalar yaparken, fikirlerini görsel anlamda ifade edebilecek ve sunma becerisi de kazanacak. Yaz programı çerçevesinde 2 hafta sürecek olan “Moda Portfolyosu Hazırlık

Eğitimi”, 30 saatlik bir program olarak gerçekleştirilecek. 18-20 Temmuz tarihleri arasında İstanbul’da gerçekleşecek olan eğitimler, 23-27 Temmuz tarihlerinde de Floransa’da düzenlenecek.

İMA ve Polimoda İşbirliğinde 5. yıl

Polimoda, 1986 yılında iş çevreleri, Floransa Belediye Başkanlığı ve Fashion Institute of Technology desteği ile Floransa’da kurulmuş bir moda okulu. Moda tasarımı ve pazarlaması konusunda uluslararası bilinirliğe sahip Polimoda, aynı zamanda moda tasarım, üretim,

ticaret ve pazarlama konularında yaz kursları, hazırlık, akademi ve master programları sunuyor. İMA’yla Polimoda’nın işbirliği içerisinde oluşları 2007 Mart ayında imzaladıkları Memorandum Anlaşması’yla gerçekleşti. Bu anlaşmadan sonra birlikte kısa kurlar organize etmeye karar veren iki moda akademisi, ilerleyen zamanlarda da ortak projelerde yer almayı planlıyor. Polimoda Kreatif Direktörü Linda Loppa’nın kısa bir süre önce İTKİB Genç Tasarımcılar Yarışması’nda jüri olarak yer alması Polimoda’nın Türk moda-sının her zaman yanında yer aldığı güzel bir örneği. ❖

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

TEKSTİLİN GÜCÜ MAKİNE SANAYİNE



SON DÖNEMDE ARTAN TEKNOLOJİK YATIRIMLARLA TÜRKİYE, KONFEKSİYON MAKİNE ÜRETİCİSİ FİRMALARIN İLGİ GÖSTERDİĞİ BÜYÜK BİR PAZAR OLMA ÖZELLİĞİNİ SÜRDÜRÜYOR. BU DOĞRULTUDA, PAZARDA YER ALMAK VE YERİNİ KORUMAK İSTEYEN MAKİNE ÜRETİCİSİ FİRMALAR 31 MAYIS – 3 HAZİRAN TARİHLERİNDE GERÇEKLEŞTİRİLEN KONFEKSİYON MAKİNESİ 2012 FUARI'NA YOĞUN İLGİ GÖSTERDİ.

Geçen yıl 16,2 milyar dolar ile en fazla ihracat gerçekleştiren üçüncü sektör olan tekstil ve konfeksiyon sektörünün arkasındaki büyük güç "Uluslararası Konfeksiyon Makineleri Fuarı", bu yıl 31 Mayıs- 3 Haziran tarihlerinde kapılarını 23. kez ziyaretçilerine açtı. Makine sektörünün Avrasya'da ger-

çekleştirilen en büyük ticari etkinliği olarak bilenen fuar, global hazır giyim sektörünün tüm öncelikli pazarlarından gelen uluslararası ziyaretçiler için önemli bir pazarlama platformu oldu. 1989 yılından bu yana katılımcı firma sayısı ve sergileme alanı büyüklüğü konularında istikrarlı bir büyüme gösteren Konfeksiyon

Makinesi Fuarı, 4 gün boyunca binlerce profesyonel tarafından ziyaret edildi. Hedef pazarlarda yıl boyu sürdürülen tanıtım çalışmaları sonucunda; Bosna Hersek, Bulgaristan, Irak, İran, Makedonya, Mısır, Rusya, Sırbistan, Suriye, Yunanistan, Tunus, Gürcistan ve Özbekistan'ın da aralarında bulunduğu toplam 33 ülkeden

alın heyetlerinin ağırlandığı fuar, sektör için yeni ticari ilişkiler kurma fırsatı yarattı.

Fuar, 40 binin üzerinde ziyaretçi ağırladı

Toplam 8 salonda, 65 bin metrekare sergileme alanında, 416 firma ve firma temsilciliğinin katılımı ile düzenlenen fuar, katılımcı firmaların beklentilerini



YANSIYOR

başarıyla karşıladı. Fuarı 2 bin 195'i yabancı olmak üzere toplam 40 bin 816 profesyonel ziyaret etti. Konfeksiyon Makinesi 2012 Fuarı'nda ziyaretçiler; konfeksiyon dikiş makineleri, nakış makineleri, kapitone, yatak, yorgan makineleri, pastal serme, kesim makineleri, ütü makine ve presleri, lazer kesim makineleri, dijital baskı makineleri ve malzemeleri, katlama ve paketleme makineleri, temizleme makineleri, kalite kontrol cihazları, metraj ölçüm makineleri, depolama ve askı sistemleri, etiketleme ve desen baskı sistemleri, dikiş ve nakış iplikleri, konfeksiyon yan sanayi ve aksesuarları, etiket, lastik, kurdela, tela, vatka, düğme, çit çit, perçin, fermuar, pul, payet, boncuk, askı, makine yan sanayi, plotter kağıtları, yazılım kuruluşları, cad-cam, jeneratörler, kesintisiz güç kaynakları,

buhar jeneratör ve kazanları, danışmanlık proje taahhüt montaj ve servis hizmetlerine yönelik tüm ürün ve hizmetleri aynı çatı altında görme fırsatını buldu.

Ziyaretçilerden fuara tam not

Yurtdışının yanı sıra yurt içinden de alım heyetlerinin ağırlandığı fuarı, birçok ilden ticaret, sanayi, terziler tuhafiyeciler ve konfeksiyoncular odaları ile meslek örgütleri ziyaret etti. Sektöre yeni bir dinamizm kazandıran Konfeksiyon Makinesi 2012 Fuarı, katılımcı ve ziyaretçilerinden tam not aldı. Her geçen yıl gelişim gösteren ve alanında Avrasya Bölgesi'nin en başarılı ticari buluşması özelliğini taşıyan Uluslararası Konfeksiyon Makineleri Fuarı, 2014 yılında da Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi'nde 24. kez konfeksiyon ve hazır giyim sektörünün buluşma noktası olacak.

Firmalar tasarım çözümlerine odaklanıyor

Fuarın bu dönem geçen yıllara göre daha yoğun profesyonel ziyaretçiyi ağırladığını ifade eden Lectra Kuzey Afrika ve Orta Doğu Genel Direktörü Jean- Patrice Gros, özellikle mobilya ve otomotiv sektörünün yanı sıra son dönemde gittikçe artan oranlarda Türkiye'yi çevreleyen ülkelerden gelen ziyaretçi yoğunluğunun da dikkatlerini çektiğini belirtti. Lectra olarak fuarda tasarım çözümleri ve kesimhaneye optimizasyon çözümlerini ön planda tuttuklarını belirten Jean-Patrice Gros, "Tasarım çözümümüz Kaledo Suite, tasarıma hız kazandıran öncü bir çözüm. Baskı, dokuma ve triko tekstil tasarımları ile giysi tasarımını birleştiren Kaledo Suite özellikle Kaledo Collection koleksiyon modülü ile öne çıkıyor. Kaledo Collection, kavram aşamasından başlayarak tasarımın son noktasına kadar süreç içinde iletişim ve işbirliği geliştiriliyor; tasarım ekiplerine zaman kazandırılarak alternatif çalışma ve karar mekanizması destekleniyor. Database üzerinde çalışan Kaledo Collection

tekrarlardan oluşan ve zaman alan düzeltme, güncelleme, arama, raporlama gibi adımları otomatik hallederek gerçek tasarıma daha çok zaman ayrılabilmesini sağlıyor. Kesimhaneye optimizasyonunda ise sipariş planlama çözümü Optiplan, otomatik pastal yerleştirme çözümü diamino expert ve otomatik kesim sistemleri vector maliyet tasarrufu, verimlilik, hız ve yüksek kalite imkanı sağlıyor. Gittikçe daha küçük adetlerde ve karmaşık beden/reng kombinasyonlarında gelen ve hızla fiyat verilmesi gereken siparişlerin çözümünün en kritik adımlardan biri haline geldiğini ifade eden Jean- Patrice Gros, "Bu duruma özel geliştirilmiş olan Optiplan, alternatif üretim senaryolarını simüle edebiliyor ve her senaryonun zaman ve maliyet açısından sonucunu hesaplıyor. Kesimhanede kontrol kulesi gibi çalışan Optiplan üretimde en verimli pastal kombinasyonunun seçilmesini sağlıyor. Kumaş stok yönetiminin pastal seçimine ve serim/kesime kadar her adım optimize edilebiliyor, en etkin üretim planı hazırlanabiliyor. Otomatik pastal yerleştirme çözümü Diamino Expert yazılımı elde





☛ Lectra olarak fuarda tasarım çözümleri ve kesimhane optimizasyon çözümlerini ön planda tuttıklarını belirten Jean-Patrice Gros, "Tasarım çözümümüz Kaledo Suite, tasarıma hız kazandıran öncü bir çözüm. Baskı, dokuma ve triko tekstil tasarımları ile giysi tasarımını birleştiren Kaledo Suite özellikle Kaledo Collection koleksiyon modülü ile öne çıkıyor.



edilen kumaş tasarrufunu artırıyor, fiyat verme aşamasında hız ve hassasiyet sağlıyor" dedi.

Türkiye konfeksiyon makinesinde AB'nin ikinci büyük tedarikçisi

Yüksek kaliteli üretimi ile tekstil ve konfeksiyon alanında Çin'i takiben Avrupa Birliği'nin ikinci büyük tedarikçisi olan Türkiye'nin, aynı zamanda dinamik bir iç pazara da sahip olduğunu belirten Jean-Patrice Gros, gelecekte kendi uluslararası moda markalarını geliştirme yönünde ilerlediklerine dikkat çekti. Tüm bu özellikleri ile Türkiye'nin, Lectra için bir ami-

ral gemisi konumunda olduğunu belirten Gros, "Lectra Türkiye olarak hedefimiz, sektörün yaşadığı bu gelişim sürecinde tüm iş ortaklarımızla uzun dönemli ve katma değeri yüksek projeler gerçekleştirebilmek. Bu doğrultuda özellikle tasarım ve optimizasyon çözümlerimize ağırlık vermeyi hedefliyoruz. Sürekli değişen dünya ekonomisi ve gelişen Türk hazır giyim sektörü, firmaları büyürken karlılığı koruyabilme ve hem esnek hem hızlı çalışabilme zorunlulukları karşısında bırakıyor. Gözlemlediğimiz bu sorunlara karşı, Lectra tasarımında esneklik elde etme, kalıp hazırlamada hız kazanma, üre-

timde kumaş tasarrufu sağlama ve verimlilik artırma hedefleri için alternatifler sunuyor" dedi.

"Ütü ve pres istemlerini görücüye çıkardık"

Bu yıl tekstil sektörünün adeta tekrar dirildiğini belirten Astaş Grubu Yönetim Kurulu Üyesi Turgay Aşçı, bu durumun fuara katılım oranının diğer yıllara göre fazla olmasını sağladığına dikkat çekiyor. Sektörde lider olmanın müşterilere istekleri doğrultusunda hizmet sunmak anlamına geldiğini söyleyen Aşçı, "Bizde alanımızda lider bir kuruluş olarak, müşterilerimizin istekleri doğrultusunda, geliştirmiş olduğumuz sistemlerle, onlara çözüm ortağı olmuş durumdayız. Sunduğumuz hizmetler, müşterilerimiz ile firmamız arasındaki bağı güçlendirmiş, profesyonel bir iş anlayışı ile istediğimiz hedeflere ulaşmamızı sağlamıştır" dedi. Tekstil sektörünün teknolojik alanlarda son yıllarda geliştiğini belirten Turgay Aşçı, firma olarak yatırım yaptıkları ve işbirliğine başladıkları Veit- Brisay - Kannegiesser projesi ile ütü ve pres sistemleri ile müşterilerine daha geniş ve daha kaliteli bir yelpazede ürün sunduklarını belirtti. Juki'nin penye, iç giyim, gömlek, blue

jeans ve takım elbise alanlarında geliştirmiş olduğu otomasyon sistemlerine yoğun talep olduğunu belirten Turgay Aşçı, "Teknolojik anlamda büyük bir çığır açan ve Türkiye'de ilk Astaş bünyesine giren "StyleShoots Yeni Nesil Profesyonel Fotoğraf Stüdyosu" ile amatör bir kişinin bile profesyonel ürün görseli oluşturma imkânı mümkün oluyor. Ayrıca Juki ev tipi dikiş makinelerini ön plana çıkarmak istedik. Juki markası ve kalitesi altında bireysel müşterilerimize de hizmet vermeyi amaçlıyoruz" dedi. Juki kalitesi ve teknolojsi ile sanayi tipi makinelerinde göstermiş olduğu başarısını, ev tipi makineleri alanında da gösterdiğini vurgulayan Aşçı, "Astaş olarak müşterilerimizi teknoloji ile tanıştırmak hedeflerimizin başında yer alıyor. Vermiş olduğumuz danışmanlık ve proje bazlı hizmetler ile müşterilerimizin daha düzenli, daha teknolojik, daha verimli ve daha kaliteli üretim yapmalarını sağlıyoruz. Bu bağlamda müşterilerimize markalaşma yolunda ışık tutuyoruz. Ayrıca Astaş proje ekibimiz ile yatırım yapmak isteyen müşterilerimize bölgesel ve teknolojik teşvik yönlendirme uygulamaları da sunmaktayız. " diye konuştu.



☛ Bu yıl tekstil sektörünün adeta tekrar dirildiğini belirten Astaş Grubu Yönetim Kurulu Üyesi Turgay Aşçı, bu durumun fuara katılım oranının diğer yıllara göre fazla olmasını sağladığına dikkat çekiyor.



☛ Hazır giyim sektörünün ciddi bir şekilde yeniden harekete geçmeye başladığını gördüklerini söyleyen Uğur Makine Genel Müdürü Temel Kamiloğlu, "Bu seneki fuarın daha çok çevre ülkelerden gelen ziyaretçileri ağırladı."



