

İTKİB HEDEF 225

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

15 EYLÜL - 15 EKİM 2012

TÜRKİYE'NİN DEVLERİ
PREMIERE
VISION'DA

IFW
DÜNYANIN
BEKLEDİĞİ
GÖSTERİ
BAŞLIYOR

ISSN: 1309-579X

RUSYA
PAZARI
CPM'LE
CANLANDI

TEŞEKKÜRLER TÜRKİYE!



YENİ PROCUT D 8001 (8.0 cm)
Yüksek Katlı Otomatik Kesim Makinası (Cutter)

3'ÜNCÜ HİBM

(ASKERİYE)

KOZA BIAT

ACAR TEKSTİL YAĞIZ

DİNATEKS

T.G GARMENTS

ÇAK TEKSTİL ADIL IŞIK

EROĞLU GİYİM EREKS TEKSTİL

MERCEDES BENZ SIK MAKAS (CROSS) APS TEKSTİL

BAYKAN MODA EREN TEKSTİL SATAKHA LTD. AS DİZAYN

AKTAŞ KONF. ERIŞ GİYİM TAYEKS YENİ TEKSTİL EREKS GAP TEKSTİL CRISPINO JUNIOR JEANS

KARAVAJ / DILLO

GES KONF. ÇELİKLER

AKKUŞ TEKSTİL BEBETTO ASKONTEKS TEKSTİL ATLAS GİYİM BATEKS ÇAĞLA GİYİM ERYILMAZ KONFEKSİYON

DEVANLAY EREN DODAN TEKSTİL EDİRNE GİYİM FARBE TEKSTİL GHS / ÖZ TEKSTİL HELSAKAM HUGO BOSS

İLBERK TEKSTİL KAYRA TEKSTİL KOSTÜM GİYİM LAFEM LARA TEKSTİL LARA TURİZM TEKSTİL LAY TEKSTİL

MİMTEKS / RAST MODA TEKSTİL / SASSOFONO PARK BRAVO (FOLK GİYİM) ROTEXS TEKS. SABRİ ÖZEL SARAR GİYİM SEÇİL

ETEK SELİN-FEZAYİR AKSU TAHA GROUP TUVA TEKSTİL TWIST GİYİM / İPEKYOL ÇGS TEKSTİL ÜNLÜ TEKSTİL VURAL GİYİM

BİLSAR TEKSTİL MERTEX MİNTAY TEKSTİL ÖZTAY TEKSTİL / ABBATE ATOMİK TEKSTİL BAHA TEKSTİL BEYMODA (TAMTEKS)

EREN / DEVANLAY (LACOSTE) GÜRSEL / YAR TEKSTİL KOTONTEKS A.Ş. MAKRO TEKSTİL TEKSTİL SPOT TEKS. SUN TEKSTİL

ŞAHİNLER MENSUCAT ŞEYKAT TEKSTİL TENEKS TEKS. TURAN TEKSTİL TUVAL TEKSTİL ÜNİTEKS GIDA ÜNİTEKS TEKSTİL

YEŞİM TEKSTİL MERT İLKEM GÜNDEM GİYİM FETİH TEKSTİL A TEKSTİL TAHA GRUP AS TEKSTİL AYSOY TEKSTİL BARCO TEKSTİL

TEKS-TEAM KARADAŞLAR TEKSTİL SENE TEKSTİL / PETİTO BEBE GÖKHAN TEKSTİL ÇAĞLAYAN KOLTUK DONAT

(YEREKONMAZLAR) İSTİKBAL MOBİL YA MERİNOS NOVA REKLAMCILIK BOSTAN'S SEYRAN-KOLTUK BURO TİME UZ DONG YANG

AKDÜLGER AUNDE TEKNİK LEAR TEKNİK LEAR TRIM MARTUR SÜNGER TEKNİK MALZEME AYKO İÇ GİYİM

ÇELTEKS TEKSTİL EKO TEKSTİL KOM TEKSTİL BENEK TEKSTİL MENDÜBLÜ SELGA TEKSTİL TEN ÇAMASIRLARI

BERRAK ÇAMASIR LARA İÇ GİYİM ÇUHADAROĞLU F.C. ALKA TEKSTİL PATSAN PATİK KİEL KOLTUK

TED-BER

HAMARATLI

BATEKS

MİNE BEBE

İNNOVA

İSTEXS



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

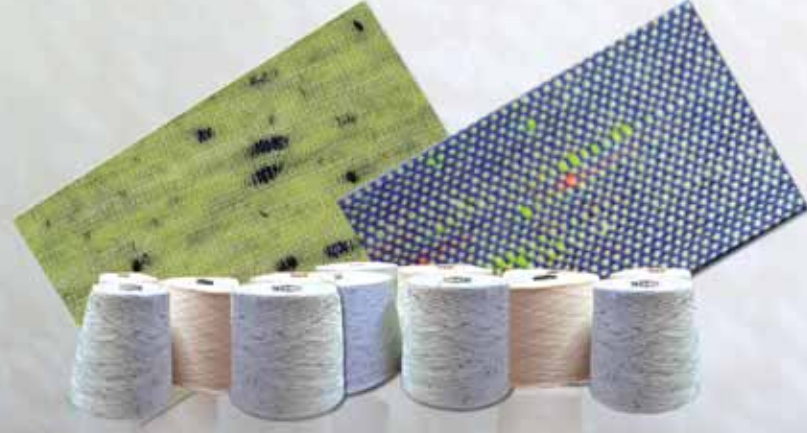
%100 KETEN İPLİK



Naturel Tekstil

NEON VE MULTI COLOR NOPELİ İPLİKLER

- %80/20 Polyester / Pamuk Nope
- %95/5 Pamuk/Polyester Neon Nope
- %95/5 Viskon/Polyester Neon Nope
- %95/5 Pamuk/Polyester Multicolor Nope
- Ve Diğerleri....



KARIŞIMLI İPLİKLER

- %70/30 Pamuk / Keten
- %80/20 Viskon / Keten
- %80/20 Polyester/Keten
- %85/15 Viskon/Yün
- %90/10 Viskon/İpek
- %85/15 Viskon/Angora
- Ve Diğerleri....

**VİSKON MELANJ
POLYESTER/VİSKON MELANJ
VE
FLAMLİ İPLİKLER**



Naturel Tekstil San. ve Dış. Tic. Ltd.Şti
Turgut Reis Mah. Tekstil Kent A-23 Blok D 25 34235 Esenler / TÜRKİYE
Telefon:0212 438 20 90 (pbx) / Faks:0212 438 20 94
info@natureltextile.com / www.natureltextile.com

5 iyinin tedarikçisi

İyi kalite

İyi servis

İyi sorumluluk

İyi fiyat

İyi inovasyon



İnce ipliğin uzmanı



Jiangsu Shenghong Science And Technology Co.,LTD



www.shenghongtec.com

Mail:fiber@shenghongtec.com

Tel: 0086-512-63517352

0086-512-63517310

Fax:0086-512-63517309

Adres:Textile Technology Area, Shengze, Wujiang City, Jiangsu Province, China

İÇİNDEKİLER

28

IFW: DÜNYANIN BEKLEDİĞİ
MODA GÖSTERİSİ BAŞLIYOR

7'NCİ SEZONUNDA DA BÜYÜK YANKI UYANDIRMASI BEKLENEN İSTANBUL FASHION WEEK İÇİN GERİ SAYIM NEREDEYSE BİTTİ. MODA HAFTASININ HEYECANLA BAŞLANGIÇ TARİHİNİ BEKLEYEN MODASEVERLER, TÜRK MODA VE TASARIMININ HAZİNESİYLE KARŞILAŞMAYA HAZIR.

**FUAR:** TEKSTİLCİLER
PREMIERE VISION'DA

18

FUAR: 'TEKSTİL ADASI' İÇİN
ÇALIŞMALAR SÜRÜYOR**SEKTÖR:** İŞ GARANTİLİ
EĞİTİM DÖNEMİ BAŞLIYOR

40

FUAR: UZAKDOĞU
DERİCİLERİN KADRAJINDA

72

EĞİTİM: İTKİB OKULLARI
MARATONA BAŞLADI

SAHİBİİstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri adına
Selçuk GÖKART**DANIŞMA KURULU**Hikmet TANRIVERDİ, İsmail GÜLLE,
Lemî TOLUNAY, İbrahim YILMAZ**YAYIN KURULU BAŞKANI**

Bırol SEZER

YAYIN KURULUSabri Sami YILMAZ, Selahattin SARI, Nilgün ÖZDEMİR,
Jale TUNÇEL, İsmail KOLUNSAĞ, Okyay MIZRAK,
Şahin DOĞAN, İdris AKDOĞAN, Efsane TURAN,
Özcan SÜMER, Sultan TEPE, Ömer ÖZPEHLİVAN,
Derya YARANGÜMELİ, Muammer AKÇAY, Riva PANTO,
Didem SUMER, Vehbi CANPOLAT, Cengiz ÖZMEN,
Ferzat ERDEBİL, Arzu ODABAŞI SARI, Hüseyin ÇETİN,
Ali Cafer ÇELİK, Yücel ELİBOL, Zalı MISIRLIOĞLU,
Uğur UYSAL, Bülent ÖZOZAN, Hazım EVRENGİL**YAZI KURULU**

Cemal BAYAZIT, Esin USTA, Hüsnüye GÖKART

YÖNETİM YERİÇobançeşme Mevkii Sanayi Cad. Dış Ticaret Kompleksi
34530 Yenibosna-İstanbul
TEL: (0212) 454 02 00
FAKS: (0212) 454 04 15
WEB: www.itkib.org.tr
e-mail: info@itkib.org.tr**YAPIM****KÜÇÜK MUCİZELER**

Küçük Mucizeler Yayıncılık ve İletişim Hizmetleri Ltd. Şti.

YAYIN DİREKTÖRÜTolga TOPÇU
tolgatopcu@kucukmucizeler.com**SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ**Hüsne PAMUK
husnepamuk@kucukmucizeler.com**GRAFİK TASARIM**Uğur KARAGÜL
ugurkaragul@kucukmucizeler.com**EDİTÖRLER**Bahtiyar ORHAN
bahtiyar@kucukmucizeler.com
Aslı KARAKAYA
aslikarakaya@kucukmucizeler.com**FOTOĞRAFLAR**Fatih YALÇIN
fatihyalcin@kucukmucizeler.com
Sadık GÜLEÇ**PAZARLAMA İLETİŞİMİ****REKLAM GRUPO DİREKTÖRÜ**Özgür SEYHAN
ozgurseyhan@kucukmucizeler.com**REKLAM SATIŞ KOORDİNATÖRÜ**Özgür HASÇELİK
ozgurhascelik@kucukmucizeler.com**BASKI-CİLT**MATSİS Matbaa Hizmetleri Ltd. Şti.
Tevfik Bey Mh. Doktor Ali Demir Cd. No: 51 Sefaköy-İstanbul
TEL: (0212) 624 2111**DAĞITIM**

Tele Kurye

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

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

İLETİŞİMŞehit Ertuğrul Kabataş Cad. Bozkır İş Merkezi
No:12 Kat:2 D:6 Mecidiyeköy-İstanbul
(0212) 211 68 53 - 73

44

FUAR: RUSYA
PAZARI CPM'LE CANLANDI**YARIŞMA: TEKNİK
TEKSTİLLER YARIŞIYOR**

22

6 KISA

14 İTKİB

20 SEKTÖR

İTKİB'İN KONUĞU JAPON
TEKSTİL DEVİ OLDU

24 SEKTÖR

İHKİB ÜRDÜN'LE TİCARETİN
KAPILARINI ARALİYOR

26 TİCARET HEYETİ

İHKİB'LE YENİ PAZARLARA

34 FUAR

DERİ SEKTÖRÜ
FUARLARLA BÜYÜYOR

60 İMA

İMA'NIN KONUĞU DİLEK
HANİF VE ATIL KUTOĞLU

62 RÖPORTAJ

"REKABET İÇİN MARKA
TESCİLİ ŞART"

68 FUAR

MILANO UNICA İÇİN
ÇALIŞMALAR DEVAM EDİYOR

82 "MODA

RAHAT GİYİM KRAVATIN
TAHTINI SALLIYOR

86 FUAR

AYSAF'TAN İHRACATA
DEV KATKI

90 YATIRIM

TEŞVİK GEZİLERİ
DOĞUDAN BATIYA UZANDI

94 ETKİNLİK

TOZLU RAFLARDAN
PODYUMA

96 TİCARET HUKUKU

ŞİRKET SAHİPLERİNE YENİ
TTK'DAN HABER VAR

98 MODA

PARİS'İN SİHIRLI ELİ
İSTANBULA DOKUNDU

102 BRÜKSEL MEKTUBU

AB EKONOMİSİ
EKŞİYE GİDİYOR

106 GÖSTERGELER

KISA KISA

Beymen ile ofiste göz kamaştırın

Beymen Club, 2012-13 Sonbahar-Kış Koleksiyonu'nda sunduğu tasarımlarla ofis şıklığına farklı bir yorum getiriyor. Buklet kumaşlı takımlar ve kombinlerin tamamlayıcısı aksesuar seçenekleriyle hem rahat hem de şık bir görünüm sunan koleksiyon, çalışanların kurtarıcısı oluyor. Günden geceye uzanan bir şıklık sunan modeller detaylarıyla fark yaratıyor. Yeni koleksiyonunda dik yakalı, kırçilli, saç örgüsü dokulu kazak modelleriyle kombinlere sportif bir hava da katan Beymen; fuşya, narçiçeği, yeşil ve pastel tonlarla kadınların içini ısıtacağı benziyor.



Sarar'la modern ve çarpıcı görünün



Özgün çizgileri ve yaratıcı koleksiyonları ile moda tutkuncularının vazgeçilmezi olan Sarar, yeni sezonda da modern, çarpıcı ve yepyeni bir kadın yaratıyor. Geometrik desenli trikolar ile boy gösteren Sarar kadınının şıklığı bu kış da göz kamaştırıyor. Bu sezonun favori renkleri oranj tonları ile toprak tonlarının kombinasyonundan oluşurken; tüvit takımlar kadınların dolabındaki yerini alıyor. Yeni sezonda rahatlığı ve şıklığı bir arada sunan ipek gömlekler ile zarif elbiselerin yanı sıra dantel işlemeli etek ve ceket takımları da mevcut.

KIYAFETLER, ÇANTALAR, AYAKKABILAR 2012-2013 SONBAHAR/KIŞ KOLEKSİYONLARIYLA SAHNEYE ÇIKIYOR. SONBAHAR AYLARINDAN SOĞUK KIŞ GÜNLERİNE, İŞ YEMEKLERİNDEN ÖZEL DAVETLERE; BİRBİRİNDEN MODERN ÜRÜNLER ALICILARINI BEKLİYOR.



Haremlique İstanbul'un ikinci yakasında

Osmanlı motiflerini modern çizgilerde ev tekstiline taşıyan Haremlique Akaretler, Ankara, Alaçatı, New York, Beyrut ve Riyad'tan sonra altıncı mağazası ile yüzünü tekrar İstanbul'a çevirdi. Kentin birbirinden farklı renklerini barındıran Suadiye'de hizmet vermeye başlayan Haremlique markasının ortaklarından Caroline Koç, "Zarafet ve rahatlığın bir arada sunulduğu koleksiyonları, gelenekselden hareket eden çağdaş tasarımlar ve titiz bir işçilikle hazırlayan Haremlique markamız ile kuruluşundan bugüne her adımda daha da genişleyen ürün yelpazemizi Suadiye'de meraklıları ile buluşturacağız" dedi.

İpekyol'dan lükse yeni bir yorum

Lüksün yeniden yorumlandığı ve yepyeni bir ruha büründüğü İpekyol'un yeni sezon koleksiyonlarında mücevher tadında üç boyutlu işlemler ve aplikeler öne çıkıyor. Her biri bir ressamın fırça darbesi kadar özel olan baskıları ile sanatın büyü-sünün modayla harmanlandığı yeni sezonda, sonbaharın sakin, dingin ve koyu renkleri ile parlak renkler sofistike desenlerle tüm parçaları birbirine bağlıyor. Bordo, kırmızı, cobalt mavi, yeşil, lacivert, siyah, ekru, cımel, pudra, taş ve vizon sezonun renk paletinde öne çıkarken; kumaşlarda ipek, yün, cashmere, jarse, viskon, kadife ve coton kullanımları yer alıyor.





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

KISA KISA

1960'ların renkleri geri döndü

Yeni sezonu jean'leriyle renklendirmek ve baştan aşağı tek bir aykırı renge bürünmek isteyenler, aradığı tüm tonları Mavi'de bulacak. Bu sezon, 1960'ların dolgun, kendini hemen belli eden hardal sarısı, karamel, pas rengi, kiremit, şarap kırmızısı, orman yeşili, lacivert ve granit renkleri Mavi jean'leri kuşatıyor. Bir rengin farklı tonlarını bir araya getirerek yaratılan "ton sur ton" stil, özellikle baharat renklerine çok yakışıyor. Mükemmel renkleriyle Lindy, Bella ve Serena kadınların; Martin ve Pierre ise erkeklerin gardırobunda yerini alıyor.



'Bir algılama ve değişim yolculuğu'



Çalık Denim, dünyaca ünlü modacı Ümit Ünal danışmanlığında hazırladığı 2014 İlkbahar-Yaz koleksiyonunu 11 Eylül Salı günü Garaj İstanbul'da düzenlediği etkinlikte tanıttı. "Bir algılama ve değişim yolculuğu" temasıyla hazırlanan koleksiyonda; durumların, fikirlerin ve kıyafetlerin algı dünyasında oluşturduğu değişim ve yansıma Denim Classic, Denim Vintage, Denim Delux ve Non-Denim temaları ile Çalık Denim'in kadrajından yeni bir perspektifle anlatılıyor.



Beyler Kişili ile kışa hazır

Abdullah Kişili, tüm detaylarında kaliteyi bulabileceğiniz yepyeni Sonbahar-Kış koleksiyonu ile sizi

farklı kılmaya devam ediyor. Kişili gömlekler, şıklık ve rahatlığı bir arada sunarken, deri kol aplikeli ceketler ile kombin tamamlanıyor. Yağmurlu havalarda dizlere kadar koruyucu özellik sağlayan kapüşonlu trençkotların yanı sıra, yün karışımların ve nano kumaşların ön planda tutulduğu koleksiyonda klasikleşmiş ribanalı montlar, balıksırtı, ekose gibi çeşitli desenlerde farklı iç çalışmaları ile sezona başlıyor.

Kadife pantolonlar ve trikolarla sıcacık bir kış



Dockers®, kadife pantolonları ve trikolarının dikkat çektiği yeni kış sezonu koleksiyonuyla yine iddialı. Modern erkeği öne çıkaran koleksiyon, Dockers®'ı kentli erkeğin vazgeçilmez markası haline getiriyor. Yeni konseptin en önemli parçalarından birini oluşturan Dockers® D1 dar kesim ve D2 standart kesim kadife pantolonlar, bu kış erkekleri hem soğuktan koruyacak hem de canlı bir görüntüye kavuşturacak. Dinamik ve tarz sahibi erkekler için tasarlanmış trikolar da geniş model ve renk seçenekleriyle erkeklerin beğenisine sunuluyor.



akmaz® barkod

Barkod yazılar



El terminali & Barkod okuyucu



Termal Transfer Ribonlar



Yıkama Talimatları



akmaz[®]
Barcode Solutions & Supplies

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



KISA KISA

Bu halılar stresi alıyor



İstikbal StressFree adımı verdiği halısı ile görseelliğin yanı sıra stresi azaltmaya yardımcı özelliğiyle de sağlığa yatırım yapıyor. Anti-statik ve anti-stres özellikleri sayesinde stresin ve negatif enerjinin vücuttan uzaklaştırılmasını sağlamaya yardımcı olan StressFree, İstikbal'in Ar-Ge ekibi tarafından, vücutta biriken statik elektriğin deşarj edilmesi gerçeğinden yola çıkılarak geliştirildi. Ürünlerdeki desenlerin koltuklar ile konsept bütünlüğü sağlaması da de evlere ayrı bir şıklık katıyor. Evinizin dekorasyonuna uyan ve renk renk, çeşit çeşit konsept bütünlüğü taşıyan İstikbal halılar odalarınızda yerini almaya hazır.



Londra'nın kış bahçelerinden davet var

ÇİFT Geyik Karaca'nın siyaset ve iş dünyasının beğeni-sine sunduğu ve sıra dışı klasiklerin yer aldığı 2012-2013 Sonbahar-Kış Koleksiyonu, Londra'nın meşhur kış bahçelerinden Regent's Park'ta hazırlandı. Takım elbisede siyah ve lacivert renklerinin dışında bir de kendinden desenli kumaşlar yer alırken; Cerruti'nin kumaşları da bu yeni koleksiyonla birlikte kullanılmaya başlandı. Bayların gömleklerinde flanel ve kadife detayları göze çarparken, bayan koleksiyonunda mavi, mor ve kırmızı renkler ön planda.



Penti'den 'global marka' adımı

Penti, azımlık hisse satışına yönelik olarak yatırım fonu Carlyle Group ile sözleşme imzaladı. Bu ortaklıkla global bir marka olmayı hedefleyen Penti'nin söz konusu işlemine Pragma Kurumsal Finansman aracılık etti. Penti, Türkiye'deki 155 mağazasının yanı sıra, 16 ülkede 39 ayrı mağazada satış yapıyor. Penti'nin İngiltere, İtalya ve Çin'de de ofisleri bulunuyor. Türkiye ince kadın çorabı pazar payının yüzde 45'ine sahip olan Penti, Avrupa'nın en büyük ilk 5 üretici firması arasında yer alıyor.ac suscipit sit amet, viverra eget lacus. Sed dui risus, lacinia vel.

Yalınlık ve zarafet bir arada

2012 Sonbahar/Kış Koleksiyonu'nda, kadımsı detayları romantik ve sofistiktik esintilerle harmanlayan Journey, koleksiyonda, yalınlık ve zarafet, lüks ve kaliteyi bir araya getirdi. Tüm giyim ürünlerinde kullanım kolaylığı sağlayan kumaşlar ufak detaylar ile hareketlenirken, klasikleşen takımlar artık birbirleriyle rahatlıkla match edilebilecek. Bu sezon takımlarda aynı kumaştan yapılmış kıyafetler yerine, parçaları tek tek kullanarak çok farklı çizgiler oluşturulabilecek özel bir koleksiyon Journey takipçilerini bekliyor olacak.



Mükemmelliğe Açılan Fermuar



KISA KISA

Sonbaharı canlı renklerle karşılayın

Faik Sönmez 2012/2013 Sonbahar-Kış sezonunda yaz aylarının havasını kışa taşıyor ve kış sezonunda koleksiyonunu renklerle donatıyor. Ana renklerde elektrik mavisi, tarçın, kırmızı, yeşil ve mercan gördürken, orange ve sarı tasarımların sıcaklığı da Faik Sönmez kış koleksiyonuna canlılık katıyor. Çizgilerin, floral ve leopar desenlerin hareket kattığı Faik Sönmez Sonbahar-Kış koleksiyonunda desenler desenlerle, renkler renklerle birlikte sunuluyor. Çiçek desenleri, ekoseler, denim pantolonlar, baskılı bluzlar, örme kumaşlardan elbiseler ve tunikler spor grubun rahatlığını simgeliyor. Bej, bordo ve yeşil renklerdeki gabardin pantolonlar ise sezon başı için ideal.

Natura Bebek'ten yıkanabilir bebek bezi



Yıkanabilir bebek bezi BabyNeo ile yola çıkan ve yetişkinler için de üretim yapmaya başlayan Natura Bebek Tekstil, Türkiye'de yılda 5 milyar kullanılıp atılan bez tüketildiği bilgisini vererek, yıkanabilir bebek bezi kullanımının artması gerektiğini kaydetti. Avrupa ve Amerika'da 18-20 senedir kullanılan bu bezler, Türkiye'de 3 sene önce tanıtılmaya başlandı. Yıkanabilir bebek bezi yüzde 100 kumaştan üretiliyor ve bebeğe zarar verebilecek hiçbir kimyasal bulunmadığının garantisini olan Öko-Tex 100 Standardının Class 1 sertifikasına sahip.

Hotiç'ten cesur ve kadınsı bir merhaba



Hotiç 2012/2013 Sonbahar-Kış koleksiyonu, 60'lı yılların neşeli enerjisini, 50'lerin kum saati formlarındaki kadınsılığını ve günümüzün rahatlık peşindeki yenilikçiliğini bir arada sunuyor. Koleksiyon, farklı olmayı seven, özgür bir rahatlığı tercih eden Hotiç kadınının her ruh halini bütünlüyor. Saks mavisinin enerjisi, taba tonlarının sıcaklığı, kış beyazı tonlarının tazeliği ve kırmızının vazgeçilmez çekiciliği ile sonbahara merhaba diyen koleksiyon, siyahlar, derin lacivertler, kadınsı vino, mürdüm ve antrasit tonları ve metalik yansımalar; 60'lar sınıfı, army chic, metropolis ve retro elegance 4 ana konseptiyle kendini gösteriyor.

Her ortamda Network şıklığı

NetWork 2012-2013

Sonbahar/Kış Kadın Koleksiyonu, tarzını kendine özgün bir stille yansıtmak isteyenlere pek çok alternatif sunuyor. NetWork'de bu sezon, neon paltolar, geometrik kesimler, şifon gömlekler, kaşmir ceketler, skinny pantolonlarla kombinlenen fermuar detaylı tüvit ceketler sezonun öne çıkan görüntüleri arasında yer alıyor. Erkek koleksiyonunda ise ekoseli aksesuarlar, büyük deri çantalar, eskitilmiş parkalar, trençkotlar ve renkli denimler dikkatleri üzerine çeken ürünler arasında. Ofis ortamından şık bir davete, hafta sonu aktivitelerinden sosyal yaşamın her anına hitap etmeyi başaran koleksiyonlar, giyimden, aksesuar ve parfüme uzanan çeşitliliği ile NetWork stilini hayatın her anına taşıyor.





ET AŞKININ YENİ ADI

beeves
butcher&steakhouse

Beeves, etlerini Kars ve Gebze deki kendi özel çiftliklerinde yetiştirip, dry age sistemi ile dinlendirdikten sonra siz değerli misafirleri için kömür ateşinde Arjantin tarzı kişiye özel pişme dereceleri ile servise sunuyor. Aynı zamanda vermiş olduğu kasap hizmeti ile de mutfaklarınıza konuk oluyor.

www.beevesteak.com



Tel: 0212 5602227-5602256
Mail: info@beevestk.com

Etin
en iyi kırmızısı
Ataköy Marina
Park'ta



Yatırımda alışkanlıklar değişiyor

Merkez Bankası'nın imalat sanayii işyerlerinde yaptığı anket, son bir yılda sanayicinin yatırım eğiliminin giderek gerilediğini ortaya koydu. Gelecek 12 ayda daha fazla sabit sermaye yatırımı öngören işyerlerinin geçen yıl ağustos ayında yüzde 35,6 olan üretim değeri ağırlıklı oranı, bu yıl aynı ayda yüzde 27,5'e kadar indi. Yatırımı kısma eğilimindeki işyerlerinin oranı ise yüzde 13,1'den yüzde 16,9'a çıktı. İyimser sanayicilerin nisanda yüzde 19,5 olan oranı da son dört ayda 9 puana yakın düşüşle yüzde 10,6'ya kadar geriledi. İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi ise çevre ülkelerde yaşanan siyasi gelişmeler ve çatışmalar ile Avrupa'da yaşanan krizin birçok sektörde olduğu gibi tekstil sektöründeki yatırımcıları da yatırım konusunda temkinli davranmaya ittiğini belirtti. Sektörde daha çok teşvikli bölgeler için yatırım yapmayı planlayanların olduğunu söyleyen Tanrıverdi, bu sebeplerden dolayı bir durgunluk olduğuna dikkat çekti. Tanrıverdi, ancak ekonomiye bir canlılık geldiğinde ve çevre ülkelerdeki olaylar bittiğinde yatırımların hızlı bir şekilde devam edeceğini düşündüğünü söyledi.

“Factoring ihracat artışını etkiler”

TİM ihracatçıların farklı finansman ihtiyaçlarını karşılamaları ve finansman anlamında yaşadıkları sorunları paylaşmaları amacıyla gerçekleştirdiği toplantılara, Factoring Derneği ile devam etti. Factoringin ihracatçılar tarafından yeterince bilinmediğinin belirtildiği toplantıda amacın factoringi özellikle KOBİ'lere anlatmak olduğu vurgulandı. Toplantıya TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi'nin yanı sıra Factoring Derneği Başkanı Zafer Ataman, yönetim kurulu üyeleri ve Eximbank Genel Müdürü Hayrettin



Kaplan katıldı. Büyükekşi, ihracatçıların finansman kabiliyetini geliştirmenin ihracat artışına doğrudan etkisi olduğuna vurgu yaparak, “ihracat alacaklarının tahsilinde büyük önemi olan factoringin ihracatçılar tarafından yeterince bilinmediğini düşünüyoruz. Amacımız factoringi özellikle KOBİ'lere anlatmak” dedi. Factoring Derneği

Başkanı Zafer Ataman da konuşmasında, Türkiye'de factoringe olan ilginin gittikçe artmasından mutluluk duyduklarını söyledi. Türkiye ticaretinin yüzde 6'sına denk gelen bir hacim ve 71 milyar liralık ciro ile faaliyet gösterdiklerini hatırlatan Ataman, factoringe yönelik birtakım önyargıların tamamen yanlış olduğunu ifade etti.

Başarı, değişmeyi bilenindir



İş dünyasının vazgeçilmez markası

Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği Başkanı İbrahim BURKAY
Ege Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkanı Emre KIZILGÜNEŞLER
Denizli İhracatçı Birlikleri Başkanı Süleyman KOCASERT



DAMAT



Londra'da Türk tasarımcı rüzgarı

Çok sayıda tasarımcının ilkbahar-yaz 2013 koleksiyonlarını sunduğu defilelerle başlayan Londra Moda Haftası, Bora Aksu ve Erdem Moraloğlu gibi Türk tasarımcılarını ağırladı. Moda Haftası'nda Burberry, Paul Smith, Vivienne Westwood gibi ünlü markaların da aralarında bulunduğu çeşitli markalar ve modacılar, yeni koleksiyonlarını 70'den fazla defileyle tanıttı. İTKİB Genç Moda Tasarımcıları Yarışması'yla adını duyuran isimlerden biri olan Bora Aksu'nun son koleksiyonu moda duayenlerinden tam not aldı. Aksu'nun Londra'daki Somerset House'da düzenlenen defilesinde, ipek ve saten kumaşlardan tasarladığı krem, beyaz, sarı ve açık mavi tonlarındaki elbiseleri dikkat çekti.

Çorap sektörü ihracatını artırıyor

Çorap Sanayicileri Derneği Başkanı Hüseyin Öztürk, Türkiye'nin yıllık 2,2 milyar çiftin üzerinde çorap ürettiğini ve Türk çorap sanayisinin yılda 2 milyar doların üzerinde işlem hacmi sağladığını belirtti. Türkiye'nin ürettiği çorapların yarısından fazlasını ihraç ettiğini ifade eden Öztürk, sektörde faaliyet gösteren 2 binin üzerindeki atölye ve fabrikada, doğrudan 70 bin, yan sanayi ve hizmet sektörü ile birlikte 110 bin kişiye istihdam sağladığını söyledi. Öztürk, sektörün yıllar içinde hem ihracattaki hem de hazır giyim ve örme giyim içindeki payını istikrarlı bir şekilde artırdığına vurgu yaparak, "Sektör 2011 yılı sonu itibarıyla ihracatını 1,1 milyar dolar seviyesine çıkardı" şeklinde konuştu.



'Tekstilin bugünü ve yarını' bu konferansta

16 Ekim Salı günü Marriott Asia İstanbul Hotel'de gerçekleşecek "Tekstilin Bugünü ve Yarını" başlıklı konferans, tekstil sektöründeki sürdürülebilirlik, yenilikler, yatırımlar ile bunların etkileri ve bütünlüğüne dikkat çekecek. LASİAD, OTİAD, BATİAD, DENİB VE UIB tarafından desteklenen etkinlikte EKOTEKS Genel Müdürü Nilgün Özdemir'in de aralarında olduğu çok sayıda isim konuşmacı olarak yer alacak. CTN Centre'nin organizatörlüğünü üstlendiği konferans, katılımcı firmaların verimliliğini ve rekabetçiliğini geliştirmeleri için onlara stratejik bilgiler verecek.



Başarı, değişmeyi bilenindir



İş dünyasının vazgeçilmez markası

Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği Başkanı İbrahim BURKAY
Ege Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkanı Emre KIZILGÜNEŞLER
Denizli İhracatçı Birlikleri Başkanı Süleyman KOCASERT



DAMAT

YENİ TEŞVİK PAKETİ KAPSAMINDA ŞANLIURFA'YA YAPILACAK YATIRIMLARDAKİ AVANTAJLAR VE BÖLGENİN OLANAKLARI 27 EYLÜL'DE İHKİB VE ŞANLIURFA OSB TEMSİLCİLERİ TARAFINDAN GERÇEKLEŞEN TOPLANTIYLA MASAYA YATIRILDI.



'TEKSTİL ADASI' İÇİN ÇALIŞMALAR SÜRÜYOR

İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), yeni teşvik paketi ile ilgili çalışmalarını sürdürüyor. 27 Eylül'de Şanlıurfa Organize Sanayi Bölge temsilcilerini ağırlayan İHKİB, rekabet gücünü artırmayı ve teşvik paketinden yararlanılmasını sağlamayı amaçlıyor. İHKİB'in ev sahipliğinde Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleşen ziyarette Şanlıurfa Organize Sanayi Bölge Müdürü Remzi İnalı, Şanlıurfa Ticaret ve Sanayi Odası Yönetim Kurulu Üyesi Bekir Atlas ve Karacadağ Kalkınma Ajansı Şanlıurfa Yatırım Destek Ofisi Koordinatörü Yunus Çolak yer aldı. İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Tanrıverdi, İHKİB Sektör Kurulu Başkanı Ahmet Akbalık, İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri Nilgün Özdemir, Cem Altan, Selahattin Sarı ve İTKİB temsilcilerinin bulunduğu toplantıda Şanlıurfa'ya yatırım yapmanın avantajları ve bölgenin sunduğu olanaklar anlatıldı. Yatırım Destek Ofisi Koordinatörü Yunus Çolak Şanlıurfa'ya yatırım yapmanın avantajları ve bölgenin sunduğu olanaklar ile ilgili sunum gerçekleştirirken, genel değerlendirmelerin ardından tekstil adası ile ilgili detaylar incelendi. Toplantıda ayrıca Şanlıurfa'nın Türkiye'nin Ortadoğu'ya açılan kapı durumunda olması, 6'ncı bölgede bulunan lojistik açısından en avantajlı il olması gibi konular da görüşüldü.

Bedelsiz arsa için talepte bulunulacak

Toplantıda Şanlıurfa'nın Türkiye'nin nüfus bakımından en büyük dokuzuncu ili olduğunu vurgulayarak, pek çok konuya değindi. Şanlıurfa nüfusunun yüzde 70'inin 30 yaşın altında bulunduğunu belirten Çolak, şu anda da birçok tekstil firmasının faaliyette olduğunu söyleyerek sunumun ardından örnek bir yatırım tutarı üzerinden sağlanan vergi indirimleri, SGK primleri ve diğer teşvikler üzerinde değerlendirme yaptı. Genel değerlendirmelerin ardından Şanlıurfa II. Organize Sanayi Bölgesi arsasında tekstil adası olarak ayrılan bölgenin

yerleşim planı üzerinden detaylıca incelendiği toplantıda şu anda taslak olarak planlanan 36 parselden 15-16 parselin ya da tamamının hazır giyim ve konfeksiyon işletmelerine tahsis edilmesinin düşünüldüğü belirtildi.

Tekstil adası toplu bir yatırım olarak değerlendirildiğinde bir indirim uygulanabileceğinin belirtildiği toplantıda Şanlıurfa OSB Müdürlüğü'nden resmi yazı ile bedelsiz arsa temini için talepte bulunulmasına karar verildi. Talebe olumlu cevap alınması durumunda, İstanbul'da basın toplantısı, tanıtım çalışması ve talep toplanmasının planlaması yapıldı.



face to innovation

DENIM



DÜNYANIN ÖNDE GELEN TEKSTİL KİMYASALLARI VE ELYAF, İPLİK, KUMAŞ ÜRETİCİ JAPONYA MERKEZLİ TORAY INTERNATIONAL YETKİLİLERİ 27 EYLÜL PERŞEMBE GÜNÜ İTHİB TEMSİLCİLERİNİ DİŞ TİCARET KOMPLEKSİ'NDE ZİYARET ETTİ.



İTHİB'İN KONUĞU JAPON TEKSTİL DEVİ OLDU

Dış pazarlarla olan ilişkilerinde tekstil sektörünü yakından ilgilendiren kurum ve kuruluşlarla bağlantı halinde olan İTHİB'in son konuğu Toray International yetkilileri oldu. Toray International Inc.'nin Başkanı Hiroshi Honji, ikinci Başkanı Shinichi Koizumi, Merkez Ofis Genel Müdürü Kei Shimaji, Asya ve Gelişmekte Olan Ülkeler Pojesi Genel Müdürü Shigekazu Suenaga ve Avrupa Ofisi Genel Müdürü Hideki Hirabayashi, İstanbul İrtibat Ofisi'nin Ülke Sorumlusu Alper Ensari 27 Eylül tarihinde İTHİB temsilcileri ile Dış Ticaret Kompleksi'nde bir araya geldi. Toray International, Inc.'in İstanbul İrtibat Ofisi'nin resmi açılış dolaısıyla Türkiye'ye gelen firma yetkilileri, söz konusu toplantıda İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Vehbi Canpolat, İTKİB Genel Sekreteri Selçuk Gökart ve Genel Sekreter Yardımcısı Esin Usta ile görüştü. Toplantıda Türkiye-Japonya tekstil ve konfeksiyon ticaretini güncel istatistiklerle ele alan İTKİB Genel Sekreterliği temsilcileri, İTKİB'i ve faaliyetlerini tanıtan, Türk tekstil ve konfeksiyon sektörünün güncel durumu ile ilgili bilgi veren

bir sunum yaptı. 2023 sektörel ihracat hedefine ulaşılabilmesi için Türkiye açısından birinci önceliğin katma değeri yüksek mallar üretmek ve ihraç etmek olduğunu belirten İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri, böylesi ürünleri yapabilmek için hammaddeye ihtiyaç duyulduğunu belirtti. Görüşmede İTKİB Genel Sekreterliği temsilcileri, Türkiye'nin dünyanın önde gelen tekstil ve konfeksiyon ihracatçılarından biri olmakla birlikte, ülkede naylon üreticisi bulunmadığı, polyester iplik üretiminin de yeterli olmadığı, buna karşın dikkate değer bir tüketim olduğu ve bu konularda Türkiye'de yatırımın düşünülebileceğine dikkat çekti. Bu anlamda Toray grubundan Türkiye'yi sadece mal satılacak bir ülke değil, aynı zamanda yatırım yapılacak bir ülke olarak görmeleri istendi.

Toray'dan yıllık 22 milyar dolarlık ciro

Toray, International, Inc. yetkilileri de global olarak grubu, faaliyet konularını ve yatırımlarını ayrıntılı bir şekilde anlattı. Temsilciler, Toray grubunun elyaf ve tekstil ürünleri açısından hazır giyim pazarı için iş gelişi-

mi, endüstriyel kullanımlar için iş gelişimi, politikalar ve orta vadeli iş stratejilerini de katılımcılara aktardı. Grubun elyaf ve tekstil işi ile ilgili pozisyonu, hazır giyim, otomobil hava yastıkları ile ilgili kumaş üretimi ve bebek bezi ile pedler için polipropilen spunbond üretimi konusundaki çok uluslu yapılanması ile gelecek planları, sunumun diğer ana başlıkları oldu. Toray International, Inc. yetkilileri toplantıda, yıllık 22 milyar dolar değerinde cirosu olan grubun Japonya dışında Çin, Malezya, Endonezya, Kore, Çin Halk Cumhuriyeti ve İngiltere'de üretim tesisleri bulunduğunu, ciro içinde en büyük payı ise tekstil ürünlerinin aldığını dile getirdi. Global bir firma olduklarını ifade eden Toray yetkilileri, Almanya, İtalya, Romanya gibi ülkelerde ofisleri olduğunu, potansiyel gördükleri bölge ve ülkelerde ofis açma ya da ortaklık kurma / yatırım yapma yoluna gittiklerini, Türkiye'yi de coğrafi konumu nedeniyle Ortadoğu, Türki Cumhuriyetler ve Doğu Avrupa'ya dağıtım için ofis açmayı uygun bulduklarını belirtti. Toplantı her iki tarafın iyi niyet ve işbirliği dilekleri ile sona erdi.



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

YARIŞMA

TEKNİK TEKSTİL PROJELERİ YARIŞIYOR

İTHİB, BU YIL İLKİNİ DÜZENLEYECEĞİ “TEKNİK TEKSTİL PROJE YARIŞMASI” İLE YENİLİKÇİ FİKİR ARAYIŞININ EN BAŞARILI ÖRNEĞİNİ ORTAYA KOYACAK. 17 EKİM’DE İTKİB İTA’DA GERÇEKLEŞECEK FİNAL GECESİNDE ÖN ELEMEDEN GEÇEN ALTI PROJE SEKTÖRLE BULUŞACAK.

Birbirinden renkli yarışmalara imza atan İTHİB, 17 Ekim’de İTA’da bu yıl ilkini düzenleyeceği “1. İTHİB-İTA Teknik Tekstil Proje Yarışması”yla sektörün dikkatini teknik tekstiller konusuna çekmeyi amaçlıyor. Yarışma ile teknik tekstil alanında projeler üreten gençlerin önünü açmaya hazırlanan Birlik, sektördeki yenilikçi fikirler arayışını da sürdürecektir. Katılımcılar teknik giysiler, tıbbi giysiler, zirai tekstiller, inşaat tekstilleri, koruyucu tekstiller, nonwoven ve taşıt tekstilleri gibi alanlara yönelik tasarladıkları ürünleriyle yarışmaya katılacak. Tasarımcıların öğrenci ve profesyonel ve/veya uygulayıcı olmak üzere iki kategoride yarışacağı etkinlikte, gençleri sürpriz hediyeler bekliyor. “1. İTHİB-İTA Teknik Tekstil Proje Yarışması”nın Türkiye’de bir ilk olduğunu ifade eden İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi ve İTHİB-İTA Teknik Tekstil Yarışması Jüri Başkanı Sultan Tepe bu yarışma ile İTA’nın katkıları ile üzerinde çalışılan projelerden ürünler de elde edileceği ifade ediyor.

Sektörün dikkati teknik tekstile çekilecek

İTA bünyesinde bulunan ileri teknoloji laboratuvarlarını kullanarak, yarışacak projelerden ürünler üretileceğini ifade eden Sultan Tepe, 17 Ekim’de yapılacak final gecesi ile hem projelerin tanıtımı hem de 1. seçilerek ödül-

lerin dağıtılacağını belirtti. Tepe, “Ayrıca tüm dünyada tekstilin geleceğinin teknik tekstiller olduğu anlaşıldı ve bu ürünler konusunda inanılmaz büyük çalışmalar yapıyor. Birçok ülke bu alandaki çalışmalarını devlet politikası haline getirmiş durumda. Eğer sektörün ve yetkililerimizin dikkatini buraya çekebilirsek ülkemizde bu pastadan pay alabilir” diyor

Üniversite sanayi işbirliği şart

Üniversitelerin yapmış oldukları çalışmalar ile teknik tekstiller konusunda az da olsa bir bilinç düzeyi oluştuğunu belirten Sultan Tepe, bu konuda üniversitelerde başarılı projelere de rastladıklarına dikkat çekiyor. Teknik

tekstiler konusunda üniversitelere çok iş düştüğüne değinen Tepe, bu konudaki diğer yükün de devlet ve sektörümüzün üzerine düştüğüne vurgu yapıyor. Düzenleyecekleri bu yarışma ile İTA’nın da bu anlamda sektör için önemini de vurgulamak istediklerini söylüyor. Kalkınma Bakanlığı’nın hazırlayacağı 2014-2018 Kalkınma Planı’na yönelik yapılan toplantıda teknik tekstil ile ilgili görüşlerini paylaştığını ifade eden Tepe, toplantıda da teknik tekstil sektörünün önemini vurguladığını ifade ediyor. Devletin teknik tekstil çalışmalarını desteklemesi durumunda çok olumlu sonuçların yakalanacağına da vurgu yapıyor.



“1. İTHİB-İTA Teknik Tekstil Proje Yarışması”, 17 Ekim akşamı İTKİB İTA Eğitim Araştırma ve Danışmanlık Ltd. Şirketi’nin Tekstil Park’taki yerleşkesinde gerçekleşecek.

1. İTHİB-İTA teknik tekstil PROJE yarışması



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

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

Daha fazla bilgi için inovasyon@permess.com.tr

Permess
International

a world of textile innovation...

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



ÜRDÜN HAZIRGIYIM AKSESUARLAR VE TEKSTİL İHRACATÇILARI BİRLİĞİ (JGATE) İHKİB TEMSİLCİLERİYLE BİR ARAYA GELDİ. İKİ ÜLKE ARASINDAKİ TİCARİ İLİŞKİLERİN DEĞERLENDİRİLDİĞİ TOPLANTIDA, OLASI İŞBİRLİĞİ FIRSATLARI DA MASAYA YATIRILDI.

İHKİB ÜRDÜN'LE TİCARETİN KAPILARINI ARALYIYOR

İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, Yönetim Kurulu Üyeleri Ruşen Çetin ve Jale Tunçel'in ev sahipliğinde gerçekleşen görüşmeye JGATE Yönetim Kurulu Başkanı Mohammad Khouma, Başkan Yardımcısı Adel Tawileh, Yönetim Kurulu Üyeleri Dina Khayyat, Samir Maqdash, Farhan Ifram ve Bay Husam Saleh katıldı. İki ülke arasındaki ticari ilişkilerin değerlendirildiği toplantıda olası işbirliği fırsatları da masaya yatırıldı. Birlik Başkanı Mohammad Khouma, yaptığı sunumda iki ülke arasında ticari anlamda karşılıklı potansiyelin söz konusu olduğunu,

ancak bunun tam olarak kullanılmadığına dikkat çekti. Heyet, Ürdün ile Türkiye'nin işbirliği yapması halinde Türk ürünlerinin ABD'ye, Ürdün mallarının da AB ülkelerine ihracatında önemli bir avantaj yakalanabileceğini söyledi. Heyet bu anlamda ortaklık, lisans anlaşması ve benzeri işbirlikleri konusunda Türkiye ile masaya oturmaya çok istekli olduklarını belirtti. Heyetin bu talebi sonrasında İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi de konunun sektöre aktarılacağını ifade etti. İHKİB Yönetim Kurulu Üyelerinin Ürdün'de hazır giyim ve konfeksiyon üreti-

mi konusundaki tecrübelerini de aktardıkları toplantıda, üretim maliyetlerinin artmakta olduğu konusundaki eleştirilere, Ürdün İhracatçılar Birliği'nin maliyetleri arttırmama konusunda çabaları olduğu kaydedildi.

Aksesuarlar konusunda işbirliği talebi

Görüşme esnasında Mohammad Khouma, geçen yıl Ürdün'de bir moda haftası düzenlediklerini, 5 yıl önce kurdukları Design Center'ın 3 yıldır aktif olarak tasarımcılar yetiştirdiğini kaydetti. Bu tasarımcıların ürünleri ile Moda Haftası'na iştirak eden İtalyan tasarımcıların ürünleri karşılaştırıldığında, İtalyan tasarımların aksesuarları dolayısıyla daha zengin durduğunu fark ettiklerini belirten Khouma, dolayısıyla konfeksiyon aksesuarları konusunda yatırım ve işbirliklerine ihtiyaç duyduklarını ifade etti. Khouma, Ürdün'ün kumaş ithalatında Türkiye'nin payının düşüklüğünü de gündeme getirerek, Ürdün firmalarına Türk tekstil firmalarının potansiyelini göstermek adına Ürdün'de sergi ve benzeri tanıtım etkinliklerinin yapılmasını önerdi. JGATE'nin sektörel tanıtım filminin de izlendiği toplantı karşılıklı iyi niyet ve işbirliği temennileri ile sona erdi.



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

TİCARET HEYETİ

İHKİB, HER YIL DÜZENLİ OLARAK GERÇEKLEŞTİRDİĞİ TİCARET HEYETİ PROGRAMINDA 2013 YOL HARİTASINI ŞİMDİDEN ÇİZMEYE BAŞLADI. OTİAD, LASİAD VE MESİAD İŞBİRLİĞİYLE KENDİ MARKALARINA SAHİP FİRMALAR İSE LİSTENİN BAŞINDA YER ALIYOR.



İHKİB'LE YENİ PAZARLARA

Avrupa ülkelerinde yaşanan kriz sonrasında yeni pazar arayışlarını sürdüren İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), 2013 yılında düzenleyeceği ticaret heyeti programlarını OTİAD, LASİAD ve MESİAD ile işbirliği çerçevesinde gerçekleştiriyor. Söz konusu işbirliği çerçevesinde 24 Eylül Pazartesi günü OTİAD yetkilileri ile bir araya gelen İHKİB temsilcileri önümüzdeki yıl gerçekleştirecekleri ticaret heyetlerinin detaylarını görüştü. Ticaret heyeti programları kapsamında gerçekleştirilen toplantıya İHKİB Yeni Hedef Pazarlar Komitesi ve Pazarlama Stratejileri Başkanı Mustafa Gültepe, İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri Fatih Yarkin, Cem Altan, Nilgün Özdemir, OTİAD Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Hikmet Ünal, Yönetim Kurulu Üyesi Mehmet Kesim ve Genel Sekreter Sami Kurt ile İTKİB Genel

Sekreterliği'nden temsilciler de katıldı. Farklı ve henüz Türkiye pazarını tamamen tanımamış ülkeleri göz önünde bulunduran İHKİB, toplantıda ticaret heyeti programlarına kendi markasına sahip firmaları öncelikli olarak götürmeyi planladığını kaydetti. Avrupa'daki pazarın daralmaya başlaması sürecine kadar Almanya, İngiltere, İtalya, İspanya, İskandinav ülkeleri gibi yerlere öncelik veren İHKİB, önümüzdeki yıl Japonya, Rusya, Ukrayna, Afrika, Güney Kore gibi ülkelere yönelecek.

Avrupa pazarı giderek daralıyor

Konuyla ilgili Hedef Dergisi'ne açıklama yapan İHKİB Yeni Hedef Pazarlar Komitesi ve Pazarlama Stratejileri Başkanı Mustafa Gültepe, 2013 yılında düzenleyecekleri ticaret heyeti programlarının çalışmalarını için

şimdiden harekete geçtiklerini kaydetti. Avrupa'daki pazarın gittikçe daraldığını göz önünde bulundurduklarını söyleyen Gültepe, programlarında önümüzdeki yıl yeni pazarlara ve denizaşırı ülkelere gidileceğini ifade etti. Ticaret heyeti programlarında geçtiğimiz senelerden farklı olarak tekstile aç ve Türkiye'yi henüz tanımayan ülkeleri hedeflediklerini kaydeden Gültepe, Japonya, Rusya, Ukrayna, Afrika ve Güney Kore'yi örnek gösterdi. Gültepe sözlerine şöyle devam etti: "OTİAD, LASİAD ve MESİAD ile birlikte öncelikle Afrika'ya düzenlemeyi düşündüğümüz ticaret heyeti programlarında Türkiye'nin tanıtımını yapmak istiyoruz. Öncelikli olarak Türkiye'de kendi markasıyla üretim ve satış yapan firmalarımızı programa dahil edeceğiz. Türkiye'nin tanıtımının bu şekilde daha sağlıklı gerçekleşeceğini düşünmekteyiz."

afaf

444 20 61

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

äFä

fermuar / düğme





DÜNYANIN BEKLEDİĞİ MODA GÖSTERİSİ BAŞLIYOR

7'NCİ SEZONUNDA DA BÜYÜK YANKI UYANDIRMASI BEKLENEN İSTANBUL FASHION WEEK İÇİN GERİ SAYIM NEREDEYSE BİTTİ. MODA HAFTASININ HEYECANLA BAŞLANGIÇ TARİHİNİ BEKLEYEN MODASEVERLER, TÜRK MODA VE TASARIMININ HAZİNESİYLE KARŞILAŞMAYA HAZIR.

Moda

severlerin heyecanla beklediği, 10-13 Ekim tarihlerinde 3 No'lu Antrepo'da gerçekleşecek olan İstanbul Fashion Week (IFW) için hazırlıklar tamamlandı. Yerli ve yabancı basın ilgi odağı haline gelen IFW, 7'nci sezonunda önekilere göre çok daha iddialı. Etkinlik kapsamında defileleriyle göz dolduracak tasarımcı ve markaların da açıklanmasıyla heyecan son noktaya kadar ulaşmış durumda. Geçtiğimiz temmuz ayında 2013 yılından itibaren yola dünyaca ünlü organizasyon şirketi IMG ile devam edeceğini açıklayan organizasyon, 7. dönem IFW etkinliğinde IMG'nin pilot çalışmaları içinde imkan sağlayarak, önümüzdeki dönemler için ipuçları verecek.

11 Eylül Salı günü sektör duayenlerini Edition Hotel'de bir araya getiren IFW Basın Toplantısı'nda da 7'ncisi düzenlenecek olan etkinlik için herkesin şimdiden hazır olduğu belirtildi. İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, IFW Komite Başkanı Volkan Atik, Birleşmiş Markalar Derneği Yönetim Kurulu Üyesi

Sinan Öncel, Moda Tasarımcıları Derneği Başkanı Mehtap Elaidi ve İstanbul Moda Akademisi Direktörü Seda Lafçı'nın da aralarında bulunduğu toplantıda Tanrıverdi moda, tasarım ve üretime yönelik ortak bakış açılarıyla bugüne geldiğinin altını çizdi. Etkinlik kapsamında yer alacak marka ve isimlerden bahseden IFW Komite Başkanı Atik, 7'ncisi gerçekleşecek IFW için çok heyecanlı olduklarını belirtti. Saat 21.30'a kadar defilelerin süreceğini ifade eden MTD Başkanı Mehtap Elaidi, tasarımcıların IFW'ye 1 ay kala tüm koleksiyonlarını hazır ettiklerini söyledi. Samimi ve eğlenceli bir havada geçen basın toplantısında sektör duayenleri 'İstanbul Fashion Week' yazılı güneş gözlükleri ile keyifli pozlar verdi.

Her dönem ayrı bir heyecan

Bu sene IFW'ye ilk kez katılım gösteren ünlü moda tasarımcısı Hakan Akkaya, bu organizasyonun tasarımcıların Türkiye'de kısıtlı imkanlarla ne kadar güzel işler ya-

TÜM TASARIMCI VE MARKALAR HEYECANLA BEKLENEN KOLEKSİYONLARINI, GÖRSELLİKTE SINIR TANIMAYAN DEFİLELERLE MODA HAFTASINDA SERGİLEMEYE HAZIR.



pabileceğini ortaya koyduğunu; bu sayede tasarımcıların tanınmasına ve önlerinin açılmasına aracı olduğunu belirtirken; Deniz Kaprol ise müşteri ve satış noktalarını arttırabilmenin, doğru hedef kitleye sesleniyor olmanın IFW ile gerçekleşeceğini kaydetti. Adil Işık Group Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı ve Tasarım Direktörü Zehra Işık, her sezon markalar ve tasarımcılar daha deneyimli olsa da; ilk kez gerçekleşiyormuş gibi aynı heyecan ve duyguları yaşadıklarını dile getirirken; Triko Mısırlı Genel Müdürü Cengiz Enginler ise, IFW'nin tasarımcı ve markalarının yurtdışında tanınma ve bilinirliklerine yaptığı katkının önemli bir unsur olduğuna değindi.

IFW sahnesi bu isimlerle dolacak

7'nci kez düzenlenecek olan IFW'nin tasarımcı ve marka isimleri şu şekilde: Moda Tasarımcıları Derneği Başkanı Mehtap

Elaidi, Gamze Saraçoğlu, Özgür Masur, Simay Bülbül, Özlem Kaya, Tuvana Büyükcınar, Niyazi Erdoğan, Nejla Güvenç, Gül Ağış, Studio Kaprol, Atıl Kurtoglu, Hatice Gökçe, Erol Albayrak, Jale Hürdoğan, Deniz Kaprol, Şafak Tokur, Dilek Hanif, Çiğdem Akın, Günseli Türkay, Zeynep Erdoğan, Elif Cıgızoglu, Nihan Buruk ve Hakan Akkaya solo defileleriyle katılırken, karma defilelerle yer alacak genç tasarımcılar ise şöyle: Nihan Peker, Ayhan Yetgin, Songül Cabacı, Selim Baklacı, Nil Kandemir, Selma State, Emre Erdemoğlu, Tuba Benian ve Ayşe Deniz Yeğin. Adil Işık, Avva, Giovane Gentile, Triko Mısırlı, Damat ve Collezione ise 7. IFW'de yer alacak Türk markaları. Çalışmaların neredeyse tamamlandığı 3 No'lu Antrepo'da bu yıl IFW rüzgarının bambaşka eseceği öngörülüyor.

“Hazır giyim herkese hitap eden bir sektör”

Bu sene 7'ncisi gerçekleşecek olan IFW'ye ilk kez katılan ünlü moda tasarımcısı Hakan Akkaya, organizasyondan çok umutlu olduğunu söyledi. IFW'nin her yıl daha da iyiye gittiğini belirten Akkaya, bu organizasyonun tasarımcıların Türkiye'de kısıtlı imkanlarla ne kadar güzel işler yapabileceğini ve bu sayede tasarımcıların tanınmasını, önlerinin açılmasını sağladığını ifade etti. Akkaya, “IFW sayesinde tasarımcılar artık koleksiyonlarını Avrupa standartlarına taşıdılar ve yine bu sayede her geçen sezon Türkiye'de moda daha da ileri gidiyor. Hazır giyim herkese hitap eden bir sektör olduğu için IFW, hazır giyime yön veriyor; diğer taraftan hazır giyim tasarımı insanlarla buluşturuyor. Bu sayede de Türkiye de hazır giyim sektörü dünya moda arenasında modern ve yaratıcı tasarımlarla kendine güzel bir yer buluyor. Bence bu çok olumlu bir gelişme. Bu sayede bundan sonra dünyadaki moda başkentlerinden biri de İstanbul olabilir. Benim sergileyeceğim defilede ise ziyaretçileri çok büyük sürprizler bekliyor.”

Moda Tasarımcısı Deniz Kaprol ulusal ve uluslararası basın katılımının her zaman ki gibi tasarımcılar için çok önemli olduğunu belirtti. Aslında gerçek hedefin, Türk ve yabancı alıcıların defilelere gelmesi

olduğunu söyleyen Kaprol, kendisi için en önemli noktanın bu olduğunu ifade etti. Müşteri ve satış noktalarını arttırabilmenin, doğru hedef kitleye sesleniyor olmanın bu şekilde gerçekleşeceğini kaydeden Kaprol, bu yıl ki IFW den yabancı alıcılar ve basın konusunda beklentileri olduğunu söyledi. IFW'nin ilk günkü organizasyonu ile şimdiki organizasyonu arasında çok büyük farklar olduğunu söyleyen Kaprol, ulusal ve yabancı basın anlamında çok ciddi bir farkındalığa erişilmiş olduğunu kaydetti. “IFW'nin Türk modasındaki tasarımcı ve markaları artık daha doğru bir şekilde temsil edebildiğini düşünüyorum” diyen Kaprol, her geçen yıl, mesajların daha net ve doğru bir şekilde verildiğini söyledi. Uluslararası moda takvimine girmiş olmanın da büyük bir önemi olduğuna değinen Kaprol, IFW'nin artık yurtdışı ve yurtdışında moda sektöründe olan herkes tarafından takip edildiğinin altını çizdi. “Hazır giyim sektörü ilk defa kendi ülkesinde, kendini anlatmak için bir platforma sahip oldu. Var olmanın bir parçası da kendini gösterebilmekle ilgili. Bu sektörde yer alan tüm tasarımcılar ve markalar, modanın içinde yer aldıklarını, tasarım gücüne sahip olduklarını ilk defa bu organizasyonda gerçek anlamda gösterebildiler. Daha doğrusu Türk modasını tanımlayabildik diyebiliriz. Diğer bir önemi ise, uluslararası platformlarda, gerek basın gerekse sektörel olarak ülkede yer alan sektörde ki herkes kendini ifade edebildi.” diyen Kaprol, IFW ile İMG işbirliğinin hazır giyim sektörünü uluslararası arenaya ne kadar doğru bir şekilde taşıdığına göstergesi olduğunu söyledi. İMG'nin, tüm dünya üzerinde gerçekleştirdiği moda organizasyonlarına bir de İstanbul'u eklemek istediğini vurgulayan Kaprol, bunun markaların doğru ve güzel bir şekilde yansıtıldığının kanıtı olduğunu belirtti. Kaprol, İMG'nin IFW'yi kendi içindeki markalarla birlikte çok önemli platformlara taşıyacağını düşündüğünü ifade etti. Kaprol, sergileyeceği defile hakkında ise şunları söyledi: “Ölümden sonrasında yanıt arayan bir defile bu. Doğumdan ölüme giden süreci tersine işleyeceğim bu defilede yer alan tasarımlarımı DNA kodlarından esinlenerek gerçekleştirdim. Ölümden geri dönen kişinin

7'NCİ SEZONDA IMG'NİN PİLOT ÇALIŞMALARIYLA MODA SEVERLERİN KARŞISINA ÇIKACAK OLAN IFW, GELECEKTEKİ SEZONLARI İÇİN İPUÇLARI VERECEK.

yaşadıklarını tersine işleyerek anlatacağım. Defile müzikleri Los Angeles'ta yaşayan Türk besteci Hasan Özsüt tarafından besteleniyor, kısa filmi ise FTV sponsorluğunda çekiyoruz.”

“Moda organizasyonları artık İstanbul'da”

Adil Işık Group Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı ve Tasarım Direktörü Zehra Işık İstanbul Fashion Week'in her dönem gelişme kaydediyor olsa da dünyada yapılan örnekler baz alındığında daha çok yol kat etmesi gereken bir etkinlik olduğunu söylüyor. Bu durumun kendileri tarafından da paralel ilerlediğini belirten Işık, bu sezon için mekan seçiminin çok isabetli bir karar olduğunu da sözlerine ekliyor. Her sezon markalar ve tasarımcılar daha deneyimli olsa da; ilk kez gerçekleşmiş gibi aynı heyecan ve duyguları yaşadıklarını dile getiren Işık, 7'nci sezonun önceki organizasyonlara göre daha profesyonel olacağını ifade ediyor. Işık “Biz Adil Işık olarak İstanbul Fashion Week'e adL+Cengiz Abazoğlu kapsül koleksiyonumuzla 3'üncü kez katılıyoruz. İlk etkinliklerin ardından organizasyonun kendini geliştirdiği ve ilerlettiği aşikâr. Bunun yanı sıra birçok tasarımcı ve markanın yine de dahil olmaktan çekindiğini, akıllarında soru işaretlerinin olduğunu biliyoruz. Ancak eğer Türk modasını bir yere taşımak istiyorsak bazı zorluklara hep beraber göğüs germeliyiz ve IFW'yi daha üst platformlara taşımalıyız.” Hazır giyim tüketicilerinin moda da duyarlı kişiler olmasına katkıda bulunmasının yanı sıra IFW'nin aynı zamanda, Türk hazır giyim sektörünün dünyada tanınmasını destekleyecek doğru bir adım olduğunu söyleyen Işık, dünya üzerinde “moda” denildiğinde akla ilk gelen Paris, Londra, Milano ve New York şehirlerinde yapılan organizasyonların artık İstanbul'da da gerçekleştiğinin altını çiziyor. Işık, IFW'nin yanı sıra hazır giyim sektöründeki gücünü de arkasına alarak; dünya modasına yön verilmesini ve moda şehirleri arasında İstanbul'un da adının geçmesini sağlayabilecek bir etkinlik olduğunu vurguluyor. İstanbul Fashion Week'in önümüzdeki yıldan itibaren dünyaca ünlü IMG ajans ile kurduğu işbirliği hakkında



Başladığı günden bu yana başarılı bir şekilde yoluna devam eden IFW, yeni dönemde de dünyanın dört bir yanından moda severleri aynı çatı altında buluşturacak.

da düşüncelerini açıklayan Işık; “Uluslararası arenada daha fazla söz sahibi olmasını, daha başarılı ve profesyonel bir organizasyon olmasını sağlayacak doğru bir işbirliği adımı atıldığını düşünüyoruz” diyor. Cengiz Abazoğlu ile beraber hazırladıkları 3'üncü koleksiyonlarını moda severlerle buluşturu-

racıklarını söyleyen Işık, ‘Deep Dream’ adlı koleksiyon ile IFW ziyaretçilerini okyanusun derinliklerine uzanan, mavi yolculuğa çıkarmaya hazırlanıyor. Gece kıyafetleri ve casual parçaların yanı sıra ilk kez mayo ve bikini tasarımların da yer aldığı koleksiyon ile heyecanlı bir defile izleyicileri bekliyor.



CENGİZ ENGİNLER
Triko Mısırlı Genel Müdürü

IFW her geçen gün büyümeye ve moda günleri içerisindeki yerini sağlamlaştırılmaya devam ediyor.



DENİZ KAPROL
Moda Tasarımcısı

Bu sektörde yer alan tasarımcı ve markalar tasarım alanında sahip oldukları güçlerini IFW ile gösteriyor.

5.

DÜNYADA GERÇEKLEŞEN 139 MODA HAFTASI İÇERİSİNDE İLK 20'DE YER ALAN IFW'NİN HEDEFİ İLK 5. IFW BU HEDEFE ULAŞMAK İÇİN BAŞARI ÇITASINI HER DÖNEM YÜKSELTMEYE DEVAM EDİYOR.



Samimi ve eğlenceli bir havada geçen IFW basın toplantısında sektör duayerleri 'İstanbul Fashion Week' yazılı güneş gözlüklerle objektiflere keyifli pozlar verdi.

“Kendini yenileyen bir platform”

Triko Mısırlı Genel Müdürü Cengiz Enginler ise IFW ile düşüncelerini şöyle açıkladı: “Gelişen ve büyüyen dünya tekstil sektörü içerisinde, yurt içi pazarının yanı sıra özellikle Avrupa pazarındaki atılımımızı daha

büyük hedef kitlelere ulaştırabilmek temel amacımız. Triko Mısırlı olarak bu bağlamda yapmış olduğumuz girişimleri Avrupalı alıcılar ile buluşturabilmek için IFW etkinliğinde yer almaktayız.”

Her yıl kalitesini artırarak büyüyen IFW'de önceki dönemlere göre daha fazla tase-



HAKAN AKKAYA
Moda Tasarımcısı

Dünya Moda Haftaları takvimindeki yerini alan IFW sayesinde Türkiye'de her sezon moda daha da ileri gidiyor.



ZEHRA IŞIK
Adil Işık Group YK. Bşk Yard.

Sektör olarak Türk modasını bir yere taşımak istiyorsak zorluklara hep beraber göğüs germeliyiz.

rımcı ve katılımcının yer almasının bunun en önemli göstergesi olduğunu belirten Enginler, IFW'nin dünyanın önemli moda haftaları içerisinde yer bulmak adına kendini devamlı olarak yenileyip geliştirdiğini belirtti. Enginler sözlerine şöyle devam etti: “IFW'nin katılımcılarına sunduğu en önemli unsur ise tasarımcı ve markaların yurt dışında tanınma ve bilinirliklerine yaptığı katkının artıyor olması. Markaların koleksiyonlarını şovlar eşliğinde sunması modanın vazgeçilmez unsurlarından olan magazin ögesini de kullanarak daha büyük kitlelere kendilerini anlatma ve tanıtmaya katkısının artması adına önemlidir. Bizler de Triko Mısırlı olarak bunun yansımalarını görmek arzusundayız. İyi hazırlanmış kreasyonlar görsel zenginliklerle sunulduğunda önem kazanmaktadır”

“Katılımcılar IFW'deki yerini sağlamlaştırmalı”

Gerek yerli, gerekse de yabancı modellerin katılımı ile IFW'nin her geçen gün büyüdüğünü söyleyen Enginler bu noktada önemli olan şeyin katılımcıların moda günleri içerisindeki yerini sağlamlaştırmak olduğuna dikkat çekti. Enginler, “Bu da özellikle Avrupalı yatırımcı ve alıcıların Türk moda ve tekstilini yakından tanımalarını sağlamaktadır. IFW'nin hak ettiği yere ulaşması adına, yapılan işlerin ne kadar doğru ve önemli olduğunun göstergesi olduğu kanısındayız. Biz Triko Mısırlı olarak Kuzey Avrupa'nın önemli Haute Couture tasarımcılarından La Hong Nhut ile yapmış olduğumuz işbirliği doğrultusunda defilemizi gerçekleştiriyoruz. İstanbul ve Viyana'da eş zamanlı açacağımız mağazalarımızda kişiye özel ürünleri satışa sunacağız, bu da bir ilk olacak. Tabii ki bu ilkin bazı izleri defilemizde görülecek. La Hong Nhut, Vietnam kökenli Avusturyalı bir modacı. Buradan yola çıkarak Asya egzotizmini Avrupa modernizmi ile sentezledik. Triko Mısırlı olarak, Türkiye'nin kadını anlayan markası olmaktan çıkıyoruz ve tüm kadınları kapsayan bir anlayışla yolumuza devam ediyoruz. Casual, business ve gece kıyafetleri ile her ortamda şıklığın ve zarafetin nasıl yakalanacağını gösteren bol sürprizli bir defile ziyaretçileri bekliyor olacak.”

SEKTÖR

İTKİB VE İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ, ÜNİVERSİTE SANAYİ İŞBİRLİĞİNE ÖRNEK OLACAK BİR SÖZLEŞMEYE İMZA ATTI. 'İŞ GARANTİLİ MESLEKİ EĞİTİM'İN SOMUT ÖRNEĞİNİ OLUŞTURACAK PROJEYLE, BİR YIL İÇİNDE 250 DİŞ TİCARET UZMANI YETİŞTİRİLEREK SEKTÖRE KAZANDIRILMASI PLANLANIYOR.



İŞ GARANTİLİ EĞİTİM DÖNEMİ BAŞLIYOR

İstanbul Aydın Üniversitesi Yurtdışı Pazarlama Uzmanı bölümünde okuyan öğrencilerin ve yabancı dil bilen tüm üniversite mezunlarının, İTKİB üyesi firmalarda istihdam edilmesini sağlayacak sözleşmeyle tekstil hammaddeleri, halı ve deri sektörlerinin kalifiye eleman sorununa çözüm bulunurken, öğrencilere de iş fırsatları sunulacak. Program, sektörün çok iyi derecede yabancı dil bilen, yurt dışı operasyon, satış ve pazarlamaya hakim kalifiye eleman ihtiyacını karşılamaya yönelik iş gücünün kazandırılmasını ve Türk ürünlerinin dünya genelinde markalaşma çabalarını destekle-

yecek bir proje olma özelliği ile ön plana çıkıyor. İstanbul Aydın Üniversitesi'nde 10 Eylül Pazartesi günü yapılan imza töreniyle start alan eğitim, 234 saatlik 6 aylık süreyi kapsayan bir programdan oluşuyor.