Yeni Teşvik Yasası fuara olumlu yansdı

Bu sene gerçekleştirilen fuarın oldukça pozitif bir ortamda geçtiğine değinen Uğur Makine Genel Müdürü Temel Kamiloğlu, Yeni Teşvik Sistemi'nin olumlu etkilerini hissetmeye başladıklarını belirtiyor. Hazır giyim sektörünün ciddi bir şekilde yeniden harekete geçmeye başladığını gördüklerini belirten Kamiloğlu, "Bu seneki fuarda oldukça fazla sayıda çevre ülkelerden gelen ziyaretçiler vardı. Daha çok Irak, İran ve diğer Ortadoğu ülkeleri ile Doğu Avrupa'dan, Balkanlar'dan ve hatta Afrika'dan dahi gelen

ziyaretçiler vardı. Bununla birlikte, tabii ki ülkemizdeki önemli üreticilerimizin büyük çoğunluğu da fuara oldukça ilgi göstererek, yeni teknolojilerle ilgili bilgi aldı. Dolayısıyla, fuara ilişkin hedeflerimizi yakaladığımızı söyleyebiliriz. Fuar standımızda, Brother'ın yeni geliştirdiği ve bütünüyle yeni bir teknoloji olan "bonding" yani dikiş yerine yapıştırma yolu ile kumaşları birleştiren teknolojisini özel müşterilerimize sergiledik. Bununla birlikte yine Brother'ın en son ürünü olan 'Garment Printer'; yani kumaş/giysi baskı makinesini sergiledik. Ayrıca, Yamato'nun

yeni geliştirdiği düğme dikiş ve sarma makinesi, Vi. be. mac.'in çift renk cep takma otomatı ile köprü otomatı ve Merrow'un dünyadaki ilk marka dikişi olan 'ActiveSeam'; yani sarma dikiş makinesini sergiledik" dedi.

Keçoğlu, Siruba ile hedeflerini yakalıyor

Keçoğlu Makine Yönetim Kurulu Başkanı Süleyman Keçoğlu, mümessili oldukları Siruba markası ile fuarda hedeflerine ulaştıklarını belirtti. Fuarda öncelikli olarak Siruba markası ile ön plana çıktıklarını söyleyen Süleyman Keçoğlu, "Standımızda öncelikle

Siruba, daha sonra sırasıyla KM-Japonya, Zusun, Suote, Murata adlı marka adı altındaki ürünlerimiz oldukça yoğun ilgi gördü. Firmamızın önümüzdeki aylar ve yakın gelecekteki hedefi Siruba markasını ön plana çıkartıp, dünyada ilk üç sırada olan konumunu Türkiye'de birinci sıraya getirmek. İthalattaki yüzde 6'luk KKDF (Kaynak Kullanımını Destekleme Fonu Kesintileri) oranı maalesef çok yüksek. Bu şekilde yurtdışı üretici firmaların bizlere sunmuş olduğu vadenin bir anlamı kalmıyor. KKDF'nin tekrar en azından yüzde 3'e inmesini istiyoruz.☛



☛ Fuarın 23'üncü döneminde de son derece başarılı geçtiğini ifade eden Keçoğlu Makine Yönetim Kurulu Başkanı Süleyman Keçoğlu, mümessili oldukları Siruba markası ile fuarda hedeflerine ulaştıklarını belirtti.

'ULTRA VİRES' GERÇEKTE KALKTI MI?

SERBEST PİYASA EKONOMİSİNİ DAYATAN YENİ DÜNYA DÜZENİNDE OLMAMASI GEREKEN 'ULTRA VİRES' YENİ TÜRK TİCARET KANUNU'NDAN ÇIKARILDI. ANCAK YİNE DE YENİ DÜZENLEMELER DAHİLİNDE İSTİSMAR İHTİMALİ YÜKSEK KONULARIN TARTIŞMAYA AÇIK OLACAĞI GÖRÜLÜYOR.



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

Mevcut Türk Ticaret Kanunu'nun hükmi şahısların ehliyeti konusunu düzenleyen (TTK) 137'nci maddesi şu şekildedir: "B - HÜKMİ ŞAHISLARIN EHLİYETİ Madde 137 - Ticaret şirketleri hükmi şahsiyeti haiz olup şirket mukavelesinde yazılı işletme mevzuunun çevresi içinde kalmak şartıyla bütün hakları iktisap ve borçları iltizam edebilirler. Bu husustaki kanuni istisnalar mahfuzdur." Madde metninde yer alan husus şirketlerin ehliyetini

esas sözleşmede belirtilen faaliyet konuları ile sınırlandırmaktır. Bu sınırlamanın ortaya çıktığı ülke olan İngiltere'de olduğu gibi, faaliyeti sınırlandıran bu husus hemen her ülkede "ultra vires ilkesi" olarak adlandırılmaktadır. Bu nedenle makalemizde biz de, Türkçe bir kavram olmamakla birlikte, hukuk terminolojisinde genel kabul görmüş olan ve doktrinde de yaygın olarak kullanılan ultra vires kavramını kullanıyoruz. Yukarıdaki yasa metni de bu hususun varlığını ortaya koyan

düzenlemedir. Şirketlerin ehliyetinin kapsamı da böylece esas sözleşmede yer alan faaliyetlerle sınırlandırılmış olmaktadır. Buradan bakılınca, esas sözleşmede belirtilen faaliyet alanı dışında bir işlem yapılması halinde ticaret şirketleri hak ehliyetinin dışına taşmış kabul edilmektedir. Bu gibi bir durumun varlığı halinde de yapılan işlemler yok hükmünde değerlendirilmektedir. Bugüne kadar uygulaması var olan bu ultra vires kuralı;

- şirketlerle iş yapan üçüncü kişile-



ri zor durumda bırakmış,

- yapılan ticari işlemlerin güvenilirliği konusunda kuşku oluşmasına neden olmuş,
- serbest piyasa ekonomisini savunanların eleştirilerine neden olmuş,
- hukuk düzenimizle de bağdaşmadığı ileri sürülmüştür.

Ultra vires kuralına bir önemli eleştiri de Avrupa Birliği müktesebatı çerçevesinde uyum gerekliliği üzerinden yapılmıştır. Avrupa Topluluğu Konseyi'nin 1968 yılı gibi çok eski bir yönergesi olan 68/151 sayılı Yönerge'ye uyum gerekliliği hem bürokratlar hem de akademisyenler tarafından dile getirilmiştir. Yeni Türk Ticaret Kanunu'nda (yTTK) ise saydığımız

gerekliliklerle ultra vires ilkesinden tamamen vazgeçilmiştir. yTTK'nın ehliyet konusunu düzenleyen 125'inci maddesi şu şekildedir: "B-TÜZEL KİŞİLİK VE EHLİYET MADDE 125 - (1) Ticaret şirketleri tüzel kişiliği haizdir. (2) Ticaret şirketleri, Türk Medeni Kanununun 48'inci maddesi çerçevesinde bütün haklardan yararlanabilir ve borçları üstlenebilir. Bu husustaki kanuni istisnalar saklıdır." Düzenleme tüm ticaret şirketleri için getirildiğinden, hepsi için geçerlilik arz etmektedir. Bu düzenleme görünürde ultra vires ilkesinin bütünüyle sonu demektir. Böylece tüm ticaret şirketleri, yalnızca gerçek kişilere verilen haklar dışındaki tüm haklardan yararlanabilecek, bu hakları edinecekler, borç üstlenmek konusunda bir kısıtlamayla karşı karşıya kalmayacaklardır. Başka bir ifadeyle şirketlerin konuları bir tarafa bırakılacak ve konuyla ilgisi aranmaksızın tüm işlemlerin şirketin ehliyeti kapsamında değerlendirilmesi icap edecektir. Açıklamaya geçmeden önce size daha önce söylenenlere koşut bir kaç kelam daha yazalım. Bütün haklardan yararlanma ve borç üstlenme konusundaki ehliyete dair kanuni istisnalar saklıdır, ifadesini de dikkate almak gerekir. Bu yasa hükmünden çıkaracağımız sonuç; tasfiye haline giren şirketlerin ehliyeti ile ilintilidir. Tasfiyeye giren şirketin bir amacı kalmaktadır, o da tasfiye olmaktır. Bu ehliyet tanımlaması, şirketleri konusu dışında işlemleri de yapabilecek bir noktaya taşımaktadır. Tasfiye girme hali hariç ve yalnızca gerçek kişilere tanınan konular dışında (gerçek kişilere öngülenen konulara vasilik, evlat edinme, nişan, evlilik vb... sayabiliriz) şirketler her tür faaliyeti icra edebileceklerdir. Hatta şirketin işletme konusunda fikir sahibi olan (bilen) ya da bilmesi gereken kötü niyetli üçüncü kişiler dahi bu türden bir işlem gerçekleştirdiğinde (işletme konusu dışında) hak ehliyeti savunusu ile karşı karşıya kalacaklardır. Bu genel açıklamalara bizim bazı ila-

velerimiz olacak. Aslında işletme konusu esas sözleşmede yer alması gereken bir husustur. Tescil ve ilan da zorunludur. Tescil ve ilan, Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi'nde yayınlandığı günü izleyen günden itibaren üçüncü kişiler tarafından "bilmedikleri iddiasının" önüne geçmektedir. Ancak esas sözleşmedeki işletme konusu üçüncü kişilerin araştırması zorunlu konulardan değildir. Bu nedenle işletme konusu esas sözleşmede şirketin ehliyeti yönünden işlevsizdir denilebilir. Daha çok anonim ya da limited şirketlerde yöneticilerin temsil kabiliyetini belirleme açısından bir anlamı bulunmaktadır. Bu söylediğimizi netleştirmekte fayda var. Şirket işletme konusu dışında bir işlem yaparsa bu hak ehliyeti kapsamındadır ancak işletme konusu dışında işlem yapma yetkisi yöneticilerde bulunmamaktadır. Temsil yetkisi yöneticiler açısından aşılış olmaktadır. Bu durumda da üçüncü kişiler yönünden işlem geçerlidir ancak bu işlem neticesi uğranılan zararı, şirket temsil yetkisini aşan yöneticiye rücu edebilir. Son bir hususu da anonim şirketler açısından ifade edelim. Şirketin işletme konusunu bilen ya da bilmesi gereken ancak buna rağmen anonim şirketle işlem yapan kötü niyetli kişiler makalemizin başında söylediğimiz hususla çelişse de "şirketi bağlamaz", hukuki sonucuyla yine de karşı karşıya kalabilirler. Bu tartışmalı/çelişik durumu hukukçularınızla ve onların da yTTK'nın yürürlüğe girmesi sonrası oluşacak içtihatlarla çözmesini önereceğiz. Bu makalemizde ultra vires ilkesinin kalktığını ifade edip sizi basit bir kaç açıklamayla bırakmamaya gayret gösteriyoruz. Şimdi de şu tartışmayı gündeme getirebiliriz. Eğer gerçek kişilere öngülenen ve tasfiyeye girme neticesi ortaya çıkan gaye dışında sınırsız bir ehliyet söz konusu ise, şirketler kar amacı gütmeyen bir dernek ya da vakıf gibi faaliyette bulunabilirler mi? Yoksa onların esas ve tek amacı "kazanç elde etmek" olarak mı görülmelidir?

Bu hususu da yTTK kapsamında akademisyenlerin ve hukukçuların kuramsal bazda epey bir tartışacağı muhakkaktır. Sonuç itibarıyla sizinle yukarıda paylaştığımız hususlara dair bir kaç sohbet sözü etmenin yararlı olacağını düşünürüz.

1 Serbest piyasa ekonomisini dayatan yeni dünya düzeninde ultra vires ilkesi elbette olmaması gereken bir yapıdır ve yeni Türk Ticaret Kanunu'ndan çıkarılmış olması bu çerçevede faydalıdır.

2 Bu düzenleme yönünü Avrupa Birliği üyeliğine çevirmiş Türkiye için zaten AB müktesebatı kapsamında değiştirilmesi gereken bir unsur olarak karşımıza çıkacaktır.

3 Ultra vires ilkesi kalktığına göre esas sözleşmede işletme konusunu ayrıntılı yazmaya gerek yok diye düşünmek kanımızca olası değildir. Lütfen hukukçularınızla konuyu iyi değerlendirin.

4 Ultra vires ilkesinin kalkmış olması pay sahiplerini ve alacaklıları, haklarını korumak için başka düzenlemelere sığınmaya zorlayacaktır ve bu düzenlemeler de yTTK'da mevcuttur. Unutulmasın ki; şahıs şirketlerinde ortaklar borçlarından dolayı tüm mal varlıklarıyla sorumludurlar ve sermaye şirketlerinde de yöneticiler basiretli olmazlar ise tazminle karşı karşıya kalacaklardır.

5 Son söz olarak da, gazete köşelerinde ya da karşınızda konuları magazinleştirerek sunanların genel yönlendirmeleri yerine ayrıntıları bilen iyi hukukçu/danışmanlarla sahip olduğunuz değerlere yön verin. Kazın ayağı bazen hiç de öyle olmuyor. Ultra vires ilkesi kalkmış olabilir ama sorumluluk düzenlemeleri sizi rahat bırakmaz. ❖

İTKİB ÜYELERİ KIRTASIYE MASRAFININDAN KURTULDU

İHRACATÇININ MALİYETLERİNİ
DÜŞÜRÜP, TEDARİK KOŞULLARINI
GELİŞTİREN İTKİB OSAP, YENİ
ANLAŞMALAR İLE TASARRUFA
GİDEN YOLDA ÜYELERİNE
REHBERLİK ETMEYE DEVAM
EDİYOR. SON OLARAK KIRTASIYE
ALANINDA FAALİYET GÖSTEREN
"OFFICE 1 SUPERSTORE" İLE
ANLAŞAN İTKİB OSAP, BU SAYEDE
ÜYE FİRMALARININ KIRTASIYE
MALİYETLERİNİ YÜZDE 55 ORANINA
KADAR AZALTTI.



Kirtasiye hizmetlerinin ihracatçının önemli giderleri arasında yer alması İTKİB OSAP'ın bu alanda yeni bir anlaşma yapmasını beraberinde getirdi. İTKİB OSAP, kendi alanında ünlü bir marka olan Office 1 Superstore ile yaptığı anlaşmayla, üye firmalarının kirtasiye gibi giderlerinde hem karlı, hem de kaliteli bir hizmet almasına ön ayak oldu. Ortak satın alma gücünü sektördeki firmalara hayat verecek şekilde yönlendiren projede bu anlaşmadan yararlanan İTKİB üyesi firmalar yaklaşık yüzde 55'e kadar indirimden yararlanıyor. Sisteme entegre olan üye sayısının artmasıyla en çok kullanılan ürünleri belirleyip, sadece İTKİB OSAP üyeleri için toplu alım yapmayı düşünen Office 1 Superstore ise anlaş-



Office 1 Superstore
Genel Müdürü
Mehmet Samli

madan oldukça memnun. İTKİB OSAP'ın fiyat teklifinden, lojistik alt yapıya ve mağazaların bulunduğu lokasyonlara kadar detaylı altyapı incelemeleri sonucunda imzalanan anlaşma sonucunda İTKİB OSAP üyeleri Office 1 Superstore mağazalarından ve web sitesinden, satışa sunulan binlerce ürünü daha avantajlı fiyatlarla satın alabilecek. Office 1 Superstore Genel Müdürü Mehmet Samli proje kapsamında Office 1 Superstore'un kırtasiye alanında ihracatçıya ne tür avantajlar sağladığını Hedef Dergisi'ne anlattı.