İTKİB'den 250 gence iş sözü

Dili İngilizce olan programın Ekim ayı içerisinde başlatılması planlanıyor. Programın ilk ayında öğrenciler, haftanın üç günü 7'şer saatten oluşan yoğun mesleki İngilizce eğitimi alacak. İkinci aydan itibaren ise maaşlı ve SGK'lı olarak İTKİB üyesi

iş yerlerine yerleştirilecek. Öğrenciler, bu süreçte haftanın beş günü en az 1.000 TL maaş karşılığında iş yerinde çalışacak, bir günü de üniversitedeki eğitimlerine devam edecek. 6 ay devam edecek program sayesinde, öğrenciler hem yabancı dilde verilecek bu uzmanlık eğitiminden birçok kazanım sağlayacak, hem de çalıştıkları iş yerinde sektör tecrübesi kazanmış olacak. İlk etapta 75 kişilik bir mevcut ile üç ayrı grup oluşturularak başlanacak projede, bir yıl içinde 250 Dış Ticaret Uzmanı'nın yetiştirilerek sektöre kazandırılması planlanıyor. İstanbul Aydın Üniversitesi ve İTKİB

PROGRAMIN İLK AYINDA ÖĞRENCİLER, HAFTANIN ÜÇ GÜNÜ YEDİŞER SAATTEN OLUŞAN YOĞUN MESLEKİ İNGİLİZCE EĞİTİMİ ALACAK. İKİNCİ AYDAN İTİBAREN İSE MAAŞLI VE SGK'LI OLARAK İTKİB ÜYESİ İŞ YERLERİNE YERLEŞTİRİLECEK.

arasında imzalanan protokole göre projenin etkin bir şekilde yürütmesi için her iki taraftan 3'er kişilik temsilci tayin edilecek. Oluşturulan bu altı kişilik komisyon proje süresince ortaklaşa çalışacaklar. İki kurum hizmet süresi içinde hizmetin gereği çerçevesinde her türlü bilgi ve belgeyi incelemek ve geliştirmek üzere birbirlerine zamanında teslim edecekler.

Tekstilci insan kaynaklarına yatırım yapıyor

10 Eylül Pazartesi günü İTHİB Başkanı İsmail Gülle ile İstanbul Aydın Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Yadigar İzmirli'nin öncülüğünde gerçekleşen imza törenine; İDMİB Başkanı Lemi Tolunay, İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz, İTKİB yetkilileri ve akademisyenler de katıldı. Projenin imza töreninde konuşan İTHİB Başkanı İsmail Gülle, kurulu kapasitesi, sahip olduğu know how ile dünya liginde en üst sıraları zorlayan Türk tekstil sektörünün değişen küresel ekonomi, pazarlama ve pazarlamaya destek sağlayan argümanların önemini kavradığını belirtti. Gülle, "Siz dünyanın en iyi malını üretecek bilgiye ve kapasiteye sahip olsanız da bunu anlatamadığınız, ürününüzü pazarlayamadığınız sürece belli bir büyüklüğün üzerine geçemiyorsunuz. Bizim elimizde makine var, tesis var, aslında iyi yetişmiş bir insan varlığımız da var. Ama insana yatırım

yapmanın önemini eskisine kıyasla çok daha iyi görüyoruz. İşte tam da bu kapsamda İstanbul Aydın Üniversitesi, 'Sürekli Eğitim Uygulama ve Araştırma Merkezi' ile birlikte yürütülecek yeni bir girişimde bulunuyoruz" dedi. Bu kapsamda İstanbul Aydın Üniversitesi, Sürekli Eğitim Uygulama ve Araştırma Merkezi ile birlikte yürütülecek yeni girişimi çok önemsediklerini belirten Gülle şunları söyledi: "Bugün burada imzalarını atacağı-mız anlaşma üniversite sanayi işbirliği konusunda çok başarılı bir örnek teşkil edecek. Siz dünya standardında pazarlama uzmanları yetiştireceksiniz, biz de onlara sektörmüzde iş garantisi vereceğiz ve böylelikle işverenler için olduğu kadar çalışanlar için de kıymetli bir değer üretmiş olacağız."

500 milyar dolar ihracata istihdam desteği

Cumhuriyetin 100. Yılında 500 milyar dolar ihracat hedefleyen Türkiye'ye, halı sektörü olarak 5 milyar dolarlık ihracatla destek vermeyi planladıklarını hatırlatan İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz, bu hedefi tutturmanın yolunun pazarlamadan geçtiğini söyledi. Halı sektörünün ürün kalitesine güveninin tam olduğunu vurgulayan Yılmaz, "Tek ekşiğimiz pazarlama. Üniversite sanayi işbirliği bu nedenle bizim için çok önemli. O yüzden bu anlaşmayı da son derece önemsiyoruz" diye konuştu.

"İş garantisi bizden eğitim sizden"

Birlik olarak eğitim alanındaki yatırımlara çok önem verdiklerini dile getiren İDMİB Başkanı Lemi Tolunay ise Birlik olarak her yıl fuarlar, ortak yatırımlar ve tanıtım faaliyetleriyle ilgili çok sayıda anlaşmaya, işbirliği protokollerine imza attıklarına dikkat çekti. Diğer taraftan eğitim ve insan merkezli bir girişimde bulduklarında çok heyecanlandıklarını dile getiren Tolunay, "Gurur duyduğumuz ve istihdam etmek için yarıştığımız gençler yetiştiriyoruz. Her ne kadar asli işimiz üretim ve ihracat olsa da Birlik olarak eğitimi de asli görevlerimiz arasında değerlendiriyoruz" dedi. İnsana yatırımın şüphesiz uzun soluklu ve teknik bir mesele olduğunu söyleyen Tolunay, bu sebeple doğru organizasyonu kurmak ve sabırlı olmanın önemine vurgu yaptı. İstanbul Aydın Üniversitesi'nin bu noktadaki katkısının hedeflerine ulaşmaları konusunda kendileri için çok kıymetli olduğunu söyleyen Tolunay, "Yabancı dil bilgisi olan ve yaptığı işin teorik kısmına da hakim insanların yetiştirilmesi kesintisiz olarak sürmeli. Bize düşen ise bu gençlerin aldıkları eğitim sonrasında çalışma hayatına kazandırılması. İş garantisi bizden eğitim sizden. Umarım uzun soluklu bir işbirliği kurar hedeflerimizi tutturabiliriz" dedi.

İhracat için önemli bir çalışma

İstanbul Aydın Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Yadigar İzmirli de konuşmasında eğitim programı hakkında şu bilgileri verdi: "Dış Ticaret Uzmanı yetiştirmek üzere üniversite mezunu, İngilizce dil bilgi seviyesi yüksek geleceğin yurt dışı pazarlama uzmanları seçilerek, sektörün ihtiyacına uygun bir şekilde, kalifiye personel yetiştirilecek. Altı ay sürecek programın ilk aşamasında, bir ay süreyle mesleki ve teorik bilgileri içeren yoğun bir eğitim İngilizce olarak verilecek ve kalan beş ayda ise öğrencilere yerleştirildikleri firmalarda fiilen uygulamalı eğitim yaptırılarak, sektöre azami katkı sağlayacak seviyeye ulaştırılacak. Bu yetişmiş iş gücünün sektörün ihracat potansiyelini arttırmada etkili rol alacağına inanıyorum."



İTHİB Başkanı İsmail Gülle ve İstanbul Aydın Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Yadigar İzmirli iki kurum arasında uygulanacak İş Garantili Mesleki Eğitim Protokolü'nü imzaladı.

AYAKKABI, ÇANTA VE AKSESUAR ALANINDA RUSYA VE KUZEY AVRUPA'NIN EN ÖNEMLİ FUARI OLAN "MOSSHoes" A 10-13 EYLÜL'DE KATILAN TÜRK FİRMALARI, BU FUARIN HEMEN ARDINDAN 16 EYLÜL MİLANO'DA GERÇEKLEŞTİRİLEN "MİCAM SHOEVENT" TEKİ YERİNİ ALDI.

Meet the
TURKISH
EFFECT

DERİ SEKTÖRÜ FUARLARLA BÜYÜYOR

Türk ayakkabı sektörü özgün tasarım ve yakaladığı kalite çıtası ile dünyada adından söz ettirmeye devam ediyor. Sektörün yakaladığı bu düzeyi yurtdışı pazarlara aktarmaya dönük olarak İDMİB, bünyesinde bulunan ayakkabı firmaları ile dünyanın en önemli ayakkabı fuarlarına katılım gösteriyor. Bu çerçevede Türk ayakkabı firmaları 10-13 Eylül tarihleri arasında Rusya ve

Kuzey Avrupa'nın en önemli ayakkabı fuarı olan Mosshoes katıldıktan birkaç gün sonra 16-19 Eylül tarihlerinde İtalya'nın en önemli ayakkabı fuarı Micam Shoevent'a katıldı.

Mosshoes'a yoğun ilgi

Yeni girişimlerle dünya pazarlarındaki etkinliğini her geçen gün artıran İDMİB, ayakkabı, çanta ve aksesuar alanında Rusya ve Kuzey Avrupa'nın en önemli fuarı olan

Mosshoes'da üçüncü kez boy gösterdi. Bu yıl 10-13 Eylül tarihleri arasında 52'ncisi düzenlenen Mosshoes'a milli katılım gerçekleştiren İDMİB, Türkiye'nin önde gelen 10 ayakkabı firması ile fuardaki yerini aldı. Fuara bu dönem Birlik çatısı altında Cem Bebe, Çetsan Ayakkabı, Fatih Ayakkabıcılık, Halil İbrahim Giyim, Malp Saraciye, Aymes Ayakkabıcılık, Efe Ayakkabı, Erdo Ayakkabı, Perlina Uğur Ayakkabı ve Toro Ayakkabı

25

MOSSHOES FUARI'NA, RUSYA, AVUSTURYA, BREZİLYA, DANİMARKA, İNGİLTERE, ALMANYA, HİNDİSTAN, İSPANYA, İTALYA, MEKSİKA, TÜRKİYE, FRANSA VE ETİYOPYA'NIN ARALARINDA OLDUĞU TOPLAM 25 ÜLKEDEN FİRMALAR KATILDI.



turya, Beyaz Rusya, Brezilya, Danimarka, İngiltere, Vietnam, Almanya, Hindistan, İspanya, İtalya, Kanada, Çin Halk Cumhuriyeti, Meksika, Moldova, Türkiye, Ukrayna, Fransa ve Etiyopya'nın aralarında olduğu toplam 25 ülke katıldı. Fuarın ziyaretçilerin yaklaşık yüzde 50 oranda yeni alıcılardan oluşması fuar açısından önem arz ediyor.

Rusya'da Türk ayakkabısına ilgi artıyor

Mosshoes Fuarı, Türk ayakkabı ve deri sektörü için çok önemli bir fuar. Son yıllarda

baş döndürücü bir gelişme gösteren Türk ayakkabı sektörünün en çok Rusya pazarında önünün açık olduğunu belirtmekte fayda var. Rusya'da İtalyan ayakkabısı alamayanlar Türk ayakkabısına yöneliyor. Çin başta olmak üzere Uzakdoğu ürünlerinin hiçbir koşulda Türkiye'nin alternatifi olamaması da önemli bir avantaj olarak gösteriliyor. Türk deri ve deri ürünleri sektörünün en önemli pazarı konumunda olan Rusya'da yerli üretimin son derece yetersiz olması da sektörün bu pazara olan iştahını kabartıyor. Bu nedenle ülkedeki talepler ancak itha-

firmaları katıldı. İDMİB patronajlığında fuara katılan firmalar, kendilerine tahsis edilen 310 metrekarelik alanda koleksiyonlarını sergiledi. Firmalar erkek, bayan ve çocuk ayakkabı, çanta, eldiven, kemer, deri mamulleri, ayakkabı bakım ürünleri ve ayakkabı aksesuarları gibi ürünleri ziyaretçilerin beğenisine sundu. Katılımcıları yeni, karlı iş olanakları ile buluşturan Mosshoes uluslararası ayakkabı fuarına, Rusya, Avus-



Ticaret Ataşesi M. Burak Yılmaz, Ekonomi Bakanlığı Temsilcisi E. Çiğdem Civaner, Ticaret Ataşesi Semine Uygun, Milano Başkonsolosu Aylın Sekizkök, İDMİB Başkanı Lemi Tolunay, Ticaret Ataşesi Cumhuri İşbirakmaz da fuarı ziyaret etti.

FUAR

RUSYA, 140 MİLYONU AŞAN NÜFUSU VE 17 BİN DOLARA YAKLAŞAN MİLLİ GELİRİ İLE TÜRKİYE'NİN YANI SIRA DİĞER AYAKKABI TEDARİKÇİSİ ÜLKELER TARAFINDAN YAKINDAN TAKİP EDİLİYOR.



Ayakkabı firmalarının 2013 İlkbahar / Yaz koleksiyonlarını görücüye çıkardığı Micam İDMİB patronajından katılan 18 Türk firması önemli iş bağlantıları yakaladı.

latla karşılanabiliyor. Rusya, 140 milyonu aşan nüfusu ve 17 bin dolara yaklaşan milli geliri ile gün geçtikçe artan orta ve üst sınıf tüketicisiyle Türkiye'nin yanı sıra diğer ayakkabı tedarikçisi ülkelerce de yakından takip ediliyor. Bu yarışta Türkiye ise ipi en önde göğüsleyen ülke olmak için mücadele ediyor.

Yıllık 420 milyon çift ayakkabı tüketilen Rusya'da "Made in Turkey" logosu bir ayrıcalık oldu. Genel anlamda, Mosshoes'da İDMİB bünyesinde katılan firmalar açısından olumlu geçtiği kaydediliyor. Türkiye'den firmaların, Rusya pazarında yerel irtibatları-

nı gerek dağıtım ağı gerek kendi kuracakları ofisleriyle ve gelecek dönemlerde varlıklarını güçlendirmek ve satış kanallarını artırmak istedikleri gözlemlendi. Bu bağlamda Mosshoes fuarı ile Türkiye ayakkabı sektörünün farklı çalışma ve girişimler yapma ihtiyacının da açığa çıktığı görülüyor.

Ayakkabı dünyası Micam'ı takip ediyor

Dünyaca ünlü ayakkabı markalarının buluşma noktası olan Micam Shoevent'in bu yılki ikinci dönemi 16-19 Eylül tarihleri arasında Milano'da yapıldı. Micam Shoevent fuarında

dünyanın değişik yerlerinden alıcılarla ile bir araya gelecek ayakkabı firmaları, 2013 İlkbahar / Yaz koleksiyonlarını görücüye çıkarırken, fuara İDMİB patronajından katılan 18 Türk firması önemli iş bağlantıları yakaladı. İtalya Ayakkabı Üreticileri Birliği (ANCI) tarafından organize edilen ve Türk firmalarının 2005 yılından beri milli katılım gerçekleştirdiği Micam Fuarı bu dönem de; bayan şık ayakkabıları, bayan trendy ayakkabıları, bay-bayan lüks ayakkabıları, genç moda ayakkabıları, çocuk ayakkabıları, karışık ayakkabılar, mağaza aksesuarları, uluslararası tasarımcılar bölümleri olmak üzere sekiz bölümde gerçekleşti.

İtalya ile yarışıyoruz

MAHMUT BÜLBÜL

Emin Ayakkabıcılık İhr. Müdürü



Micam fuarı, Türk ayakkabı sektörü içinde çok önemli fuarlarında biri olduğunu söyleyebilirim. Bu fuara katılacak firmaların çok ciddi hazırlık yaptıklarını biliyoruz. Ama fuarın altyapı ve organizasyonu konusunda eksiklikler olduğunu gözlemledik. Bu noktaların giderilmesi durumunda çok daha sağlıklı olabileceğini düşünüyoruz. Türk ayakkabı sektörü kalite ve tasarım anlamında İtalya ile yarışabilecek seviyede olduğunu söyleyebiliriz. Bizim kalite anlamında değil, geçmişte yapılmış ticari hatalardan kaynaklanan bir takım dezavantajlarımız söz konusu. Bu noktadan sonra artık bunların üzerine giderek iyileştirmeler yapmaya devam edeceğiz.



ALİ ÖZEN

Toro Ayakkabı Ortağı

Mosshoes her geçen gün hareketleniyor

Rusya pazarı ayakkabı sektörü için oldukça önemli ve büyük bir pazar konumunda. Pazarda yüksek bir müşteri hacminin olması bizim için çok önemli bir nokta. Firma olarak özellikle Rusya pazarına yönelik olarak çalışan bir firma olduğumuz için de Mosshoes fuarını ayrıca önemseyeceğimizi belirtmem gerekiyor. Avrupa ülkelerinde yaşanan kriz ile o ülkelere yapılan ihracatta da daralma yaşandığı için Rusya pazarı son zamanlarda daha da önem kazanan bir noktaya gelmiş bulunuyor. Fuarın bu döneminde çok yoğun katılım ve hareketliliğin olması oldukça dikkat çeken bir noktaydı.

go natural



ALL NATURAL BUTTONS IN TURKEY'S HIGH FASHION BUTTON FACTORY

COROZO - HORN - SHELL - UREA - COCONUT - WOOD - LEATHER

Supplying buttons for several international top brands, we are fully export oriented company
and welcome all export inquiries with free sample shipment



www.formdis.com

FACTORY Akçaburgaz Mah.
97. sk. No:16
Esenyurt - İstanbul - TURKEY
Phone: +90 212 886 17 00
Fax: +90 212 886 23 23

**SHOWROOM
MERTER** M.Nesih Özmen Mah. Fatih Cad.
Ceviz sk. Nazmi İğ Hanı No: 22/3
Mertler - İstanbul - TURKEY
Phone: +90 212 637 48 94
Fax: +90 212 637 48 98

**SHOWROOM
OSMANBEY** Meşrutiyet Mah. Tuğrul sk.
No: 2/3 Osmanbey
İstanbul - TURKEY
Phone: +90 212 246 26 10-11
Fax: +90 212 246 21 31

FUAR

18

DÜNYANIN DÖRT BİR YANINDAN
BİNLERCE ZİYARETÇİYİ AĞIRLAYAN,
TÜRKİYE'DEN 18 FİRMANIN KATILDIĞI
MICAM'DA, 1.573 FİRMA ÜRÜNLERİNİ
ZİYARETÇİLERİN BEĞENİSİNE SUNDU.



Yıllık 420 milyon çift ayakkabı tüketilen Rusya'da "Made In Turkey" logosu bir ayrıcalık konumunda.

460 metrekarelik alanda temsil edildiler. Fuarda, 600'ü yabancı olmak üzere yaklaşık 1.573 firma ürünlerini ziyaretçilerin beğenisine sundu. Türkiye ve dünyada markalaşmış ya da markalaşma yolunda olan firmalar 386 metrekarelik alanda ürünlerini ziyaretçilerin beğenisine sundu. Dört gün boyunca ayakkabı sektörünün şovuna ev sahipliği yapan moda festivalini, 20 bin 584'ü yabancı, 20 bin 501'i de İtalyan olmak üzere toplam 41 bin 085 kişi ziyaret etti. Büyük çoğunluğunu İtalyan firmaların oluşturduğu, aralarında İspanya, Türkiye, Almanya Fransa ve Rusya'dan bin 600 katılımcı firmanın olduğu etkinlikte firmalar, 70 bin metrekarelik alanda koleksiyonlarını ziyaretçilerin beğenisine sundu.

MOSSHOES FUARINA KATILAN FİRMALAR

CEM BEBE
ÇETSAN AYAKKABI
FATİH AYAKKABICILIK
HALİL İBRAHİM GİYİM
MALP SARACİYE
AYMES AYAKKABICILIK
EFE AYAKKABI
ERDO AYAKKABI
PERLİNA UĞUR AYAKKABI
TORO AYAKKABI

MICAM FUARINA KATILAN FİRMALAR

AKAR DERİ AYAKKABI
BOZYAKA AYAKKABI
ÇETSAN AYAKKABI
ERSOYSAN AYAKKABI
HASEL AYAKKABI
LOTA AYAKKABI
MEHMET GÜLER AYAKKABI
PLASTAB PLASTİK TABAN
POLETTA AYAKKABICILIK
SEBATA ALYASAN AYAKKABI
VODER AYAKKABI
EMİN AYAKKABI
DOKA AYAKKABI
TOPBAŞ
SARDEM
DEVİRAN AYAKKABI
ESER
YENER AYAKKABI

İDMİB'ten katılımcılara yoğun hizmet

İDMİB fuar boyunca katılımcı firmalara destek vermek ve bilinirliklerini artırmak adına çeşitli hizmetlerde bulundu. Tanıtım çalışmalarının da ağırlıkta olduğu bu hizmetler kapsamında İDMİB, katılımcı firmalara destek ve Türk Deri/Ayakkabı sektörü hakkında ziyaretçilere bilgi vermek amacıyla bilgisayar, telefon, faks, internet gibi ofis ekipmanlarıyla donatılan info-stand alanı ile Micam Shoe-

vent'teki yerini aldı. Daha önceki yıllardakine benzer şekilde reklam panoları, fuar katalog ilanları, kamyon üstü ilan gibi tanıtım çalışmaları yapıldı. İDMİB bünyesinde bu dönem Akar Deri, Bozyaka Ayakkabı, Çetsan Ayakkabı, Ersoysan Ayakkabı, Hasel Ayakkabı, Lota Ayakkabı, Mehmet Güler Ayakkabı, Plastab Plastik Taban, Poletto Ayakkabıcılık, Sebata Alyasan Ayakkabı, Voder Ayakkabı, Emin Ayakkabı, Doka Ayakkabı, Topbaş, Sardem, Devran Ayakkabı, Eser ve Yener Ayakkabı firmaları Türk ayakkabı sektörünü



BURAK TÜRKKAN
Plastab Taban

Türk ürünlerinin imajı yüksek

Her yıl artan bir ivme ile yoluna devam eden Micam ayakkabı fuarı bu dönem de iyi geçti. Fuara gelen müşterilerin ilgisine bakarak bir değerlendirme yaptığımızda Avrupa ülkeleri Türkiye'ye Çin ya da Uzakdoğu ülkeleri gibi görmüyorlar. Bu anlamda herhangi bir imaj sorunu yaşadığımızı düşünmüyorum. Zaten ziyaretçiler fuar boyunca ürünlerimizi çok kaliteli bulduklarını açık gönüllülikle dile getirdiler. Türkiye'nin Avrupa ülkelerine coğrafi olarak yakınlığı da bizim için önemli avantajlar sağlayabilir. Firmalarımızın özellikle tasarıma daha fazla önem vermeleri gerekiyor.



athib

AKDENİZ TEKSTİL ve HAMMADELERİ
İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

Birincilik Ödülü

7.500 TL

İkincilik Ödülü

5.000 TL

Üçüncülük Ödülü

2.000 TL

**YURTDIŞINDA
2 YIL EĞİTİM
İMKANI**

Finale kalan tasarımcılara!
**PREMIERE VISION
FUARINA
ZİYARET İMKANI**

Son başvuru tarihi
26 KASIM 2012

Özgür

Tasarımlar

BURAYA!

**DOKUMA
KUMAŞI
TASARIM
YARIŞMASI**



Öğrenci kategorisinde başvuru yapacak adaylar, çalışmalarını "Y7979A" koduyla antlaşmalı olduğumuz UPS kargo şubelerinden ücretsiz olarak gönderebilirler.

1. athib



www.dokumayarismasi.com

athib
AKDENİZ TEKSTİL ve HAMMADELERİ
İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

TİM TÜRKİYE
İHRACATÇILARI
MECLİSİ



TÜRKİYE CUMHURİYETİ
EKONOMİ BAKANLIĞI



DERİCİLER UZAKDOĞU'YA ODAKLANDI

ŞANGAY'DA DÜZENLENEN "ALL CHINA LEATHER EXHIBITION FUARI"NA (ACLE) ODAK ÜLKE OLARAK KATILAN TÜRKİYE, UZAKDOĞU'YA 150 MİLYON DOLARLIK DERİ İHRACATI HEDEFLİYOR. DERİDE KALİTE VE TASARIMIN ADRESİ OLAN TÜRKİYE, 62 FİRMAYLA KATILDIĞI FUARDA İTALYA'YI GERİDE BIRAKMAYI BAŞARDI.

Çin ekonomisinin kalbinin attığı Şangay'da her yıl düzenlenen "All China Leather Exhibition Fuarı"nın (ACLE) bu yılki odak ülkesi Türkiye oldu. 4-6 Eylül tarihleri arasında gerçekleşen ve deri, deri kimyasallarıyla deri makineleri sektörlerinden yüzlerce firma için dünyanın en önemli uluslararası buluşma platformlarından olan fuarda, Türkiye Çin'de "Deride Türk Etkisi"ni sergilemeyi başarmış oldu.

1998 yılından bu yana düzenlenen fuar, katılımcı firmalara Çin gibi devasa bir pazara ihracat yapmanın da kapılarını aralıyor.

Toplam 41 ülkeden 1300'ü aşkın firmanın katıldığı fuara 62 firmayla katılan Türkiye böylece, İtalya'yı da geride bırakarak, ev sahibi Çin'den sonra en yüksek katılım sağlayan ülke oldu. Bu yılın ilk yarısında Hong Kong'ta düzenlenen "APLF-Asya Pasifik Deri Fuarı"nın da odak ülkesi olarak Uzakdoğu'yu etkilemeyi başaran Türkiye, bu kez yine odak ülke olarak katıldığı ACLE'de de Çin deri pazarını ve tüketicilerin gönlünü fethetti. Deri Tanıtım Grubu (DTG) öncülüğünde bu önemli fuara katılan Türk firmaları, fuarla birlikte Türkiye ve Uzakdoğu arasındaki deri alışverişinin de olumlu yönde etkilenmesini bekliyor.

Türk derisine Uzakdoğu ilgisi artıyor

İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) ve Deri Tanıtım Grubu (DTG) Başkanı Lemi Tolunay, fuar sırasında yaptığı açıklamada, Çin'e giriş kapısı olarak gördükleri bu fuarda Türkiye'nin "Odak

% 80

TÜRKİYE’NİN 2011 YILINDA ÇİN’E GERÇEKLEŞTİRDİĞİ DERİ İHRACATINDA YÜZDE 80 ORANINDA ARTIŞ YAKALAMIŞ OLMASI, ÇİN PAZARININ KALİTESİ VE TASARIMIYLA ÖN PLANA ÇIKAN TÜRK DERİSİNE OLAN İLGİSİNİN ARTTIĞINI GÖSTERİYOR.

Çin ile ticari ilişkiler gelişiyor

2023 hedefine ulaşılmasında Çin’in Türk deri sektörü için önemli bir noktada durduğuna dikkat çeken Tolunay, iki ülke arasındaki ticari ilişkilerin her geçen gün geliştiğine söyledi. Yılın ilk yarısında, Çin’in Haining şehrinden devlet yetkililerinin de katıldığı bir heyetin İstanbul ve İzmir’e ziyaretlerde bulunduğunu söyleyen Tolunay, “Fuar öncesinde DTG yönetimi olarak biz de Haining’i ziyaret ettik. Karşılıklı ziyaretler sayesinde Haining ile Türk deri sektörü arasında bilgi alışverişi ve ticari faaliyetin geliştirilmesi için önemli bir adım atılmış oldu” dedi.

Lüks tüketime talep artıyor

Bu gelişmelerin sadece Çin’le sınırlı kalmayacağını dile getiren Tolunay, “İhracat yaptığımız önemli pazarlar arasında, Çin ve Hong Kong başta olmak üzere, diğer Uzakdoğu ülkeleri de bulunuyor. Çin’e 2011’de deri ihracatımızda yüzde 80 oranında artış yakalanmış olması, Çin pazarının kalitesi ve tasarımıyla ön plana çıkan Türk derisi-

ne ilgisinin arttığı en büyük göstergesi oldu. Hong Kong ve diğer bölge ülkeleri de eklendiğinde Uzakdoğu’ya toplam deri ihracatımız 125 milyon dolara yaklaşıyor. Hedef 2013 yılında Uzakdoğu’ya deri ihracatında 150 milyon dolara ulaşmak” diye konuştu. Asya pazarının diğer önemli ülkeleri Güney Kore ve Japonya’nın dünya deri ve deri ürünleri ithalatında ön sıralarda yer aldığını belirten Tolunay, “Lüks tüketimin zirvede olduğu bu bölgeler, aynı zamanda girilmesi ve tutunması zor pazarlar olarak Türk deri ve deri ürünleri sektörü tarafından keşfedilmeyi bekliyor” dedi.

Türk deri firmalarıyla geleceğe yolculuk

Şangay’da DTG standında katılımcıları bekleyen bir diğer sürpriz de, ünlü modacı Bora Aksu’nun hazırladığı enstalasyon çalışmaları oldu. Tasarımlarıyla uluslararası moda dünyasından tam not alan ve böylece Londra başta olmak üzere birçok Avrupa ülkesinin moda haftalarında fırtınalar estiren Bora Aksu’nun enstalasyonu Hong Kong’un ardından Şangay’da da büyük ilgi topladı.

ülke” olmasından duydukları memnuniyeti dile getirdi. Türkiye’nin deri sanayinde üretim ve ihracatta lider ülkeler arasındaki yerini aldığını belirten Tolunay, Avrupa’daki birçok rakip ülkeyi geride bırakarak, ikincilik koltuğuna oturduğunu paylaştı. “Turkish Leather Brands” olarak teknoloji, tasarım ve kalite açısından dünyanın önemli deri üreticileri arasında yer aldıklarını vurgulayan Tolunay, yüksek kalite ve şık tasarıma sahip, çevreye duyarlı üretimin ihracata olan olumlu katkılarından da bahsetti. Tolunay, sektörün 2011 yılını 1.44 milyar dolar ihracatla kapattığını belirtirken, Türkiye’nin deri ihracatındaki 2023 hedefinin de 10 milyar dolar olduğunu hatırlattı.

Lemi Tolunay’ın Türkiye deri sektörü ve fuarla ilgili yaptığı konuşma, geniş bir medya mensubu tarafından yoğun bir ilgi ile izlendi. Lemi Tolunay’ın fuar sırasında gerçekleştirdiği konferanslar da gerek basın, gerekse de katılımcılar tarafından büyük beğeni topladı.



İDMİB Başkanı Lemi Tolunay, fuarın odak ülkesi olan Türkiye’yi temsilen “Red Dot” töreninde fuarın açılışını gerçekleştirdi. Çin’in önemli günlerinde gerçekleştirilen geleneksel “Red Dot” töreninde, gücün sembolü “Aslan-Ejderha”nın gözüne fırçayla kırmızı bir nokta koyularak, simgesel olarak uyandırılıyor.

FUAR

“Turkish Leather Brands”ın tasarımdaki iddiasını ortaya koymak için oldukça etkili bir çalışma hazırladığını paylaşan Aksu, “Geleceğin Yolcuları” (Future Travellers) başlıklı çalışmada, insanlık tarihi kadar eski ama aynı zamanda günümüz teknolojisinden bağımsız düşünemeyecek kürk ve deri sektörünün Türkiye’de geldiği noktayı yansıtmayı hedeflediğini açıkladı.

ACLE Çin’in en büyük deri fuarı

ACLE 2012 fuarına 50 firmanın iştiraki ile Ege İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği organizasyonunda ve DTG desteği ile gerçekleştirilen milli katılım; SARS vakası sebebiyle iptal edilen 2003 yılı hariç olmak üzere 1999 yılından itibaren her yıl aralıksız olarak gerçekleştirilen 13. Türkiye milli katılım organizasyonu oldu.

Her türlü deri ve deri ürünleri, deri ile ilgili kimyasal maddeler, ayakkabı, çanta, saracıye, deri sanayi ile ilgili makine ve ekipmanın sergilendiği fuar ile eşzamanlı “Shanghai Moda ve China International Footwear” fuarları da düzenleniyor. Fuar, Çin deri piyasasını yakından inceleme, ihraç ürünlerimizi pazara tanıtmaya olanağı tanıması bakımından önem arz ediyor. Fuar Türkiye’nin yanı sıra Avustralya, Brezilya, Etyopya, Fransa, Almanya, Endonezya, İtalya, Japonya, Kore, Pakistan, İspanya, Tayvan, Tayland, Birleşik Krallık ve ABD’den firmalar katıldı. Fuar süresince Türkiye’den firmaların sergilenen işlenmiş deri, deri kimyasallar ürünleri katılımcı firmalar tarafından ziyaretçilere en iyi



SÜLEYMAN TAHİROĞLU
Yateks Deri YK. Başkanı



BURAK CELET
Desa Deri Genel Müdürü



ACLE Fuarı’nda kurulan DTG standında katılımcıları bekleyen bir diğer sürpriz de, ünlü modacı Bora Aksu’nun hazırladığı enstalasyon çalışmaları oldu.

Türk derisi kalite ile yol alıyor

Önümüzdeki yıl daha büyük bir iştirak ile ACLE fuarına katılım gerçekleşeceğini ve bu yıl kurulan ilişkilerin önümüzdeki yıllarda çok büyük bir satış potansiyeline erişeceğine inanıyorum. Çin’e Türkiye’den yapılan işlenmiş deri ihracatı 12 yıl içerisinde 1 milyon 660 bin dolardan, 2011 yılında 115 milyon dolara ulaştığını, bu sebeple ACLE fuarına katılımın ihmal edilmemesinin yanında Çin’in büyüklüğü ve önemini tartışılmaz olduğunun altını çizmek istiyorum.

HONG KONG VE DİĞER BÖLGE ÜLKELERİ DE EKLENDİĞİNDE UZAKDOĞU’YA TOPLAM DERİ İHRACATIMIZ 125 MİLYON DOLARA YAKLAŞIYOR. 2013 YILINDAKİ HEDEF İSE, UZAKDOĞU’YA DERİ İHRACATINDA 150 MİLYON DOLARA ULAŞMAK.

Son 10 yılın en iyi fuarı

ACLE Fuarı’nın son 10 yıldır deri sektörü açısından gözlemlediğim en iyi deri fuarlarından biri olduğunu söyleyebilirim. Fuarda Türkiye olarak odak ülke konumunda olmamızın da bizim için çok önemli bir avantaj sağladığını söyleyebilirim. Bu sene müşteri sayısının çok iyi olduğunu gördüğümüz bu fuara gelecek sene de katılacağız. Uzakdoğu pazarında Türk derisine olan ilgi her geçen gün artıyor. Çin gibi nüfusu fazla olan ve her geçen gün lüks ürüne olan talebin arttığı bir pazarda yer almak çok önemli.

şekilde tanıtılırken, katılımcı firmalar gerek mevcut alıcılar, gerekse de potansiyel yeni alıcılarla görüşme imkanı buldu.

Türk firmaları fuarın öneminin farkında

Ege Deri ve Deri Mamulleri Yönetim Kurulu Başkanı Jak Galiko, ACLE fuarında, Türkiye milli katılım çatısı altındaki firmalara rahat bir ürün sergileme imkanı verildiğini, Türkiye sergi alanını ziyaret eden Şanghay Başkonsolosu, Ticaret Müşaviri ile Ekonomi Bakanlığı gözlemcilerinin de yerinde tespit etmiş oldukları bu durumun kendisini çok mutlu ettiğini ifade etti.



DOMOTEX Middle East

**YERİN TÜM DOKULARINI
HİSSEDİN!**
**GET THE SPIRIT
OF FLOORING!**

İstanbul 8-11.11.2012

İstanbul Fuar Merkezi TÜRKİYE
İstanbul Expo Center TURKEY

Türkiye ve Ortadoğu Zemin Fuarı
Flooring Trade Fair For Turkey
and Middle East



Deutsche Messe
Worldwide

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

Destekleyenler
Supporters

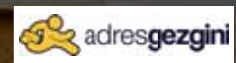


domotex-middle-east.com

Resmi Seyahat Acentası
Official Travel Agency



Online Reklam Sponsoru
Online Advertising Sponsor



RUSYA PAZARI CPM'LE CANLANDI

TÜM DÜNYANIN İLGIYLE TAKİP ETTİĞİ BİRBİRİNDEN RENKLİ KOLEKSİYONLARIN SERGİLENDİĞİ CPM FUARI, 5-8 EYLÜL TARİHLERİ ARASINDA MOSKOVA'DA DÜZENLENDİ. İHKİB'İN MİLLİ KATILIM GERÇEKLEŞTİRDİĞİ FUARDA TÜRKİYE, 85 FİRMA İLE YERİNİ ALARAK, İTALYA İLE BİRLİKTE FUARA EN FAZLA KATILIM GÖSTEREN ÜLKE OLDU.

BUY WITH
STYLE
FROM
TURKEY

CPMMOSCOW
05 - 08 September
2012

Yılda iki kez gerçekleştirilen ve dünyanın en popüler fuarları arasında yer alan Collection Première Moscow Fuarı (CPM) 5-8 Eylül tarihleri arasında Moskova'da gerçekleştirildi. 19'uncu kez düzenlenen CPM, 54 bin 250 metrekarelik alanı, 36 ülkeden 1.520 koleksiyonu ile bugüne kadar düzenlenen en büyük fuar unvanını alarak önemli bir rekora da imza attı. Düzenlendiği günden bu yana gerek katılımcı firma sayısında gerekse de ziyaretçi sayısında yükselen bir trend izleyen fuara Türk hazır giyim firmaları geçen yıllarda olduğu gibi bu dönem de geniş bir katılım gerçekleştirdi. Yaklaşık 20 bin profesyonel ziyaretçinin ağırlandığı CPM fuarına Türkiye'den İHKİB'in milli katılımı ile 85 firma ile katıldı.

Toplamda 54 bin metrekarelik bir alanda gerçekleşen fuarda Türkiye 2 bin 100 metrekarelik alanda ziyaretçilerle buluştu. Bay-Bayan giyim, iç giyim-çorap, deri ürünleri ve geniş bir alanda sergilenen çocuk giyim alanıyla CPM yeni sezon ürünlerinin de sergilenmesine olanak sağladı. Gerek standın tasarımı, sunumu gerekse de ürün showu ile İtalya'yı bile baştan çıkartacak şekilde tase-



rımlarını sunan Türk firmaları bu dönemde Rus alıcılarla bir araya gelerek, potansiyel pazarda iş bağlantıları kurmuş oldu. Alman Igedo Messe Dusseldorf firması tarafından düzenlenen CPM'de Doğu Bloğu Ülkeleri, Ortadoğu ve Avrupa ülkelerinin katılımları dikkat çekti. Türkiye, İtalya ile birlikte

fuara en fazla katılım gösteren ülke oldu. Türkiye'den milli katılım gerçekleştiren firmaların genel kanaati, fuarın çok renkli, ticari anlamda karlı ve ziyaretçi açısından oldukça verimli olduğu yönündeydi. Bu yıl İHKİB önderliğinde 85 firmanın milli katılımının gerçekleştiği CPM fuarında Türkiye ziyaretçilerden yine tam not aldı.

Geçtiğimiz yıl 75 firmayla katılım gerçekleştiren Türkiye bu yıl, firma sayısını artırmakla kalmayıp sergi alanını da geçen yıla oranla daha da genişletti. Firmaların sonbahar-kış koleksiyonunu tanıtma fırsatı bulduğu fuarda firmalar önemli iş bağlantıları da kurmuş oldu.

“Fuarlar yeni ufuklar açıyor”

Fuarı değerlendiren İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, Türkiye'nin bu dönemki katılımından memnuniyet duyduğunu belirtirken, CPM fuarının yerli firmaların kendini dünya platformunda tanıtmaya fırsatı yaratmasından dolayı eskiye nazaran daha önemli bir hale geldiğini belirtti. Önümüzdeki yıllarda Türkiye'den gerçekleştirilecek milli katılımın daha da artacağına inandığını belirten Tanrıverdi, “Dünya çapında önemi olan ve sektörün profesyonel bir bilinçle değerlendirilmesini sağlayan fuarların öneminin fark edilmesi ve bu fuarlarda yer almanın gerekliliğinin kaçınılmaz oluşu, firmalar tarafından artık çok iyi anlaşıl-



Geçtiğimiz yıl 75 firmayla katılım gerçekleştiren Türkiye bu yıl, firma sayısını artırmakla kalmayıp sergi alanını da geçen yıla oranla daha da genişletti.

FUAR



Güçlü kareografileriyle dikkat çeken defilelerle zenginleşen fuar Altinyıldız'ın kış sezonu defilesine de ev sahipliği yaptı.



HİKMET TANRIVERDİ
İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı

CPM Fuarı, yerli firmaların kendini dünya platformunda tanıtmasına fırsat yaratmasından dolayı eskiye nazaran daha önemli bir hale geldi.

dı. Dolayısıyla katılımların artışında bu değişimin payı büyük. İnaniyorum ki CPM gibi hazır giyim sektörünü destekleyen, yeni ufuklar açan fuarlara ülke olarak katılımımız artacaktır. Aynı zamanda bu tarz fuarlarda koleksiyonları merak edilen ülkelerin başında geleceğimize inaniyorum” diyerek sektör firmalarının fuarlara daha da konsantre olmasına dikkat çekti.

“Türkiye CPM’in devleri arasında”

Ülke ve sektör olarak fuarlarda artık daha kapsamlı ve daha zengin bir şekilde var olduğumuzun altını çizen İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Volkan Atık, Türkiye'nin sektöre yönelik düzenlenen fuarların aranan ülkeleri arasında yer aldığına dikkat çekti. Atık sözlerine şöyle devam etti: “Burada en önemli detay, Moskova bölgesinde CPM fuarına katılan tüm müşterilerin Türk modasını, markasını ve hazır giyimini kabul etmiş olması. Görüyoruz ki Türk markaları artık tercih edilen bir pozisyona geldi.” Rusya ve bu bloğa ait ülkeler için hala en önemli



CEM ALTAN
İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi

Dünyanın her yerinde fuarlarda bir küçülme varken Moskova fuarı gün geçtikçe daha da değerleniyor, büyüyor ve daha bilgi odaklı olmaya başlıyor.

İTALYA, FRANSA VE TÜRKİYE BAŞTA OLMAK ÜZERE DÜNYANIN DÖRT BİR YANINDAN YOĞUN İLGİ GÖREN FUARDA BİNİN ÜZERİNDE MARKA KADIN, ERKEK, ÇOCUK, DERİ VE KÜRK SEGMENTLERİNDE ÜRÜNLERİNİ DEFİLELERLE ALICILARIN BEĞENİSİNE SUNDU.



FUAR

36

5-8 EYLÜL TARİHLERİNDE 19'UNCU KEZ DÜZENLENEN CPM, 54 BİN 250 METREKARELİK ALANI, 36 ÜLKEDEN 1.520 KOLEKSİYONU İLE BUGÜNE KADAR DÜZENLENEN EN BÜYÜK FUAR UNVANINI ALARAK ÖNEMLİ BİR REKORA İMZA ATTI.

pazarlardan biri olduğumuzu söyleyen Volkan Atik, Türk markalarının bu pazarlarda gösterdiği opsiyonel yaklaşımların genelde olumlu yönde olduğunu ve fuarda da gördükleri talebin bunu desteklediğini belirtti. Yerli firmaların fuarın genel havasıyla ilgili genelde ortak fikirde olduğunu ifade eden Atik, kimi firmaların fuarı başarılı bulduğunu kimi firmaların ziyaretçi oranını yeterli, kimininse daha az olduğunu söylemesine rağmen genel anlamda bir memnuniyet gözlemlendiğini de sözlerine ekledi.

Fuara katılan firma sayısının her yıl artış göstermesinin sevindirici olduğunu, fakat katılım kadar istikrarın da önemli olduğunu belirten Atik, "Firma katılımlarımız her yıl artış gösteriyor. Fakat önemli olan bu firmalarımızın fuarlara istikrarlı biçimde her yıl katılmalarıdır" dedi. 85 firma katılımının dışında başvuruların çok daha fazla olduğunu, fakat yer durumundan dolayı 85 firmayı onaylayabildiklerini belirten Atik, sonraki sezonlarda yerin genişletilmesi ile daha fazla firmanın fuara katılabileceğine de vurgu yaptı. Atik, Türkiye Hall'ünün İtalya ve



VOLKAN ATİK
İHKİB Fuarlar Komitesi Başkanı

Türk markalarının Rusya pazarında gösterdiği opsiyonel yaklaşımlar genelde olumlu yönde. CPM'de de gördüğümüz ilgi bu bilgiyi destekliyor.



Türkiye'den İHKİB öncülüğünde 85 firmanın katıldığı CPM fuarında katılımcılar dünyanın dört bir yanından gelen alıcılarla görüşme imkanı buldu.

Fransa gibi Hall'lerle çok yakın olmasıyla bu ülkeleri ziyarete gelen yabancıların Türkiye Hall'üne geçiş yaptığını söyledi. Türkiye'nin fuarda yoğun ilgi gören ülkelerin başında gelmesinde Avrupa'da yaşanan kriz etkili olduğunu söyleyen Atik: "Çok güçlü koleksiyonlarla fuarda yer aldık ve başarılı bir fuar süreci geçirdiğimize inanıyorum" diye konuştu.

Doğu Avrupa'ya geçiş kapısı: CPM

CPM fuarına İHKİB'i temsilen ziyaret edenler arasında İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Cem Altan da vardı. Fuarın genel bir değerlendirmesini yapan Altan; "Dünyanın her yerinde fuarlarda bir küçülme varken Moskova fuarı gün geçtikçe daha da değerleniyor, büyüyor ve daha bilgi odaklı olmaya başlıyor. Bununla paralel olarak da Türk firmalarının bu alandaki gücü de günden güne artıyor. Bu yıl ülke olarak 85 firmayla katıldık daha fazla katılım talebi vardı fakat yer darlığından ötürü 85 milli katılımımız oldu. Firmalarımız bu fuara her yıl daha zengin koleksiyonlarla katılıyor" diyerek CPM fuarından duyduğu memnuniyeti dile getirdi. Fuara istikrarlı bir şekilde katılan firmaların fuardan ticari anlamda daha karlı ayrıldığını ifade eden Altan, "Fuarlar markaların global ölçekte tanıtımını yaptığı ve ticari ilişkiler kurmada en avantajlı oldukları yerlerdir. Dolayısıyla her zaman bu sahalarda yer almaları firmalar için önemli bir durum" dedi. Türkiye'nin yeni pazarlarda

Yüklü siparişler alıyoruz

MEHMET ÇELİK
Formenti Firması Temsilcisi



Fuara bu yıl 16'ncı kez katılıyorum. CPM'e çok zengin koleksiyonlarla katılan ülkelerin başında Türkiye geliyor. Stantlarımıza baktığınızda en zengin koleksiyonların bizde olduğunu görüyorsunuz. Onun dışında yabancı müşterilerin Türkiye standına talebi oldukça fazla. Yüklü siparişler alan firmalarımız hayli ağırlıkta. Fuarlara katılım oranımızın her yıl artış göstermesi sektörümüz adına sevindirici bir gelişme. Bu tür fuarlara katılımlarda her yıl aynı oranda artış bekliyoruz. CPM fuarında önümüzdeki yılın yaz koleksiyonları ağırlıklı olarak sergilense de kış koleksiyonlarını tanıtan firmalarımız da oldu. Kişisel fikrim alınan siparişlerin dilediğiniz gibi adrese ulaşması için fuar hangi sezonun koleksiyonlarına hitap ediyorsa sizin stantlarınızda da öyle bir koleksiyonun yer alması yönünde.

METRAJ KAĞIT BASKIDA TASARIMDAN TRANSFERE

- Sezonun En Trend Desenleri
- Hazır Avrupa ve Amerikan Transfer Kağıtları
- Dijital Süblime Metraj Baskı Çözümleri
- Fast Fashion Felsefesi
- Aynı Gün İçerisinde Desen, Varyant ve Numune Çalışması
- Desenlerde Yüksek Çözünürlük ve Renk Kalitesi

LAMI
Transfer

www.lamitransfer.com
lami@lamitransfer.com
0212 481 48 56 - 481 48 65

FUAR

var olmaya başlamasından duyduğu memnuniyeti dile getiren Altan, "Avrupa'daki kriz bu bölgenin cazibesini yitirmesini beraberinde getirdi. Biz de sektör olarak bu süreç sonrasında esnek bir yapı gösterip değişik alanlara kaymayı hedefledik. Bu anlamda hedef pazarlarımız arasında Güney Amerika, Güney Kore, Afrika ülkeleri, Orta Doğu, Uzak Doğu gibi ülkeler yer aldı ve bu pazarlara çok güçlü girişler yapmaya başladık. Amerika'yı tekrar canlandırmak istiyoruz. Dolarnın değeri kazanmasıyla Amerika sevdamız tekrar canlandı. Oraya da heyetler göndereceğiz" dedi. Hazır giyim ihracatı açısından bu ziyaretlerin çok önemli olduğuna dikkat çeken Cem

Altan 2023 hedefine bu prensipte ilerlediklerini söyledi. CPM de yer alan firmaların başarılı olmalarında Moskova'da showroomlarını açmalarının etkili olduğunu paylaşan Altan, "Firmaların bu pazarda satış noktaları yaratması satış açısından çok önemli" dedi. Altan sözlerine şöyle devam etti: "2023 hedefimize konsantreyken eksik noktaları da iyi tespit etmemiz lazım. Eksiklerin başında kapasite ve insan gücü kapasitesi geliyor. Maliyetleri düşürüp, proaktif bir çalışma stili benimsememiz gerekiyor. Tüm dünya artık daha ucuz ama daha kaliteli ve hızlı üretilmiş bir hazır giyim tercih ediyor. Bunları giderdiğimizde hedeflerimize yaklaşabiliriz" dedi.



ZUHAL ÜNAL
Setre Firma Temsilcisi

Sıcak satışlar var

CPM Fuarı'nda Türk markası olarak yer almaktan son derece mutluyuz. CPM'in diğer fuarlardan farklı, daha ciddi ve profesyonel bir fuar olduğunu düşünüyorum. Geçtiğimiz yıllara göre bu yıl Türk Hall'ü çok ilgi çekici bir hal aldı. Hatta diğer ülkelerin stantlarından çok daha fazla ilgi çektiğimizi söyleyebilirim. Sıcak satış gerçekleştirme imkanı bulan firmalarımız da oldu. Geçtiğimiz yıl da fuar başarılıydı, ama ciddi oranda kargo sıkıntısı yaşamıştık. Bu yıl kargo olayını da kısmen çözmüş görünüyoruz. Aslında kargoyla ilgili yaşanan sıkıntı tamamen çözülsün çok daha başarılı olabileceğimizi düşünüyoruz.



ERDİNÇ KAYTAN
Zingal&Riche Temsilcisi

Bizler Türk kamikazeleriyiz

Fuara hazırlanırken yorucu ama tatlı bir heyecan yaşadık. Bunca yorgunluğun sonrasında da oldukça verimli bir fuar süreci geçirdik. Marka olarak ziyaretçilerin karşısına takım elbise de iyi bir koleksiyonla çıktık ve olumlu geri dönüşler aldık. Geçen yıl Moskova'da showroomumuzu açtık. Bu fuara katılan diğer firmalara da showroom açmalarını öneriyorum. Çünkü bu fuarlarda gelip sizden alım yapmak isteyen insanların burada muhatap bulmaları gerekiyor. Bu anlamda biz burada Türk kamikazeleriz.

FUARA GEÇTİĞİMİZ YIL 75 FİRMAYLA KATILIM GERÇEKLEŞTİREN TÜRKİYE BU YIL, FİRMA SAYISINI ARTIRMAKLA KALMAYIP SERGİ ALANINI GEÇEN YILA ORANLA DAHA DA GENİŞLETTİ.



Durusel HALI Fuarı

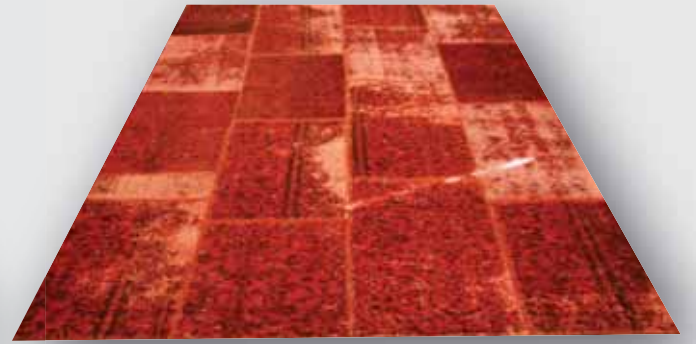
en uygun fiyata, en kaliteli el halıları

online halı satışı

www.halifuari.com



31059-223*303:6.76 - BOTANİK



DÜNYADA ve TÜRKİYE'de ilk

yepyeni ve tek online halı satın alma kolaylığı.

Çarşı pazar yorulmak, zaman kaybı yok.

"www.halifuari.com" web sayfamızdan beğendiğiniz halıyı seçin.

İsterseniz depomuzda gelip görün veya adresiniz İstanbul ise getirelim. Evinizin ortamında görün beğenin. Talep edildiğinde mobil bilgisayarımızla gelip tek tek bütün halılarımızı göstererek seçim yapmanıza yardımcı olabiliriz.

Uzakta veya başka şehirde iseniz, seçtiğiniz halıyı evinize kargo ile gönderelim. Fiyatlar ve kalitemiz rakipsizdir. Kanıt ve bilgi için sitemizde "Hakkımızda" bölümüne bakınız."

Tel: 0(216) 462 13 46

Faks: 0(216) 462 13 47

Gsm: 0(532) 414 75 25

e-mail: iletisim@halifuari.com

TEKSTİL SEKTÖRÜNDE EN ÖNEMLİ FUARLAR ARASINDA YER ALAN "PREMIERE VISION PARİS", 19-21 EYLÜL TARİHLERİNDE GERÇEKLEŞTİ. TÜRKİYE'DEN 76 FİRMANIN KATILDIĞI FUARDA, KURDUĞU TREND ALANI İLE YER ALAN İTHİB, BAŞARILI GEÇEN BİR PREMIERE VISION'U DAHA GERİDE BIRAKTI.

AW 1314 Colour

An allegory of colour and substance

A range told in three essential chapters to use disproportionately to subtly highlight and gently surround without kindness or aggression. Substance pigmented, full and flamboyant tones, each engorged with colour and charged with rotation.

... and mysterious, haunting...
... hours suffered in...

TÜRKİYE'NİN DEVLERİ PREMIERE VISION'DA

Tekstil sektöründe lokomotif görevi gören uluslararası fuarlar, farklı coğrafyalarda sektöre hizmet eden mensupları bir araya getirmeye devam ediyor. Bu fuarlar arasında ise Şubat ve Eylül aylarında olmak üzere yılda iki kez düzenlenen kumaş fuarı, "Premiere Vision Paris" en önde gelenler arasında yer alıyor. Firma stantlarının yanı sıra moda ve trend bilgi bölümlerinin de bulunduğu

fuar düzenlendiği her dönem tekstil ve moda sektöründen yoğun ilgi görüyor. Paris, New York, Moskova ve Şangay gibi şehirlerde düzenlenen fuar uzun yıllardan bu yana tekstil sektörünün önemli aktörlerini bir araya getiriyor. Türkiye bu yıl 76 firma ile İtalya ve Fransa'dan sonra fuara en çok katılım sağlayan ülke olurken, Son olarak 28 ülkeden 700'ün üzerinde firmanın katılımıyla

19-21 Eylül tarihleri arasında düzenlenen fuarda 2013-2014 Sonbahar-Kış koleksiyonlarının alıcıların beğenisine sunuldu. Dünya genelinde kumaş trendlerinin belirlendiği Premiere Vision Kumaş Fuarı'na bu yıl da Türk firmaları adeta çıkarma yaptı. Türkiye bu yıl 76 firma ile İtalya ve Fransa'dan sonra fuara en çok katılım sağlayan ülke olurken, İTHİB de kurduğu trend alanı ile tekstilciler-

% 10

KÜRESEL ALICILARIN ÜRÜNÜ GÖRMEDEN SATIN ALMA KARARI VERMEDİĞİ PARİS PREMIERE VISION FUARI'NDA BU YIL GÖVDE GÖSTERİSİ YAPTIKLARINI SÖYLEYEN GÜLLE, FUARIN YÜZDE 10'A YAKININI TÜRK FİRMALARININ OLUŞTURDUĞUNU VURGULADI.



tekstilinden en iyi örneklerin sunulabilmesi amaçlandı. Fuarı İTHİB temsilcisi olarak katılan isimler arasında ise İTHİB Başkanı İsmail Gülle, İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri Fatih Bilici ve Selim Akdoğan yer aldı.

Türkiye PV'de liderliğe oynuyor

Dünya çapında tekstil ve hammaddeleri alıcı, satıcı ve hizmet sağlayıcılarını bir araya getiren fuarı her yıl 106 farklı ülkeden 50 bin profesyonel ziyaret ediyor. Fuarı Türkiye'den katılan firma sayısının her yıl arttığını belirten İTHİB Başkanı İsmail Gülle, "Türkiye, İtalya ve ev sahibi Fransa'nın ardından fuara en fazla firmayla katılan 3'üncü ülke oldu. Geçen yıl Eylül ayında 54 firma ile katıldığımız fuara, bu yıl yine artış kaydederek 76 firmayla katılıyoruz." dedi. Türk tekstilcilerinin kalitesiyle artık dünyada kendini ispatladığını ifade eden Gülle, bugün 'Made in Turkey' yazan ürünlerin kaliteyle eşdeğer görüldüğüne dikkat çekti.

Kumaş trendleri bu fuarda oluşuyor

Premiere Vision Kumaş Fuarı'nın dünya çapında tekstil sektörünün yeni sezon kumaş-

rin son koleksiyonlarını alıcıların beğenisine sundu. İTHİB tarafından fuarın 6. salonunda oluşturulan lounge ve trend alanında katılımcı firmaların son koleksiyonlarından örnekler yabancı alıcıların beğenisine sunuldu. İTHİB tarafından gerçekleştirilen trend alanı ile Türkiye'den katılan firmaların koleksiyonlarından örneklerin bu alanda sergilenmesi, alıcılara ve basına bir bakışta Türk



İTHİB Başkanı İsmail Gülle Premiere Vision fuarında Kore Tekstil Federasyonu (KOFOTI) Başkanı Ro Hee Chan ile aynı karede buluştu.

FUAR

76

GEREK KATILIMCI GEREK ZİYARETÇİ
PROFİLİ AÇISINDAN GÜNEY
AMERİKA'DAN JAPONYA'YA TÜM
TEKSTİL PROFESYONELLERİNİN İLGİ İLE
TAKİP ETTİĞİ FUARA BU DÖNEM, İTHİB
ÖNCÜLÜĞÜNDE 76 FİRMA KATILDI.



İTHİB Premiere Vision fuarında kurduğu trend alanı ile üç gün boyunca tekstilcilerin son koleksiyonlarını alıcıların beğenisine sundu.

göz alıcı örme ve dokumaların yanı sıra sokak giyimi için canlı renklerde “grunge” ve yıpranmış dokulara sahip denimlerin göze çarpacağını ifade etti.

Trend alanı oluşturuldu

Premiere Vision, dünya moda tasarım trendlerini en çok etkileyen ve ilham veren etkinliklerden biri olarak gösteriliyor. Hedef aldıkları sezon için 2 sene öncesinden ça-

Trendlerin belirlenmesinde önemli bir rehber

NATAN YAKUPPUR

Uğurteks Yönetim Kurulu Başkanı



Firma olarak stantımızda 2012 - 2013 yaz koleksiyonumuz ile 2013 - 2014 kış koleksiyonlarımızı görücüye çıkardık. Fuar katılmaktaki amacımız yaratıcılığın ve modernliğin bir arada olduğu geniş ürün yelpazesini, hedef kitlemize en iyi şekilde sunmak, rakiplerimize karşı avantaj sağlamak, prestijimizi daha da arttırmak, mevcut ve yeni müşterilerine koleksiyonu sunarak müşteri portföyümüzü genişletmektir. Samimi bir atmosferde dinamik ve verimli geçen fuar günlerinde 50'li 70'li yıllar konseptli kumaş koleksiyonumuzun büyük ilgi görmesi bizi çok memnun etti. Bu fuar biz üreticiler için, gerek yurt içi gerekse yurt dışından gelen potansiyel müşteriler ile bir araya gelip, hem ürün satışı, hem de teknolojik gelişmeleri yerinde görerek, ihtiyacımız olan her türlü bilgiye kısa sürede ulaşmamız açısından inanılmaz bir fırsat oldu. Premiere Vision trendlerin belirlenmesinde önemli bir rehber.



İSMAİL GÜLLE
İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı

Türkiye liderliğe oynuyor

Türk firmaları olarak fuara bu yıl da ayrı bir lezzet kattık. Türkiye'den katılan firma sayısı her geçen yıl artış gösteriyor. Geçen yıl Eylül ayında 54 firma ile katıldığımız fuara, bu yıl yine artış kaydederek 76 firmayla katılıyoruz. Türk tekstilcileri kalitesiyle artık dünyada kendini ispatladı ve bugün 'Made in Turkey' yazan ürünler kaliteyle eşdeğer görülüyor. Premiere Vision Kumaş Fuarı tekstil sektörünün yeni sezon kumaşları ilgi ile takip ettiği en önde gelen fuar niteliği taşıyor. Bu fuar ilerleyen dönemlerde Türk tekstilcisinin dünyaya açılan kapısı olacak. Etkinliğin bu yılında firmalarımız yoğun bir dönem geçirdi. Önümüzdeki dönemlerde Birlik olarak, üniversite öğrencilerinin tasarımlarını da bu fuara taşıyacağız.

Bu yıl enerjik renkler revaçta

Yeni sezon kumaş trendleri hakkında ipucu veren İTHİB Başkanı Gülle, önümüzdeki yıl dokularını gösteren enerjik ve şehir yaşamını yansıtan canlı renklerin revaçta olacağını söyledi. Gülle, Çift taraflı kullanılabilen kumaşlar, ince ve hafif, desenleri örtüştüren kumaşlar, dokularda parlaklık ve ışıltı sunan

ları ile ilgili takip ettiği en önde gelen fuar niteliğinde olduğuna dikkat çeken Gülle, şunları söyledi: “Bu fuar Türk tekstilcisinin dünyaya açılan kapısı olacak. Fuarı Kuzey Amerika, İtalya, İngiltere, Japonya, Çin ve Rusya'nın da aralarında bulunduğu 28 ülkeden katılım sağlanıyor. Premiere Vision Paris'e katılan firmalar, bu fuarın Moskova, Pekin, Tokyo, Sao Paulo ve New York'ta düzenlenen ayaklarına da katılabilecek.”

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

FUAR



Premiere Vision fuarında İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri Selim Akdoğan, Fatih Bilici ve Derya Yarangümelî T.C. Paris Büyükelçisi Tahsin Burcuoğlu ve Paris Ticaret Müşaviri Aylın Bebekoğlu ile bir araya geldi.

ışmaya başlayan kumaş üreticileri koleksiyonlarını yaklaşık 1 sene içinde hazırlayıp yine aşağı yukarı sezondan bir sene önce fuarlarda sergilemeye başlıyor. Fuar ise, sezonu yaklaşık bir sene gerisinden planlayan tasarımcılar için bir başlangıç tarihi oluyor. Bu sezon da İTHİB tarafından fuarın 6. salonunda oluşturulan lounge ve trend alanında katılımcı firmalarımızın son koleksiyonlarından örnekler yabancı alıcıların beğenisine

sunulurken; Türk katılımcılar için de bir buluşma ve fikir paylaşımı noktası oluşturuldu.

Firmalar fuardan memnun

Kaliteli ve yenilikçi ürünleriyle fuarda fark yaratmayı hedefleyen İpekiş, uzun yıllardır fuara düzenli olarak katılıp ünlü moda markaları ve sektör profesyonelleriyle buluşuyor. Firma, Premiere Vision'a katılarak Ar-Ge ve Ür-Ge yatırımları sonucunda pazarda fark yaratan "Kumaşın 7 Harikası" konseptli akıllı kumaş koleksiyonunu

potansiyel müşterilerinin beğenisine sundu. Firma, "Kumaşın 7 Harikası" başlıklı akıllı kumaş koleksiyonunun yanı sıra Ultimate, Trend, Energy ve Natural koleksiyonlarını fuarda tanıtmaya imkanı da buldu. İpekiş Genel Müdürü Aşkın Kandil, "Premiere Vision, trendlerin belirlenmesinde önemli bir rehber. Düzenli olarak katıldığımız Premiere Vision fuarı dünya moda devleriyle buluşmak açısından bize inanılmaz fırsatlar sunuyor. Geçtiğimiz Şubat ayındaki Premiere Vision fuarında başta Moschino, Versace, Dolce & Gabbana ve Armani olmak üzere ünlü moda markalarından yoğun ilgi görmüştük" diyerek bir önceki Paris Premiere Vision Fuarı'nı da değerlendirdi.

2011 tekstilciler için "İade-i itibar yılı" oldu

Dünyanın en önemli tekstil fuarlarından biri olan Paris Premiere Vision'a 1996 yılında alınmayan ve otel lobisinde alternatif fuar düzenledikleri için gözaltına alınan Türk tekstilciler geçtiğimiz yıl aynı fuara 54 firmayla katılmıştı. İTHİB Başkanı İsmail Güllü, geçen yıl bu konu ile ilgili dergimizde yaptığı açıklamada 2011 yılındaki fuarın kendileri için "İade-i itibar yılı" olduğunu söylemişti. Güllü, "Yıllar önce bir takım nedenlerden dolayı alınmadığımız fuara 2011 yılında onur konuğu olduk" diyerek etkinlikteki yerlerini sağlamlaştırdıklarının

BETÜL YÜKSEL

Kıvanç Tekstil İhracat ve Paz. Sorumlusu

Premiere Vision bu yıl da hareketliydi

Premiere Vision Paris fuarının bu döneminin de firmamız açısından oldukça verimli geçtiğini söyleyebilirim. Özellikle fuarın ilk günü çok canlı ve hareketli geçti. Fuarın üçüncü günü fuara öğrenci ziyareti gibi etkinlikler olmasından dolayı alıcı noktasında zayıf geçtiğini söyleyebilirim. Özet olarak belirtmek gerekirse fuarda sergilediğimiz ürünlerin gördüğü ilgi bizi mutlu etti. Avrupa ülkelerinde var olan kriz durumuna rağmen fuardaki hareketliliğin ve ilginin azalmamış olması da dikkat çeken noktalar arasındaydı.





ANADOLU İPLİK ve TEKSTİL FABRİKALARI SANAYİ A.Ş.

Nylon iplik

Nylon 6 Düz İplikler
Nylon 6 Tekstüre İplikler
Nylon 6 Elastanlı İplikler
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 Olivyum 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



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

İMA

İMA TANITIM GÜNLERİ'NİN BU AYKI KONUĞU MODA DÜNYASININ YAKINDAN TAKİP ETTİĞİ ÜNLÜ TASARIMCILAR DİLEK HANİF VE ATIL KUTOĞLU OLDU. TASARIMCILAR, MODA TASARIM EĞİTİMİNİN YOL HARİTASINI VE TECRÜBELERİNİ GENÇ KATILIMCILARLA PAYLAŞTI.



İMA'NIN KONUĞU DİLEK HANİF VE ATIL KUTOĞLU OLDU

Türkiye' nin en önemli moda okullarından biri olarak kabul edilen İstanbul Moda Akademisi (İMA), moda alanında kariyer planlayan gençler için düzenlediği 'Tanıtım Günleri'nde (Open Day) dünya çapında tanınan önemli tasarımcı ve modacıları ağırlamaya devam ediyor. İMA, Eylül ayında da uluslararası platformda ün kazanmış moda tasarımcıları Dilek Hanif ve Atıl Kutoğlu'yu gençlerle buluşturdu. Katılımcıların moda alanında ve eğitim programları hakkında tüm sorularına cevap bulduğu etkinlikte

Hanif ve Kutoğlu, moda kariyerindeki tecrübelerini ve moda tasarımı eğitiminin yol haritasını paylaştı.

“Yaratıcılık sınır tanımaz”

Uluslararası platformlarda büyük bir üne sahip Türk moda tasarımcıları arasında yer alan Kutoğlu, Tanıtım Günleri'nde 26 yaşında Avusturya'nın en iyi moda tasarımcısı ödülünü aldığı yıllardan bugünlere gelişini, modaya ilgi duyan ve bu yönde bir kariyer hayal eden katılımcılarla paylaştı.

Kutoğlu, genç modaseverler ve moda alanında kariyer planlamak isteyen katılımcılarla bir araya geldiği etkinlikte, meslek hayatındaki tecrübelerini paylaştı.

İMA tarafından gerçekleştirilen Tanıtım Günleri'nin 28 Eylül'deki konuğu olan Dilek Hanif, hazır giyim ile başlayan yolculuğunun Haute Couture ile devam edip bugünle nasıl geldiğini katılımcılarla paylaştı.

Markasını 20 yıl önce kuran Dilek Hanif, hazır giyim koleksiyonunda herkesin giyebileceği tasarımlara yer verirken couture tasarımlarında ise daha özgür olduğunun altını çizdi. Hanif, tasarımcının işinin tasarlamaktan ibaret olmadığını; çizilen ve tasarlanan ürünleri ayağa kaldıracak kişinin de yine tasarımcının kendisi olduğunun, bu süreçte modelistten, malzeme takipçisine kadar birçok kişiyle ilişki kurmanın ve onlara en doğru şekilde taleplerini aktarabilmenin önemini vurguladı. Ünlü modacı, son olarak moda alanında kariyer planlayan gençlere; Türkiye'de yeterince gelişmemiş olduğuna inandığı “Moda Pazarlaması” konusunda da eğitim alıp kendilerini bu yönde geliştirmelerini tavsiye etti.



DEV YATIRIM PARKUR



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



TÜRKİYE, 2011 YILINDA 118 BİN MARKA TESCİL BAŞVURUSU İLE AVRUPA'DA EN ÇOK MARKA BAŞVURUSU YAPILAN ÜLKE OLDU. TEKSTİL VE HAZIR GIYIM İÇİN DE HAYATİ ÖNEMDE OLAN MARKA TESCİL KONUSUNU TÜRK PATENT ENSTİTÜSÜ BAŞKANI PROF.DR. HABİP ASAN İLE KONUŞTUK.

“REKABET İÇİN MARKA TESCİLİ ŞART”

Türkiye’de son dönemde marka ve diğer sınai mülkiyet haklarına yönelik artan bir bilinçlenme süreci söz konusu. Bu bilinçlenmede, Türkiye’nin gelişmiş bir ekonomi olma hedefine en çok katkıda bulunacak araçlardan birinin sınai mülkiyet haklarına yapılan yatırım olduğunun farkına varılması önemli bir rol oynuyor. Diğer bir deyişle, Türkiye’nin, dünyada küresel rekabet açısından artan önemine paralel olarak sınai mülkiyet hakları da önemli bir gündem maddesi haline gelmeyi başarmış durumda.

Türk Patent Enstitüsü (TPE) de bu süreçte “Türkiye’nin fikri sermayesinin ve inovasyon kapasitesinin artırılmasına katkı sağlayan, sınai mülkiyet alanında ulusal ve uluslararası politikalara yön veren öncü bir kurum olmak” vizyonu doğrultusunda önemli bir rol oynuyor. Türk Patent Enstitüsü Başkanı Prof.Dr. Habip Asan ile yaptığımız röportaj ile Türkiye’de marka ve sınai mülkiyet haklarına yönelik gelişen düzeyi ayrıntılı olarak ele aldık.

İstatistikler Türkiye’de marka ve endüstriyel tasarım konusunda ciddi mesafe kaydedildiğini gösteriyor. Bu bilinçlenme sürecinin artışı ile ilgili sizin düşünceleriniz nelerdir?

Bu bilinçlenme sürecinin yansımalarını artan başvuru sayılarında görülebiliyoruz. Özellikle 2011 yılında marka başvurularında dikkat çekici bir artış yaşandığını görüyoruz. Bu artışla Türkiye, yaklaşık 118 bin başvuruyla Avrupa’da en çok marka başvurusu yapılan ülke konumuna gelmiş

GEÇEN YIL YAPILAN 117 BİN 723 MARKA BAŞVURUSUNUN 5 BİN 409 ADEDİ TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNDE FAALİYET GÖSTEREN FİRMALARA AİT. BU BAŞVURULardan 2 BİN 34 ADEDİ TESCİL EDİLMİŞ BULUNUYOR.



İHKİB YK. Üyesi Birol Sezer ve Türk Patent Enstitüsü Marka Vekili Zafer Şatır, 19 Eylül Çarşamba günü TPE Başkanı Prof. Dr. Habip Asan'ı ziyaret ederek, tekstil ve hazır giyim sektörü için de önemli olan marka tescil konusunu görüştüler.

tekstil ve hazır giyim sektöründe faaliyet gösteren firmalarımız da bu kavramların önemini anladı. Bu bağlamda firmalarımızın gerek marka başvuru sayılarında ve gerekse tescil sayılarında kayda değer artışlar olduğu görülüyor.