Öncelikle Office 1 Superstore'un dünden bugüne sektörde süregelen yolculuğundan bahseder misiniz?

Office 1 Superstore, 40 yıllık geçmişe sahip bir Amerikan markası olup, Türkiye'de Ofma A.Ş. olarak 1996'dan bu yana faaliyet göstermektedir. Kırtasiye sektörünün yakından tanıdığı kendi alanında piyasanın lideri 6 firma ile faaliyetine devam etmektedir.

Office 1 Superstore'u benzerlerinden ayıran özellikleri neler?

Türkiye'de kırtasiye sektörü

maalesef halen klasik ve geleneksel anlamda faaliyet gösteriyor. Office 1 Superstore olarak sektörümüzdeki bu yapının modernleşmesini kendimize misyon edindik. Sektörün belirli bir sistem ve disiplin altında günümüz gereklerine uygun olarak büyümesi ve çağdaş bir alt yapıya ulaşması için öncü olan Office 1 Superstore, ofis ve okul kırtasiye ürünlerinden, bilgisayar ve sarf malzemelerine ofis ekipmanları; temizlik ve gıda malzemelerini tek çatı altında toplayan tek ve rakipsiz ofis kırtasiye süpermarketi olarak çalışmalarına devam ediyor.

Office 1 Superstore'un İTKİB-OSAP ile imzaladığı anlaşmadan bahsedebilir misiniz? Bu anlaşma ile üyelere verilecek hizmetin içeriği nedir?

İTKİB OSAP, yaklaşık 3 bin üyesi için ortak satın alma yapan profesyonel bir ekipten oluşuyor. Açıkçası anlaşmayı imzalamak hiç de kolay olmadı. Bunun için birçok evreden geçtik. Fiyat teklifinden, lojistik alt yapıya ve mağazalarımızın bulunduğu lokasyonlara kadar alt yapıyı inceledik. Tabi ki birçok tedarikçi firma içinden bizimle anlaşmaya varmaları Ofma A.Ş. olarak bizleri oldukça memnun etti. Bu anlaşmanın ve iş ortaklığının hepimiz için yararlı ve hayırlı olduğuna inanıyorum. Bu anlaşma ile İTKİB OSAP üyeleri Office 1 Superstore mağazalarından ve web sitesinden, satışa sunmakta olduğumuz binlerce ürünü daha avantajlı fiyatlarla satın alabilecek. Sunmakta olduğumuz bu avantajlardan yararlanmak için şubelerimizdeki deneyimli personel, İTKİB OSAP üyelerinin hizmetinde olacak. Bunun dışında isteyen üyeler başvuru yaparak kendilerine internet üzerinden vereceğimiz şifreyle alışverişlerini yapabilecekler.

Office 1 Superstore'un İTKİB OSAP ile yaptığı iş birliği protokolü kapsamında İTKİB üyelerine yakın ve orta vadede ne gibi avantajlar sunuyor?

Şuan İTKİB OSAP üyelerine çok iyi şartlarda avantajlı fiyatlarla hizmet sunmaya çalışıyoruz. Sunduğumuz indirim oranı yüzde 10 ile yüzde 55 arasında değişiyor. Fiyatlarımız ürünlerin markalarına ve kalite standartlarına göre değerlendirildiğinde fiyat avantajımız ortaya çıkabiliyor. Ürün gamımızda yaklaşık 42 bin çeşit ürün mevcut. Bizi tercih eden müşterilerimizin şikayet etmeyeceği kalitesinden emin olduğumuz ürünleri müşterilerimize sunmayı tercih ediyoruz. Bunun dışında Uzakdoğu'dan her gün marka olarak üretilen birçok kırtasiye malzemesi maalesef ülkemize geliyor. Bu ürünler devamlılığı olmadığı gibi kalite anlamında da bir süre sonra müşteri tarafından şikayet edilen veya kullanılmayan ürün olarak atılıyor. Sisteme entegre olan üye sayısının artmasıyla en çok kullanılan ürünleri belirleyip, sadece İTKİB OSAP üyeleri için toplu alım yapmayı düşünüyoruz.

İTKİB OSAP kapsamında indirim avantajından faydalanmaya başlayan üye sayısı nedir?

Şimdilik 265 üye düzenli alışveriş yapıyor ancak en kısa zamanda bu sayıyı artırmak için çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

En çok hangi ürün gruplarına talep oluyor?

İTKİB üyesi firmalar tarafından en çok talep edilen ürünlerin başında; klasör, A4 kağıdı, tükenmez kalem, toner, kartuş gibi güncel ofis malzemeleri geliyor.

Üyelerine fiyat avantajı sağlayan İTKİB OSAP'a ilişkin neler düşünüyorsunuz?

İTKİB OSAP üyeleri için avantajlı fiyatlar ve kalite sağlamaya çalışan bir kurum. Üyeler sisteme ne kadar çabuk entegre olursa daha avantajlı fiyatlar olacaktır. Birlikte doğacak sinerjiyle daha yüksek kapasiteli alımlar yaparak, maliyetlerimizi düşürebiliriz. En önemli unsurlardan birisi de; bu önemli iş ortaklığımızın uzun süreli olmasını hedeflememiz. Ofma olarak etik değerlerimizden ödün vermeden İTKİB üyelerine en iyi hizmeti en kısa sürede vermeye gayret ediyoruz. 📌



ESKİMEYEN TREND: PARÇA BOYAMA



DİKİLMİŞ KONFEKSİYON ÜRÜNLERİNİN BOYANMASI ANLAMINA GELEN PARÇA BOYAMA, DÜŞÜK ADETLERDEKİ ÜRETİMLERİ YAPABİLMEK VE HIZLI ÜRETİM TERMİNLERİNE CEVAP VEREBİLMEK İÇİN ÖNEMLİ. PER BOYA FİRMASI DA PARÇA BOYA KONUSUNDAKİ DENEYİMLERİNE DAYANARAK SEKTÖRE 2003 YILINDAN BU YANA HİZMET VERİYOR.

Toplam 10 makine ile 2003 yılında faaliyete başlayan Per Boya, 2005 yılından itibaren Esenyurt'ta 3 bin metrekarelik kapalı alanda parça boya üretim makineleri, numune, kurutma, ve yıkama bölümüne ait toplam 60 makine ile sektöre hiz-

met veriyor. Kurulduğu günden bu yana istikrarlı bir şekilde büyüyen firma, Türkiye'nin büyük markalarına üretim yapabilecek altyapı ve bilgi üretimine sahip. Per Boya'nın parça boyama konusunda faaliyetlerini firmanın Genel Müdürü Pervin Baykara ile konuştuk.

Parça boyama ne demektir, sektöre nasıl avantajlar sağlıyor ve hangi durumlarda kullanılır?

Parça boyama, ham olarak dokuma ya da örmeden dikilmiş pantolon, t-shirt gibi ürünlerin boyanması işlemidir. Sektördeki avantajı,

günümüzde modanın ve renklerin çok hızlı değişmesi nedeniyle dikili ürünleri parça boyama olarak boyamak ve üretmek çok daha hızlı ve pratik oluyor. Ayrıca parça boyama moda dünyasında da bir trend durumunda. Ülkemizde çok fazla bilinmemesine ve kullanılma-



Per Boya Genel Müdürü Pervin Baykara

masına rağmen 'garment' denilen ürünler Avrupa'da özellikle gençler arasında çok yaygın ve beğenilip satışı fazla olan ürünlerdir. Parça boyama olarak üretilen ürünler kumaş boyama işlemine göre daha eskimiş bir işlemdir. Dikili ürünler boyama esnasında dikiş yerleri daha etkili olarak ve yıkama işlemi tamamlanmış olarak üretilir. Bu da Avrupa ülkelerinde daha yaygın olan kullanılmış görüntüdeki ürünlerin giyimdeki tercih nedeni oluyor.

Per Boya olarak sizi sektörde farklı kılan noktalar neler? Sektöre ne tür hizmetler sunuyorsunuz?

Per Boya olarak bizi farklı kılan noktaların başında, yaptığımız pigment parça boyama denilen boyama türünde başarılı ve iddialı olmamız. Dünyada ve Türkiye'de çok az boyahane yapabildiği bu eskimiş efekt görüntüde ürünler elde edebildiğimiz pigment boyama ile gerek yurtiçi gerekse yurtdışında boyahane olarak ayrıcalıklı bir yerdeyiz. Türkiye'de parça boyama sektöründe pigment boyama tekniğini ilk uygulayıcısı ve geliştiricisi olması nedeni ile parça boyama sektöründe Per Boya ayrıcalıklı bir yerde bulunuyor. Bir başka iddialı olduğumuz konu da yüzde 100 ihracata yönelik çalışan Türk firmaları ve dünya devi firmaların bizimle çalışması olduğunu söyleyebilirim. Prada, Diesel, Guess, Armani, Massimo

Dutti, Levis gibi daha birçok firmaya, hazır giyim üretici firmaları tarafından boyahaneimizde üretim yapılıyor. Ayrıca, Per Boya olarak Levis, H&M, Mark&Spencer, İnditeks (Zara Grubu), Sedex gibi birçok firma ve kuruluş tarafından akredite edilmiş durumdayız.

Parça boyama işleminde hangi tip boyamalar yapıyor?

Parça boyama işleminde yapılan boyama türlerinin en klasığı ve bilineni reaktif boyadır. Antik boyama ve pigment boyama, özellikle son yıllarda dünyada çok trend olan 'dirty oil' boyama, çeşitli batıklar, degrade boyamalar, sprey boyamalar da yaptığımız boyama türleri arasında bulunuyor.

Parça boyama sırasında yaşanan sorunlar neler?

Parça boyama, düz kumaş boyamaya göre daha zor ve standart dışı yapılan bir boyama olduğu için kendine has sorunları bulunuyor. Parça boyamanın bir tür sanat işlemi olduğunu söyleyebiliriz. Ürün üzerinde çok fazla aksesuar ve farklı kumaş içermesi itibari ile renk tutturma işlemi çok zor olabiliyor. Dikili ürün olması aksesuarlar çok özenle seçilip kalitesinin bu metoda dayanır olması gerekiyor. Çok farklı boyama metodlarının olması, bazı parça boyama ürünlerinin birebir el işliği ile yapılması ürünler arasında görüntü farklılığına neden oluyor

ve bu da bilinçli olmayan parça boyama müşterilerinde zorluk yaratabiliyor. Parça boyama yaptıracak üreticinin kendisinin ve hizmet verdiği yurtdışı müşterisinin kesinlikle parça boyama konusunda bilgili olması gerekir.

Tekstil ve konfeksiyon firmalarının ihtiyaçları çok hızlı bir şekilde değişebiliyor, bu konuda firma olarak ne tür Ar-Ge çalışmalarını yapıyorsunuz?

Firma olarak tekstildeki hızı, Ar-Ge çalışmalarımızla birebir yakalamaya çalışıyoruz. Her yıl, bir ya da birden fazla yaptığımız Ar-Ge çalışması sonucu biz de sektöre yeni boyama ve yıkama metodu kazandırıyoruz ve bunlar bizzat marka firmalar tarafından üretime dönüştürülüyor. Birçok özel marka tarafından akredite olmuş bir firma olarak, kullandığımız ürünleri, yüzde 100 ekolojik testlere uygun olarak seçiyor ve kullanıyoruz. Sezona göre değişkenlik olsa da, sektörde yaklaşık 150-200 adet firmaya hizmet sunuyoruz.

Firma olarak karşılaştığınız sorunlar neler? Bu sorunların çözülmesi için neler öneriyorsunuz?

Tekstil ve konfeksiyon sektöründe yaşanan genel sorunlar bizim için de mevcut. Pahalı enerji ve işçilik maliyetleri gibi sorunlar nedeniyle fiyat tutturmada sıkıntılar yaşıyoruz. Bu durumdan kaynaklı olarak yüksek adetli parça boyama ürünler Çin, Vietnam ve Bangladeş gibi ülkelerde de üretiliyor. Türkiye'de ise düşük

PARÇA BOYAMA ÇEŞİTLERİ

- Pigment Boyama
- Antik Boyama
- Kirli Boyama
- Reaktif Boyama
- Kirli Yağlı Boyama
- Direkt Boyama
- Batik Boyama
- Degrade Boyama
- Floresan (Neon) Boyama
- Sprey Boyama
- Optik Beyaz Boyama

adetli ve kısa terminli siparişleri alabiliyoruz. Tekstil sektörünün genel sorunları çözüldüğünde parça boyahanelerinin sorunları da çözülmüş olacak ve çok hızlı üretim yapılabilen bu sektör sayesinde ülkemize de döviz girişi çok hızlı olacak. Ayrıca zor ve sorunlu bir iş, olması Türkiye'ye talebi artırıyor ve parça boyama yapabilen üreticiyi diğer tekstil ürünlerini rahatlıkla üretebilen konuma getirip çok daha fazla sipariş almasını sağlıyor.

Önümüzdeki döneme ilişkin hedeflerinizden bahsedebilir misiniz?

Parça boyama ve yıkamada istikrarlı bir şekilde yükselen aynı zamanda çeşitlenen tüketici talebinin yol göstericiliğinde gelişen sektörümüzde daha iyi noktalarda olmayı hedefliyoruz. 25 yıllık sürede elde ettiğimiz tecrübe ile daha büyük projelere imza atabileceğimiz yeni üretim ortakları ile daha hacimli işler yapmayı hedefliyoruz. ❖



MODAYI TAKİP EDİYOR YAKIŞMAYANI GIYMIYORUZ

BAREM ARAŞTIRMA FİRMASININ TÜRKİYE'DE MODA İLE İLİŞKİNİN YOĞUN OLDUĞU 10 BÜYÜK İLDE, GERÇEKLEŞTİRDİĞİ ARAŞTIRMA, TÜKETİCİLERİN MODAYI TAKİP ETTİĞİNİ, ANCAK KENDİNE YAKIŞMAYANI GIYMEDİĞİNİ ORTAYA KOYDU. SÖZ KONUSU ARAŞTIRMA, TÜKETİCİNİN İNTERNETTEN GIYIM ALIŞVERİŞİ YAPIP YAPMADIĞINA DAİR BULGULARI ORTAYA KOYARKEN, SPONTAN OLARAK AKLA GELEN KADIN GIYIM MARKALARININ DA HANGİLERİ OLDUĞUNU TESPİT ETTİ.

Değişen çevre, işletmelerin hedeflerine ve satış politikaları gibi birçok faaliyetlerine etki yaptığı gibi, bireylerin yaşam tarzını da etkiliyor. Tüketici davranışı araştırmalarının ilk dönemlerinde, tüketiciler demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerine göre sınıflandırılmaya çalışılıyordu. Bu değişkenlerin yetersiz kalması sonucunda, genel yaşam biçimleri değişkenliklerini de kullanarak tüketicileri tanımlamaya başladıkları görülüyor. Barem araştırma firmasının geçtiğimiz nisan ayında kentli Türk insanının moda ile ilişkisini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdiği araştırma, tüketicinin internetten giyim alışverişi yapıp yapmadığına dair bilgileri gözler önüne sererken, akla ilk gelen kadın giyim markalarının da hangileri olduğunu tespit etti. Araştırma; moda ile ilişkinin yoğun olduğu 10 büyük ilde, 18 yaş ve üzerinde bin 400 kişi ile CAPI (Bilgisayar Destekli Yüz Yüze Görüşme) yöntemiyle gerçekleştirildi. Öncelikle görüşülen kişilere, giyimde moda ile ne ölçüde ilgili oldukları semantik skalada sorularak dört dilime ayrıldı. Bu ayrıma göre; moda konusunda çok iddialı olan ve bunu "Arkadaşlarım neyin moda olduğunu bende görürler" şeklinde ifade eden yüzde 2'lik bir kesim bulunuyor. İkinci grup modayı yakından izleyip uygulayan yüzde 12'lik bir dilim. Bu dilimde kadınlar ağırlıkta. Kadınların yüzde 15'i erkeklerin ise yüzde 9'u bu dilime giriyor. 18-34 yaş arası gençlerde bu dilimin payı yüzde 17'ye çıkıyor. Modayı yakından izleyen ve uygulayanların oranı ise 35 yaştan başlayarak yaş büyüdükçe azalıyor.

Capital Confidence Barometer Raporu, global birleşme ve satın alma işlemleri pazarında güven yerine temkinliliğin hakim olduğunu, şirketlerin ellerindeki nakit fazlasına ve rahat borçlanma imkanlarına rağmen, gözlenmeye başlanan global ekonomik düzelmenin gücüne ve kalıcılığına henüz yeterince güvenmediklerini ortaya koyuyor.

Erkeklerin yüzde 44'ü modayla ilgilenmiyor

Bilindiği gibi sosyoekonomik statü arttıkça modaya duyulan ilgi de artıyor. Araştırma sonuçları da AB sosyoekonomik sınıf gruplarında insanların yüzde 22'sinin moda ile yakından ilgilendiğini ortaya koyuyor. Eğitimin de modaya duyulan ilgi üzerindeki etkisi azımsanmayacak payda. Araştırmaya göre lise ve üniversite mezunlarının yüzde 16'sı modayı yakından takip ediyor. Toplumun yarısı olan esas büyük dilim ise modayı izleyip kendine yakıştırdığı kadarını uyguluyor. Bu dilimde her gruptan insan var. Kadınların yüzde 52'si, erkeklerin yüzde 46'sı bu aralıkta yer alıyor. Yüzde 53'lük bölümü oluşturan C1 Sosyoekonomik statü grubu mensupları ve üniversite mezunlarının yüzde 55'i daha ön plana çıkıyor. Yüzde 37'lik dördüncü bir kesim daha var ki bu defa erkekler ağırlıkta. Erkeklerin yüzde 44'ü moda ile hiç ilgisi olmadığını iddia ediyor. Araştırma, sosyoekonomik sınıf olarak toplumun yüzde 44'ünü oluşturan C2'de, eğitim olarak

lise altı eğitilmiş kişilerin yüzde 47'si modaya ilgisiz olduğunu gösteriyor.

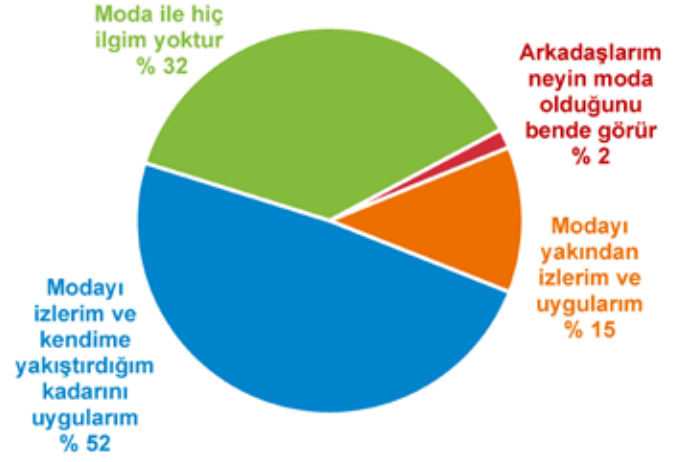
Modayı en çok vitrinden takip ediyoruz

Hem kadınlar, hem de erkekler için ilk üç moda referans noktasını vitrinler, tanıdıklar ve sokak oluşturuyor. Vitrinleri referans alanların payı yüzde 83, tanıdıklar yüzde 34, sokak ise yüzde 28'lik payla üçüncü sıra yer alıyor. Daha sonra benzer oranlarda TV'deki moda programları yüzde 20, moda dergileri yüzde 19, internet yüzde 17 ve ünlüler yüzde 12 geliyor. TV'deki moda programları, moda dergileri ve ünlülerin izlenmesinde kadın-erkek farkı kendini gösteriyor. Her dört kadından biri modayı televizyonlardaki moda programlarından da takip ediyor. Moda dergileri kadınların yüzde 22'si için moda referansı durumunda. Kadınlar ünlülerden moda tüyolarını erkeklere göre daha çok alıyor. Daha az oranda da olsa televizyonlardaki moda dışı programlar ve gazetelerin moda ekleri de insanların modayı takip ettikleri noktalar arasında. Modayı yakından izleyen ve uygulayan kesim için moda dergileri, ünlüler, internet ve gazetelerin moda ekleri diğer kesimlere göre çok daha önemli. Özellikle modayı yakından izleyen ve uygulayan kadınlar için bu noktalar daha da önem kazanıyor. Moda dergileri (yüzde 44), ünlüler (yüzde 29), internet (yüzde 26) ve gazetelerin moda ekleri (yüzde 12) çok daha fazla izleniyor.

Mağazada yardımsız gezmeyi tercih ediyoruz

Görüşülen kişilerin dörtte üçü mağazada kendi kendine bakmayı, ancak bir sorusu olursa cevaplanmasını tercih ediyor. Bu kişilerin oranı yüzde 76 düzeyinde bulunuyor. Ancak mağazaya

Moda ile İlişki (%)



girer girmez hizmet bekleyenlerin oranı yüzde 24 düzeyinde. Kadınlar ve AB sosyoekonomik sınıf gruplarının arasında hemen hizmet talebi daha yüksek. Kadınlar içinde AB grubu ve üniversite mezunu olanlarda bu talep daha da artıyor.

İnternette alışverişte indirim etkili

Görüşülen kişilerin yüzde 7'si internette kendileri için giyim ve aksesuar alışverişi yapıyor. İnternette giysi alışverişi de kadınlar, gençler, eğitimliler, öğrenciler ve üst sosyoekonomik statüye sahip kişiler arasında diğer gruplara göre daha yaygın. Kadınların yüzde 9'u internette giysi alışverişi yaparken, erkeklerde bu oran yüzde 5'te kalıyor. İnternette kendileri için giyim ve aksesuar alışverişi yapanların oranı 18-29 yaş ve ABC1 sosyoekonomik statü gruplarında yüzde 10'a, üniversite mezunları ve öğrenciler arasında ise yüzde 13'e çıkıyor. Modayı yakından izleyen ve uygulayan yüzde 13'lük grup internette giysi alışverişine de daha yatkın. Kadınların içinde de benzer gruplar öne çıkıyor; 18-29 yaş, ABC1 grupları, üniversite mezunları ve öğrenciler arasında internette alışveriş daha yaygın. Modayı yakından izleyen

ve uygulayan kadınlar da diğer gruplara göre internette daha çok alışveriş yapıyor. İnternette en fazla, çok sayıda markanın ürünlerinin indirimli olarak satıldığı sitelerden alışveriş yapıyor. Onları çok sayıda markanın ürünlerinin satıldığı siteleri izliyor, markaların kendi sitelerinin payı ise yüzde 23. Bu sonuca göre, online giyim alışverişte en cazip tarafın indirim ve çok sayıda markaya erişim olduğu görülüyor. Araştırmaya katılan kadın ve erkeklerin yüzde 30'u spontan olarak hiçbir kadın markası hatırlamadığını söylüyor. Kadın markası hatırlamayan erkeklerin oranı yüzde 36. Aklına hiçbir kadın markası gelmeyenlerin oranı ise yüzde 30. Bu oran çalışmayan kesimde yüzde 40 ve doğal olarak moda ile ilgili olmayanlar arasında yüzde 57'den de yüksek. Hatırlatma yapılmadan akla gelen ilk dört kadın markası sırasıyla; Mango, Zara, Koton ve LCW. İlk grubu izleyen markalar ise Collezione, De Facto ve Adil Işık. Kadınların aklına gelen ilk dört kadın giyim markası da aynı; Mango, Koton, Zara, ve LCW. Bu dört markayı yardımsız hatırlayan kadınların profilleri karşılaştırıldığında da en yüksek AB sosyoekonomik statüdekiler Zara, en yüksek C1 Koton markasında görülüyor. ❖



NELLY RODİ'DEN KIŞ SEZONUNA DAİR İPUÇLARI

İHKİB'İN ORGANİZATÖRLÜĞÜNDE, AVRUPA'NIN ÖNDE GELEN FRANSIZ TASARIM VE TREND DANIŞMANLIK FİRMASI NELLY RODİ TRANDLAB TARAFINDAN HAZIRLANAN TREND SEMİNERİ BÜYÜK İLGİ GÖRDÜ.

2013-2014 SONBAHAR/ KIŞ MODA TRENDLERİNİN ANLATILDIĞI SEMİNERDE, GENEL MODA EĞİLİMLERİ, RENKLER, KUMAŞLARA DAİR BİLGİLER ÖNÜMÜZDEKİ SEZONUN İPUÇLARINI VERDİ.

Nelly Rodi Trandlab trend tahmin ajansından Tiphaine Beurpere konuşmacı olarak yer aldığı seminer 12 Haziran Salı günü Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirildi. "2013-2014 Sonbahar / Kış Moda Trendleri" başlıklı seminerde 4 ana temadan oluşan trendlerin tanıtımını gerçekleştiren Beurpere, genel moda eğilimlerinden, renkler ve kumaşların kullanımlarından,

kombinasyonlardan, motifler ve baskılardan oluşan kadın ve erkek giyimlerindeki detayları anlattı. Görsellerle zenginleştirilen sunumda aksesuarların önemine ve kullanımına vurgu yapan Beurpere, sert kadın ve erkek imajı kapsamında yanları işlemeli denimler, gömlek veya gömlek tarzı elbiselerde dövme baskılardan; zincir, madalya türü motifler kullanılan aksesuarlar, dolgu topuk ve elde taşınan çantalara kadar

pek çok detaydan bahsetti. Erkeklerde minimalist çizgilerle şehirli havası oluşturulurken; kumaşların sertliği, ceketlerin bir tarafı örgü bir tarafı kumaş olmak üzere çift taraflı olması, beton ve mermer renklerinin iki düğmeli ceketlerle, büyük pantolonlarla geri döndüğünü vurguladı. Füme ve lacivertin pek çok tonunun ağırlıklı olacağı 2013-2014 sonbahar/kış sezonunda; roxy tarz mantolar, çift düğmeler, cep detayları, büyük

kapşonlar, vücut kıvrımlarına oturan kıvrımlı ceketler, doğal deriden kemerler, deri işlemeli, yırtmaçlı etekler, kalem etekler, geniş pantolonlar ve yüksek belli vücudu saran kısa paçalı pantolonlar, tiftik, örgü kazaklar en fazla yer alan detaylar olarak dikkat çekiyor.

Kıyafetlerin maksimalist eğilimi

'Maksimalizm' adlı temada, çok büyük baskıların kullanıldığı

casual stiller ve kötü kız imajının yaratıldığı ürünler abartılı şekilde büyük kıyafetlerden oluşuyor. Retro mavisinin daha sık kullanılacağı denimlerde ise daha çok yanları işlemeli modeller mevcut. Dövme ile baskıların birbirine karıştırılarak kullanıldığı desenlerle elde edilen karmaşık görüntü gömlekler üzerinde de uygulanıyor. Hafif gömlek kumaşlarının yanı sıra aksesuarlarda zincir, madalya türü objelerin kullanımı dikkat çekiyor. Dolgu topuklar ile feminen bir hava yaratılırken, artı ile eksinin aynı üründe kullanıldığı görülüyor. Maksimalizm temasının erkek konseptlerinde radikal bir eğilim göze çarparken, kadında olduğu gibi kıyafetler üst üste kullanılıyor. Sert ve keskinliğin bir zarafet içerisinde işlendiği ürünlerde cardiganlar, beton ve lacivert renk tonlarında kazaklar yer alıyor. Kazaklardan daha uzun boydaki beyaz gömlekler ise grafik eğilimi vermek için kullanılıyor. Erkeklerde daha sert görünüm elde ederken mermer ve beton etkilerini barındıran fikirlerin geri geldiği görülüyor. İşlevsellik için cep ve dirsekler üzerinde durulurken; çift taraflı ceketlerde hem kumaş hem örgü yer alıyor. Asi genç ve 80'lerin havasının estiği temada saçlar ise yapılandırılmış şekilde kendine yer buluyor.

Alçakgönüllü ama şık

Alçakgönüllülük duygusunu barındıran etkilerin dikkat çektiği temada aynı zamanda şıklık da ön planda tutuluyor. Hem şehirli hem kırsalı içinde barındıran asil bir folklor havası olan ürünlerde işlevsel bir estetik de söz konusu. Nicelikten çok niteliğe dönen temada yeni dünyayı yeniden inşa ederken doğanın, dünyanın merkezine oturduğundan bahsediliyor. Dolayısıyla bej, ahşap rengi, yeşil ve sarı gibi bitkisel renklerin yoğun kullanıldığı temada daha sofistike bir anlayış söz

konusu. Ürünlerdeki kesimler, elle yapılmış gibi doğal bir görünüm sergilerken, çift dikişler ve çift jarseler dikkat çekiyor. Eskitilmiş havası bulunan kıyafetlerin aksesuarlar yine demir yoğunlukta. Çok kalın örgülerin bulunduğu detayların yanı sıra küçük çiçekli desenler göz dolduruyor.