Genel olarak 2011 yılı içerisinde yapılan 117 bin 723 marka başvurusunun 5 bin 409 adedi tekstil ve hazır giyim sektöründe faaliyet gösteren firmalara ait. Bu başvurulardan 2 bin 34 adedi tescil edilmiş bulunuyor. Öte yandan genel marka başvuru sayısının yine artış içerisinde olduğu 2012 yılının ilk 8 ayı itibari ile 4 bin 930 adet başvuru ve 1.616 adet tescil, tekstil ve hazır giyim sektöründe faaliyet gösteren firmalar adına gerçekleştirilmiş bulunuyor.

Sektörümüzde, tescili alınıp fiilen hiç kullanılmayan markalar bir ekonomik kayba yol açıyor. Bu durumun yarattığı negatif etkileri önlemeye yönelik çalışmalarınız var mıdır?

“Markaların Korunması Hakkında 556 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname”nin 14. maddesinde; “Markanın, tescil tarihinden itibaren beş yıl içinde, haklı bir neden olmadan kullanılmaması veya bu kullanıma beş yıllık bir süre için kesintisiz ara verilmesi halinde, marka iptal edilir” hükmü yer almakta. Bu itibarla tescili alınıp fiilen kullanılmayan markalarla ilgili olarak zarar gören kişilerin yetkili mercilere başvurarak ortaya çıkan olumsuzlukları giderme yoluna gitme hakları bulunuyor.

Tekstil ve konfeksiyon sektörünün dinamik yapısına ve hızına oranla, tescil sürelerinin çok uzun olduğu yolunda yakınmalar duyuyoruz. Bu kapsamda tescil sürelerinin kısaltılmasına yönelik çalışmalarınız bulunuyor mu?

Marka konusunda Türkiye genelinde önde olan sektörlerin başında tekstil ve hazır giyimi göstermek mümkün. Oldukça dinamik ve esnek bir yapıya kavuşmuş olan tekstil ve hazır giyim söz konusu konumuna karşılık, bu sektörlerin ihtiyaçlarına cevap verebilecek şekilde marka tescil başvurularının sonuçlandırılması TPE'nin temel stratejik hedeflerinden birisi konumunda. Öyle ki TPE diğer kamu kuruluşlarına oranla hızlı bir şekilde hazırladığı stratejik plan

oldu. Ayrıca, sadece marka başvurularındaki artışı değil, Türk Patent Enstitüsü'ne yapılan ve Resmi Marka Bültenleri'nde ilan edilen başvurulara yapılan itirazları da, işletmelerin ve hak sahiplerinin artan marka bilinci sonunda markalarını ve haklarını koruma çabaları olarak değerlendirebiliriz.

Tasarım konusuna gelince, rekabet koşullarının ve unsurlarının sürekli değiştiği günümüz ekonomik hayatında, tüm dünyada modadan, mobilyaya, teknolojiye, mimariye, yayıncılıktan (giderek görselliğin ağırlık kazandığı göz önüne alınırsa) ev sektörüne, gıdaya kadar pek çok sektörde nihai ürüne son noktayı tasarım koyar hale gelmiştir. Tüketiciler tarafından şekil, renk ve görünüm itibari ile emsallerinden farklı olan ürünlerin tercih edilmesi tasarımın önemini ortaya koymuştur. Bunu kavrayan ülkeler ise ilgili sektörlerle yakın işbirliği içinde tasarım politikaları ve programları geliştirmişlerdir. Bu politikaların temelinde tasarımı ekonomik gelişme ve rekabet avantajı kazanma noktasında stratejik araç olarak kullanma hedefi yatmaktadır. Türk Patent Enstitüsü 2004 yılından itibaren tasarımla ilgili her

kesime hitap edecek şekilde bilinçlendirme çalışmalarına yeni bir boyut kazandırdı. Bu bağlamda üniversiteler, kamu kurum ve kuruluşları, ilgili sivil toplum örgütleri ve sanayi sektörüyle işbirliğine giderek, ana teması tasarım olan projeleri hayata geçiriyoruz. Bu amaç doğrultusunda 2009 yılında Bakanlar Kurulu kararıyla “Türk Tasarım Danışma Konseyi” kuruldu. Bu Konsey, Türkiye'nin uluslararası alanda rekabet gücünü artırmak için tasarım stratejilerinin ve politikalarının belirlenmesi, uygulama altyapısı oluşturulması ve uygulanması ve bu suretle katma değeri yüksek tasarımlar yaratılması, Türk tasarımcılarının ve tasarımlarının dünya pazarında tercih edilir konuma getirilmesi, tasarımcı ve sanayici işbirliğinin sağlanması ve “Türk Tasarımı” imajının yerleştirilmesi konusunda ilgili tüm paydaşların katılımı ile çalışmalar yürütüyor.

Özellikle tekstil ve hazır giyim firmalarının marka ve fikri mülkiyet haklarına yönelik yaklaşımlarını nasıl buluyorsunuz?

Markalaşmanın ve sınai mülkiyet haklarının önemini giderek arttığı günümüz ekonomisinde, diğer sektörlerde olduğu gibi

RÖPORTAJ

çerçevesinde marka başvurularının kademeli olarak 2016 yılı sonuna kadar 6 ay içerisinde sonuçlandırılmasını hedeflemekte ve bu hedefine yönelik "müşteri odaklı" yaklaşımı ile işlemlerine hız ve kalite kazandırma yolunda önemli çalışmaları yürürlüğe koymuş bulunmaktadır. Aslında tekstil ve konfeksiyon sektörünü yakından ilgilendiren marka ve tasarımların korunması ile ilgili ülkemizde uygulanan mevzuatın incelendiğinde süreçlerin uzun olmadığı görülebilir. Ancak mevcut sistemin daha etkin çalışmasında sınai mülkiyet sistemi içerisinde yer alan aktörlerin birbiri ile yakın ilişkiler içerisinde bulunmasının etkisi büyük. Özellikle tasarım korumasının ülkemizde yeni ve az bilinir olması nedeniyle zaman zaman çeşitli aksaklıklar yaşanabilmekte. Bunların giderilmesi için sistemin en önemli aktörlerinden biri olan ve hak sahipleri adına TPE'de işlem yapma yetkisi olan vekillere önemli sorumluluklar düşüyor. Tescil için gerekli bilgi ve belgelerin doğru, düzenli ve zamanına verilmesi durumunda bir sorun yaşanmamakta.

Bu alanda hizmet veren marka-patent ofislerinin eğitimi ve denetimi hakkında ne tür çalışmalarınız vardır?

Sadece marka ve patent ofislerinin değil toplumun her kesiminin sınai mülkiyet hakları konusunda bilgilendirilmesine ve bilinç sahibi olmasına büyük önem veriyoruz. Bunu temin etmek için herkesin katılımına açık seminerler düzenliyoruz. Marka ve patent vekilleri ve diğer tüm ilgililer düzenlenen bu seminlere katılarak bilgi eksikliklerini giderebildikleri gibi sınai mülkiyet alanında ki son gelişmelerden de haberdar olabiliyor. Üniversitelerin veya ilgili diğer kurum ve kuruluşların düzenlediği sınai mülkiyet eğitimlerinde de ihtiyaç duydukları uzman desteğini sağlıyoruz. Yine her yıl düzenli olarak marka ve patent vekilleriyle, ilgili sivil toplum örgütleri mensuplarıyla bir araya geldiğimiz istişare toplantıları yapıyoruz. Bu toplantılarda vekiller ile sınai mülkiyet alanında son dönemde yaşanan gelişmeleri değerlendiriyor, karşılıklı görüş alışverişinde bulunuyor, sınai mülkiyet verilerini paylaşıyor, yorumluyor ayrıca sistemin daha sağlıklı işleyişine yönelik kısa ve uzun vadede yapılacak çalışmalar ve önerileri ele alıyoruz. Bu



yıl yaptığımız istişare toplantısında, katılımı mümkün olduğunca geniş tutmak amacıyla internet üzerinden canlı yayınladığımız gibi ilgililerin e-posta ile ilettikleri sorularını da yanıtlıyor, izleyenlerin toplantıya uzaktan iştirak edebilmelerini sağladık.

Tekstil ve hazır giyim firmalarına markalaşma ve marka tescili konusunda neler önerirsiniz? Bu sektörlere yönelik olarak hazırlamış olduğunuz herhangi bir projeniz var mı?

Küreselleşen dünya ekonomisi içerisinde mevcut konumlarını korumak ve rekabetçi piyasa koşulları karşısında yerini sağlamlaştırmak isteyen firmalar değişen koşullara uyum sağlayarak bu amaçlarına ulaşabilirler. Firmalar; güçlü ve orijinal markalar yaratarak ve yarattıkları bu markaları çeşitli stratejilerle destekleyip geliştirerek rakiplerinden farklılaşmakta. Farklılaşma kavramı, günümüz rekabetçi ekonomik yapısı içerisinde gerek tüketiciler gerekse firmalar açısından çok büyük bir önem arz ediyor. Markalaşma, günümüz modern ekonomik sistemi içerisinde rekabet kavramının somutlaşmış bir şekli olup, bir firmanın organizasyon yapısının tamamını ilgilendirmekte. Bu noktada önemli bir başka kavram da; Etkili Sınai Mülkiyet Yönetimi'dir. Etkili Sınai Mülkiyet Yönetimi, firmalara, rekabet

MARKANIN, TESCİL TARİHİNDEN İTİBAREN BEŞ YIL İÇİNDE, HAKLI BİR NEDEN OLMADAN KULLANILMAMASI VEYA BU KULLANIMA BEŞ YILLIK BİR SÜRE İÇİN KESİNTİSİZ ARA VERİLMESİ HALİNDE, MARKA İPTAL EDİLİYOR.

güçleri ve stratejik avantajlarını arttırmak için, fikri mülkiyet varlıklarını kullanma yeteneği sağlıyor. Sınai mülkiyet korumasının edinilmesi, çok önemli bir ilk adımdır, ancak, etkili Sınai Mülkiyet Yönetimi, sadece firmanın buluşlarının, markalarının, tasarımlarının veya telif haklarının korunmasından daha fazlasıdır. Etkili Sınai Mülkiyet Yönetimi aynı zamanda firmanın buluşlarını ticarileştirmek, markalarını pazarlamak, know-how birikimini lisans anlaşmaları ile değerlendirmek, sınai mülkiyet içeren ortak girişim ve diğer tür sözleşmeler yapmak ve fikri mülkiyet haklarının durumunu etkili bir şekilde izlemek ve gereğinde yaptırım sağlamak konularında, gerekli kapasiteye sahip olunmasını da içermektedir. Gerçekten de, bir firmanın sınai mülkiyet portföyü, işletmeye önemli bir değer katan, başarının anahtarı niteliğinde bir varlıklar kategorisi şeklinde görülmelidir.

Bu çerçevede TPE; KOBİ'lerde yenilikçi kültürün artırılmasına katkı sağlamak ve bu yenilikleri korumak için fikri mülkiyet stratejisi oluşturmayı amaçlayan ve ilki 2007 yılında Ankara Ostim Organize Sanayi Bölgesi'nde gerçekleştirilen "Hezarfen" projesini yürürlüğe koymuştur. Son 5 yılda, Ankara'nın yanı sıra Konya, Gaziantep, Kocaeli gibi diğer önemli illerimizde de uygulamaya konulan proje ile KOBİ'lerin aynı zamanda, patent ve marka veri tabanlarında bulunan teknolojik ve ticari bilgi hazinesinden, en son teknolojik atılımların neler olduğunu öğrenmek, potansiyel ortaklar belirlemek ve rakiplerin yenilikçi faaliyetleri hakkında bilgi edinmek için yararlanabilmeleri sağlandı. TPE ilerleyen dönemlerde de hayata geçirilecek olan Hezarfen ve benzeri projeler vasıtası ile tekstil ve hazır giyim sektöründe faaliyet gösteren firmaların sınai mülkiyet yönetimi, markalaşma ve marka tescili hususlarında bilinçlenmesini sağlayacak çalışmalar gerçekleştirmeyi planlıyor.

Ülke olarak fikri mülkiyet haklarının korunması konusundaki mevzuat ve uygulamaların yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?

Fikri mülkiyet hakları konusunda güçlü bir mevzuat altyapımızın olduğunu düşünüyorum. Ancak her alanda olduğu gibi mevzuat alanında da zaman içerisinde



BULGARİSTAN

MAKEDONYA

ARNAVUTLUK

YUNANİSTAN

Yunanistan
Arnavutluk
Makedonya ve
Bulgaristan'a
Komple ve Grupaj
Lojistik Servis



SERAY®

ULUSLARARASI TAŞIMACILIK
İNŞAAT TİCARET LTD. ŞTİ.



BALKANLARA AÇILAN LOJİSTİK KAPINIZ

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

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

info@seraytrans.com

www.seraytrans.com

RÖPORTAJ

TPE DİĞER KAMU KURULUŞLARINA ORANLA HIZLI BİR ŞEKİLDE HAZIRLADIĞI STRATEJİK PLAN ÇERÇEVESİNDE, MARKA BAŞVURULARINI KADEMELİ OLARAK 2016 YILI SONUNA KADAR 6 AY İÇERİSİNDE SONUÇLANDIRMAYI HEDEFLİYOR.



edinilen tecrübeler ve ortaya çıkan ihtiyaçlar doğrultusunda değişim ve güncelleme ihtiyacı ortaya çıkıyor. Enstitümüz, sınai mülkiyet mevzuatının Türkiye'nin taraf olduğu uluslararası anlaşmalar ile getirilen yeniliklere uyumunu sağlamak, uygulamada ortaya çıkan sorunlara çözüm getirmek ve sınai mülkiyet mevzuatının suç ve cezalara ilişkin hükümlerinin kanunla düzenlenmesini sağlamak amacıyla bir Kanun Taslağı hazırladı. Bu Kanun Taslağı yasalama sürecini tamamladığında, ülkemiz sınai mülkiyet sistemi daha da güçlenmiş olacak. Tüm bu çalışmalar sonucunda, ülkemizde AB standartlarında, hatta bazı üye ülkelerdeki standartların da üzerinde bir sınai mülkiyet sistemi tesis edilmesi yönünde önemli bir aşama kaydedilmiş olacak.

Ayrıca AB Müktesebatına uyum ve şeffaflık konularında sınai mülkiyet sisteminin geliştirilmesi ve toplumun ilgili kesimlerinin sınai mülkiyet konusundaki artan bilincine paralel olarak sınai hak ihlallerinin de azalmasını bekliyoruz. Elbette ki her alanda olduğu gibi sınai mülkiyet alanında da tüm yasal ve mevzuata ilişkin düzenlemelere rağmen uygulama aşamasına geldiğinde bir takım güçlüklerle karşılaşılabilir. Bunların aşılması noktasında da Enstitümüz her zaman olduğu gibi ulusal ve uluslararası ilgili kurum ve kuruluşlarla işbirlikleri içerisinde olacaktır. Dinamik bir yapıya sahip olan sınai mülkiyet sistemini geliştirme ve dönüştürme çalışmaları ile bunun için gerekli temaslar sürekli devam edecek.

Marka ve patent bilincini yerleştirmek için yürütülen çalışmalardan bahsedermisiniz? Bu konuda eğitim faaliyetleriniz ne düzeyde?

Sınai mülkiyet hakları konusundaki bilinçlendirme çabalarımızın da etkisiyle son dönemde ülkemizde marka başvuru sayılarında önemli artışlar yaşandı. Bu artışların hem sürekliliğini sağlamak hem de niteliğini artırmak için çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Üniversitelerin, yenilik üretim kapasitelerini arttırarak sınai mülkiyet haklarını etkin kullanabilmelerini sağlamak amacıyla Avrupa Patent Ofisi işbirliğiyle "Üniversitelerde Sınai Mülkiyet Bilgisinin Yaygınlaştırılması" adıyla bir Proje yürütüyoruz. Proje ile üniversitemizden nitelikli ve katma değer sağlayacak buluşlar üretilmesi yönünde üniversite yönetimleri ile işbirliği içerisinde yürütülecek çalışmalarla sınai mülkiyet sisteminin geliştirilmesi ve inovasyon kapasitesinin artırılması hedefleniyor.

Ayrıca toplumun her kesiminin sınai mülkiyet hakları konusunda bilgilendirilmesine ve bilinç sahibi olmasına yönelik çalışmalar yapıyoruz. Bu çerçevede üniversite ve sanayi çevreleri ile işbirliği içinde "Patent Günleri" etkinliklerini yürütüyoruz. Son olarak etkinliği Ankara, Bolu, Antalya, Elazığ, İzmir illerinde gerçekleştirdik. Önümüzdeki dönemde de geliştirerek farklı illerde tekrarlamayı düşünüyoruz. Öte yandan, ülke genelinde 50 Bilgi ve Doküman Birimi tesis ettik. Bu birimlerin bir kısmı üniversiteler bir kısmı sanayi ve ticaret odaları bünyesinde faaliyet

gösteriyor. 2008 yılından bu yana çocuklarımızın bilime, teknolojiye ilgi duyması ve düşünce ürünleri geliştirmelerinin teşvik edilmesi amacıyla MEB işbirliği ile düzenlediğimiz bu yıl Mayıs ayında gerçekleştirdiğimiz "Şimdi Düşünme Zamanı" İlköğretim Okulları Teknoloji ve Tasarım Dersi Öğrenci Çalışmaları Sergisi" var. Ulaşabildiğimiz sayıda çocuklarımızı mümkün olduğunca erken yaşta sınai mülkiyet ile tanıştırmaya çalışıyoruz. Geçtiğimiz yıl ilk defa Türkiye çapında organize ettik.

Daha önce sözünü ettiğimiz birçok ilimizde hayata geçirdiğimiz "Hezarfen Patent Araştırma Projesi"ni bu yıl, Ankara Kalkınma Ajansına proje olarak sunduğumuz Hezarfen Medikal Projesi olarak Ankara'daki medikal KOBİ'lerimize yönelik olarak uygulamaya koyduk. Ayrıca yine toplumun çeşitli kesimleri ile temas etme olanağını bulduğumuz, sanayi ve üretim çevrelerini bir araya getiren ulusal ve uluslararası fuarlara katılarak sınai mülkiyeti anlatıyor, bu konuda ki bir farkındalığı arttırmaya çalışıyoruz.

Taklitle mücadele konusunda mevzuat ve yasal düzenlemeler konusunda son yıllarda önemli bir aşama kaydettik. Son olarak Avrupa standartları dikkate alınarak hazırladığımız ve şu an Başbakanlıkta olan Kanun Taslağının yürürlüğe girmesiyle bu konudaki eksiklikler giderilmiş ve kanuni düzenlemeler büyük ölçüde tamamlanmış olacak. Bundan sonra gelecek uygulama aşamasında bu yasaların, ticari ve ekonomik hayatı sınai mülkiyetin daha da geliştirilmesi yönünde etkileyerek dönüştüreceğini umuyoruz.



KEÇOĞLU®

SİRUBA®

DİKİŞİ SANATA DÖNÜŞTÜR



SIRUBA
Sırtçı ve Konfeksiyon Dikiş Makinaları

SIRUBA
Sırtçı ve Konfeksiyon Dikiş Makinaları

Suote
E.K. PİRETO VE KAYMAKÇI
MAKİNELER



KW
CLOTH CUTTING - KESİM MOTOR
VE HIZAR MAKİNELERİ



ZUSUN
PAÇA BAŞI KÖR ÖRME MAKİNELERİ

NovoCut
CLOTH CUTTING - KESİM MOTOR
VE HIZAR MAKİNELERİ

VARI-O-MATIC
NEPİRLİ JAKARLI BÖLME VE
ÇİPİR LASTİK MAKİNELERİ



Mekez: İstanbul

Tel : +90(212) 502 45 06
: +90(212) 502 46 05
: +90(212) 507 02 47/49/50
Fax: +90(212) 502 43 08

Şube: Osmanbey

Tel : +90(212) 232 15 57
: +90(212) 232 15 69
: +90(212) 247 64 35
Fax: +90(212) 247 69 50

Şube: Ankara

Tel : +90(312) 350 85 20
: +90(312) 350 73 40
Fax: +90(312) 350 89 48

Şube: Unkapanı-İMC

Tel : +90(212) 512 23 33

Tuzla Serbest Bölge:

Tel : +90(212) 507 02 47
İstanbul/Türkiye

www.kecoglumakina.com

e-mail: kecoglu@kecoglumakina.com



SEKTÖR

İTHİB, "MILANO UNICA FUARI"NA İLİŞKİN SÜRDÜRDÜĞÜ UZUN SOLUKLU ÇALIŞMALARINA DEVAM EDİYOR. ULUSLARARASI BAĞLANTILARINDA DA HIZ KESMEYEN BİRLİK, GÜNEY KORE FİRMALARINI DA TÜRKİYE'YE YATIRIMA DAVET EDİYOR.

MILANO UNICA İÇİN ÇALIŞMALAR DEVAM EDİYOR

Türk tekstil firmalarının İtalya'nın en önemli fuarı olan "Milano Unica Fuarı"nda yer almaları için uzun süredir İTHİB tarafından bir takım çalışmalar yürütülüyor. Bu yıl 11-13 Eylül tarihleri arasında düzenlenen fuara İTHİB bünyesinde firmaların yer alması için çalışmalar devam ediyor.

Milano Unica Fuarı'na davetli olarak katılan İTHİB Başkanı İsmail Gülle ve İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala Sistema Moda Italia (SMI) Başkanı Michele Tronconi ile bir toplantı gerçekleştirdi. Toplantıda iki ülke arasında tekstil alanında ortaya çıkan gelişmeleri ele aldıklarını belirten Tamer Pala, fuarın bu dönemini de yakından takip etme fırsatı bulduklarını belirtti.

Türk tekstil firmalarının Milano Unica gibi İtalya'nın en önemli fuarında yer almalarının önemine vurgu yapan Pala, bu konuda iki ülkenin sektör temsilcileri olarak çalışmalarına devam edeceklerini vurguladı. Tamer Pala, bu çalışmaların yoğunlaşarak devam edeceğini dile getirdi.

İtalyanların muhatabı, İTHİB

Sistema Moda Italia Başkanı Michele Tronconi ile yaptıkları toplantıya İTHİB Başkanı İsmail Gülle, Türkiye Milano Ticaret Ataşesi Cumhuriyet İşbirakmaz ve Sistema Moda Italia Genel Sekreteri Federica Dottori'nin katıldığını belirten Tamer Pala, "Gelinen noktada Türkiye ve İtalya tekstil sektör temsilcileri arasındaki ilişkiler en üst seviyeye gelmiş bulunuyor. İki taraf arasında karşılıklı bir samimiyet ortamına ortaya çıktı. Ayrıca İTHİB olarak Sistema Moda Italia ile Türkiye ve İtalya'da tekstil sektörleri adına yapılacak organizasyonlarda beraber hareket etme adına bir centilmenlik anlaşması imzaladık. İtalyanlar Türkiye'de bir organizasyon yapacaklarsa tekstil adına İTHİB ile karşılıklı

hareket edecek. Aynı şekilde Türk tekstilcileri İtalya'da tekstil adına yapılacak etkinliklerde Sistema Moda Italia ile ortak hareket edecek. Bu anlamda iki ülke arasında tekstil muhatapları belirlenmiş oldu. Bu çok sevindirici bir durum. Bu konuda diplomatik ziyaretlere devam edeceğiz. Milano Unica Fuarı'na katılacak firmalar İTHİB tarafından belirlenecek" diye konuştu.

Milano Unica'ya giden yol bu görüşmelerden geçti

Türk tekstil sektörünün İtalya ve diğer Avrupa pazarlarında etkinliğinin artırılmasına yönelik daha önce İTHİB tarafından yapılan çalışmalar ise şöyle; Öncelikle 24 Mart 2012 tarihinde Milano Unica Başkanı Silvio Albini ile İTHİB Başkanı İsmail Gülle ve İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala

İTHİB BAŞKANI İSMAİL GÜLLE VE İTHİB BAŞKAN YARDIMCISI TAMER PALA, TÜRKİYE'DE DÜZENLENECEK TEKNİK TEKSTİL FUARINA GÜNEY KORE FİRMALARINI DAVET ETTİ.

tarafından görüşmeler gerçekleştirildi. Yine 2-3 Mayıs 2012 tarihlerinde gerçekleştirilen TGSD Konferansı vesilesiyle İtalya Confindustria Başkan Yardımcısı Paolo Zegna ile İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala'nın görüşmelerinde de Milano Unica Fuarı'na katılım konusu ele alındı. Ayrıca 2012 Mart ayında İtalya'ya gerçekleştirilen hazır giyim ve konfeksiyon ticaret heyeti, 2012 Mayıs ayında TGSD tarafından düzenlenen konferans ve İtalya Ticaret Müşavirliği tarafından Türkiye'ye yönelik düzenlenen ticaret heyeti esnasında SMI Başkanı Michele Tronconi ile yürütülen temaslar sonucunda İtalyan firmalarının Türkiye ile ticaretle bazı sorunlar yaşadığı konusu gündeme gelmişti. Nitekim SMI Başkanı Michele Tronconi tarafından İHKİB ve İTHİB başkanlarına hitaben 10 Mayıs 2012 tarihinde bir yazı yazılarak İtalyan firmaların Türkiye pazarında ithalat kayıt uygulaması, ilave gümrük vergisi, İtalya'ya örme boyalı kumaş ihracatında düşük fiyatlar ve numune ihracatında yüksek idari giderlerin konularda karşılaştıkları sorunların çözümüne yönelik destek talebinde bulunmuştu. SMI'nın 10 Mayıs 2012 tarihli söz konusu yazısında belirtilen hususlara ilişkin cevabın oluşturulmasını teminen, Euratex Yönetim Kurulu Üyeleri Bülent Başer,



İTHİB Başkanı İsmail Güllü ve İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala, KOFOTİ Başkanı Ro Hee Chan'ın davetlisi olarak Kore'de Preview in Seul Fuarı'na katıldı.

Ruşen Çetin ve Ahmet Öksüz ile İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala'nın katılımıyla 22 Mayıs 2012 tarihinde bir toplantı gerçekleştirildi. Toplantıda ayrıca, cevabi yazıya Türk tekstil ve konfeksiyon sektörünün Gümrük Birliği kapsamında AB pazarında karşılaştığı sorunlara da yer verilerek, bu sorunların çözümü yönünde SMI'nın desteğinin talep edilmesi kararlaştırılmıştı.

İTHİB, Güney Kore'de

İTHİB Başkanı İsmail Güllü ve İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala 5 Eylül 2012 tarihinde Kore Tekstil Federasyonu (KOFOTİ) Başkanı Ro Hee Chan'ın davetlisi olarak Preview in Seul Fuarı'na katıldı. Yapılan görüşmeler ile Türk ve Kore firmaları ile daha yakın ilişkiler geliştirilmesi için çalışmalara devam edileceği belirtildi.

KOFOTİ Başkanı Ro Hee Chan ve yanında bir heyet ile 7 Şubat 2012 tarihinde İTHİB'i ziyaret ederek İTHİB Başkanı İsmail Güllü ve İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala'yı 5-7 Eylül 2012 tarihlerinde gerçekleşen Preview in Seul fuarına davet etmişlerdi.

Koreliler teknik tekstil fuarına geliyor

Fuar ziyaretinden önce KOFOTİ'nin binasında bir toplantıya katıldıklarını belirten Tamer Pala, "Toplantıda en son görüşmede geçen dönemde yapılanları, iki ülke arasında gerçekleştirilebilecek ticari faaliyetleri ele aldık. Bizim bu ziyarette asıl amacımız, Türkiye'de gerçekleştirilmeyi planladığımız uluslararası bir teknik tekstil fuarına Koreli firmaları davet etmek. Bu fuarın gerçekleştirilmesi için İTHİB olarak 6 aydır yoğun bir çalışma sürdürüyoruz. Bu konuda İtalya, Fransa ve İngiliz firmaları ile görüşmeler yapıyoruz. Kendileri de Türkiye'ye yatırım yapma konusunda istekli olduklarını belirttiler" dedi.



İTHİB Başkanı İsmail Güllü ve İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala 11 Eylül 2012'de "Milano Unica Fuarı"na davetli olarak katıldı.

İMA'NIN ÇİÇEĞİ BURNUNDA MEZUNLARI ARASINDA YER ALAN GİZEM KÜÇÜK, TASARIMLARIYLA MODA DÜNYASINDA SAĞLAM ADIMLAR ATIYOR. KÜÇÜK, 3'ÜNCÜ SENESİNE "LONDON COLLEGE OF FASHION" DA DEVAM EDECEK.



İMA, LONDRA'NIN KAPILARINI MEZUNLARI İÇİN ARALADI

Tekstil sektöründe çalışan ailesi sayesinde daha çocuk yaşlarda kumaşlar ve kalıplar içinde büyüyen Gizem Küçük, ajandalara yaptığı kıyafet tasarımlarıyla kendi serüvenine başlamış. Küçük, İMA'da modanın sadece tasarımdan ibaret olmadığı ve her şeyin en ince detayına kadar özenle üzerinde durulması gerektiği bilgilerini edindikten sonra; bunu İMA'nın yönlendirmeleri ve öğretileri doğrultusunda yapabileceğine inanmış. Tasarımlarında daha çok soyut kavramlara odaklanmaktan hoşlanan Küçük, bunlara kendi görüşlerini de ekleyerek, bir tarz yarattığını söylüyor. Küçük, İMA'da tasarım sürecinde öğrenilmesi gereken her şeyi almanın yanı sıra bunların nasıl sunulması ve pazarlanması gerektiği ile ilgili bilgilerin de sahibi olduğuna dikkat çekiyor. Düzenlenen pek çok workshop ve seminerlerde yer alma imkanı ile kariyer planını henüz okul sürecindeyken gözden geçirme fırsatı yakaladığını söyleyen Küçük, Türk tasarımcılardan Simay Bülbül, Özlem Kaya, Nejla Güvenç gibi isimleri kendine örnek alırken, yabancı

tasarımcılarda da Alexander McQueen, Gareth Pugh, John Galliano gibi isimlere duyduğu hayranlığı da dile getiriyor.

“Modaya karşı ön yargılıydım”

İMA'daki eğitimine başlamadan önce modaya karşı ön yargılı bir tutumu olan Küçük, sadece tasarım yapıp sonrasında fazla düşünmeden kıyafetlerin fabrikaya diktirilerek satışa sunulduğunu düşünüyormuş. İMA'da eğitim almaya başladıktan sonra bu sürecin daha karmaşık ve özen isteyen bir iş olduğunu öğrendiğini söyleyen Küçük, bu eğitimle moda sektörünün her noktasına dair bilgi sahibi olduğunu ifade ediyor. Küçük, İMA'nın London College of Fashion ile olan işbirliğinden dolayı oradaki öğretmenlerin eşliğinde yapılan derslerin diğer okullarda olmayan bir fırsat yarattığını söylüyor.

‘Gizlenmiş kişilik’ konsepti ile Londra’ya

Moda sektörünün şu an dünyadaki en popüler ve en rekabetli meslek olduğu-

nu söyleyen Küçük, bu sebeple London College of Fashion ile yola devam edip BA diploması almanın büyük önem taşıdığını ifade ediyor. Küçük sözlerine şöyle devam ediyor: “İMA'nin sunduğu bu hak ile kendimi daha fazla geliştirmek istedim. İMA'dan mezun olduktan sonra 3 haftalık ‘Bridging’ programına kabul edildik. Haziran ayında başlayan programda ‘Sketchbook’ hazırlamamız istendi. Benim projemin konsepti ‘Gizlenmiş Kişilik’ idi. Bu fikir, araştırma yaparken karşılaştığım ve beni çok etkileyen ‘Gizlenmiş Anneler Photography’ serisi ile ortaya çıktı. Yaptığım araştırmalar sonucunda Nijerya’da bulunan iki farklı kabilenin maskeli festivallerinin kostümlerinden etkilendim. Bu iki farklı görseller grubunu birleştirerek, iki boyutlu tasarımlar yaptım.” Bu program ile bilgilerine çok daha fazlasını eklediğini belirten Küçük, LCF’deki öğretmenlerin düşünce tarzlarının daha farklı olduğunu ve onlardan gelen yorumlar ile eleştirilerin kişinin kendini geliştirmesine çok büyük katkılar sağladığını ifade ediyor.

İstanbul Moda Akademisi

**> 11/2012
workshops**

6.11.2012

Stil Danışmanlığı (Başlangıç Düzey)

Süre:

12 saat (3 saat x 4 gün)

Gün ve Saat:

Salı - Perşembe 18:30 - 21:30

12.11.2012

Kalıp Teknikleri (Başlangıç Düzey)

Süre:

18 saat (3 saat x 6 gün)

Gün ve Saat:

Pazartesi - Çarşamba 18:30 - 21:30

19.11.2012

Stil Danışmanlığı (Orta Düzey)

Süre:

18 saat (2 hafta)

Gün ve Saat:

Pazartesi - Salı - Perşembe 18:30 - 21:30

Pazar 10:00 - 16:00

27.11.2012

Bir Moda Markası Yaratmak

Süre:

6 saat (3 saat x 2 gün)

Gün ve Saat:

Salı - Perşembe 18:30 - 21:30

Tüm workshoplar için son kayıt tarihi başlangıç tarihinin 3 iş günü öncesidir.

Katılım ve detaylı bilgi için: 0212 219 41 41 (1203 - 1216)

“ÜRETİM İÇİN EĞİTİM, ÜRETİM İÇİNDE EĞİTİM” SLOGANIYLA 17 YIL ÖNCE EĞİTİM HAYATINA BAŞLAYAN İTKİB OKULLARI, YENİ EĞİTİM YILINA MERHABA DEDİ. 17 EYLÜL’DE GERÇEKLEŞEN AÇILIŞ TÖRENİNDE İTKİB TEMSİLCİLERİ DE ÖĞRENCİLERİ YALNIZ BIRAKMADI.

İTKİB OKULLARI MARATONA BAŞLADI

1995 yılında açtığı ilk meslek lisesi ile mesleki eğitimde çığır açacak faaliyetlere adım atan İTKİB Okulları, 17 Eylül’de 2012-2013 Eğitim-Öğretim yılına start verdi. Avcılar, Küçükçekmece, Kağıthane, Yenibosna ve Zeytinburnu’nda faaliyet gösteren 5 meslek lisesi 2012-2013 eğitim dönemine başlarken, öğrencileri ilk gününde İTKİB temsilcileri de yalnız bırakmadı. “Kağıthane İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi”, “Yenibosna İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi”, “Avcılar İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi”, “Zeytinburnu İDMİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi” ve “Küçükçekmece Nahit Menteşe Erkek Teknik ve Endüstri Meslek Lisesi / İHKİB Konfeksiyon Makineleri Bakım ve Onarım Bölümü”nün 17 Eylül’de gerçekleşen açılış törenine okulların yönetim kadrosuyla birlikte öğrenci velileri ve İTKİB temsilcileri de katıldı. Bugüne kadar binlerce öğrenciyi mezun ederek iş dünyasına uğurlayan İTKİB Okulları’na 2012-2013 eğitim döneminde; 300’ü Kağıthane İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi, 180’i Avcılar İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi, 150’si Yenibosna İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi, 270’i Zeytinburnu İDMİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi ve 56’sı Küçükçekmece Nahit Menteşe Erkek Teknik ve Endüstri Meslek Lisesi’nin İHKİB Konfeksiyon Makineleri Bakım ve Onarım Bölümü olmak üzere toplamda 956 yeni öğrenci kayıt yaptırdı.