Kurallara karşı 'fantezi'

Eşsizlik arayışının söz konusu edildiği temada kurallara karşı çıkan bir yaklaşım var. 'Fantezi' adlı temaya, kurallarla düzenlenmiş bir hayatta neşeyi, eğlenceyi, gülümsemeyi buluşun etkilerini taşıyan, kurallara itiraz eden alaycı bir yapı hakim. Kültür şokuyla değişikliğe uğramış farklı alanların bir araya getirildiği temada mavi, kırmızı, turuncuya çalan kırmızı, sakız pembesi gibi canlı renkler de sıklıkla yer alıyor. Temada 50'li yılların moda arşivinden esinlendiği, kürk, iki malzemeli klasik palto, diz altı kalın pileli etek, eldiven ve eşarpların kullanıldığı gözlemleniyor. 70'li yılların havasını veren, karelerle çiçeklerin duvar kağıdına benzeyen motiflerinin bir arada kullanıldığı temada derin yakalar yer alıyor. Tiftik ve yünün bolca kullanıldığı büyükçe, vücudun her yerini saran, yumuşak ve şeftali tonlarındaki kazaklarda püsküller de detay olarak yer yer kullanılıyor. İçi doldurulmuş gibi bir görünümü olan küçük boyutta ceketler, kısa eteklerin yanı sıra; puslu, net olmayan bir fon üzerine canlı renklerden çizgilerin, çiçeklerin kullanıldığı fermuarlı sweatler dikkat çekiyor. 90'lı yılların sokak kıyafetlerine, o zamanlardaki kaykay kayanların kıyafetlerine benzer yelekler, deri ceketlerin yer aldığı temada yünlü kolları olan ceketler de görüyoruz. Gündelik giyime spor havasının geri dönmesiyle farklı renklerde kapüşonların da tekrar kullanılmaya başladığı anlaşılan temada, vücudu saran

spor kumaşlar yer alıyor. Aynı şekilde salopetlerin de geri döneceği önümüzdeki sezonda, farklı aksesuarlar üst üste kullanılıyor. Omuzlarda ve kollarda iki farklı renk kullanımından, leopard desenli aksesuar, işlenmiş kemerlere kadar farklı çizgiler barındıran temada üzerinde dikkat çekici küçük fiyonkların bulunduğu düz ayakkabılar görülüyor. Küçük renkli çantaların kullanıldığı temada erkek giyim 70'li yılları çağrıştırmakta. Aksesuarların devamlı renklendirildiği konseptlerde çeşitli çizgili gömlekler, spor çantaları, grafik desenli kazaklarla enerjik bir görüntü elde ediliyor.

Konseptlerde 'fantazmagori' etkisi

Bu temada kozmik bir evrene geçiş yapıldığını, gotik etkileri de barındıran modern bir anlayışın hakim olduğunu görüyoruz. Reaksiyon gösterme, hareket etme gibi anlayışların bulunduğu, romantizm havası içeren konseptlerin yer aldığı temada yeni, yaratıcı çizgiler mevcut. Üç boyutlu baskıların, yeni şekillerin yaratıldığı temada, ışınlarla oluşturulmuş gibi desenlerin, barok etkisinin görüldüğü ürünler de mevcut. Kadın kıvrımlarının belli olduğu, kesimlerle, omuzlar ve kolları ön planda tutulan ceketler; paltolarda kadife, yün gibi kumaşlar kullanılıyor. Yine çift düğmelerin

bulunduğu ceketlerin yanı sıra ürünlerde şıklık ön planda tutuluyor. Diz altında biten kalem elbise ve eteklerin yer aldığı konseptlerde safir, yakut gibi değerli taş renklerinden ilham alınıyor. Askeri tarzda asi pantolonlar, ceketlerden; jakarlı ve parlak görünümlü pantolonlara kadar türlü çeşitlerde ürünlerin yer aldığı konseptlerde eskitilmiş görünümlü bluzlarda drapeli omuzlar kullanılıyor. Temada, modern barok konseptinde süsleme şekillerinin yanı sıra, tüm ürünlerde aksesuar olarak mutlaka altın bir dokunuş bulunuyor. Aksesuarlarla oynanarak da, görünümde üç boyutlu etki yaratılıyor. Değişik çiçek desenler vücudun çeşitli yerlerine yerleştirilmiş gibi görünüm verirken, altın ve kalın kemerler, asimetrik ama şişkin yakalar, vücudu sarmış havası veren baskılar dikkat çekmekte. Jakar etkisi verilmiş canlı, parlak renklerde yüksek belli etekler, ilginç renklerin bir arada kullanıldığı büyük, havadar, şişkin kolları olan kıyafetlerin yanı sıra fantastik bir hava sergileyen aksesuarlar yer alıyor. Taşlı kemerlerin, uzun çizme ve kısa botların yer aldığı temanın erkek giyiminde değişik bir şıklık elde ediliyor. Büyük paltolar, trençkotlar, kapüşonların mevcut olduğu temada hırkalar ve çantaların küçük cep detayları dikkat çekiyor. ❖



—# Nelly Rodi Trandlab trend tahmin ajansından Tiphaine Beaupere 2013-2014 Sonbahar / Kış moda trendlerini anlattı

İHRACAT HEDEFİNE DEVLET GARANTİSİ GELDİ



TİM'İN 19'UNCU OLAĞAN GENEL KURULU 6 HAZİRAN ÇARŞAMBA GÜNÜ ANKARA'DA DÜZENLENDİ. TİM 19'UNCU OLAĞAN GENEL KURUL TOPLANTISI'NDA KONUŞAN BAŞKAN MEHMET BÜYÜKEKŞİ MÜJDELİ HABERİ VEREREK; '2023 500 MİLYAR DOLAR İHRACAT STRATEJİ BELGESİ'NİN DEVLET PROJESİ HALİNE GELDİĞİNİ AÇIKLADI.

Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin düzenlediği 19'uncu Olağan Genel Kurulu Toplantısı Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın katılımıyla Ankara'da gerçekleşti. CHP Lideri Kemal Kılıçdaroğlu'nun katıldığı Genel Kurul'a, Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan, Gümrük ve Ticaret Bakanı Hayati Yazıcı, Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı Taner Yıldız, Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı Mehmet Büyükekşi, MHP Grup Başkanvekili Oktay Vural, TİM Başkan Vekili Ahmet Akbalık, ve İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi ile birlikte ihracatçı birliklerinden temsilciler de katıldı. Genel kurulda konuşan TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi,

TİM tarafından hazırlanarak geçtiğimiz yılın mart ayında kamuoyuna duyurulan '2023 Türkiye İhracat Stratejisi Projesi'nin, devlet projesi haline geldiğini bildirdi. Büyükekşi, üç yıldan beri üzerinde çalıştıkları; 100'den fazla toplantı ve binden fazla katılımcıyla büyük emek verdikleri projenin, hak ettiği değeri bulduğunu bildirdi. Bu gelişme ile böylece Türkiye'de ilk defa bir sivil toplum kuruluşunun projesi, devlet projesi haline gelmiş oldu.

"Yeni bir hamle alanı oluşturmalıyız"

TİM'in 19'uncu Olağan Genel Kurulu'nda konuşan TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, tüm dünyanın bir değişim sürecinden geçtiğini, bilgi teknolojileri, inovasyon



ve nitelikli beşeri sermayenin, ülkelerin sahip olduğu en büyük güç haline geldiğini söyledi. Dünya ülkeleri teknolojik atılımın alt yapısını kurarken, Türkiye'nin bu süreçte geç kalamayacağını kaydeden Büyükekşi, "21. yüzyılda söz sahibi olmamız, büyük bir atılım yapmamıza bağlı. Yeni bir hamle alanı oluşturmalıyız" dedi. Yeni dinamiklere ulaşmanın yolunun yeni bir anayasadan geçtiğini dikkat çeken Büyükekşi, sivil

insan haklarına saygılı ve özgürlükleri daha da genişleten, tüm Türkiye'yi kucaklayan bir anayasaya acilen ihtiyaç duyulduğunu belirtti. Büyükekşi, "Ülkemizde barışı, kardeşliği, birlikteliği tesis edecek, ayırım yapmaksızın tüm kesimleri kucaklayacak, demok-rasi ve insan haklarına saygılı, herkesin bu ülkenin vatandaşı olmaktan gurur duymasını sağlayacak sivil bir anayasaya ihtiyacımız var" diye konuştu.

“183 ülkenin 128’inde cari açık var”

Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan, toplantıda gerçekleştirildiği konuşmasında, Türkiye’nin ekonominin her alanında çok önemli başarılar elde ettiğini söyleyerek devletin, özel sektöre rakip olmak yerine yol gösteren, onların önünü açan asli görevine döndüğünü belirterek, şunları kaydetti: “Bugün dış ticaretimizde geldiğimiz nokta itibarıyla, 54 milyar dolar enerji ithalatı yapan bir ülkeyiz. Geçmişte ihmal edilmiş olan enerji politikalarının bugüne yansımaları yüzünden dış ticaret açığı veriyoruz. Şunu çok iyi bilmemiz gerekir ki; bugün dünyada 183 ülkenin 128’inde cari açık var ama şükürler olsun ki bilhassa aldığımız tedbirler, bilhassa döviz kazandırıcı hizmetlerde hem mal ticaretinde hem de hizmet ticaretinde elde ettiğimiz başarılar ve Yeni Teşvik Sistemi ile inşallah önümüzdeki yıllarda cari açığı Türkiye için bir korku olmaktan çıkaracak çok önemli çalışmalar yapıyoruz.” Bu çalışmaların sonuçlarının alınmaya başladığını da anlatan Çağlayan, 2011’de ihracatta Cumhuriyet tarihi rekorunun kırıldığını ifade etti. “Bu ihracatı biz gül bahçesinde yapmadık” diyen Çağlayan, söz konusu başarının, AB, Ortadoğu ve Kuzey Afrika’da yaşanan siyasi ve ekonomik krizlere rağmen elde edildiğine dikkat çekti.

“Durmak yok, yola devam”

Bakan Çağlayan, 2012 yılında da bu başarıları devam ettireceklerini belirterek, “İhracatta da üretimde de yatırımda da istihdamda da durmak yok, yola devam diyoruz” şeklinde konuştu. Perşembenin gelişiminin çarşambadan belli olacağını söyleyen Çağlayan, ilk beş

ayda ihracatın 60 milyar dolara dayandığını, buna karşılık ithalat, dış ticaret ve cari açığın azalmaya başladığını bildirdi. Çağlayan, ‘Orta Vadeli Program’da 2012 yılı için belirlenen; 148.5 milyar dolarlık ihracat hedefine ulaşabilmek için de tüm güçleriyle çalıştıklarını belirterek, buna rağmen ihracatçıların 2012 yılı için 148.5 milyar dolar ihracatla yetinmediğini, hedeflerini 150 milyar dolar olarak belirlediklerini söyledi.

“36 milyar dolarlık ihracattan 140 milyar dolara geldik”

Türk ihracatçıların, Türkiye’nin bugünlere ulaşmasına katkı sağladığını ifade eden Başbakan Erdoğan ise 2002’de 36 milyar dolar seviyesinde olan ihracatın 2011’de 135 milyar dolara bugün itibarıyla de 140 milyar dolara çıkmasında ihracatçıların çabasının önemli olduğunu vurguladı. Erdoğan, İstanbul’daki Dünya Ekonomik Forumu zirvesinde de Türkiye ekonomisinin krize rağmen gösterdiği büyümenin takdir edildiğini, kendisini ve Türkiye’nin



Genel Kurul’da konuşan Bakan Çağlayan ve TİM Başkanı Büyükekşi, Yeni Teşvik Sistemi ile önümüzdeki yıllarda cari açığın Türkiye için bir korku olmaktan çıkacağını belirttiler

Başbakanı olmaktan gurur duyduğunu belirtti. AKP’nin göreve geldiği dönemden itibaren bazı çevrelerin ekonomiye kararsızlık, umutsuzluk ve belirsizlik pompaladığını, hükümetin ekonomide yaptıklarını ve başarısını göz ardı ettiğini belirten Erdoğan, “Elde ettiğimiz tüm başarının sebebini uluslararası konjunktürde arayan, kriz tellallığı yapanlar oldu. Yurtdışında ekonomi kötüleştiği kadar yurtdışına da yanıtıcı bilgiler aktarıldı. Bunu yapanlar, sadece bizim hükümetimize değil sizin gibi başarılı iş adamlarına ve topyekun Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlarına haksızlık etti” dedi.

İhracatın ithalatı karşılama oranı artıyor

Eskiden Afrika’nın birçok ülkesinde Türkiye’nin diplomatik temsilcisi bile olmadığını anlatan Bakan Yazıcı, diplomatik temsilci bile olmayan bir ülke ile ticaretin geliştirilmesinin mümkün olmadığını söyledi. Türkiye’de dün ile bugün kıyaslandığında ihracatın ithalatı karşılama oranının arttığına dikkati çeken Yazıcı, “O rakam da çarpıtıldı. Yüzde 10 azaldığı söylendi. Şu an itibarıyla ihracatımızın ithalatı karşılama oranı yüzde 65’ler seviyesindedir ve 2023’e giderken hedefimiz yüzde 80’dir” diye konuştu. ❖



Ankara’da gerçekleşen TİM Genel Kurulu’na siyasi liderlerin yanı sıra TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, TİM Başkan Vekili Ahmet Akbalık ve İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi ile birlikte ihracatçı birliklerinden temsilciler de katıldı

GENÇ TASARIMCILAR BERLİN'İ SALLAYACAK

TEMMUZ AYINDA
DÜZENLENECEK OLAN
MERCEDES-BENZ FASHION WEEK
BERLİN'DE HAZIRLADIKLARI
ORTAK KOLEKSİYONU SUNACAK
OLAN ÜÇ GENÇ MODACI BURÇE
BEKREK, GÜNSELİ TÜRKAY VE
ZEYNEP ERDOĞAN, "MADE IN
TURKEY" BAŞLIĞI ALTINDA
SUNACAKLARI ÖZEL CATWALK
SHOVLARI İLE ULUSLAR ARASI
MODA ARENASINDA VE DÜNYA
BASININDA YER ALACAK.

Geçtiğimiz yıl Eylül ayında İstanbul'da başarılı bir başlangıç yapan moda platformu Linist, ikinci turda İstanbul Next sunumunu bu kez Berlin Moda Haftası'nda Kültür ve Turizm Bakanlığının desteğiyle gerçekleştiriyor. İstanbullu üç genç moda tasarımcısının markaları; Burçe Bekrek, Günseli Türkay ve Zeynep Erdoğan, Mercedes-Benz Fashion Week Berlin Moda Haftası'nda özel bir catwalk show ile ve Premium

Exhibitions Moda Fuarı'nda ortak bir sunum alanında uluslararası moda çevresine ve basına tanıtılacak. Avrupa'nın en başarılı moda fuarlarından biri olarak gösterilen PREMIUM Exhibitions Moda Fuarı, son sezonda 60.000 ziyaretçi ağırlayarak adından söz ettirmişti. Gerçekleştirilen proje, İstanbul Next Berlin ve İstanbul Moda Haftaları arasındaki uzun soluklu işbirliğini devam ettirmek ve daha da güçlendirmek amacını taşıyor.

Türkiye'den ilk kez bu ölçekte bir katılım gerçekleşiyor

Linist'in kurucusu olan ve üç genç tasarımcının Türkiye'yi temsilen bu hem Berlin Moda haftasında hem de Premium Exhibitions Moda Fuarı'nda ortak hazırladıkları koleksiyonu sunmaları için Berlin ayağında aktif olarak çalışmalar yapan Gülriş Eğilmez, Kültür ve Turizm Bakanligından aldıkları destekle İstanbul NEX organizasyonunu

bir ilk olarak gerçekleştirdikleri için hayli mutlu olduğunu söyledi. Berlin moda haftasında uc türk tasarımcının hem Mercedes-Benz Fashion Week Berlin uluslararası muhim bir defile çevresinde tanıtımını hem de Premium Exhibitions gibi başarılı bir fuar katılımını sağlamanın büyük bir atılım olduğunu söyleyen Eğilmez, bu atılımın ülkemiz adına çok önemli olduğuna dikkat çekti. Simdiye kadar böyle bir cap'da bir katılımın gerçek-



---# Burce Bezrek - Moda Tasarımcısı



leşmediğini söyleyen Eğilmez, bu atılımla birlikte uluslararası basın ve Avrupa ülkelerinin Türkiye'deki yenilikler nedir diye baktıklarını söyledi. Uzun vadede amaçlanan hedefin Future of Fashion Desing kapsamında Made In Turkey'i tüm dünyaya göstermek olduğunu paylaşan Eğilmez, Burce Bezrek, Günseli Türkay ve Zeynep Erdoğan'ın ortaklaşa bir proje sunacak olmalarının genç tasarımcılar için faydalı bir ortam yarattığını bu sayede tasarımcılar için hem yurtdışına açılmak hem de farklı tasarımcılarla tanışma fırsatı bulmalarının avantajı olduğunu sözlerine ekledi. Linist ve İstanbul Next projelerinin senede iki kez

gerçekleştirilerek Avrupa moda-sında bir köprü niteliği kazan-dırılması hedeflenen bir diğer önemli amaç.

Üç modacının Berlin heyecanı

Fuar öncesi hazırlanma süreçlerini ve nasıl bir proje geliştirdiklerini öğrenmek için yorumlarını aldığımız genç modacılar fuar öncesi yoğun bir hazırlık süreci geçirdiklerini ama ortaya çıkan iş anlamında beğeni oluşturacak bir koleksiyon hazırladıklarını söylüyorlar. Yaptığı çalışmaların ilk kez global bir platformda sergilenmesinin heyecanını yaşayan Burce Bezrek: "Bir süredir yoğun ve bir o kadar zorlu bir süreç geçirdim. Berlin Moda Haftası diğer moda haftalarına göre daha erken olduğu için Eylül'de bitirmeyi hedeflediğim İlkbahar Yaz 2013 koleksiyonunu öne almak durumunda kaldım ve dolayısıyla daha yoğun Bu da oldukça zor bir süreci beraberinde getirdi" diyerek hazırlık sürecinde yaşadıklarını paylaştı. Bezrek, tasarımlarının Berlin Moda haftasında görücüye çıkacak olmasının sadece kişisel anlamda bir başarı duygusunu değil, ülkemiz adına tekstil ticaretini geliştirmesi ve ihracatımızın artışı da beraberinde getireceğine inandığını belirtti. Bu konu da Zeynep Erdoğan'da

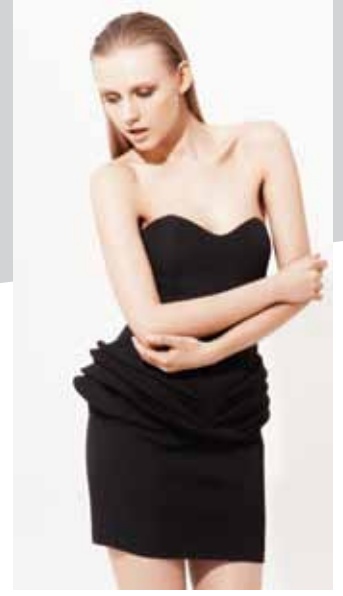


---# Günseli Türkay
Moda Tasarımcısı



---# Zeynep Erdoğan
Moda Tasarımcısı

Bezrek'le aynı fikirde. Bu tarz fuarlara katılımdaki asıl amacın ihracata yönelik satış noktalarının artırılması ve yeni pazarlar keşfetmek olduğunu söyleyen Erdoğan, bu konuda tasarımcılara verilen devlet desteğinin artması tasarımcılar için çok önemli bir gelişme diye de ekliyor. İleride hedefinin dünyaca ünlü konsept mağazalarda kendi ürünlerini Made In Turkey çatısı altında sergilemek olduğunu ifade eden genç tasarımcı Burce Bezrek, bu hedefini belirleyen gelişmeyi ise şu sözlerle anlatıyor: "Bizim gibi yabancı ama aslında markalaşma geçmişi çok olmayan isimler bu ünlü mağazalarda yer alırken neden biz daha uzun yıllar bekleyelim ki diye



düşündüğüm için kendime bu hedefi koydum". Yakın gelecekteki planlarını sorduğumuz genç tasarımcı Zeynep Erdoğan'da Berlin Moda Haftası'nı başarıyla tamamlayıp önümüzdeki aylarda gerçekleşecek olan birçok tradeshow olduğunu ve bu etkinliklere katılmayı hedeflediğini söylüyor.

Fuarlara katılmak her tasarımcının hayali

Dünyanın birçok yerinde geniş yankı uyandıran ve tasarımcıların dünyaya açılmak için önemli fırsatlar olarak gördüğü fuarlarda yer almak her moda tasarımcısının hayali. Genç tasarımcıların bu tarz makro düzeydeki fuar ve moda haftalarına katılımı kendi çabalarıyla finanse etmelerinin güçlüğü, tasarımcıların devletten aldıkları teşvik ve desteğin artırılması talebine yakınlığıyor. Devlet desteğinin yanı sıra sponsorluk konusunun da ülkemizde yaygınlaşması genç tasarımcıların beklentileri arasında. Türkiye'de tekstil sektörünün önde gelen firmalarının, sponsorluk açısından yurtdışındaki organizasyonlara destek olması hem ülkemiz adına hem de genç tasarımcıların cesaretlendirilmesi yönünde etkili olacağı tasarımcıların ve bu organizasyonların koordinatörlerinin ortak fikri. #

TÜRKİYE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI								
	2011 MAYIS	2012 MAYIS	DEĞİŞİM	2011	TOPLAM	2012	TOPLAM	2011 / 2012
	1000 \$	1000 \$	%	OCAK - MAYIS	KONFEKSİYONDA	OCAK - MAYIS	KONFEKSİYONDA	DEĞİŞİM
				1000 \$	PAY %	1000 \$	PAY %	%
ALMANYA	350.210	288.590	-17.6	1.756.979	26.3	1.467.127	22.3	-16.5
İNGİLTERE	159.177	193.472	21.5	827.139	12.4	859.462	13.1	3.9
İSPANYA	111.125	105.546	-5.0	548.015	8.2	568.855	8.7	3.8
FRANSA	116.204	82.218	-29.2	564.156	8.4	447.502	6.8	-20.7
HOLLANDA	60.762	66.693	9.8	345.352	5.2	335.374	5.1	-2.9
İTALYA	65.136	49.853	-23.5	360.269	5.4	309.798	4.7	-14.0
DANİMARKA	31.925	38.330	20.1	198.011	3.0	193.493	2.9	-2.3
ABD	34.201	37.389	9.3	171.018	2.6	174.786	2.7	2.2
BELÇİKA	37.002	31.630	-14.5	180.767	2.7	160.183	2.4	-11.4
RUSYA FEDERASYONU	19.897	25.676	29.0	132.845	2.0	158.474	2.4	19.3
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	985.638	919.397	-6.7	5.084.552	76.1	4.675.054	71.2	-8.1
İRAK	16.814	27.254	62.1	94.461	1.4	145.470	2.2	54.0
İSVEÇ	20.341	23.705	16.5	133.216	2.0	122.933	1.9	-7.7
POLONYA	14.994	27.073	80.6	62.238	0.9	108.591	1.7	74.5
SUUDİ ARABİSTAN	18.652	25.188	35.0	67.876	1.0	101.465	1.5	49.5
UKRAYNA	16.115	15.865	-1.6	47.297	0.7	80.374	1.2	69.9
İSRAİL	10.740	14.602	36.0	65.609	1.0	74.668	1.1	13.8
CEZAYİR	6.802	13.942	105.0	32.266	0.5	66.101	1.0	104.9
İSVİÇRE	13.311	12.691	-4.7	59.921	0.9	66.031	1.0	10.2
KAZAKİSTAN	3.635	12.072	232.1	41.690	0.6	63.579	1.0	52.5
ROMANYA	10.882	14.877	36.7	74.155	1.1	60.550	0.9	-18.3
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	1.172.908	919.995	-21.6	5.084.562	76.1	4.675.067	71.2	-8.1
ÇEK CUMHURİYETİ	9.184	10.349	12.7	60.518	0.9	58.362	0.9	-3.6
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	7.853	12.285	56.4	36.482	0.5	55.107	0.8	51.1
AVUSTURYA	12.848	12.050	-6.2	64.338	1.0	53.932	0.8	-16.2
LİBYA	1.403	8.892	533.8	9.477	0.1	51.961	0.8	448.3
YUNANİSTAN	8.285	5.418	-34.6	56.198	0.8	40.697	0.6	-27.6
ESTONYA	3.564	6.557	84.0	20.639	0.3	38.042	0.6	84.3
AHL SERBEST BÖLGE	6.176	6.819	10.4	43.776	0.7	37.693	0.6	-13.9
MISIR	5.991	7.553	26.1	24.090	0.4	36.553	0.6	51.7
NORVEÇ	5.027	5.814	15.7	36.775	0.6	35.293	0.5	-4.0
TUNUS	10.313	5.977	-42.0	32.367	0.5	33.534	0.5	3.6
BULGARİSTAN	6.017	7.421	23.3	34.845	0.5	33.188	0.5	-4.8
MACARİSTAN	4.147	4.259	2.7	21.528	0.3	28.098	0.4	30.5
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	4.882	4.919	0.8	20.971	0.3	24.728	0.4	17.9
KANADA	4.168	5.098	22.3	24.500	0.4	24.577	0.4	0.3
İRLANDA	4.784	4.983	4.2	26.167	0.4	23.937	0.4	-8.5
SLOVAK CUMHURİYETİ	5.179	5.749	11.0	23.024	0.3	23.549	0.4	2.3
LÜBNAN	3.756	4.465	18.9	21.504	0.3	21.297	0.3	-1.0
İRAN	5.230	2.494	-52.3	29.579	0.4	20.670	0.3	-30.1
KIRGIZİSTAN	2.199	3.266	48.5	12.213	0.2	20.498	0.3	67.8
KOSOVA	2.758	3.342	21.2	26.692	0.4	16.885	0.3	-36.7
HONG KONG	1.823	3.233	77.3	12.418	0.2	15.548	0.2	25.2
FİNLANDİYA	3.564	2.297	-35.5	17.380	0.3	14.969	0.2	-13.9
JAPONYA	1.105	1.377	24.7	7.526	0.1	14.927	0.2	98.3
ÜRDÜN	2.702	2.984	10.4	10.775	0.2	14.569	0.2	35.2
BOSNA-HERSEK	2.522	2.951	17.0	13.194	0.2	14.178	0.2	7.5
TRAKYA SERBEST BÖLGE	4.740	2.510	-47.0	25.842	0.4	13.501	0.2	-47.8
AZERBAYCAN	1.879	2.811	49.6	8.900	0.1	12.562	0.2	41.1
KKTC	2.185	2.520	15.3	11.659	0.2	12.033	0.2	3.2
FAS	1.960	2.917	48.8	8.808	0.1	11.350	0.2	28.9
HRİVATİSTAN	1.723	2.364	37.2	10.066	0.2	10.746	0.2	6.8
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	1.260.342	1.552	-99.9	97	0.0	97	0.0	-0.4
DIĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	28.028	1.296.680	4.526.4	6.682.684	100.0	6.567.763	100.0	-1.7
AB (27) TOPLAMI	1.038.570	985.256	-5.1	5.397.725	80.8	4.976.590	75.8	-7.8
TOPLAM HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI	1.288.370	1.298.232	0.8	6.682.781	100.0	6.567.860	100.0	-1.7