İTKİB Okulları mezunlarını sektörle buluşturuyor

İTKİB Okulları İstanbul’un 5 ayrı yerinde konumlandığı meslek liseleri ile sektörel uygulamaları akademik anlatımlarla birleştirerek öğrencilerine sunuyor. Bu sayede üretim içinde eğitimi gerçekleştiren İTKİB, gençleri sektöre adım adım yaklaştırıyor. Eğitim merkezleri ile hazır giyim sektörünün her iş alanına nitelikli eleman yetiştiren İTKİB, son yıllarda sektörün de yararı haline gelen ‘nitelikli eleman bulma’ konusuna da merhem olmaya devam ediyor. Okul, Milli Eğitim Bakanlığı işbirliği ile hizmette olan meslek liselerinden her yıl mezun olan pek çok sayıdaki öğrenciyi sektörle buluşturuyor. Tekstil, hazır giyim ve deri sektörünün ihtiyaçlarına göre şekillenen ve sürekli yenilenen eğitim programlarıyla yoluna devam eden İTKİB Okulları her geçen gün tasarım ve pazarlama odaklı yeni bir anlayışa doğru gidiyor.

“Yorucu maraton başladı”

1995 yılında eğitim vermeye başlayan Avcılar İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi’nde dokuma, örme ve triko konfeksiyon yapan işletmelerin; kesimhane, modelhane gibi üretim bölümlerine uzman ara eleman yetiştiriliyor. 2011-2012 yılında 100 öğrenciyi mezun eden okula 2012-2013 yeni eğitim-öğretim yılında 180 kişi kayıt yaptırdı. 17 Eylül’de gerçekleşen açılış töreninde konuşma yapan Okul Müdürü Canan Ertekin, konuşmasına öğrencileri yorucu bir maraton beklediğini belirterek başladı. Okulun, İHKİB Eğitim Şubesi’nin ve öğretmenlerin bu maratonda daima öğrencilerin yanında olacağını belirten Ertekin, velilere de öğrencilerin üzerlerine düşen ödev ve sorumlulukları yerine getirmelerinde görev düştüğünü vurguladı. Ertekin, gerçek başarının elde edilebilmesi için öğrenci-öğretmen-veli işbirliğinin şart olduğunu altını çizerek, bu üçgen oluşturulabildiği

TEKSTİL, HAZIR GIYİM VE DERİ SEKTÖRÜNÜN İHTİYAÇLARINA GÖRE ŞEKİLLENEN VE SÜREKLİ YENİLENEN EĞİTİM PROGRAMLARIYLA YOLUNA DEVAM EDEN İTKİB OKULLARI'NA 2012-2013 EĞİTİM VE ÖĞRETİM YILINDA 956 ÖĞRENCİ KAYIT YAPTIRDI.



İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi ve Eğitim Komitesi Başkanı Ümit Özüren, Yenibosna Kız ve Teknik Meslek Lisesi öğrencilerini okulun ilk gününde yalnız bırakmadı

takdirde gerçek başarının yakalanabileceğini dile getirdi. Ertekin, "Eğitimin amacı her bireyi kendi kişiliğini en iyi ortaya koyacak biçimde yetiştirmektir. Bugün artık eğitim, bireyin kişisel gelişimini ön plana çıkaran ve ona göre yönlendirme yapan bir anlayış içindedir." Avcılar İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi Okul Müdürü Canan Ertekin, 2012-2013 eğitim ve öğretim yılının herkese hayırlı olması dilekleriyle konuşmasını sonlandırdı.

"Deri sektörü öğrencilerle kabuk değiştiriyor"

Deri ve deri mamulleri işletmelerine meslek elemanı yetiştiren Zeytinburnu İDMİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi, teknoloji ve bilgiyi kapsamayan üretimle deri pazarında yer almanın imkansız olması fikriyle doğdu. İlk olarak 2002 yılında bölüm olarak hayata geçen; 4 yıl sonrasında ise meslek lisesine dönüştürülen okulda deri giyim, saraciye modelistliği, saraciye üretimi ve pazarlama dallarında mesleki eğitim veriliyor. Bunların yanı sıra sektörel seminerler ile öğrencilerin deri sektörünün tanınmaları sağlanırken, deri sektöründe yaşanan ara eleman sıkıntısının mezun edilen öğrencilerle büyük ölçüde karşılandığı belirtiliyor.

Geçtiğimiz yıl 52 öğrencinin mezun olduğu Zeytinburnu İDMİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi'ne 2012-2013 eğitim ve öğretim

yılında 270 öğrenci kayıt yaptırdı. Okulun ilk gününde öğrencileri yalnız bırakmayan İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi Musa Evin, açılış töreninde yaptığı konuşmasında, öğrencilerin heyecanını bizzat kendilerinin de yaşadığını söyledi. Bu okulun dericilik mesleği ve sektörü açısından anlamının çok büyük olduğunu belirten Evin, Türk dericiliğinin yaşadığı kabuk değişimini biraz da öğrencilerin desteğiyle gerçekleştireceğini ifade etti. Evin sözlerine şöyle devam etti: "Sizlerin mesleki bilgisi, üretim ve ihracatta Türkiye'nin önünü açacak yeniliklerin yapılmasını, kalitenin tutturulmasını sağlayacak. Bu duygu ve inançla bu okulun en iyi şekilde hazırlanması için yıllardır çalışıyoruz. Nasıl ki aldığımız eğitimle ilgili sizlerin hayalleri ve beklentileri var, benzer hayal ve beklentilere biz de sahibiz."

Eğitimcilerin, öğrencileri hayata ve sektöre hazırlayarak çok kıymetli bir hizmet verdiğini söyleyen Evin, velilere de teşekkürü borç bildiklerini belirterek, öğrencilere yollarının açık olması dileğinde bulundu. Konuşmasında eğitimcilerin önemine de değinen Evin, öğretmenlerin bu gençleri hayata ve sektöre hazırlayarak çok kıymetli bir hizmet verdiklerini vurguladı. Evin sözlerini şöyle sürdürdü: "Sizlere ne kadar teşekkür etssek azdır. Öğrencilerimize okulun ilk gününde bir kez daha hatırlatmak isterim. Çok değerli öğretmenleriniz var. Onların sizler için

sarf ettiği çabanın hakkını verin. Öğretmenlerinizin sizlerin geleceğinde aileniz kadar önemli olduğunu unutmayın."

"Herkes üzerine düşeni yapıyor"

Musa Evin'in konuşmasının ardından kürsüye çıkan Okul Müdürü Nermin Akçay öğrencilerin okullarını evleri gibi görmelerini ve bu şekilde sahip çıkmalarını istediğini söyledi. Velilerin sık sık okulu ziyaret etmeleri gerektiğini belirten Akçay, eğitim ve öğretim sürecinde ailelerin de mutlaka bulunması gerektiğini vurguladı. Akçay sözlerine şöyle devam etti: "Bütün bu yapılanların bir tek amacı var; o da sizin iyi bir eğitim ve öğretim görmemiz. Buraya kadar herkes üzerine düşeni yapmış durumda. Sizden beklenen sadece derslerinizde başarılı olmanız, onun da ötesinde iyi bir insan olmanızdır. Sizlere her şeyini veren ailenizin ve bizlerin tek isteği bu. İnanıyorum ki sizler de bizlerin bu isteğini yerine getireceksiniz." İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi Mehmet Musa Evin'e böyle bir günde öğrencilerin ve eğitimcilerin yanında bulunarak destek verdikleri için teşekkür eden Akçay, herkese iyi dileklerde bulunarak konuşmasını sonlandırdı. 'Kadın ve erkek modelisti' ve 'model makinesi', çorap sektörü için 'çorap operatörü' ve 'desen operatörü' yetiştirilen Yenibosna



OKYAY MIZRAK
İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi

EĞİTİM

SEKTÖRE YENİ DEĞERLER KAZANDIRMAYA DEVAM EDEN İTKİB OKULLARI, HER GEÇEN GÜN TASARIM VE PAZARLAMA ODAKLI YENİ BİR ANLAYIŞA DOĞRU GİDİYOR,



İTKİB Okulları İstanbul'un 5 ayrı yerinde konumlandığı meslek liseleri ile sektörel uygulamaları akademik anlatımlarla birleştirerek öğrencilerine sunuyor; gençleri sektöre adım adım yaklaştırıyor

İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi'nde aynı zamanda; bilgisayarlı modelistik, Gerber, Assyst, Tetra-Cad, modelistik, çorap makineleri operatörlüğü ve desen operatörlüğü gibi alanlarda kurslar veriliyor. Hazır giyim işletmelerinin en önemli alanı olan modelhanelere modelist ve model makineci yetiştiren okuldan, geçtiğimiz yıl 73 kişi mezun oldu; 2012-2013 eğitim ve öğretim yılında ise 150 yeni öğrenci kayıt yaptırdı. 17 Eylül tarihinde gerçekleşen açılış töreninde İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi ve İHKİB Eğitim Komitesi Başkanı Ümit Özüren öğrencileri yalnız bırakmazken; Okul Müdürü Nebahat Ataç, eğitim imkanları ve kalitesi açısından İstanbul'un sayılı okullarından biri

olan Yenibosna İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi'nin hızla büyüdüğünü ve geliştiğini ifade etti. İHKİB Eğitim Komitesi Başkanlığına, Okul Aile Birliğine ve Milli Eğitim Bakanlığı Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğüne teşekkürlerini sunan Ataç, elde edilen başarıyı yeterli görmeyen geride kalmak olduğunu belirten Okul Müdürü, başarı bayrağının daha da yukarı dikilmesi gerektiğini ifade etti. Bu okulda olmak isteyip de olamayan öğrencilerin varlığına dikkat çeken Ataç, buradaki öğrencilerin bu şansı iyi değerlendirerek gelecekle için büyük imkanlar yaratmaları gerektiğinin altını çizdi. İnsanın en değerli varlık, sevginin en hünnerli güç, bilginin en yenilmez kuvvet, emeğin en yüce değer, eğitimin de en vazgeçilmez hizmet olduğunu bilerek hareket

edilmesi gerektiğini söyleyen Ataç, yeni eğitim ve öğretim yılında herkese sağlık, mutluluk ve başarı diledi.

“Eğitimcilere yüklenen sorumluluk çok değerli”

Hazır giyimün tüm disiplinlerini bünyesinde barındıran ilk ve tek mesleki eğitim kompleksi özelliğini taşıyan Kağıthane İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi de diğer İTKİB Okulları gibi 17 Eylül'de 2012-2013 eğitim yılının açılış heyecanını yaşadı.

Geçtiğimiz eğitim ve öğretim yılının sonunda 127 öğrenciyi mezun etmenin sevincini yaşayan Kağıthane İHKİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi'ne bu yıl 300 yeni öğrenci kayıt yaptırdı. Hazır giyim, iç giyim, sanayi nakışı, parça boya, parça baskı, tekstil ve hazır giyim makineleri mekatroniği, malzeme kalite kontrol laborantlığı ve pazarlama ve perakende alanı satış elemanlığı alanlarında eğitim gören öğrencileri okulun ilk gününde düzenlenen açılış töreninde İHKİB Yönetim Kurulu ve Eğitim Komitesi Üyesi Okyay Mızrak yalnız bırakmadı.

Törende konuşma yapan Mızrak, Kağıt-



Açılış törenlerinde sektörel buluşan mezun öğrenciler de yer aldı.



'12-'13 Sonbahar/Kiř

TUGBA.COM.TR

TUGBA

SANAYİ DEVRİMLERİNİ ISKALAYAN TÜRKİYE, MESLEKİ EĞİTİMLE BU AÇIĞI KAPATARAK, DÜNYA STANDARTLARINA UYGUN NİTELİKLİ ELEMAN YETİŞTİRME YOLUNDA EMİN ADIMLAR ATIYOR. İTKİB OKULLARI DA 17 YILDAN BU YANA MESLEKİ EĞİTİME DESTEK VERİYOR.

hane Kız Teknik Meslek Lisesi'nin İHKİB'in eğitim yatırımlarının en nadide parçası olduğunu belirtti. Birlik ve sektörün bu okula çok değer verdiğini söyleyen Mızrak, geleceğe duydukları güvenin, öğrencilerin çalışma hayatına hazırlanmasıyla oluştuğunu ifade etti. Mızrak sözlerine şöyle devam etti: "Bu okulda geçirdiğiniz her günü geleceğinizi belirleyen bir yatırım olarak değerlendirin. Kendinizi ne kadar iyi geliştirirseniz, geleceğe ne kadar yatırım yaparsanız hayatınızın geri kalanı o kadar rahat, mutlu ve başarılı insanlar olarak geçirirsiniz. Bu okul sizleri çalışma hayatına en nitelikli halde hazırlıyor. Birliğimiz ve sektörümüz sizler için en iyi olanakları hazırlamak için seferber oldu. Mezuniyetiniz sonrasında isterseniz hemen bir işte çalışmaya başlayabilir ya da mesleğinizle ilgili yüksek öğreniminize devam edebilirsiniz."

"İTKİB Okulları'na ilgi artıyor"

Eğitimcilere yükledikleri sorumlulukla çok değerli olduklarını söyleyen Mızrak, dileklerinin başarılı bir eğitim öğretim yılının ardından, mezuniyet töreninde de yine hep birlikte olmaktan duyacağı memnuniyeti dile getirdi. Velileri tercihlerinden dolayı kutlayan Mızrak, mesleki eğitime verdikleri değer ile çocukların, eğitimcilerin ve sektörün de desteğiyle hayırlı sonuçlara ulaşıla-



Zeytinburnu İDMİB Kız Teknik ve Meslek Lisesi'ne 2012-2013 Eğitim Öğretim yılında 270 öğrenci kayıt yaptırdı.

cağını kaydetti. Mızrak, bu gençlerin hem bir meslek hem de bir gelir sahibi olarak hem ailelerine hem de ülkelerine borçlarını ödeyebileceklerini vurguladı. Her geçen gün artan bir ilgiyle okullarına başvuran velilerin de bu güvenin karşılığını bulabilmesi için çalışmaya devam edeceklerini söyleyen Mızrak, başarı dileklerinin ardından konuşmasını bitirdi. Okyay Mızrak'ın ardından konuşma yapan Okul Müdürü Ayhan Kurt ise İHKİB temsilcilerine okula yaptığı katkılardan dolayı teşekkür ederek, 8

yıllık kesintisiz eğitimden sonra kayıt hakkı kazanan öğrencileri iyi bir tercih yaptıkları için kutladı.

Yan sanayiye teknik eleman desteği

1996 yılında kurulan Küçükçekmece Nahit Mentеше Anadolu Meslek ve Endüstri Meslek Lisesi, İHKİB Konfeksiyon Makineleri Bakım ve Onarım Bölümü'nde yan sanayiye teknik eleman yetiştiriyor. Öğrencilerine işletmelerde uzun süreli staj imkanı sunan okulda yaygın eğitimin yanı sıra konfeksiyon makinelerinin bakım ve onarımlarının öğretildiği, yetişkinlere yönelik kısa süreli kursların verildiği okulun Konfeksiyon Makineleri Bakım ve Onarım Bölümü'nden geçtiğimiz sene 26 öğrenci mezun olurken; bu yıl 56 yeni öğrenci kayıt yaptırdı.

Okulun ilk günündeki açılış töreninde konuşma yapan Okul Müdürü Nihat Akyıldız ise öğrencilere gösterdikleri hoşgörünün karşılığında onların da eğitimlerinde devamlılık göstererek başarılı bir yol çizmeleri gerektiğinin altını çizdi. Öğretmenlere saygının hiçbir zaman yitirilmemesi gerektiğini belirten Akyıldız, hem öğretmenlere hem de öğrencilere yeni eğitim ve öğretim yıllarında başarılar diledi.



www.oskariplik.com.tr



OSKAR



Spinning Factory

SHANGQIU OSIDA TEXTILE CO.LTD.ŞTI
Henan Province Yucheng 203
Road Duji North 3 km
Tel: 00 86 370 487 48 28



Sheraton Branch :

9 Mısır Dev.Bldg.secound Area
Flat 4 Shereton Heliopolis – Egypt
Tel: +2 (02)22 661 484
Fax : +2(02) 22 661 484

Denizli Branch
Karşıyaka Mah. 2346 Sk
No: 2 Denizli
Tel : +90 258 251 61 18
Fax : +90 258 268 93 12
denizlioskar@oskariplik.com.tr



Bursa Branch

Yunus Emre Mah: Köklü Cad.
No: 20A Yıldırım / Bursa
Tel : +90 224 364 51 21
Fax : +90 224 364 33 68
bursaoskar@oskariplik.com.tr



Egypt Factory

Secound Industrial Zone
181 / 2-6 Oct-Giza Egypt
Tel : +2 (02)38 300 590
Fax: +2 (02) 38 300 591
Oskarpower_group@hotmail.com

Center
Kocatepe Mah.Kocatepe Cad.
No:49 Bayrampaşa-İstanbul
Tel: +90 212 640 24 07 (pbx)
Fax : + 90 212 640 12 31
oskariplik@oskariplik.com.tr



China Factory

Daijla Village Yinzhou Zone
GulinTown NingboCity / China
Tel: 0574 88151421-22
Fax : 0574 88151420
ningbooskar@oskariplik.com.tr



Factory

Bağcılar Cad. Merkez Mah.
9/A Sk. No:17 Bağcılar- İstanbul
Tel : +90 212 433 65 68
Fax : +90 212 433 56 60
sekreterlik@oskariplik.com.tr

ÇUKUROVA TEKSTİLDE KATMA DEĞERE YÖNELİYOR



ZEKERİYA ŞARBAK
ÇKA Genel Sekreteri

ÇUKUROVA KALKINMA AJANSI, ADANA VE MERSİN İLLERİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİR GELİŞİMİNE İLİŞKİN POTANSİYELİNİ BELİRLEMEK VE HAYATA GEÇİRMEK İÇİN ÇALIŞIYOR. AJANS, BÖLGENİN TEKSTİL SEKTÖRÜNDEKİ POTANSİYELİNİ HAREKETE GEÇİRMEK İÇİN YENİ PROJELER ÜZERİNDE DURUYOR.

Çukurova Kalkınma Ajansı (ÇKA) “Çukurova bölgesinin kalkınması için iktisadi ve sosyal alanda sürdürülebilir büyümeyi sağlayacak araçları ve faaliyetleri tespit eden, geliştiren ve başarılı bir şekilde uygulayabilen bir kurum olma” misyonu ile yaklaşık 6 yıldır çalışmalarını sürdürüyor.

Ajans, vizyonunu “Bölgesel kalkınmanın sağlanması ve sürdürülebilmesinde öncü ve etkin olmak” ifadesi ile özetliyor. Adana ve Mersin illerine yönelik faaliyette bulunan Çukurova Kalkınma Ajansı'nın karar organı olan Yönetim Kurulu, Adana ve Mersin illeri Valileri, Büyükşehir Belediye Başkanları, İl Genel Meclisi Başkanları'nın ve Sanayi ve Ticaret Odaları Başkanları'nın yer aldığı 8 kişilik bir kuruldan oluşuyor. Ajansın genel sekreterlik ve ana birimleri Adana'daki merkez ofisinde iken, Mersin'de yatırım destek ofisi bulunuyor. Ayrıca Adana'daki merkez ofiste Adana Yatırım Destek Ofisi de faaliyetlerini sürdürüyor.

Tekstil ve hazır giyimin gücü artırılabacak

ÇKA'nın, 2010-2013 Çukurova Bölge Planı'nda ortaya konan vizyon ve stratejiler doğrultusunda tespit edilen alanlara

193

ÇUKUROVA KALKINMA AJANSI
TARAFINDAN KOBİ'LERE YÖNELİK
UYGULANAN 417 PROJENİN
193'Ü TEKSTİL VE HAZIR GİYİM
SEKTÖRÜNÜ İÇERİYOR.



80-120 oranında artışlara sebep olduğu kaydediliyor. Dolayısıyla globalde meydana gelen bu tür sıkıntılar bölgede var olan hazır giyim ve konfeksiyon firmalarına yansdığı ve bölgede ihracat yapan firmalar, kumaş fiyatlarındaki artışları müşteriye yansıtamadıkları için müşteri potansiyelini ellerinde tutmak adına zararına üretimler ve satışlar yaptıkları belirtiliyor. Raporla bölgedeki firmaların diğer sıkıntıları üzerinde durulacak olursa bunların en öne çıkanları; eskiden düz, basit, tek renkli ve çok sayıda alınan siparişler, değişen trendler ve moda ile birlikte daha detaylı, farklı, çeşitli ve her modelden az sayıda olarak talep görmeye başlamış, talepler çok değişkenli hale gelmiştir. Bu durum üretim randımanını büyük oranda düşürdüğüne değiniliyor.

Tekstil ve hazır giyim projelerine destek

Bir yandan ulusal kalkınma planı ve programları diğer yandan bölge planı tematik eksen ve stratejik öncelikleri çerçevesinde belirlenen mali destek alanlarında Ajans'ın bugüne kadar 4 mali destek programı uyguladığını belirten Zekeriya Şarbak, "2008 ve 2009 yılları mali destek programları uygulama süreci tamamlanmış, 2010 ve 2011 yılları mali destek programları ise devam ediyor. Çukurova Kalkınma Ajansı uygulamış olduğu bu 4 mali destek programı ile 417 projeye yaklaşık olarak 90 milyon TL hibe desteği sağlamış durumda. Proje sahiplerinin eş finansman miktarı ile birlikte bölgede harekete geçirilen kaynak ise yaklaşık 156 milyon TL düzeyine çıkıyor. Uygulanan 417 projenin 193 tanesi KOBİ'lere dönük olup, bu 193 projenin içerisinde 10 tanesi tekstil ve hazır giyim sektörüne yönelik olarak uygulanıyor.

Teşvik yasasında Mersin daha avantajlı

Yeni teşvik sisteminin bölgesel teşvik uygulamaları kapsamında Adana'nın 2'nci, Mersin'in ise 3. Bölge'de yer aldığını belirten Zekeriya Şarbak, bu çerçevede Mersin ilinin göreceli olarak avantajlı olduğunu ifade ediyor. Şarbak sözlerini şöyle sürdürüyor: "Bölgesel teşvik uygulamaları kapsamında Adana, gümrük vergisi muafiyeti, KDV

yönelik olarak çalışmalar yürüttüğünü ifade eden ÇKA Genel Sekreteri Zekeriya Şarbak; bölgesel kapasite ve öncelikler dikkate alınarak belirlenen destek mekanizmaları ile bölge kaynaklarının daha verimli ve etkin kullanımının sağlanması, bölge potansiyelinin harekete geçirilmesi ve bölgenin tanıtımı yoluyla ulusal ve uluslararası yatırımların bölgeye çekilmesini amaçlandığını ifade ediyor. Tekstil ve hazır giyim sektörünün, 2010-2013 Bölge Planı kapsamında bölgenin lider sektörleri arasında yer aldığını ifade eden Şarbak, rekabet gücü teması altında sektörde katma değer artırılması, temel stratejilerden bir tanesi olarak belirlenmiş durumda olduğuna dikkat çekiyor.

Çukurova tekstilde geçmiş dinamizmini arıyor

ÇKA tarafından hazırlanan "Hazır giyim ve Konfeksiyon Sektörü" raporuna göre, tekstil

sektörünün bölge için hem uzun bir geçmişe sahip olduğu hem de her zaman için önem arz ettiği vurgulanıyor. Bölgenin geçmişteki dinamizmi, sektörün hammadde olan pamuğun bölgede bulunurluğundan kaynaklandığı belirten raporda, hammaddeye olan yakınlık başlangıç olarak girişimciye avantaj sağladığı, öyle ki bölgede 1864 yılında kurulan ilk fabrikanın bir çırçır fabrikası olduğu belirtiliyor. Özellikle kurulmuş olan kumaş fabrikalarının kuruluşu ve başlangıcı buna dayanıyor. Buna bağlı olarak da hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün geliştiği belirtiliyor. Ancak bugünün koşullarında hammadde alımının bölgenin dışına çıktığını kaydediliyor. Ayrıca Çin'in önceki yıl dünya çapında büyük oranda pamuk alımına giderek dünya rezervlerini eritmesi, Pakistan'da meydana gelen doğal afetlerden kaynaklanan yüzde 10-15'lik verim kaybı, kumaş fiyatlarında dönemsel olarak yüzde

KALKINMA AJANSI (ÇUKUROVA)



Çukurova Kalkınma Ajansı, Adana ve Mersin'deki sanayi kuruluşları, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarıyla zaman zaman bir araya geliyor.

istisnası, vergi indirimi, sigorta primi işveren hissesi desteği ve yatırım yeri tahsisi desteklerinden yararlanırken, Mersin bu desteklere ilave olarak faiz desteğinden de yararlanabiliyor. Ayrıca, yatırımların destek unsurlarından yararlanabilmesi için asgari sabit yatırım tutarı Adana'da 1 milyon Türk lirası iken, Mersin'de 500 bin Türk Lirası olması gerekiyor. 2010-2013 Çukurova Bölge Planı çerçevesinde bölgede öncelikli sektörler olarak belirlenmiş olan 9 sektör (tarım-gıda, kimya, tekstil ve hazır giyim, lojistik, kağıt, makine-metal eşya, turizm, mobilya ve yenilenebilir enerji) yeni teşvik sistemi çerçevesinde bölgemizde destekleniyor. Buna karşın, bölgesel teşvik uygulamaları kapsamında bölgemizdeki iki il arasında bazı farklılıklar bulunuyor.

Yerli ve yabancı yatırımcılar Çukurova'ya çekilecek

Çukurova Kalkınma Ajansı'nın kurumsallaşmasını tamamlamasıyla beraber teknik kapasitesini yükselttiğini ifade eden Zekeriya Şarbak, ajansın yüksek; güçlü organizasyon yapısı ile bölge kalkınma politikaları ve uygulamaları açısından model olacak şekilde yerel ve bölgesel hizmet üretmeye başlamış olduğuna dikkat çekiyor. 2008 yılından beri

4 defa yürütülen teklif çağrısı süreçleriyle yürütülmüş olan mali destek programlarının bölgede yoğun ilgi ile karşılandığını belirten Şarbak, "Bu teklif çağrılarında, elde edilen tecrübeler ve mali destek programları uygulama sürecinden alınan derslerle önümüzdeki dönem gerçekleştirilecek olan teklif çağrılarının bölgenin öncelikli ihtiyaçlarına cevap verebilecek nitelikte olabilmesi için çalışmalar devam ediyor.

Bu çalışmalarda yine ulusal ölçekteki plan ve programların yanı sıra ajans tarafından hazırlanmış ve 2010 yılı içerisinde Kalkınma Bakanlığı tarafından onaylanmış olan "2010-2013 Çukurova Bölge Planı" rehber niteliğinde olmuş. Ajansın gerek yerli ve yabancı sermaye yatırımcılarını bölgeye çekmek için yürütmekte olduğu tanıtım çalışmaları ve gerekse bölge için önem taşıyan alanlarda sektörel ve tematik araştırma ve işbirliği çalışmaları bölgenin rekabet gücünün artırılması ve gelişmesi açısından önem taşıyor. 2013 yılı içerisinde tamamlanacak olan "2014-2018 Çukurova Bölge Planı çalışmaları", ajansın yerel paydaşlarla birlikte geleceğe dönük yeni bir bölgesel vizyon belirlemesi açısından büyük öneme sahip olacak" diyor.

Katma değeri yüksek projelere öncelik veriliyor

Ajansın temel faaliyetleri arasında yer alan hibe desteklerine yerelde büyük oranda ilgi gösterildiğini ifade eden Zekeriya Şarbak, her yıl düzenlenen mali destek programlarına tatmin edici düzeyde bir katılım sağlandığını belirtiyor. Kurum ve kuruluşların proje hazırlama kapasitelerinin de zaman içerisinde attığını ifade eden Şarbak, buna karşın uygulanan projelerin niteliklerinin artırılması, yenilikçi uygulamaların daha fazla öne çıkması gerektiğine vurgu yapıyor. Şarbak Bu çerçevede ajansın 2013 yılında gerçekleştirmeyi planladığı mali destek programlarının çerçevesini belirlerken özellikle bu noktayı dikkate aldıklarını söylüyor. Ajansın yürüttüğü faaliyetler esnasında eksikliği en fazla hissedilen diğer konulardan birinin de mevzuata ilişkin ikincil düzenlemelerdeki eksiklikler olduğunu ifade eden Şarbak, bölgesel kalkınmanın sağlanmasını teminen ikincil düzenlemelerinin tamamlanarak, kurumlar arası işbirliği ile gerek ajansın halihazırda yürüttüğü faaliyetlerin daha etkili biçimde icrası, gerekse de henüz faal hale getirilemeyen işlevlerin ivedilikle yürütülmesi gerektiğini belirtiyor.



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



RAHAT GİYİM KRAVATIN TAHTINI SALLIYOR

ERKEK GİYİMİNE GİDEREK RAHAT VE ŞIK BİR TARZIN HAKİM OLMASIYLA, KRAVAT KULLANIMINDA DÜŞÜŞ GÖZLENİYOR. BAZI SEKTÖR YETKİLİLERİ KRAVATIN UZUN VADEDE TARİHE KARIŞACAĞINI; BAZILARI İSE RAFLARDAKİ YERİNİ KORUYACAĞINI İFADE EDİYOR.

Erkek giyiminde son yıllarda rahat ve şık olarak adlandırılan 'smart casual' giyim tarzı hakim olmaya başladı. Kişilerin artık şıklığı spora yakın kıyafetlerde yakalayabildiği trend ve kombinler, dünya markalarının her koleksiyonunda baş gösterir oldu. Yoğun tempoda devam eden gündelik hayat içerisinde erkeklerin hem iş, hem de özel hayatında bu tarzı kendine daha yakın bulması, son yıllarda bazı ürünlerin kullanımı ve üretimini de olumsuz etkilemeye başladı. Bunlardan başlıcası

ise; kravat. Kravata azalan talep ile birlikte önce Avrupa ülkeleri, daha sonra da Türk markaları üretimde ciddi düşüşler yaşıyor. Hatta sektör yetkilileri bir dönem yılda 80 milyon kravat üretimi yapan İtalya'nın 2011 yılında 8 milyon adete kadar düştüğünü söylüyor. Türkiye'de ise kravat üretimi kademe kademe azaltılırken; şimdilik düşüş oranı yüzde 30 olarak kayıtlara geçiyor.

Bu konuda Türkiye'deki hazır giyimciler fikir ayrılığı yaşasa da genel görüş, rahat ve şık tarzın, yeni trendlerde her zaman

“SMART CASUAL” TARZININ ERKEK GİYİME HAKİM OLDUĞU SON YILLARDA KRAVATIN PABUCU DAMA ATILMIŞ GİBİ GÖRÜNÜYOR. ANCAK SEKTÖR YETKİLİLERİ KULLANIM VE ÜRETİMDE DÜŞÜŞ OLSA DA, KRAVATIN TAMAMEN TOZLU RAFLARA KALDIRILACAĞINA İNANMIYOR.



var olacağı yönünde. Avva Yönetim Kurulu Başkanı Volkan Atik, kravat kullanımının tamamen bitmesinin imkansız olduğunu şu sözlerle açıklıyor: “Erkek giyimde kravat her zaman var olmaya devam edecektir. Çünkü kravat sadece bir giyim tarzı değil aynı zamanda bir ifade tarzıdır.”

Bundan sonra insanların rahat giyim tarzı bırakacağını düşünmediğini söyleyen Damat Genel Koordinatörü Osman Arar ise, rahat ve konforlu giyim insanların hayatının bir parçası haline geldiğini belirtiyor. Aydınli Grup Yürütme Kurulu Başkanı Ahmet Sait Kavurmacı ise bu konudaki düşüncesini şu sözlerle açıklıyor: “Erkek giyimi her geçen gün şık, fakat daha rahat bir kimlik kazanıyor. Bu değişimin sonucu olarak kravat kullanımı artık bir ihtiyaç olmaktan çıktı ve bir aksesuara dönüştü.” Bunun yanı sıra dealjungle.com adlı bir web sitesinde yapılan araştırmaya göre, önümüzdeki 50 yılda iş hayatında giyim daha serbest olacak. Web sitesinde yapılan araştırmaya

katılanların yüzde 74’ü şirketlere tişört ve kotla gidileceğini iddia ediyor. Ticaretin birçoğunun internet ortamında yapılacağına da kaydedildiği araştırmada insanların yaratıcılıklarıyla para kazanacağı ve dış görünümün bugünden çok daha önemsiz görüleceği ulaşılan sonuçlar arasında yer alıyor.

“Kravat bir ifade tarzıdır”

Avva Yönetim Kurulu Başkanı Volkan Atik, kravat ile ilgili sektörel bilgiler kapsamında düşüncelerini şöyle aktardı: “Sektörde rahat ve şık giyim tarzına yönelmeyle birlikte kravat kullanımında ve dolayısıyla üretiminde bir düşüş meydana geldiği doğru. Bu durum kendini yıllar öncesinden göstermeye başlamıştı. “Casual smart” diye adlandırılan ürün grubun ortaya çıkmasından dolayı erkek tüketiciler artık özellikle iş günlerinde rahat ama şık olabilecekleri kıyafetleri tercih ediyor. Bu da kravat kullanımında bir azalma olmasını beraberinde getiriyor.” Ancak söz konusu azalmaya rağmen bu konuda yine de çok köklü bir değişiklik yaşanmayacağı kanaatinde olduğunu belirten Atik, erkek giyimde kravatın her zaman yer aldığını ve almaya devam edeceğini ifade etti. Atik, bu



VOLKAN ATİK
Avva Yönetim Kurulu Başkanı

Kravatın bir saygı göstergesi ve ifade tarzı olduğunu söyleyerek, kullanımının tamamen bitmeyeceğini düşündüğünü ifade etti.

düşüncesine, “Çünkü kravat bir giyim tarzı olmakla birlikte bir ifade tarzıdır da. Ciddi bir toplantı vb bir etkinliğe gittiğinizde kravat takmak gerekir. Bu aynı zamanda bir saygı göstergesidir” sözleriyle açıklık getirdi. Atik, bununla beraber son dönemlerde erkek giyimde kişinin üzerine daha fazla oturan, slim-fit tarzında ve renkli tasarımlar barındıran yeni bir trend oluştuğunu söyledi. Renkli giyime doğru bir yönelmenin söz konusu olduğunu kaydeden Atik, özellikle önümüzdeki dönemlerde renkli pantolon ve ceketlerin bu trendin erkek giyimdeki başrolleri olacağını belirtti. Bunun yanı sıra Atik, önümüzdeki sezonlarda pantolonların kalıplarında ve ceketlerin omuzlarında daralmalar olacağını bildirdi.

Erkekler rahatlıktan vazgeçmiyor

Orka Group Genel Koordinatörü Osman Arar ise insanların her geçen gün yoğunlaşan yaşam temposu nedeniyle konforuna ve rahatlığına daha fazla düşkün olmaya başladığını; bu durumun insanların kıyafetlerine de giyim tarzlarına da yansımalarını belirtti.



Erkek giyiminde rahat giyim ön plana çıkması, kravata olan talebi düşürdü. Bu değişimle Türk markaları kravat üretiminde ciddi düşüşler yaşamaya başladı.

%30

YILDA 80 MİLYON KRAVAT ÜRETİMİ YAPAN İTALYA, 2011'DE 8 MİLYON ADET ÜRETİM GERÇEKLEŞTİRDİ. TÜRKİYE'DE İSE KRAVAT ÜRETİMİ KADEME KADEME AZALTILIRKEN; ŞİMDİLİK DÜŞÜŞ ORANI YÜZDE 30 OLARAK KAYITLARA GEÇİYOR.



OSMAN ARAR
Orka Group Genel Koordinatörü

“İtalya’da 90’ların sonu 2000’lerin başında tavan yapmış olan kravat ve takım elbise görüntüsü, 2010’lardan itibaren tam tersi oranlara dönmüş durumda.”

90’larda başlayan “Casual” akımın, gelişen moda ve kumaşlardaki teknoloji ile beraber tamamen rahat bir giyim tarzına dönüş yaşattığını söyleyen Arar, insanların artık kravattan her geçen gün uzaklaşmaya başladığını ifade etti. Arar sözlerine şöyle devam etti: “Uzun vadede erkek giyiminde zaten köklü değişiklikler olmuştu. Bundan sonra insanların bu rahat tarzı bırakıp da geri dönüş yapacağını düşünmüyorum. Çünkü rahat ve konforlu giyim gerçekten insanların hayatının bir parçası olmuş durumda. Bugün çarpıcı bir örnek olarak İtalya’yı ele alırsak, özellikle 90’la-

rın sonu 2000’lerin başında tavan yapmış olan kravat ve takım elbise kullanım oranı 10 sene içinde yüzde 90 iken, son 1-2 sene neredeyse tam tersi bir orana dönmüş durumda. Şu anda yüzde 90 şık casual görüntü; yüzde 10-20 civarında da kravatlı formal görüntüler mevcut.”

“Fit ama dar değil”

Erkek giyimde şuan en çok tercih edilenlerin başında pamuklu kumaşların yer aldığı ifade eden Arar, bu pamuklu kumaşların teknolojinin getirdiği son işlemlerle (apre) çok farklı ve şık bir hale geldiğine dikkat çekti. Örmecetler, astarsız ve vatkasız unconstructed dediğimiz üretim teknolojisi ile üretilmiş ceketler, yaz-kış giyilebilen yakalı ya da yakasız, V yaka, sıfır yaka, polo yaka tişörtler, rahat ve hafif ayakkabılar, 45 rengin harmonisiyle oluşan geniş renk paletine hakim koleksiyonlarını oluşturduklarını belirten Arar, renkli bir giyim ve bu renklerin uyumu ile ortaya çıkarılmış, birbirine bağlanmış koleksiyon parçalarını ilk etapta sayabilecekleri trendler arasında gösterdi. Arar sözlerine şöyle devam etti: “Onun dışında kişiyi her anlamda mümkün olduğu kadar fit gösteren kıyafetler trendlerin başında yer alıyor. Yalnız bunu özellikle belirtmek istiyorum, bizim sloganımız olarak bütün giyim endüstrisine sunduğumuz “fit ama dar değil” özelliği çok önemli. Yeni trend fit görünüm ama yine rahatlığı sağlayabilmesi. Burada tabii yüksek teknolojinin know-how ve Ar-Ge’nin oluşturulması ve kullanılması söz konusu. Her geçen gün modelhanedeki modelistlerimiz gelen talepler doğrultusunda kişiyi daha fit gösterecek, ama rahatlığından ödün vermeyecek yeni kalıplar üzerinde çalışmalarına devam ediyor. Eminim ki sadece biz değil, sektörün geneli aynı çalışmaları gerçekleştiriyor.”

“Kravat aksesuara dönüştü, modası değişti”

“Erkek giyimi her geçen gün şık fakat daha rahat bir kimlik



AHMET SAİT KAVURMACI
Aydınli Grup YK. Başkanı

“Kravatın bir aksesuar haline gelmesiyle, yeni giyim tarzına uygun olarak artık ince ve örgü modellerin tercih edildiğini belirtti.”

kazanıyor” diyor Aydınli Grup Yürütme Kurulu Başkanı Ahmet Sait Kavurmacı, bundan 10-15 yıl önce işe jean giyerek gidilmezken son dönemde jean ve ceketin bir iş kıyafeti olduğuna dikkat çekti. Kavurmacı, bu değişimin sonucu olarak kravat kullanımının artık bir ihtiyaç olmaktan çıktığını ve bir aksesuara dönüştüğünü söyledi. Bununla birlikte kravat modasında da değişiklikler yaşandığına vurgu yapan Kavurmacı, yeni giyim tarzına uygun olarak ince ve örgü kravatların kullanıldığını ifade etti. Kavurmacı sözlerine şöyle devam etti: “Uzun vadede daha renkli bir erkek giyiminin devam edeceğini düşünüyorum. Bunun yanında gittikçe hafifleyen, kolay taşınan, rahat ve fonksiyonel ürünler yeni klasik erkek giyimi olarak tanımlanacak. Doğal liflerin kullanıldığı kumaşların hak ettiği yeri tekrar alacağını düşünüyorum. Şu an en çok tercih edilen giyim tarzı şık rahat (upper casual) olarak tanımlayabileceğimiz, jean ya da 5 cep chino pantolonlar ile giyilen gömlek ve ceket kombinleri olarak özetlenebilir. Loafer ya da renkli eva taban casual ayakkabılar da aksesuar olarak tercih ediliyor.

our profession is denim fabric



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

FUAR

İHRACATTAN ALDIĞI PAYI ARTIRMAYI HEDEFLEYEN AYAKKABI YAN SANAYİ ÜRETİCİLERİ, AYSAF FUARI'NDA BULUŞTU. 2012'DE 500 MİLYON DOLAR İHRACAT HEDEFİ KOYAN SEKTÖR, BU YIL 48'İNCİSİ DÜZENLENEN FUAR ARACILIĞIYLA BU HEDEFİNE HIZLA YAKLAŞIYOR.



AYSAF'TAN İHRACATA DEV KATKI

Yan sanayi firmalarını ulusal ve küresel ölçekte faaliyet gösteren kuruluşların satın almalarıyla buluşturan 48. AYSAF Uluslararası Ayakkabı Yan Sanayi Fuarı, kapılarını açtı. 20-23 Eylül tarihleri arasında CNR EXPO İstanbul'da düzenlenen fuar, 177'si yurt dışından 386 firmanın katılımıyla gerçekleşti. Bu yıl 24 bin profesyonelin ziyaret ettiği AYSAF; Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği (AYSAD), Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TASEV) ve KOSGEB desteklerinde düzenleniyor. Tabandan ökçeye aksesuardan deriye ayakkabı yan sanayiindeki bir çok ürün grubunun sergilendiği fuar aracılığıyla sektör, dünya pazarındaki ihracat payını artırmayı amaçlıyor.

Ayakkabı, Türkiye ihracatından hızlı büyüdü

AYSAF Fuarı'nın açılış töreninde konuşan Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mehmet Büyükekşi, Türkiye ayakkabı sektörünün tasarım ve teknolojiye yaptığı yatırımlarla son yıllarda ciddi bir değişim ve dönüşüme girdiğini söyledi. Bu gelişmelerle birlikte 2001 yılında 131 milyon dolar olan ayakkabı ihracatının 2011'de 441 milyon dolara ulaştığını kaydeden Büyükekşi, "Bu yılın ilk 8 ayında 380 milyon dolarlık ayakkabı ihracatı gerçekleştirildi. Bu dönemde Türkiye ihracatı yüzde 10,5 artarken, ayakkabı ihracatındaki büyüme yüzde 18 oldu. Ayakkabı ihracatı Türkiye ihracatından daha hızlı büyüdü. 2012" dedi. TİM'in 6. Bölge'ye

yatırımları artırmak amacıyla bu bölgeye teşvik gezileri düzenlediğini hatırlatan Büyükekşi, ayakkabı üreticilerini de bölgede yatırıma davet etti.

Yılda 21 milyar çift ayakkabı satılıyor

Dünya genelinde 300 milyar dolara ulaşan küresel ayakkabı pazarının 100 milyar dolarlık ihracat hacmine sahip olduğunu belirten AYSAD Başkanı Tan Erdoğan, Türkiye olarak bu pazardan hak ettikleri payı almak için çaba sarf ettiklerini söyledi. AYSAF Fuarı'nın bu anlamda sektöre ciddi katkıda bulunduğu dikkat çeken Erdoğan, "Bu nedenle yılda 2 kez düzenlenen bu fuara sektör olarak eksiksiz katılmaya çalışıyoruz. Bu yıl fuara katılan firma sayısında

2001 YILINDA 131 MİLYON DOLAR OLAN AYAKKABI İHRACATI 2011'DE 441 MİLYON DOLARA ULAŞTI. BU YILIN İLK 8 AYINDA İSE 380 MİLYON DOLARLIK AYAKKABI İHRACATI GERÇEKLEŞTİRİLDİ.



yüzde 14, fuar alanında yüzde 10 büyümeye var. Dünya genelinde her yıl 21 milyar çift ayakkabı satışı gerçekleştiriliyor. Sektör olarak bu pazardan daha fazla pay almayı hedefliyoruz” dedi.

Fuara 368 firma katıldı

AYSANF Fuarı'na 127 firmayla katılan İtalya'nın Lombardia Bölgesi Ticaret, Turizm ve Hizmetler Bakanı Margherita Peroni de açılışta söz aldı. İki ülke ticari ilişkilerinin özellikle fuarlara katılım açısından ciddi gelişme gösterdiğini belirten Peroni, “Bugün burada olmamın sebebi, 2 ülkenin kurumsal ve ticari ilişkilerine katkıda bulunmak. Gördüğüm kadıyla Türk halkı çok canlı, çalışkan ve sosyal” dedi. AYSANF Fuarı'nın açılış töreninde konuşan

CNR Holding İcra Kurulu Üyesi Özhan Carda da, fuar hakkında bilgi verdi. AYSANF Fuarı'nın ayakkabı modasına yön verdiğine dikkat çeken Carda şunları kaydetti: “Bu nedenle yılda 2 kez düzenlenen AYSANF Fuarı'na sektör temsilcileri eksiksiz katılmaya çalışıyor. Bu yıl 25 bin metre kare alanda düzenlenen fuara 386 firma katıldı. AYSANF'a yurt dışından İtalya, Çin ve Arjantin'in aralarında bulunduğu ülkelerden çok sayıda firma katılıyor. Fuarın ziyaretçi ülkelerini ise Cezayir, Avusturya, Azerbaycan, Belçika, Mısır, Fransa, Almanya, İran, Kazakistan, Lübnan, Fas, Rusya, İspanya, Ukrayna, İngiltere ve Amerika oluşturuyor.”

Fransız kalıp sisteminden vazgeçilecek

Yan sanayi firmalarını ulusal ve küresel ölçekte faaliyet gösteren kuruluşların satın almalarıyla buluşturan 48. AYSANF Uluslararası Ayakkabı Yan Sanayi Fuarı, yeni projelere de vesile oluyor. Fuarda bir araya gelen ayakkabı yan sanayi üreticileri, Türk toplumunun ayak yapısını tespit ederek, Türk halkına uygun yeni ölçü sistemi oluşturmayı hedeflediklerini ifade ettiler. Şu anda kullanılan Fransız kalıp sisteminin Türk halkının ayak yapısını tam olarak uygun olmadığını belirten AYSANF Başkanı Tan Erdoğan, “Bir çok AB ülkesi de ayakkabı yapımında Fransız kalıp sistemini kullanıyor. İngiltere kendi ölçü sistemini kullanıyor.



FUAR

177'Sİ YURT DIŞINDAN 386 FİRMANIN KATILIMIYLA GERÇEKLEŞEN AYSAF FUARINI BU YIL 24 BİN PROFESYONEL ZİYARET ETTİ.



177'si yurt dışından 386 firmanın katılımıyla gerçekleşen AYSAF'ı bu yıl 24 bin profesyonel ziyaret etti.



Amerika'da çok kozmopolit bir yapıya sahip olduğu için buçuklu numaraların olduğu kendi kalıplarını kullanıyorlar. Türkiye'de de çok kozmopolit bir yapı var. Türk halkının ayak yapısı ne Fransız ve İtalyanlar kadar ince ne de Araplar kadar etli. Buna uygun bir milli ölçü sistemi oluşturabilirsek toplum sağlığına faydalı olabileceğimizi düşünüyoruz” dedi.

Çin'den gelen ayakkabılara dikkat

Çin'den ithal edilen bazı çanta, okul malzemesi ve ayakkabılarda çocuk sağlığına zarar

veren maddeler tespit edildiğine değinen TASEV Başkanı Yalçın Egemen, “Şu anda laboratuvarlarımızda azo boyar maddesinin yanısıra fitalat testleri de yapıyoruz. Özellikle okul çağındaki çocuklarımızın sağlığı için bu testleri daha sıkı tutacağız” dedi. Ayakkabı yan sanayi sektörünün sosyal sorumluluk projelerine de değinen Egemen, bu yıl 20 bin çift ayakkabı malzemesinin ayakkabı üretimi için katkıda bulduklarını söyledi. Egemen, üretilecek 20 bin çift ayakkabının ilk ve orta öğretimdeki ihtiyaç sahibi çocuklara dağıtılmak üzere ayakkabı bankasına yatırıldığını söyledi.

Herkesin ayak yapısı incelenmeli

Türk halkının ayak yapısının tespit edilebilmesi için Edirne'den Ardahan'a çok geniş çaplı bir araştırma yapılması gerektiğine işaret eden Erdoğan, “Böyle bir proje için de topyekün bir çalışma başlatmak gerekiyor. Bu proje içerisinde üniversitemiz, podiatri uzmanları, ayakkabı sektörünün tüm bileşenleri ve hükümetimizden destek isteyeceğiz. Bu proje hayata geçirilebilirse Türk ayak yapısına daha uygun bir ölçü sistemi getirilir” diye konuştu. Şu anda ayakkabı üreticilerinin bu eksiği kendi imkanlarıyla giderdiğine işaret eden Erdoğan, yeni bir endüstriyel ölçü standardının oluşturulmasıyla çok daha sağlıklı ve entegre üretim yapılabileceğini vurguladı.

Ayak ölçüsünü alan makine getirilecek

AYSAD'ın ayakkabı meslek liseleri ve yüksek öğretim kurumlarında kalıp konusunda deneyimli gençler yetiştirmek için ayak ölçüsünü tarayabilen bir makine sipariş edeceğini anlatan Erdoğan şunları kaydetti: “Şu anda Avrupa, Amerika ve Uzakdoğu'da kullanılan bu makine, tüm ayak formunu tarayıp kalıp tasarımının yapıldığı CAD/CAM sistemlere aktarabiliyor. Yani hem ölçü hem de ayağın 3 boyutlu olarak tüm formu laserle taranarak aktarılıyor. Böyle bir makine bu projede de kullanılabilir”

Suriyeliler 3 ülke üzerinden geçip AYSAF'a katıldı

Yurt dışından 3 bin 246 profesyonelin ziyaret ettiği organizasyonun toplam ziyaretçi sayısı 24 bin 96 olarak kayıtlara geçti. Fuara Orta Doğu, Kuzey Afrika ve Avrupa'dan profesyonel alıcıların geldiğini belirten CNR Holding İcra Kurulu Üyesi Özhan Carda, “Katılımcı firmalar alıcı gruplarla yoğun iş görüşmelerinde bulundu. Yüksek oranda yeni bağlantıların kurulduğu fuar büyük bir başarıyla tamamlandı. AYSAF yurt dışında çok önemseniyor. Öyle ki Suriye'den gelen alıcılar sınırındaki zorluklar nedeniyle diğer ülkeleri geçiş için kullanarak Türkiye'ye ulaştı. Suriye'den gelen gruplar AYSAF'a katılmak için İskenderiye, Kahire ve Ürdün'e geçip fuara katıldılar” şeklinde konuştu.

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

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

LİDER OLMANIN YOLU VERİMLİLİKTEN GEÇER

DAHA KAPSAMLI
DAHA HIZLI
DAHA ESNEK
DAHA PRATİK

NEBİm

V3

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

NEBİm



YENİ YATIRIM TEŞVİK SİSTEMİ TANITIM TOPLANTISI
VAN
22 EYLÜL 2012



TEŞVİK GEZİLERİ DOĞUDAN BATIYA UZANDI

**YENİ TEŞVİK SİSTEMİ'NİN
AÇIKLANMASININ
ARDINDAN BÖLGELERE
TİM ORGANİZASYONUyla
DÜZENLENEN GEZİLER VAN VE
ÇANAKKALE'NİN ARDINDAN
DİYARBAKIR İLE DEVAM ETTİ.**

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) organizasyonu ile düzenlenen inceleme gezilerinin ardı arkası kesilmiyor. Haziran ayında gerçekleştirilen Muş ve Şanlıurfa ziyaretlerinden sonra Yeni Teşvik Sistemi kapsamındaki geziler Doğu'nun Paris'i Van'dan sonra Çanakkale'de devam etti. Başta Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan olmak üzere TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi ve çok sayıda sektör temsilcisinin katılım gösterdiği inceleme gezilerinde çeşitli sanayi kuruluşlarına da ziyaretler gerçekleştirildi. 22 Eylül 2012 tarihinde Van'a düzenlenen inceleme gezisine Ticaret ve Sanayi Odaları'nın başkanları ile bölge sivil toplum kuruluşlarının yöneticileri de eşlik etti. Toplantıda konuşan TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, "Van'a bundan yaklaşık bir yıl önce gelmiş-

tik. Deprem Van'ı sarsmış, can kayıpları tüm ülkenin canını acıtmıştı. Bu acıyı paylaşmak için, maddi manevi nasıl bir katkımız olur düşüncesiyle Van'a koştuk. Van'a ikinci gelişimiz yatırım teşvik paketi ile oldu. Bir yıl önce acımızı paylaşmak için geldiğimiz Van'a, şimdi umut için, yatırım için, işsizliği önlemek için, ihracat için geldik" diye konuştu. 27 Eylül 2012 tarihinde de Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan, TİM Başkanvekili Mustafa Çıkrıkçıoğlu ve birçok işadama ile birlikte Çanakkale'ye giden ihracatçılar, yeni teşvik sistemi kapsamında ilde neler yapılabileceğini inceledi. Diyarbakır ziyaretini 1 Ekim 2012'de gerçekleştiren TİM, Eylül ayı ihracat rakamlarını burada açıkladı. Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan ile Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanı Mehdi Eker'in de katıldığı toplantıda, ihracat rakamlarının açıklanmasının yanı sıra, yeni yatırım teşvik paketi de tanıtıldı. Söz konusu toplantıda ihracatın Eylül ayında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 7,4 artarak 11 milyar 408 milyon dolara çıktığına dikkat çekildi. Yılın

ilk 9 ayında ise ihracat artışı yüzde 12,1'lik artışla 111 milyar 463 milyon dolara ulaştı. Büyükekşi, "Tarihin taşlara yazıldığı kent Diyarbakır'dayız" diyerek başladığı konuşmasında, ihracatın yeniden yükselme trendine girdiğini bildirdi.

"Bu sefer umut için geldik"

TİM organizasyonu ile sanayiciler için iş gücü maliyetleri açısından en avantajlı bölge olarak öne çıkarılan Doğu ve Güney Doğu Anadolu Bölgesi'ne yapılan ziyaretler devam ediyor. Yeni Teşvik Sistemi'nin açıklanmasının ardından 6'ncı bölgeye yoğunlaşan TİM'in son durağı Doğu'nun incisi Van oldu. Haziran ayında gerçekleştirilen Muş ve Şanlıurfa ziyaretlerinden sonra 6'ncı bölgede yer alan Van'a 22 Eylül Cumartesi günü düzenlenen inceleme gezisine başta Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan ve TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi olmak üzere çok sayıda sektör temsilcisi katıldı. Ticaret ve Sanayi Odaları'nın başkanları ile bölge sivil toplum kuruluşlarının yöneticilerinin

%7,4

TÜRKİYE’NİN İHRACATI EYLÜL AYINDA, GEÇEN YILIN AYNI DÖNEMİNE GÖRE YÜZDE 7,4 ARTARAK 11 MİLYAR 408 MİLYON DOLARA ÇIKTI.

de katıldığı toplantıların da düzenlendiği inceleme gezisinde çeşitli sanayi kuruluşlarına da ziyaretler gerçekleştirildi. Toplantıda konuşan TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, Van’da bulunmalarından duydukları memnuniyeti dile getirdi. Rotalarının 6. Bölge’deki iller olduğunu ifade eden Büyükekşi, “Van’a bundan yaklaşık bir yıl önce gelmiştik. Deprem Van’ı sarsmış, can kayıpları tüm ülkenin canını acıtmıştı. Bu acıyı paylaşmak için, maddi manevi nasıl bir katkımız olur düşüncesiyle Van’a koştuk. Van’a ikinci gelişimiz yatırım teşvik paketi ile oldu. Bir yıl önce acımızı paylaşmak için geldiğimiz Van’a, şimdi umut için, yatırım için, işsizliği önlemek için, ihracat için geldik” diye konuştu. Yeni yatırım teşviklerinin yarattığı elverişli iklim sayesinde Van’a yeni yatırımların yapılacağını söyleyen Büyükekşi, Van’ın ihracat potansiyelinin çok daha fazla olduğunu düşündüklerini dile getirdi.

“Özel sektörü tutana aşk olsun”

TİM, Ekonomi Bakanlığı ile doğudan batıya sürdürdüğü inceleme gezilerinde yeni teşvik sistemini anlatmak için Van’dan sonra Çanakkale’yi seçti. Muş, Şanlıurfa ve Van’ın ardından Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan, TİM Başkanvekili Mustafa Çıkrıkçıoğlu ve birçok işadami ile birlikte Çanakkale’ye giden ihracatçılar, yeni teşvik sistemi kapsamında ilde neler yapılabileceğini inceledi. Çanakkale Ticaret ve Sanayi Odası’nda düzenlenen toplantıda işadamlarına seslenen Çağlayan, yeni teşvik sistemi tanıtımlarını sadece Türkiye ile sınırlı tutmadıklarını, Çin, Amerika, Avusturya gibi birçok ülkede de tanıtım yaptıklarını anlattı. Türkiye’nin gelmiş olduğu noktanın önemli olduğunu ama bunun yetmediğini belirten Çağlayan, “Gidecek daha çok yol var. Özel sektöre destek verilirse, asıl oyuncu haline getirilirse, tutana aşk olsun” şeklinde konuştu. Çanakkale’nin ilçeleri Bozcaada ve Gökçeada’yı da yeni teşvik sisteminde 6’ncı bölge kapsamına aldıklarını kaydeden Çağlayan, “Uluslararası yatırımlarda da Çanakkale’yi dikkate almak gerekecek. Ayrıca yeni nesil serbest bölge anlayışında bir sistem geliştireyoruz. Türkiye’nin yatırım ve ihracatını çok daha fazla artıracak yeni



TİM, Eylül ayı ihracat rakamlarını yeni teşvik sistemi kapsamında inceleme gezisi düzenlediği Diyarbakır’da açıkladı.

yapılanmaya gidiyoruz. Hazır yelkenlerimizi rüzgarla doldurmuşken nereye gideceğimizi bilen gemi olarak yolumuza son sürat devam edelim” dedi.

İhracatçı yine düştü yollara

TİM, Eylül ayı ihracat rakamlarını ise yeni teşvik sistemi kapsamında inceleme gezisi düzenlediği Diyarbakır’da açıkladı. 1 Ekim 2012 tarihinde Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan ile Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanı Mehdi Eker’in de katıldığı toplantıda, ihracat rakamlarının açıklanmasının yanı sıra, yeni yatırım teşvik paketi de tanıtıldı. Söz konusu toplantıda ihracatın Eylül ayında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 7,4 artarak 11 milyar 408 milyon dolara çıktığına dikkat çekildi. Yılın ilk 9 ayında

ise ihracat artışı yüzde 12,1’lik artışla 111 milyar 463 milyon dolara ulaştı. Büyükekşi, “Tarihin taşlara yazıldığı kent Diyarbakır’da” diyerek başladığı konuşmasında, ihracatın yeniden yükselme trendine girdiğini bildirdi. Avrupa’dan da iyi haberler geldiğini söyleyen Büyükekşi, “Bugün Diyarbakır’ın tarihine, yatırımla, üretimle ve ihracatla yeni bir sayfa açmanın mutluluğunu paylaşıyoruz. Daha fazla yatırımın önünün açılması, işsizliğin azaltılması ve bölgesel kalkınmışlık farklılığının giderilmesi amacıyla yeni teşvik sisteminde en fazla teşvik 6’ncı bölgeye verildi. Bu, Doğu ve Güneydoğu için yeni bir yatırım seferberliği demektir. Bakanımız Sayın Zafer Çağlayan’la birlikte, yeni teşvik sistemini anlatmak, ihracata daha fazla dikkat çekmek için, yollara düştük” dedi.



Muş, Şanlıurfa ve Van’ın ardından Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan, işadamlarıyla birlikte Çanakkale’ye de inceleme gezisi gerçekleştirdi.

“TOPPUK” İLE HAYALİNDEKİ AYAKKABIYI TASARLA

BİRÇOK KADIN KENDİSİNDE OLAN BİR ÜRÜNÜ BAŞKASINDA GÖRMEK İSTEMEZ. KONU AYAKKABI OLUNCA FARKLI VE ÖZEL OLMASINA AYRICA ÖNEM VERİLİR. “KENDİ AYAKKABINI KENDİN TASARLA” FİKRİYLE HAYATA GEÇEN “TOPPUK.COM” İNTERNET SİTESİ DE KENDİ TASARIMLARINI GİYMEK İSTEYEN KADINLAR İÇİN ÖZEL OLARAK TASARLANDI.

E-ticaret siteleri artık kullanıcılarına belli ürünler sunmak yerine kendi tasarladıkları ürünlerin satışını gerçekleştirmeye başlıyor. Kullanıcılarına tasarım yapma imkanı tanıyan e-ticaret sitelerinden biri olan “Toppuk.com”da kullanıcılar, satın alacakları ayakkabının tasarımını kendileri yapabiliyor. Sitede kullanıcılara sunulan belli ayakkabı modelleri bulunuyor. Ancak işin dikkat çekici kısmı, kullanıcıların kendi ayakkabısını tasarlayabiliyor olması.

Sitenin kurucuları olan Payende Ceren Çizmecici ve Ezgi Kocabaş, online alışverişin dünya çapında sınırları olmayan bir

pazar haline gelmesiyle, kişiye özel üretim yaparak, herkesin tamamen kendi zevkine göre istediği ürüne sahip olmaları gerektiğine inanan iki tasarımcı. Herkesin hayalindeki ayakkabıyı tasarlayabileceği online bir platform kurma fikrinden yola çıkarak, “www.toppuk.com”u yaratan ikili, yaklaşık 1 yıl boyunca Toppuk’un hem üretim hem de tasarım bölümünü en ince detayla kusursuz bir hale getirmek için epey çaba sarfetmiş. ‘Kendi Ayakkabını Tasarla’ bölümü ile müşterilerin keyifle kendi ayakkabılarını yarattıkları platformda aynı zamanda iki tasarımcı Kocabaş ve Çizmecici’nin de birbirinden güzel tasarımları

TOPPUK.COM'DA KULLANICI 8 MODEL 85 RENK VE 30 AKSESUAR SEÇENEĞİ İLE KENDİ ZEVKİNE VE TARZINA GÖRE BİR TASARIM OLUŞTURUYOR VE BU TASARIMI 3 BOYUTLU ÇİZİMLER ÜZERİNDEN GÖREBİLİYOR.



leyebiliriz. Kendi ayakkabısını tasarlamak isteyen müşterimiz kadar hazır modellere ilgi gösteren müşterimiz de oluyor. Zaten hazır modellerde de daha kalın topuk, farklı bir renk, farklı aksesuar gibi müşterimizin istekleri doğrultusunda üretime geçebiliyoruz. Ayrıca kullanıcılarımızın talepleri doğrultusunda toppuk.com'a sürekli yeni renkler, aksesuarlar ekleniyor ve eklenmeye de devam edecek.”

İşin sırrı doğru malzeme ve işçilikte

Birinci kalite malzeme ve işçilik ile üretim yapan toppuk.com'da ayakkabının hem konforlu olmasına hem de şıklığına oldukça özen gösteriliyor. Çizmeci ve Kocabaş, ayakkabılarından bir kere alıp giyen müşterilerin bir daha eski ayakkabılarını giyemez olduğunu; bu geri bildirim de doğru malzeme ve doğru işçilik ile elde ettiklerini belirtiyor. Bu sayede kadınların aklında yer etmiş olan “topuklu ayakkabı rahatsızdır” fikrini sildiklerini belirten Çizmeci ve Kocabaş, topuklu ayakkabılarının düz ayakkabılar kadar rahat olduğunu iddia ediyor. İki tasarımcı, farklarını asıl ortaya koydukları bölümün ise satış öncesi ve sonrası hizmetler olduğunu şu sözlerle açıklıyor: “Nasıl bir tasarım yapacağına karar veremeyen müşterilerimize tarzına göre yönlendirme yapabiliyoruz. Hatta bazen biz onlara özel tasarım sunuyoruz. Düğün, nişan gibi özel günlerde bu hizmetimiz müşterilerimizi çok memnun ediyor.”



yer alıyor. Marilyn Monroe'nun 'Bir kadına doğru ayakkabıları verirseniz, dünyayı bile fethedebilir' sözünden ilham alan Kocabaş ve Çizmeci, “Toppuk” ile kadınlara doğru ayakkabılarını bulabilmeleri için yeni bir dünyanın kapılarını aralıyor.

İsmarlama ayakkabı geri döndü

Dünya çapında online alışverişin sınırları olmayan bir pazar haline geldiğini, farklı şehirlerden ve ülkelerden kişilerin dilediği gibi alışveriş yapabildiklerini belirten Çizmeci ve Kocabaş, dünyanın öbür ucundan ücretsiz ve çok hızlı kargo ile ürünlere erişim sağladıklarını söylüyor. Bu şekilde herkesin her ürüne rahatça sahip olma şansı yakaladığını belirten Çizmeci ve Kocabaş, müşterileri için özel üretim yaparak zevke göre kişiselleştirilmiş ürün kullanılmalarını istiyor. İki tasarımcı, böyle bir satış tekniğinin karar sürecinde seçeneklerin özel bir ürün düşünülmediğinde çok daraldığını ve bunun önlenilebilir olduğunu göz önünde bulunduklarını ifade ediyor. Eskilerde yaygınca kullanılan 'ismarlama ayakkabı' konseptini internete taşıyan Payende Ceren Çizmeci ve Ezgi Kocabaş sözlerini şöyle sürdürüyor: “Bazen aklımızda tasarladığımız bazı fikirler uygulamaya geçtiğinde hayalimizdeki kadar güzel olamayabiliyor. Bu yüzden ürünlerimizin birebir 3 boyutlu çizimlerini yaptırarak kartelamızda yer alan tüm deri, süet, rugan, ve egzotik derilerin dijital ortama aktarılma-

sını sağladık. Bunları kullanarak üzerinde çok fazla çalışılmış kullanıcı dostu bir yazılım oluşturmak istedik. Bu şekilde kullanıcı hayalini çizime kolayca döküyor ve nasıl bir tasarımın hoşuna gideceğini görebiliyor. Üstelik yaklaşık 19 milyon kombinasyon seçeneği ile.”

Tasarlamak da mümkün, hazır model seçmek de

Toppuk.com'da kullanıcıların alışveriş yapabileceği iki farklı platform bulunuyor. Müşteriler birinde kendi ayakkabılarını tasarlıyor; diğerinde ise Çizmeci ve Kocabaş'ın hazırladığı tasarımlardan istediklerini seçiyor. Üstelik “Kendin Tasarla” platformunda yer alan modeller mağazalarda bulunan tüm kalıp ve modelleri de kapsıyor. Sivri burun, yuvarlak burun, yüksek topuk, kısa topuk, açık burun, gizli platform gibi her zevke hitap edecek ve her ihtiyaca cevap verecek alternatifler barındıran toppuk.com'da kullanıcıların yaptıkları alışverişler ve koleksiyonlarına kaydettikleri tasarımlar sıkı bir takipte. Kocabaş ve Çizmeci, en çok hangi renklerin tercih edildiğini, hangi modellerin ilgi gördüğünü inceleyerek tasarımlarında bu detaylara daha çok yer veriyor. Tasarımcılar böylece, kendi ayakkabısını tasarlamak istemeyen ya da sınırların biraz daha dışına çıkmak isteyen müşteriler için kolaylık sağlamış oluyor. Kocabaş ve Çizmeci bu iki platform hakkında şunları söylüyor: “Her iki bölüme de eşit ilgi gösterildiğini söy-

TÜRKİYE’NİN UNUTULMAYA YÜZ TUTMUŞ BEZLERİNİ GÜN YÜZÜNE ÇIKARARAK, YÖRE VE ÜLKE EKONOMİSİNE KATKIDA BULUNMAK AMACIYLA BU YIL İLK KEZ DÜZENLENEN ‘1.ULUSLARARASI YÖRESEL BEZ GÜNLERİ’, 27-29 EYLÜL TARİHLERİNDE TEKSTİLİN AR-GE YUVASI İTKİB İTA’DA GERÇEKLEŞTİ.



TOZLU RAFLARDAN PODYUMA

Yöresel dokuması olan her il ve ilçede yöre halkına dolayısıyla da ülke ekonomisine ve tanıtımına katkı sağlamak amacıyla düzenlenen “1. Uluslararası Yöresel Bez Günleri” 27-29 Eylül tarihleri arasında İTKİB İTA’da gerçekleşti. BYPROJE Yapım ile Marmara Üniversitesi Tekstil Eğitim Bölümü işbirliği çerçevesinde düzenlenen Yöresel Bez Günleri; “Bugün Eski Zaman” temasıyla, panel, kongre, yarışma ve defilelerden oluşan farklı etkinliklerden oluştu. İTKİB İTA’da gerçekleştirilen etkinliğin Genel Koordinatörü Olgün Oral, amaçlarının Türkiye’de bir kısmı yok olmaya yüz tutmuş yöresel kumaşları tüm dünyaya tanıtmak olduğunu söyledi. Oral, olan bu etkinliğin önümüzdeki senelerde de devam edeceğini belirtti. Türkiye toprakları içinde, ev tezgahlarında dokunan ve üretilen bu bezlerin dünya pazarındaki yerini alması için böyle organizasyonların çok önemli olduğunu belirten Oral, bunların iyileştirilmesi, güncel hale getirilebilmesi için bu etkinliklere çok önem verdiklerini ifade etti. 27-28 Eylül’de kongre ve panellerin düzenlendiği “1. Uluslararası Yöresel Bez Günleri”nin son gününde yöresel bezlerden oluşan tasarım-

ların sergilendiği defile ise büyük ilgi gördü. Etkinliğin son aktivitesi defile ve tasarım yarışmasında açılış konuşmasını yapan Marmara Üniversitesi Tekstil Eğitim Bölümü Başkanı Prof. Dr. Mehmet Akalın, ‘Bugün Eski Zaman’ temasını eski bilinmeden bugünün anlaşılacağı sözleriyle açıkladı. Dünyanın en eski bezlerinin Anadolu’da ortaya çıktığını belirten Mehmet Akalın, Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün bugün tüm dünyada yakaladığı başarısının bir tesadüf olmadığını söyledi. Sosyal sorumluluk projesi olarak nitelendirilen bu etkinlikte, tarihimize ve kültürümüze ait bezlerimizi önce biz tanıyıp anlamayı, sonra da dünyaya tanıtırarak anlatmak istediklerini ifade etti. Bu etkinliğin ileride hem yerel ekonomiye, hem de ülke ekonomisine fayda sağlayacağını düşündüğünü belirten Akalın, etkinlik kapsamında yardımını ve desteğini esirgemeyen herkese teşekkürlerini ilettili. Türkiye’nin pek

çok bölgesinden ‘1. Uluslararası Yöresel Bez Günleri Tasarım Yarışması’na gelen yarışmacılar, yörelere ait bez ve dokumalardan oluşan tasarımlarını sunarak kendilerini ve yeteneklerini gösterme fırsatı yakaladı. Tasarım yarışmasının jürisinde Prof. Dr. Mehmet Akalın, London College of Fashion Kadın Giyimi Moda Tasarımı Teknolojileri Öğretim Elemanı James Pegg, İMA Akademik Direktörü Eda Dorman, Prof. Dr. Tuba Vural, Prof. Günay Atalayer, London Fashion Design Dekanı Paul McNicoll, Öğretim Görevlisi Olgün Oral, Vildan Tok Dereci, Arif Ekşi, Evrim Yaşlak, Evren Yaşlak, Arif Badıllı, Tamer Üftüoğlu ve Osman Şengezer yer aldı.

“Bezlerimiz gün yüzüne çıktı”

27-29 Eylül tarihlerinde düzenlenen etkinlikte ilk gün Prof. Günay Atalayer ve Öğr. Gör. Olgün Oral tarafından ‘Yöresel

1. ULUSLARARASI YÖRESEL BEZ GÜNLERİ TASARIM YARIŞMASI'NA TÜRKİYE'NİN DÖRT BİR YANINDAN KATILIM GÖSTEREN YARIŞMACILAR, YÖRELERE AİT BEZ VE DOKUMALARDAN OLUŞAN TASARIMLARINI SUNARAK, YETENEKLERİNİ SERGİLEME FIRSATI YAKALADI.