TÜRKİYE TEKSTİL İHRACATI

	2011 MAYIS 1000 \$	2012 MAYIS 1000 \$	DEĞİŞİM %	2011 OCAK - MAYIS 1000 \$	TOPLAM TEKSTİLDE PAY %	2012 OCAK - MAYIS 1000 \$	TOPLAM TEKSTİLDE PAY %	2011 / 2012 DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	86.578	102.478	18.4	416.130	12.2	487.629	14.8	17.2
İTALYA	76.297	60.553	-20.6	414.679	12.1	300.547	9.1	-27.5
ALMANYA	40.946	34.839	-14.9	209.751	6.1	170.901	5.2	-18.5
İNGİLTERE	28.549	28.431	-0.4	124.548	3.6	128.617	3.9	3.3
ABD	27.788	30.179	8.6	116.056	3.4	123.803	3.8	6.7
ROMANYA	26.562	22.791	-14.2	127.541	3.7	119.339	3.6	-6.4
İRAN	21.806	25.290	16.0	119.271	3.5	117.942	3.6	-1.1
POLONYA	22.168	21.238	-4.2	127.319	3.7	109.900	3.3	-13.7
BULGARİSTAN	18.237	24.558	34.7	101.238	3.0	108.135	3.3	6.8
FAS	15.908	21.267	33.7	79.607	2.3	101.258	3.1	27.2
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	364.839	371.623	1.9	1.836.142	53.7	1.768.072	53.8	-3.7
MISIR	17.964	20.679	15.1	94.114	2.8	95.956	2.9	2.0
İSPANYA	23.126	15.811	-31.6	110.272	3.2	91.990	2.8	-16.6
TUNUS	16.902	13.500	-20.1	78.138	2.3	68.024	2.1	-12.9
UKRAYNA	16.030	17.221	7.4	67.669	2.0	65.791	2.0	-2.8
FRANSA	18.394	12.390	-32.6	85.663	2.5	64.932	2.0	-24.2
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	9.628	8.555	-11.1	53.080	1.6	58.095	1.8	9.4
YUNANİSTAN	16.619	11.928	-28.2	70.680	2.1	57.814	1.8	-18.2
HOLLANDA	15.950	10.360	-35.0	71.055	2.1	57.790	1.8	-18.7
BELÇİKA	12.919	12.402	-4.0	63.713	1.9	57.133	1.7	-10.3
PORTEKİZ	7.403	10.308	39.2	50.372	1.5	49.773	1.5	-1.2
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	497.995	371.522	-25.4	1.836.164	53.7	1.768.092	53.8	-3.7
BREZİLYA	8.375	9.815	17.2	28.471	0.8	45.104	1.4	58.4
İSRAİL	6.965	7.705	10.6	37.653	1.1	37.241	1.1	-1.1
BEYAZ RUSYA	4.908	7.841	59.8	28.104	0.8	35.403	1.1	26.0
MERSİN SERBEST BÖLGE	7.137	4.845	-32.1	41.466	1.2	34.998	1.1	-15.6
SİRBİSTAN	7.105	6.721	-5.4	34.020	1.0	34.356	1.0	1.0
HONG KONG	9.292	7.842	-15.6	37.972	1.1	34.166	1.0	-10.0
MACARİSTAN	5.633	6.275	11.4	31.857	0.9	32.323	1.0	1.5
CEZAYİR	7.422	5.461	-26.4	23.987	0.7	30.981	0.9	29.2
SUUDİ ARABİSTAN	5.423	5.529	1.9	24.739	0.7	28.572	0.9	15.5
SURİYE	6.463	5.708	-11.7	51.427	1.5	22.307	0.7	-56.6
LİTVANYA	4.594	4.497	-2.1	20.748	0.6	21.703	0.7	4.6
ÇEK CUMHURİYETİ	3.920	3.732	-4.8	19.179	0.6	19.648	0.6	2.4
ÜRDÜN	2.444	3.568	46.0	10.676	0.3	16.184	0.5	51.6
EGE SERBEST BÖLGE	4.141	2.758	-33.4	21.621	0.6	15.226	0.5	-29.6
AVUSTURYA	3.151	2.520	-20.0	15.237	0.4	15.127	0.5	-0.7
MAKEDONYA	3.839	3.211	-16.3	15.999	0.5	15.041	0.5	-6.0
ÖZBEKİSTAN	2.444	3.576	46.3	11.369	0.3	14.598	0.4	28.4
AHL SERBEST BÖLGE	4.754	4.788	0.7	14.646	0.4	14.407	0.4	-1.6
TAYLAND	465	3.615	678.0	3.282	0.1	13.973	0.4	325.7
İRAK	2.408	3.874	60.9	11.458	0.3	13.222	0.4	15.4
ENDONEZYA	1.857	2.230	20.1	8.258	0.2	12.776	0.4	54.7
LÜBNAN	1.856	2.409	29.8	10.577	0.3	12.254	0.4	15.9
GÜNEY AFRIKA CUMHURİ	2.527	1.922	-23.9	12.367	0.4	11.874	0.4	-4.0
LİBYA	13	3.226	24.436.4	5.570	0.2	11.618	0.4	108.6
DANİMARKA	3.068	2.590	-15.6	13.873	0.4	11.260	0.3	-18.8
GÜRCİSTAN	1.951	2.345	20.2	10.530	0.3	10.907	0.3	3.6
KANADA	2.263	2.074	-8.4	9.925	0.3	10.477	0.3	5.6
KAZAKİSTAN	1.225	1.871	52.7	11.403	0.3	10.317	0.3	-9.5
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	1.524	2.614	71.5	8.303	0.2	10.215	0.3	23.0
HİNDİSTAN	2.403	2.054	-14.5	16.030	0.5	10.108	0.3	-36.9
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	631.994	25.289	-96.0	93	0.0	92	0.0	-0.3
DIĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	63.644	659.677	936.5	3.420.093	100.0	3.289.184	100.0	-3.8
AB (27) TOPLAMI	340.043	294.715	-13.3	1.715.872	50.2	1.465.487	44.6	-14.6
TOPLAM TEKSTİL İHRACATI	695.638	684.966	-1.5	3.420.186	100.0	3.289.276	100.0	-3.8

TÜRKİYE DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI

	2011 MAYIS 1000 \$	2012 MAYIS 1000 \$	DEĞİŞİM %	2011 OCAK - MAYIS 1000 \$	TOPLAM DERİDE PAY %	2012 OCAK - MAYIS 1000 \$	TOPLAM DERİDE PAY %	DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	24.107	28.041	16.3	99.437	18.8	127.409	21.3	28.1
İTALYA	14.465	13.186	-8.8	54.567	10.3	56.981	9.5	4.4
ALMANYA	9.922	9.098	-8.3	44.374	8.4	42.394	7.1	-4.5
IRAK	4.921	4.847	-1.5	24.354	4.6	30.489	5.1	25.2
İNGİLTERE	4.544	4.730	4.1	23.506	4.4	27.215	4.6	15.8
FRANSA	6.604	5.566	-15.7	30.769	5.8	23.413	3.9	-23.9
UKRAYNA	3.186	3.405	6.9	20.683	3.9	22.453	3.8	8.6
SUUDİ ARABİSTAN	3.087	4.211	36.4	11.106	2.1	19.471	3.3	75.3
HONG KONG	4.403	5.552	26.1	16.110	3.0	18.269	3.1	13.4
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	3.126	4.307	37.8	14.704	2.8	17.120	2.9	16.4
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	78.366	82.944	5.8	339.611	64.2	385.214	64.4	13.4
KAZAKİSTAN	3.206	2.792	-12.9	25.174	4.8	11.451	1.9	-54.5
İSPANYA	1.711	1.721	0.5	11.655	2.2	10.318	1.7	-11.5
BULGARİSTAN	678	2.038	200.5	8.134	1.5	10.167	1.7	25.0
ABD	1.546	1.917	24.0	7.777	1.5	9.666	1.6	24.3
HOLLANDA	815	1.097	34.7	8.142	1.5	8.629	1.4	6.0
AZERBAJCAN	1.005	1.865	85.6	4.656	0.9	8.256	1.4	77.3
KIRGIZİSTAN	1.381	1.877	36.0	4.192	0.8	8.101	1.4	93.3
ROMANYA	1.506	1.183	-21.5	8.295	1.6	6.801	1.1	-18.0
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	747	1.045	39.9	3.346	0.6	5.835	1.0	74.4
AVUSTURYA	598	1.169	95.3	4.454	0.8	5.725	1.0	28.5
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	95.070	83.426	-12.2	339.627	64.2	385.228	64.4	13.4
TÜRKMENİSTAN	816	1.208	48.0	3.613	0.7	5.389	0.9	49.2
DANİMARKA	869	895	3.1	6.237	1.2	5.374	0.9	-13.8
İSVİÇRE	671	1.723	156.9	4.151	0.8	5.256	0.9	26.6
BELÇİKA	990	938	-5.3	6.603	1.2	4.840	0.8	-26.7
LİBYA	55	1.286	2,228.3	448	0.1	4.817	0.8	975.6
YUNANİSTAN	844	740	-12.4	5.330	1.0	4.728	0.8	-11.3
POLONYA	785	1.504	91.5	3.425	0.6	4.601	0.8	34.3
CEZAYİR	176	1.183	570.9	802	0.2	4.475	0.7	458.2
MİSİR	526	1.359	158.6	3.076	0.6	3.933	0.7	27.9
ÖZBEKİSTAN	394	733	86.3	1.510	0.3	3.912	0.7	159.1
İSRAİL	1.082	729	-32.6	4.060	0.8	3.751	0.6	-7.6
KKTC	820	885	7.9	4.124	0.8	3.636	0.6	-11.8
GÜRCİSTAN	676	926	36.9	2.326	0.4	3.546	0.6	52.4
İNGİLİZ VIRJİN ADALARI	0	0	0	15	0.0	3.061	0.5	19,699.4
TACİKİSTAN	416	649	55.8	1.457	0.3	3.027	0.5	107.7
TUNUS	591	619	4.9	1.880	0.4	2.924	0.5	55.6
BEYAZ RUSYA	106	125	17.3	2.657	0.5	2.588	0.4	-2.6
MOLDAVYA	154	580	277.6	633	0.1	2.431	0.4	284.2
SİRBİSTAN	213	303	41.9	1.818	0.3	2.304	0.4	26.7
MAKEDONYA	388	474	22.2	1.529	0.3	2.251	0.4	47.2
GÜNEY KORE	745	435	-41.7	3.109	0.6	2.126	0.4	-31.6
İRAN	301	471	56.7	1.294	0.2	2.110	0.4	63.1
ÇEK CUMHURİYETİ	141	464	229.9	1.344	0.3	1.952	0.3	45.2
İSVEÇ	196	382	95.4	1.096	0.2	1.941	0.3	77.2
FAS	200	603	201.2	1.255	0.2	1.879	0.3	49.7
BOSNA-HERSEK	364	621	70.6	1.323	0.2	1.828	0.3	38.2
TATARİSTAN	2	6	161.0	1.158	0.2	1.757	0.3	51.7
MACARİSTAN	792	488	-38.4	2.453	0.5	1.672	0.3	-31.8
ARNAVUTLUK	427	412	-3.7	1.717	0.3	1.604	0.3	-6.6
LÜBNAN	354	223	-36.9	1.500	0.3	1.562	0.3	4.1
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	120.613	0	0	94	0.0	95	0.0	0.6
DIĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	-7.782	0	0	529.118	100.0	597.835	100.0	13.0
AB (27) TOPLAMI	47.666	46.772	-1.9	228.643	43.2	223.912	37.4	-2.1
TOPLAM DERİ ve DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI	112.831	129.307	14.6	529.212	100.0	597.930	100.0	13.0

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

TÜRKİYE HALI İHRACATI

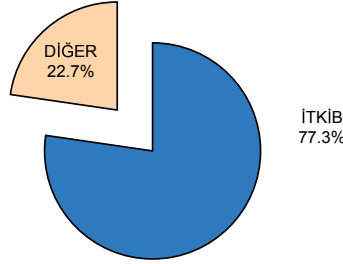
	2011 MAYIS 1000 \$	2012 MAYIS 1000 \$	DEĞİŞİM %	2011 OCAK - MAYIS 1000 \$	TOPLAM HALIDA PAY %	2012 OCAK - MAYIS 1000 \$	TOPLAM HALIDA PAY %	DEĞİŞİM %
SUUDİ ARABİSTAN	27,522	37,515	36.3	92,724	15.6	153,141	19.3	65.2
ABD	13,279	15,796	19.0	58,807	9.9	75,148	9.5	27.8
LİBYA	134	7,810	5,714.6	5,159	0.9	62,358	7.9	1,108.8
ALMANYA	7,310	6,440	-11.9	43,309	7.3	44,057	5.6	1.7
MISIR	570	5,653	891.6	5,094	0.9	32,884	4.1	545.5
IRAK	4,523	10,034	121.8	18,151	3.1	32,074	4.0	76.7
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	3,357	5,795	72.6	16,216	2.7	24,587	3.1	51.6
İNGİLTERE	4,596	5,775	25.6	22,426	3.8	23,068	2.9	2.9
RUSYA FEDERASYONU	2,123	3,811	79.5	13,580	2.3	18,885	2.4	39.1
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	1,861	4,266	129.2	6,521	1.1	14,515	1.8	122.6
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	65,275	102,895	57.6	281,987	47.4	480,716	60.6	70.5
POLONYA	2,704	2,820	4.3	14,026	2.4	14,063	1.8	0.3
UKRAYNA	1,530	1,879	22.8	13,145	2.2	13,264	1.7	0.9
KAZAKİSTAN	1,922	2,486	29.3	15,490	2.6	12,148	1.5	-21.6
BELÇİKA	3,284	2,473	-24.7	12,690	2.1	11,629	1.5	-8.4
KUVEYT	1,353	2,126	57.1	10,954	1.8	11,163	1.4	1.9
İSRAİL	1,109	1,800	62.4	8,967	1.5	11,054	1.4	23.3
ROMANYA	1,521	1,357	-10.8	9,165	1.5	10,735	1.4	17.1
İRAN (İSLAM CUM.)	1,640	1,646	0.3	12,091	2.0	10,441	1.3	-13.6
TÜRKMENİSTAN	2,526	2,436	-3.5	9,519	1.6	9,923	1.3	4.2
TACİKİSTAN	1,798	2,127	18.3	8,989	1.5	9,916	1.2	10.3
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	86,424	103,051	19.2	282,006	47.4	480,730	60.6	70.5
AFGANİSTAN	1,404	2,114	50.6	6,370	1.1	9,778	1.2	53.5
AZERBAYCAN-NAHÇİVAN	873	1,653	89.3	8,174	1.4	9,613	1.2	17.6
JAPONYA	2,449	3,104	26.7	10,664	1.8	9,235	1.2	-13.4
İTALYA	1,321	1,850	40.1	8,625	1.4	8,120	1.0	-5.9
ÇEK CUMHURİYETİ	1,986	5,303	166.9	6,021	1.0	7,817	1.0	29.8
GÜNEY AFRİKA CUMHURİYETİ	1,258	1,115	-11.3	7,411	1.2	7,712	1.0	4.1
CEZAYİR	1,627	1,514	-7.0	4,431	0.7	7,491	0.9	69.0
AHL SERBEST BÖLGE	2,058	2,370	15.2	6,819	1.1	7,052	0.9	3.4
KIRGIZİSTAN	1,380	1,583	14.7	5,331	0.9	6,981	0.9	31.0
MALEZYA	1,290	2,077	61.0	4,259	0.7	6,746	0.9	58.4
FAS	1,547	1,060	-31.5	4,941	0.8	6,293	0.8	27.4
AVUSTRALYA	1,574	2,409	53.1	4,779	0.8	6,138	0.8	28.4
KANADA	1,430	978	-31.6	4,495	0.8	5,992	0.8	33.3
FRANSA	7,715	1,123	-85.4	24,998	4.2	5,043	0.6	-79.8
İSVEÇ	457	1,184	159.3	3,118	0.5	4,776	0.6	53.2
KATAR	587	1,082	84.3	2,434	0.4	4,279	0.5	75.8
PAKİSTAN	757	648	-14.4	4,271	0.7	4,186	0.5	-2.0
BULGARİSTAN	1,012	979	-3.2	2,672	0.4	4,031	0.5	50.9
SLOVAKYA	72	259	257.9	773	0.1	3,912	0.5	406.3
AVUSTURYA	606	588	-3.0	3,579	0.6	3,321	0.4	-7.2
YEMEN	96	869	808.3	1,394	0.2	3,278	0.4	135.1
BOSNA-HERSEK	866	905	4.5	3,062	0.5	3,081	0.4	0.6
BREZİLYA	811	939	15.8	2,204	0.4	3,042	0.4	38.0
ENDONEZYA	373	815	118.6	2,201	0.4	2,972	0.4	35.0
KOSOVA	1,247	1,180	-5.4	3,245	0.5	2,881	0.4	-11.2
İSVİÇRE	1,192	403	-66.2	3,439	0.6	2,601	0.3	-24.4
UMMAN	237	774	227.0	1,968	0.3	2,585	0.3	31.4
LİTVANYA	1,955	85	-95.7	2,005	0.3	2,483	0.3	23.9
ŞİLİ	858	528	-38.5	2,487	0.4	2,397	0.3	-3.6
MACARİSTAN	186	229	23.0	2,129	0.4	2,216	0.3	4.1
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	163,765	9,057	-94.5	92	0.0	95	0.0	3.3
DIĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	-29,115	163,797	-662.6	594,778	100.0	793,241	100.0	33.4
AB (27) TOPLAMI	37,492	32,150	-14.2	172,748	29.0	158,170	19.9	-8.4
TOPLAM HALI İHRACATI	134,650	172,854	28.4	594,870	100.0	793,336	100.0	33.4

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

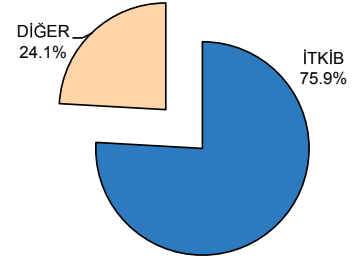
Ocak-Mayıs 2012

	İTKİB	DİĞER
KONFEKSİYON	77.3	22.7
TEKSTİL	50.2	49.8
DERİ	75.9	24.10
HALI	19.3	80.7
		57,460,767
İTKİB	7,661,909	
DİĞER	49,798,857	

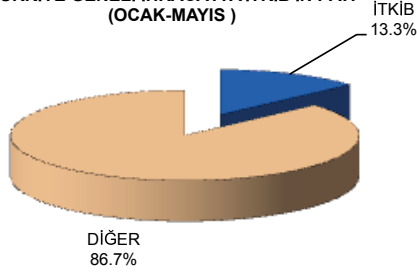
TÜRKİYE HAZIRGIYIM ve KONFEKSİYON İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-MAYIS)



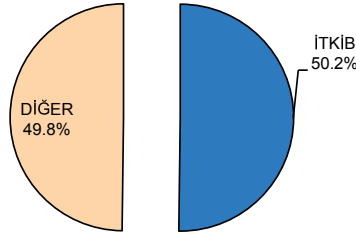
TÜRKİYE DERİ ve DERİ MAMÜLLERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-MAYIS)



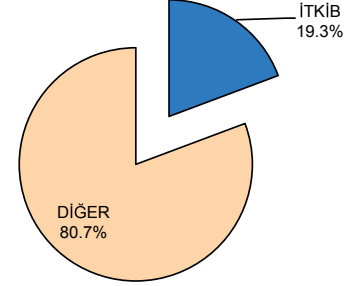
TÜRKİYE GENELİ İHRACATTA İTKİB'İN PAYI (OCAK-MAYIS)



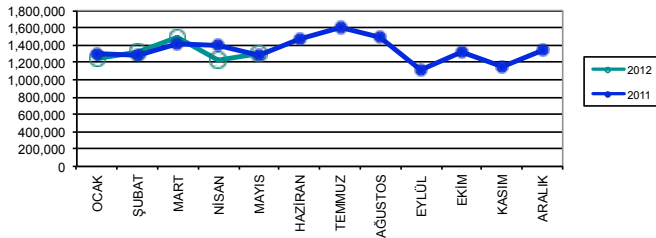
TÜRKİYE TEKSTİL ve HAMMADDELERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-MAYIS)



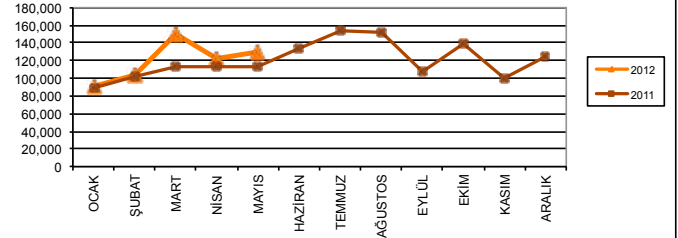
TÜRKİYE HALI İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-MAYIS)



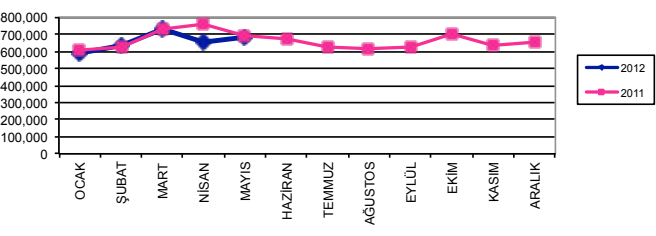
HAZIRGIYIM ve KONFEKSİYON İHRACATININ AYLIK SEYRİ



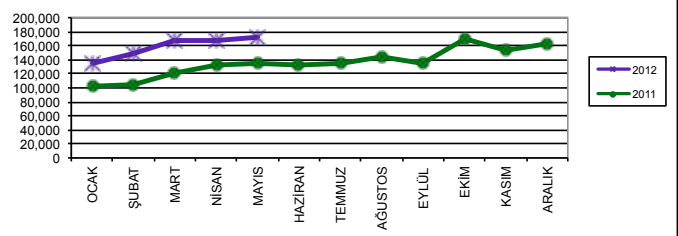
DERİ ve DERİ MAMÜLLERİ İHRACATININ AYLIK SEYRİ

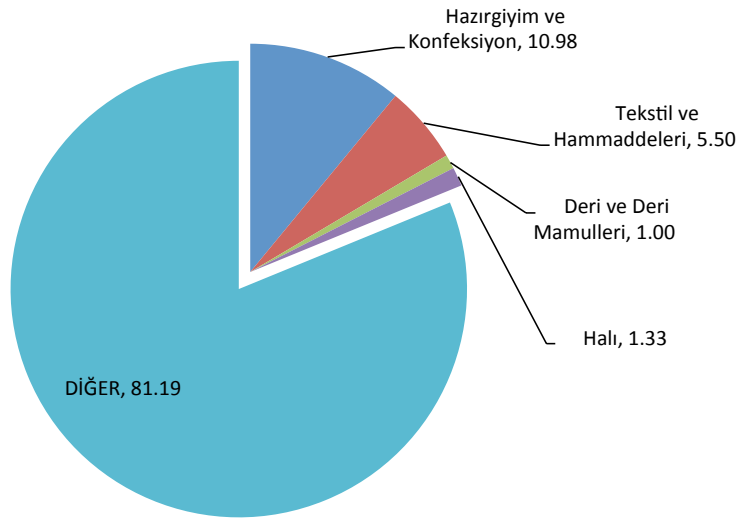


TEKSTİL ve HAMMADDELERİ İHRACATININ AYLIK SEYRİ



HALI İHRACATININ AYLIK SEYRİ





2011 AYLIK DÖVİZ KURLARI (TL)		
	\$	EURO
1 Ocak 2011	1.5476	2.0606
1 Subat 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 Subat 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	1.8011	2.2663
1 Temmuz 2012		
1 Ağustos 2012		
1 Eylül 2012		
1 Ekim 2012		
1 Kasım 2012		
1 Aralık 2012		

SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI - 1000 \$												
	MAYIS				OCAK - MAYIS				SON 12 AY			
	2011	2012	Değişim ('11/'10) (%)	Pay ('11) (%)	2011	2012	Değişim ('12/'11) (%)	Pay ('12) (%)	2010-2011	2011-2012	Değişim ('12:'11/'11-'10) (%)	Pay ('11-'12) (%)
I. TARIM	1,378,776	1,548,942	12.34	13.11	6,919,218	7,790,230	12.59	13.02	16,156,241	18,743,277	16.01	13.34
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	984,394	1,087,484	10.47	9.20	5,053,114	5,602,468	10.87	9.36	11,901,697	13,612,698	14.38	9.69
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mam.	461,757	478,325	3.59	4.05	2,049,637	2,476,230	20.81	4.14	4,486,610	5,884,521	31.16	4.19
Yaş Meyve ve Sebze	173,109	187,330	8.21	1.59	1,058,925	916,637	-13.44	1.53	2,301,188	2,193,494	-4.68	1.56
Meyve Sebze Mamulleri	84,775	98,915	16.68	0.84	432,307	475,748	10.05	0.80	1,142,280	1,247,832	9.24	0.89
Kuru Meyve ve Mamulleri	86,977	97,991	12.66	0.83	493,511	505,331	2.40	0.84	1,339,542	1,383,076	3.25	0.98
Fındık ve Mamulleri	120,484	130,032	7.92	1.10	620,262	665,415	7.28	1.11	1,665,520	1,804,814	8.36	1.28
Zeytin ve Zeytinyağı	15,627	15,622	-0.03	0.13	77,687	81,804	5.30	0.14	170,463	185,042	8.55	0.13
Tütün ve Mamulleri	33,865	73,200	116.15	0.62	279,241	442,734	58.55	0.74	728,841	840,615	15.34	0.60
Süs Bitkileri	7,799	6,069	-22.19	0.05	41,545	38,569	-7.16	0.06	67,254	73,309	9.00	0.05
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	113,125	129,315	14.31	1.09	527,306	651,596	23.57	1.09	1,113,641	1,542,888	38.54	1.10
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	113,125	129,315	14.31	1.09	527,306	651,596	23.57	1.09	1,113,641	1,542,888	38.54	1.10
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	281,257	332,142	18.09	2.81	1,338,799	1,536,167	14.74	2.57	3,140,903	3,587,690	14.22	2.55
Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri	281,257	332,142	18.09	2.81	1,338,799	1,536,167	14.74	2.57	3,140,903	3,587,690	14.22	2.55
II. SANAYİ	9,309,246	9,904,178	6.39	83.82	45,746,833	48,146,525	5.25	80.47	102,282,580	113,853,658	11.31	81.03
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	943,119	987,126	4.67	8.35	4,544,268	4,680,542	3.00	7.82	10,218,355	11,190,483	9.51	7.96
Tekstil ve Hammaddeleri	695,638	684,966	-1.53	5.80	3,420,186	3,289,276	-3.83	5.50	7,368,956	7,815,054	6.05	5.56
Deri ve Deri Mamulleri	112,831	129,307	14.60	1.09	529,212	597,930	12.98	1.00	1,425,364	1,548,311	8.63	1.10
Halı	134,650	172,854	28.37	1.46	594,870	793,336	33.36	1.33	1,424,035	1,827,118	28.31	1.30
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	1,380,216	1,499,036	8.61	12.69	6,555,753	7,338,265	11.94	12.26	14,140,803	16,548,050	17.02	11.78
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	1,380,216	1,499,036	8.61	12.69	6,555,753	7,338,265	11.94	12.26	14,140,803	16,548,050	17.02	11.78
C. SANAYİ MAMULLERİ	6,985,911	7,418,015	6.19	62.78	34,646,812	36,127,718	4.27	60.38	77,923,422	86,115,125	10.51	61.29
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1,288,370	1,298,232	0.77	10.99	6,682,781	6,567,860	-1.72	10.98	15,522,488	16,038,816	3.33	11.41
Otomotiv Endüstrisi	1,655,309	1,657,833	0.15	14.03	8,435,271	8,435,152	0.00	14.10	18,333,657	20,120,945	9.75	14.32
Gemi ve Yat	86,506	47,607	-44.97	0.40	632,696	338,474	-46.50	0.57	1,300,048	1,027,455	-20.97	0.73
Elektrik - Elektronik Mak. Bilişim	868,874	1,065,386	22.62	9.02	4,170,704	5,041,724	20.88	8.43	9,893,816	12,055,603	21.85	8.58
Makine ve Aksamlar	419,826	484,292	15.36	4.10	1,930,816	2,212,468	14.59	3.70	4,539,805	5,180,986	14.12	3.69
Demir ve Demir Dışı Metaller	535,672	572,737	6.92	4.85	2,581,340	2,651,529	2.72	4.43	5,743,668	6,353,484	10.62	4.52
Çelik	1,330,886	1,350,818	1.50	11.43	6,426,539	6,640,070	3.32	11.10	13,936,441	15,508,963	11.28	11.04
Çimento Cam Seramik ve Toprak	291,741	304,470	4.36	2.58	1,296,026	1,304,060	0.62	2.18	3,159,997	3,169,281	0.29	2.26
Mücevher	101,321	155,624	53.60	1.32	581,412	859,411	47.81	1.44	1,318,649	1,742,290	32.13	1.24
Savunma Sanayii	60,877	129,869	113.33	1.10	283,519	476,657	68.12	0.80	696,697	1,076,983	54.58	0.77
İklimlendirme Sanayii	337,656	341,722	1.20	2.89	1,588,909	1,563,466	-1.60	2.61	3,410,299	3,766,776	10.45	2.68
Diğer Sanayi Ürünleri	8,872	9,426	6.24	0.08	36,799	36,847	0.13	0.06	67,856	73,541	8.38	0.05
III. MADENCİLİK	321,492	363,299	13.00	3.07	1,468,455	1,524,242	3.80	2.55	3,724,600	3,918,805	5.21	2.79
Madencilik Ürünleri	321,492	363,299	13.00	3.07	1,468,455	1,524,242	3.80	2.55	3,724,600	3,918,805	5.21	2.79
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat					54,239,105	59,833,376	10.31	100.00	122,947,885	140,511,905	14.29	100.00
T O P L A M (*)	11,009,514	11,816,419	7.33	100	54,239,105	59,833,376	10.31	100	122,947,885	140,511,905	14.29	100

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

■ BİRLİKLER

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@trnet.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@birlesismarkalar.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: 0 216 536 87 72
Faks: 0 216 467 47 62
e-mail: ifad@ifad.com
İnternet: www.ifad.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: tgdsd@tgdsd.org
İnternet: www.tgdsd.org

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

Türkiye Triko Sanayicileri Derneği (TRİSAD)
Tel: 0 212 438 06 60
Faks: 0 212 438 00 98
e-mail: demek@trisdad.org
İnternet: www.trisdad.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@tur.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 (İSBİ)
Tel: 0 212 465 00 65 (3hat)
Faks: 0 212 465 00 68

Çorlu Avrupa Serbest Bölge Müdürlüğü
Tel: 0 282 692 10 54 (4hat)
Faks: 0 282 691 10 59

İstanbul Deri ve Endüstri Serbest Bölge Müdürlüğü
Tel: 0 216 394 21 28
Faks: 0 216 394 12 53
İstanbul Trakya Serbest Bölge Müdürlüğü
Tel: 0 212 789 60 00 (20 hat)
Faks: 0 212 789 29 23
e-mail: istrakyasb@superonline.com

■ GÜMRÜKLER

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Ketenden Doğan Kaliteli Yaşam



En modern teknoloji ile en seřkin keten üretimi...

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

Keten ipliğinin en büyük üreticisi Kingdom, uzun senelerdir dünyanın kaliteyi arayan 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