"1. Uluslar arası Yöresel Bez Günleri Tasarım Yarışması'nda" Mukaddes Kuk ve Yücel Bayraktar Rize bezinden tasarladıkları ortak çalışmalarını birinci oldu.

etkinlikte, tarihimize ve kültürümüze ait bezlerimizi önce biz tanıyıp anlamayı, sonra da dünyaya tanıyıp anlatmayı istedik" dedi. Bezler ile ilgili araştırma, inceleme ve etkinlik süreçlerinin bundan 3 yıl öncesine dayandığını belirten Akalın, Türkiye'de yörelere özgü 100 farklı bezin bulunduğunu ifade etti. Türkiye'nin bu zengin kültüre sahip çıkması gerektiğini vurgulayan Akalın, dünyanın en eski tekstil üretim merkezinin Türkiye olduğunu söyledi. Akalın, önceden de buna benzer etkinliklerde bulduklarını kaydederek, bu bezlerin tekrar ortaya çıkarılarak tanınması, yörelere bu kapsamda iş imkanı sağlanmasını; dolayısıyla yöre ve ülke ekonomisine katkı sağlanmasını amaçladıklarını belirtti. Bu bezlerin orijinalliklerini kaybetmeden, değiştirerek ve geliştirerek giyim sektöründe kullanılmasını istediklerini ifade eden Akalın sözlerine şöyle devam etti: "Bu etkinlik ve yarışma ile Türkiye'nin pek çok bölgesine ulaşabildiğimiz için çok memnunuz. Ülkemizin her bölgesinden bu etkinliğe katılım gerçekleşti. Umarım önümüzdeki senelerde daha kapsamlı bir organizasyon gerçekleştiririz."

Bezlerin Dünü Bugünü Yarını'; ikinci günü Cevdet Akay, Taha Gergerlioğlu, Mehmet Ersoy, Muammer Coşkun tarafından 'Tekstil Sektörünün İstihdama Etkileri' adlı paneller gerçekleştirildi. Aynı zamanda unutulmaya yüz tutmuş birçok yöresel bezin tekrar gün yüzüne çıkartılmasının, tarih ve kültürü yansıtan bu bezleri tüm dünyaya tanıtmının ve kültürün yok olmaması adına yöre halkını teşvik etmenin amaçlandığı etkinlik kapsamında pek çok kongre düzenlendi. Kongre konularının başlıkları ise şu şekilde: 'Yöresel

bezlerin fiziksel özellikleri', 'Yöresel bezlerde kimyasal uygulamalar', 'Yöresel bezlerde renklendirme', 'Yöresel bezlerin giyilebilirliği', 'Yöresel bezlerde desenlendirme', 'Yöresel bezlerde terbiye ve apre işlemleri', 'Yöresel bezlerin tarihi', 'Karadeniz Bölgesi Yöresel Bezleri', 'Akdeniz Bölgesi Yöresel Bezleri', 'İç Anadolu Bölgesi Yöresel Bezleri', 'Doğu Anadolu Bölgesi Yöresel Bezleri', 'Ege Bölgesi Yöresel Bezleri', 'Güneydoğu Anadolu Bölgesi Yöresel Bezleri', 'Marmara Bölgesi Yöresel Bezleri', 'Yöresel Dokuma Ustaları'. 29 Eylül'de 1. Uluslararası Yöresel Bez Günleri Tasarım Yarışması gerçekleşti. Yarışma kapsamında tasarımlarda özgünlük, giyilebilirlik, uygulanabilirlik, seçilen malzemelerin tasarıma uygunluğu gibi kriterler sonucunda Mukaddes Kuk ve Yücel Bayraktar Rize bezinden tasarladıkları ortak çalışmalarını birinci olurken; ikinciliği Denizli-Buldan bezinden yaptığı tasarım ile Demet Nur, üçüncülüğü ise Ankara-Nallıhan dokumalarından yaptığı tasarım ile Hamiyet Gürelli aldı. genç tasarımcıların sürpriz ödülleri beklediği yarışmada üç yarışmacı da İstanbul Moda Akademisi'nden workshop eğitimi kazandı.

Akalın: "Bu başarı bir tesadüf değil"

Türkiye'ye ilk kez geldiğini belirten London College of Fashion Kadın Giyimi Moda Tasarımı Teknolojileri Öğretim Elemanı James Pegg, bu etkinlikte bulunmaktan heyecan ve onur duyduğunu söyledi.

Dünyanın en eski bezlerinin Anadolu'da ortaya çıktığını belirten Prof. Dr. Mehmet Akalın, Türk tekstil ve hazır giyiminin bugün dünyadaki başarısının bir tesadüf olmadığını söyledi. Akalın, "Sosyal sorumluluk projesi olarak nitelendirdiğimiz bu



OLGÜN ORAL
Proje Genel Koordinatörü

Türkiye'de bir kısmı yok olmaya yüz tutmuş yöresel kumaşları dünyaya tanıtmak ve kullanım alanını genişletmek amacıyla gerçekleştirilen bu etkinlik önümüzdeki senelerde de devam edecek.



MEHMET AKALIN
Marmara Üniv. Teks. Eğit. Böl. Başk.

Bu proje ile kültürel ve tarihi zenginliğimiz olan bezlerimizi tekrar ortaya çıkartarak yöre ve ülke ekonomisine katkı sağlanmasını amaçlıyoruz.

YENİ TÜRK TİCARET KANUNU İSVİÇRE MENŞELİ BİR DÜZENLEMEYLE ŞİRKETLERİN BİRLEŞME, BÖLÜNME VE TÜR DEĞİŞTİRMELERİNİN NASIL OLACAĞINI HÜKÜM ALTINA ALDI. DÜZENLEMEDE AB MEVZUATINDAN ÜÇ YÖNERGE DE GÖZ ÖNÜNE ALINDI.



DOĞAN ERDEM
Yeminli Mali Müşavir

doganerdem.istanbulymm.com

İsviçre'de ne kadar birleşme, bölünme, tür değiştirme ve mal varlığı devrine dair ayrı bir yasal düzenleme varsa da, İsviçre hukuku, Türk şirketler hukukuna, Alman ve Fransız hukuklarına göre daha yakın bir yerde durmakta. Ayrıca AET'nin birleşmelere dair 78/855 sayılı üçüncü yönergesi ve bölünmelere dair 89/891 sayılı altıncı yönergesinden yararlanıldı ve 77/91 sayılı ikinci yönergenin (özellikle sermayenin korunmasını amaçlayan) koruyucu hükümleri gözetildi ve yine 08.10.2001 günlü Avrupa Şirket Statüsüne ilişkin Tüzük ile de bağlantı yapıldı. Sonuç olarak ifade edebiliriz ki: yTTK ile yapılan birleşme, devir ve tür değiştirme mevzuatı AB mevzuatı ile koşut hazırlanmış ve en uygun seçilen İsviçre düzenlemelerinden de kaynak olarak istifade edilmiştir. Bunların dışında ticaret şirketlerinin birleşme, bölünme ve tür değiştirmelerine dair yTTK dışında da düzenlemeler bulunmaktadır. Bu düzenlemeler ancak yTTK'nın getirdiği kurallara aykırı olmamak kaydıyla hüküm ifade edebilecektir. Bu açık istisna dışında birleşme, bölünme ve tür değiştirmelerde yTTK'nın 134-194 maddeleri uygulanacaktır. yTTK'da birleşme, bölünme ve tür değiştirme ticaret şirketlerine özgü olduğundan yasanın 135'nci maddesinde kavramların tanımlanması gerekmiştir. Yasa;

ŞİRKET SAHİPLERİNE YENİ TTK'DAN HABER VAR

- Şirket: Ticaret şirketlerini, (kollektif, komandit, anonim, limited ve kooperatifler)
- Ortak: Yasadaki ortak ifadesi anonim şirketlerin pay sahiplerini, limited şirketler ile şahıs şirketlerinin ve kooperatiflerin ortaklarını,
- Ortaklık payı: Şahıs şirketlerindeki ortaklık payını, anonim şirketteki payı, limited şirketteki esas sermaye payını, sermayesi paylara bölünmüş komandit şirketteki ortaklık payını,
- Genel kurul: Anonim, limited ve sermayesi paylara bölünmüş komandit şirketlerle kooperatiflerdeki genel kurulu, şahıs şirketlerindeki ortaklar kurulunu ve gereğinde ortakların tümünü,
- Yönetim organı: Anonim şirketler ve kooperatiflerde yönetim kurulunu, limited şirketlerde müdürü veya müdürleri, şahıs şirketleriyle sermayesi paylara bölünmüş komandit şirketlerde yöneticisi ve
- Şirket sözleşmesi: Anonim şirketlerde esas sözleşmeyi, şahıs şirketleriyle limited şirketlerde şirket sözleşmesini ve kooperatifte ana sözleşmeyi ifade ettiği tanımlamaktadır.

Birleşme: Sermaye şirketleri; sermaye şirketleriyle, kooperatiflerle ve devralan şirket olmaları şartıyla, kolektif ve komandit şirketlerle; şahıs şirketleri; şahıs şirketleriyle, devrolunan şirket olmaları şartıyla, sermaye şirketleriyle, devrolunan şirket olmaları şartıyla, kooperatiflerle; kooperatifler de devralan şirket olmaları şartıyla, şahıs şirketleriyle

birleşebilirler. Tasfiye halindeki bir şirket de mal varlığının dağıtılmaya başlanmamış ve devrolunan şirket olması kaydıyla birleşmeye konu olabilirler. Yasada gerekli koşullar oluşur ise sermaye kaybı ve borca batıklık halinde de birleşmeye katılım mümkündür.



TİCARET ŞİRKETLERİNİN BİRLEŞME, BÖLÜNME VE TÜR DEĞİŞTİRMELERİNE DAİR YTTK DIŞINDA DA DÜZENLEMELER BULUNMAKTADIR. ANCAK BU DÜZENLEMELER YTTK'NIN GETİRDİĞİ KURALLARA AYKIRI OLMAMAK KAYDIYLA HÜKÜM İFADE EDEBİLECEKTİR.

Birleşme sözleşme ile yapılır ve birleşmeye katılan şirketlerin yönetim organlarınınca imzalanıp genel kurulları tarafından onaylanır. Yönetim organları, birleşmenin tescili için ticaret siciline başvurur.

Bölünme: Maddi hukuk yönünden Türkiye’de ilk bölünme düzenlemesi YTTK’da yapılmıştır. Bölünme tam bölünme ve kısmi bölünme olarak iki şekilde mümkündür. Sadece sermaye şirketleri ve kooperatifler bölünebilirler. Bölünmeye katılan şirketlerin yönetim organları, bölünme sözleşmesini veya bölünme planını genel kurula sunar. Alacaklılar için yöntemleri YTTK’nın 174’ncü maddesinde yazıldığı biçimde ayrıca çağrı yapılır. Bölünme onaylanınca yönetim organları tarafından tescil talep edilir. Tam bölünme sonucunda devreden şirket sicile tescil ile birlikte infisah eder.

Tür değiştirme: Tür değiştirme konusunda yine Türkiye’deki hukuksal düzenlemeler, önceki ticaret kanununun çok dogmatik yapısından kaynaklanan neden-

lerden ötürü, içtihatlar yoluyla yeterince gelişmiştir. Bu nedenle YTTK’da sorunlar doğurmayan bir yapı oluşmuştur. YTTK’nın 180’inci maddesinde “Bir şirket hukuki şeklini değiştirebilir. Yeni türe dönüştürülen şirket eskisinin devamıdır.” denmiştir. Bir sermaye şirketi; başka türde bir sermaye şirketine, bir kooperatife; bir kollektif şirket; bir sermaye şirketine, bir kooperatife, bir komandit şirkete veya bir komandit şirket; bir sermaye şirketine, bir kooperatife, bir kollektif şirkete dönüştürülebilir.

Tür değiştirme bu şekilde mümkün olabilir. Tür değiştirmede yönetim organınca hazırlanan planın yazılı olarak şekil hükümlerine uygun olması ve genel kurulun onayından geçmesi gerekmektedir. Yönetim organı da ayrıca yazılı bir “tür değiştirme raporu” tanzim edecektir. Bu raporun ihtiva etmesi gereken hususlar da yine YTTK’nın 186’ncı maddesinde yer almaktadır. Yönetim organı sonuçta tür değiştirme planını genel kurula sunacak ve YTTK’da yer alan nisaplarla onanması gerekecektir.

Birleşme, bölünme ve tür değiştirmede bilineni gereken bazı özellikli durumlar:

1- Ortaklık paylarının korunması için dava açılabilir:

Birleşmede, bölünmede ve tür değiştirmede ortaklık paylarının ve ortaklık haklarının gereğince korunmamış veya ayrılma karşılığının uygun belirlenmemiş olması halinde, her ortak, birleşme, bölünme veya tür değiştirme kararının Türkiye Ticaret Sicili Gazetesinde ilanından itibaren iki ay içinde, söz konusu işlemlere katılan şirketlerden birinin merkezine bulunduğu yerdeki asliye ticaret mahkemesinden, uygun bir denkleştirme akçesinin saptanmasını isteyebilir.

2- Mahkeme birleşmenin, bölünmenin ve tür değiştirmenin iptaline karar verirse ya da eksiklik ortaya çıkarsa doğacak sonuçlar:

YTTK’nın 134-190 maddelerinde düzenlenen hususlar ihlal edilirse, birleşme, bölünme ve tür değiştirme kararına olumlu oy vermemiş ve bunu tutanağa geçirmiş bulunan birleşmeye, bölünmeye veya tür değiştirmeye katılan şirketlerin ortakları; bu kararın Türkiye Ticaret Sicili Gazetesinde ilanından itibaren iki ay içinde iptal davası açabilirler. İlanın gerekmediği hallerde süre tescil tarihinden başlar. Birleşme, bölünme ya da tür değiştirme kararının bir yönetim organı tarafından verilmesi halinde de bu dava açılabilir.

3- Birleşme, devir ve tür değiştirmede sorumluluk:

Birleşme, bölünme veya tür değiştirme işlemlerine herhangi bir şekilde katılmış bulunan bütün kişiler şirketlere, ortaklara ve alacaklılara karşı kusurları ile verdikleri zararlardan sorumludurlar. Kurucuların sorumlulukları saklıdır. Hakimiyetin hukuka aykırı kullanılması, azlığın payını devralma hali, şirketin zarara uğratılmasında zarar tazmini, tazminle yükümlü olanlara teselsül ve başvuru ile zarar manasını halleri ayrıca değerlendirilmelidir.



PARİS ÎLE-DE-FRANCE BÖLGESİ GELİŞME AJANSI VE PARİS FUARLARI GRUBU, YENİ ORTAKLIKLAR İÇİN İSTANBUL'U SEÇTİ. BÖLGE TEMSİLCİLERİ, "TÜRK-FRANSIZ MODA&TASARIM ATÖLYESİ" ADLI ETKİNLİKLE DİKKATLERİ PARİS FUARLARINA ÇEKTİ.

PARİS'İN SİHİRLİ ELİ İSTANBUL'A DOKUNDU

Türkiye, özellikle Avrupa ve diğer dünya pazarları için önemli bir potansiyel. Hem ekonomik, hem de gelişen kreatif endüstriler, bu coğrafyada yeni işbirlikleri doğuruyor. Türk moda ve tasarımının önemi dünyada gittikçe artarken, Paris'te de her geçen gün daha çok sayıda Türk tasarımcı ve marka, defileler ve şirket kuruluşları ile temsil ediliyor. Bu gelişmelerin ışığında "Paris- Île-de-France Bölgesi Gelişme Ajansı" ve Paris Fuarları Grubu, São Paulo, New York, Londra, Tokyo ve Seul'un ardından, Avrupa'nın bu iki başkenti arasında kurulacak yeni ortaklıkları desteklemek ve artırmak üzere İstanbul'a geldi. "Türk-Fransız Moda&Tasarım Atölyesi" adı altında ilk kez gerçekleştirilen etkinlik, Fransa Büyükelçiliği'nin katkılarıyla, yabancı şirketlerin yatırım projelerini destekleme ve bölgenin uluslararası platformlarda ekonomik ve teknolojik imajını tanıtmaya amacıyla 2001 yılında kurulan Paris- Île-de-France Bölgesi Gelişme Ajansı ve Paris Capitale de la Création konsorsiyumu tarafından tasarım, moda ve dekorasyon alanlarında İstanbul-Paris eksenini güçlendirmek amacıyla düzenlendi.

24 Eylül Pazartesi günü Fransız Sarayı'nda gerçekleşen etkinliğe Paris'te düzenlenen başlıca moda ve tasarım fuarlarının (Bijorhca Paris, Interfileire, Salon International De La

Lingerie, Maison&Objet, Paris Design Week, Tranoi, Who's Next Prêt-à-Porter Paris) başkanları katıldı. Etkinlik, Whos's Next Pret-A-Porter; Paris Design Week; Tranoi; Maison&Objet gibi başlıca moda ve tasarım fuarları başkanlarını; Arzu Kaprol, Mehtap Elaidi Türk tasarımcılarını; Avva, Vizyon Deri, Kurshuni, Design Dream Factory gibi firmaları bir araya getirdi. Fransız katılımcılar, sektörün önde gelen Türk temsilcileri ile moda ve tasarım dünyasının büyük trendlerini, Paris'in Türk markalarının büyümesinde oynadığı rolü ve İstanbul'un Fransız markalarının gelişmesindeki önemini tartışmak üzere bir araya geldiği etkinlikte üç panel gerçekleştirildi.

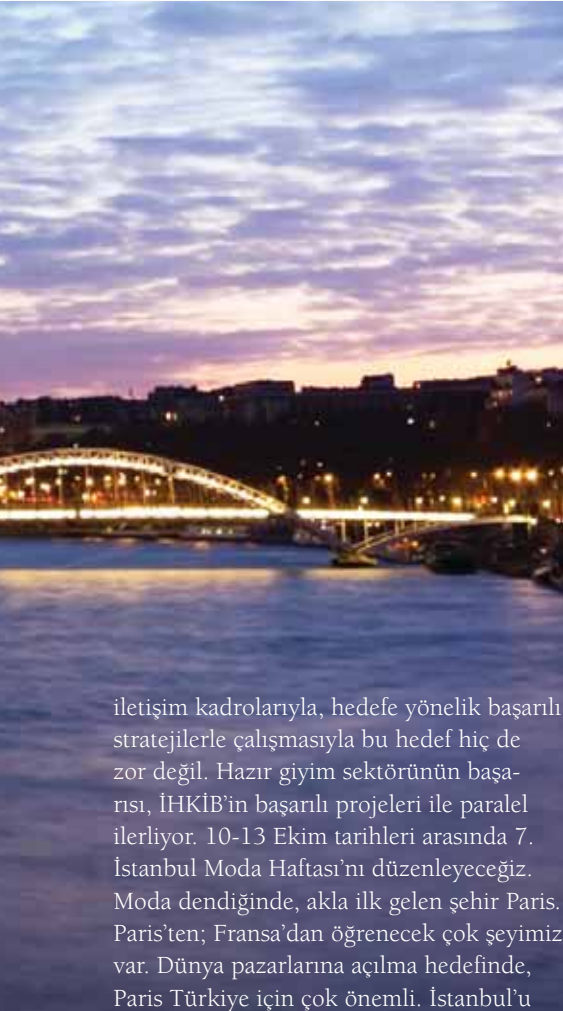
İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi'nin de konuşma gerçekleştirdiği organizasyonda, Tanrıverdi, İstanbul Fashion Week'in (IFW) Fransa'nın moda başarısından ilham aldığına altını çizdi. Türk-Fransız Moda&Tasarım Atölyesi'nde Tranoi Fuar

Organizatörü Michel Hadida, Who's Next Pret a Porter Paris Fuar Başkanı Xavier Clergerie ve Eurovet İç Giyim Fuarlar Müdürü Taya De Reynies, bu etkinlikte bulunma sebeplerini ve Türk moda ve tasarımı ile ilgili düşüncelerini Hedef Dergisi'ne aktararak, Fransa'da organizatörlüğünü yaptıkları uluslararası fuarlarla ilgili genel bilgiler paylaştı.

Tanrıverdi: "Fransa'nın modasından ilham aldık"

İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi'nin de yer aldığı etkinlikte açılış konuşmasını Fransız başkonsolosu yaparken, Tanrıverdi de IFW'nin Fransa'nın moda başarısından ilham aldığını dile getirdi. Tanrıverdi: "Hep inandığım bir şey var ki, insanlar hayal kurdukça ve arzuladıkça büyürler. 2023 için Türkiye'nin ve İstanbul'un hedefi yüksek. O da 4 ana moda şehriden biri olmak. Dünyada haklı bir üne sahip tekstil sektörümüzün, yaratıcı dahileriyle, doğru basın ve

“TÜRK-FRANSIZ MODA&TASARIM ATÖLYESİ”
PARIS-İLE-DE-FRANCE BÖLGESİ GELİŞME
AJANSI VE PARIS CAPITALE DE LA CRÉATION
KONSORSİYUMU TARAFINDAN MODA VE
DEKORASYONDA İSTANBUL-PARİS EKSENİNİ
GÜÇLENDİRMEK AMACIYLA DÜZENLENDİ.



iletişim kadrolarıyla, hedefe yönelik başarılı stratejilerle çalışmasıyla bu hedef hiç de zor değil. Hazır giyim sektörünün başarısı, İHKİB'in başarılı projeleri ile paralel ilerliyor. 10-13 Ekim tarihleri arasında 7. İstanbul Moda Haftası'nı düzenleyeceğiz. Moda dendiğinde, akla ilk gelen şehir Paris. Paris'ten; Fransa'dan öğrenecek çok şeyimiz var. Dünya pazarlarına açılma hedefinde, Paris Türkiye için çok önemli. İstanbul'u sayılı moda merkezlerinden biri yapacağız.

Bugün büyük bir dönüşüm içindeyiz ve bu dönüşümü başarılı bir şekilde yönetmeye çalışıyoruz. Markalarımız ciddi bir hazırlık içinde. Global ölçekte en büyük pazarımız olan Avrupa Birliği'nde yaşanan belirsizlik, ihracatta düşüşe neden oldu, fakat yaşanan bu kayıp AB pazarındaki küçülmeye oranla çok daha az. Geçen sene ulaştığımız 16 milyar dolarlık ihracat rakamını bu sene aşmayı umuyoruz. Türkiye'nin 2023 hedeflerine ulaşmasında hazır giyim sektörünün başrolde olacağını düşünüyoruz.” dedi.

Vogue Türkiye'den Seda Domaniç'in yönettiği “Paris-İstanbul moda hattını birlikte geliştirmek” adlı hazır giyim ve moda aksesuarları paneli, Elle Türkiye Dergisi Yazı İşleri Müdürü Işık Şimşek'in yönettiği “Konut dizaynında geleneksellik ile modernizm arasındaki geçişler” temalı panel ve Maison Française dergisinden Melda Narmanlı Çimen'in yönettiği, ünlü Fransız



Who's Next Pret a Porter Fuarı, düzenlendiği her dönem hazır giyim alanında faaliyet gösteren dünya devlerini ağırlıyor.

tasarımcı Ora Ito'nun ve Citizen K Dergisi Kurucusu Kappauf'un da katıldığı ev, tasarım, dekorasyon paneli büyük ilgi gördü. Türkiye ile Fransa arasında moda, mobilya ve dekorasyon alanlarındaki tarihi bağları da hatırlatan olan bu atölye, iki başkent arasındaki ekseni güçlendirmek üzere yeni ortaklık olanaklarını ele aldı.

“Türk firmalara özel bir alan tahsis edeceğiz”

Yılda dört kez moda haftası boyunca düzenlenen Tranoi Fuarı, en iyi stilistler ve moda dünyasının profesyonellerine özgü, sanatsal ve ticari bir buluşma mekanı olma özelliği taşıyor. Fuar organizatörü Michel Hadida, 9 yıldır düzenledikleri fuara en fazla İtalya, Japonya, ABD ve Asya'dan katılımın gerçekleştiğini belirtti. Ziyaretçi ve katılımcılar konusunda iyi rakamlara ulaşıldığını belirten Hadida, kendileri için sayıdan ziyade kaliteli müşterilerin fuarda yer almasının daha önemli olduğunu, bunu da başardıklarını söyledi. Tranoi Fuarı'na katılımın bir ayrıcalık olduğunu kaydeden Hadida, firmaların yıllar içerisinde yeni açılımlar sağladığının altını çizdi.

Türk-Fransız Moda&Tasarım Atölyesi etkinliğine dahil olma nedenini Türk pazarı ile ilgili konuşma yapmak ve buradaki moda tasarımı ile ilgili görüş belirtmek olarak açıklayan Hadida, burada beklentilerinden farklı olarak moda ve akımlarla ilgili

değil, çok daha umut bekleyen sorularla karşılaştığını vurguladı. Hadida, bir fuar yapımcısı olarak fuara en fazla katılımcıyı getirme konusunda bir sorumluluğu olduğunu söyledi. Bu etkinlikte Türkiye'ye bununla ilgili bir söz verdiğini belirten



HİKMET TANRIVERDİ
İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı

İnsanlar hayal kurdukça ve kendilerine bir hedef belirledikçe büyürler. 2023 için Türkiye'nin hedefi büyük. O da İstanbul'un dünyanın dört ana moda şehrinde biri olması.

“TÜRK-FRANSIZ MODA&TASARIM ATÖLYESİ” ETKİNLİĞİ, “WHOS’S NEXT PRET-A-PORTER”; “PARIS DESIGN WEEK”, “TRANOI” “MAISON&OBJET” GİBİ BAŞLICA MODA VE TASARIM FUARLARI BAŞKANLARINI; TÜRK TASARIMCILARLA BİR ARAYA GETİRDİ.



TAYA DE REYNIES
Interfilere Fuar Organizatörü



Interfilere Fuarı aksesuar, kumaş, plaj giyimi gibi ürün gamlarını barındıran ve artık marka haline gelmiş uluslararası bir fuar.

İnovasyona ciddi bir önem veren Interfilere Fuarı'nda Türk katılımcılar kumaş, aksesuar, vb. ürün gruplarında dinamik, inovatif, özel koleksiyonlarla dikkat çekiyor.

Hadida, Türk firmalarını gruplayıp bir araya getirerek fuarda onlar için özel bir alan oluşturmayı amaç edindiğini ifade etti. Tranoi Fuarı Organizatörü Michel Hadida, Türk-Fransız Moda&Tasarım Atölyesi hakkında, buraya gelirken moda dersi vereceğini düşündüğünü, ancak tam tersine kendisinin ders aldığını söyleyerek sözlerini tamamladı.

“Türkiye marka ihraç ediyor”

Who's Next Pret a Porter Paris Fuar Başkanı Xavier Clergerie, hazır giyim sektörünü ilgilendiren bu iki büyük fuarı birleştirme konusunda başlangıç noktalarının gelen ziyaretçileri aynı çatı altında buluşturmak ve Paris'te yeni bir sunum takvimi oluşturmak olduğunu söyledi. Daha önce iki takvimleri olduğunu belirten Clergerie, uluslararası piyasanın hızına yetişebilmek için ihtiyaç duydukları Haziran, Eylül, Ocak ve Mart sonu olmak üzere 4 ana tarihe ulaştıklarını ifade etti. Clergerie sözlerine şöyle devam etti: “İki fuar birleşince tüm markalar bir araya gelmiş oldu ve takvim değiştirmek için önemli bir güç elde etmiş olduk. İnsan-

lar bu tarihlere iki ay önceden hazırlanmayı kabul ettiler.” Haziran ayındaki fuara yüzde 40'ı yabancı ve bini Türk olmak üzere 60 bin alıcı ve 2 binden fazla markanın yer aldığı belirten Clergerie, Türkiye'nin ziyaretçi sıralamasında bundan 10 yıl önce 15'inci sırada yer aldığını, Haziran ayı istatistiklerine göre ise 4'üncü sıraya yükseldiğini kaydetti. Son fuara Türkiye'den katılan firma sayısının 20 olduğunu söyleyen Clergerie, bu sayının önümüzdeki fuarda 30 olacağını açıkladı. Clergerie sözlerine şöyle devam etti: “Türkiye eskiden üreticiydi, şimdi tasarımcıların yetiştiği bir yer. Pek çok markanın oluştuğu Türkiye'ye bu yüzden önem veriyoruz. Türk-Fransız Moda&Tasarım Atölyesi etkinliğinde bulunmamızın sebebi de bu. Türk hazır giyimi uluslararası piyasada önemli bir yer almak üzere. Farklı pazarlara giren Türkiye'nin önümüzdeki yıllarda sadece ürün değil marka ihraç eden bir ülke olacağına inanıyorum.”

“Interfilere artık bir marka”

Eurovet İç Giyim Fuarlar Müdürü Taya De Reynies, Interfilere Fuarı'nın aksesuar, kumaş, plaj giyimi gibi ürün gamlarını barındıran ve artık marka haline gelmiş uluslararası bir fuar olduğunu ifade etti. Reynies, Paris, Hong Kong ve Şangay'da düzenlenen Interfilere Fuarı'na en çok Al-

manyalı, İtalya, Rusya, İngiltere, Amerika ve Japonya gibi ülkelerden katılım olduğunu söyledi. Fuarda çok önemli görüşmelerin gerçekleştiğini söyleyen Reynies, en çok Brezilya ve Almanya'dan alıcıların geldiğini kaydetti. Türkiye'den de uzun yıllardır



XAVIER CLERGERIE
Who's Next Pret a Porter Paris Fuar Bşk.

İnovasyona ciddi bir önem veren Interfilere Fuarı'nda Türk katılımcılar kumaş, aksesuar, vb. ürün gruplarında dinamik, inovatif, özel koleksiyonlarla dikkat çekiyor.

YAPILAN ARAŞTIRMALAR, TÜRKİYE'NİN, FRANSIZ FUARLARINI EN ÇOK ZİYARET EDEN 11'İNCİ ÜLKE OLDUĞUNU GÖSTERİYOR. ÖRNEĞİN, FRANSA, 2010 YILINDA DÜZENLEDİĞİ FUARLARDA, 10 BİN 624 TÜRK ZİYARETÇİYE VE 837 TÜRK KATILIMCIYA EV SAHİPLİĞİ YAPTI.



Tranoi Fuarı, seçkin stilistler ve moda dünyasının profesyonellerine özgü, sanatsal ve ticari bir buluşma mekanı olma özelliği taşıyor.



MICHEL HADIDA
Tranoi Fuarı Organizatörü

katılım gösteren pek çok firma olduğunu söyleyen Reynies, daha fazla Türk firmaları beklediğini, bu fuarın onlar için büyük fırsatlar doğurabileceğini belirtti. Reynies, inovasyona ciddi bir önem verildiği bilinen Interfilie Fuarı'nda Türklerin kumaş, aksesuar, vb. ürün gruplarında dinamik, inovatif, özel koleksiyonlarla dikkat çektiğini söyledi. Reynies, fuarlarda buluşma ve tanışma gibi görüşmelere fazla vakit olmadığını, bu yüzden Türk-Fransız Moda&Tasarım Atölyesi gibi etkinliklerin bilgiyi paylaşmak, stratejileri öğrenmek, pazarları tanımak ve gelişimini izlemek açısından çok avantajlı ve faydalı olduğunu ifade etti.

Dünya fuarlarının sahnesi Paris

Uluslararası fuar ve kongre organizasyonu alanında dünyadaki en önemli bölge olan Paris bölgesi her yıl 440'dan fazla fuara ev sahipliği yapıyor. Bununla birlikte her yıl 10 milyon ziyaretçi ve yaklaşık 100 bin katılımcı ağırlayan modanın başkenti, iş seyahatleri için Avrupa'nın en önemli merkezi haline gelmiş durumda. Paris aynı zamanda, 666 bin 700 metrekareden fazla brüt sergileme alanı ile dünyanın en önemli sergileme kapasitesine sahip bölgesi konumunda. Türkiye'nin Avrupa'daki üçüncü ticaret ortağı Fransa'nın Türkiye'de 100 binden fazla kişinin istihdam edildiği 450 şirketi bulunmakta. Fransa aynı zamanda

Türkiye'deki yabancı yatırımcılar arasında (toplam yatırımlarda) 4. sırada yer alıyor. Fransa ile Türkiye arasındaki ticari ilişkilerin dinamizmi, moda ve tekstil sektörlerinde çok güçlü hissedilirken (iki ülke arasındaki ilişkilerde 2.sırada), dekorasyon, mobilya ve tasarımda alanlarında da giderek artıyor. Uluslararası büyük Fransız fuarlarının yüzde 80'ine ev sahipliği yapan bölge, çok önemli avantajlara da sahip. Paris, bu fuarların birçoğunu dünyanın en önemli fuarları olarak kabul ettirmeyi başardı.

AB'nin kalbine giden yol Paris fuarlarından geçiyor

Paris bölgesindeki fuarlar, 500 milyon tüketicisi ile dünyanın en önemli pazarı olan Avrupa Birliği'nin kalbinde, tüm dünyadan gelen ziyaretçilere ve katılımcılara ürün ve hizmetlerine değer katma olanağı sunan önemli uluslararası iş platformları halinde. Her fuar sektörüne yönelik kapsamlı bir panorama sunarken, sektörün tamamını ziyaretçilere tanıtıyor. Bölgedeki fuarlara katılan Fransız, Avrupalı ve uluslararası önemli karar alıcılar ve sipariş verenler uluslararası gelişimlerine yardımcı olacak ortakları bulma, pazarı ölçme ve anlaşma yapma fırsatına da sahip oluyorlar. Katılımcıların ticari ve teknolojik projeleri için sıçrama tahtası niteliğindeki fuarlara katılanların yüzde 40'ı ile ziyaretçilerin yüzde 30'u yabancılardan oluşmakta.

Türk-Fransız Moda&Tasarım Atölyesi hakkında, buraya gelirken moda dersi vereceğini düşündüğünü, ancak tam tersine kendisinin ders aldığı dile getirdi..

Türkler bu fuarları tercih ediyor

Sıralamalara göre Türkiye, Fransız fuarlarını en çok ziyaret eden 11'inci ülke olarak yer alıyor. 2010 yılında 10 bin 624 Türk ziyaretçiye ve 837 Türk katılımcıya ev sahipliği yapan Fransız fuarları, sadece tekstil, giyim&moda aksesuarları, Gıda,Otelcilik&Restorancılık ve Konut&Dekorasyon sektörlerinde yüzde 77 Türk ziyaretçi ağırladı.

2010 yılında gerçekleştirilen Texworld, Premiere Vision ve SIAL'e yüzde 34 Türk ziyaretçi ağırlarken; ilk 10 sıradaki Fransız fuarları Türk ziyaretçilerin yüzde 72'sini ağırlıyor. Türkiye, Fransız fuarlarına katılan ülkeler arasında 10'uncu sırada yer alıyor.

Türk katılımcılar yüzde 40'luk katılım oranı ile ağırlıklı olarak tekstil, giyim&moda aksesuarları sektörüne yönelik fuarlara, yüzde 24'lük bir katılım ile gıda, otelcilik&restorancılık sektörü ile ilgili fuarlara katılıyor. İlk üç sektör toplam Türk katılımcıların yüzde 75'ini ağırlıyor. Fransa'nın ilk 10 sıradaki fuarları Türk katılımcıların yüzde 74,31'ini ağırlıyor.

AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİNDE 2012 YILININ İLK ÇEYREĞİNDE TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SANAYİ ÜRETİMİNDE YAŞANAN GERİLEME DEVAM EDİYOR. SÖZ KONUSU GERİLEMEDE YUNANİSTAN, PORTEKİZ, İSPANYA VE İTALYA'YI ALT ÜST EDEN BORÇ KRİZİNİN PAYI DA BÜYÜK.



HALUK ÖZELÇİ
İTKİB Brüksel Temsilcisi

itkib.bxl@skynet.be

AB EKONOMİSİ EKSIYE GİDİYOR

Yunanistan, Portekiz, İspanya ve İtalya'yı alt üst eden borç krizi, AB ekonomisini durağandan,eksiye dönüştürmüş durumda. Yılın ilk altı ayında, tekstil sanayi üretimi, yüzde 7,6, hazır giyim ise, yüzde 6,4 düzeyinde azaldı. Aynı şekilde perakende satışlarda da, beklenen hareketlilik yakalanamadı. Topluluk ülkelerinin, geleneksel tedarikçi Asya ülkelerinden 2012 yılının ilk iki çeyreğinde, gerçekleştirdiği tekstil ithalatında yüzde 10,8 gerileme görülüyor. Aynı dönemde Güney Kore'den yapılan dışarımlarda ise yüzde 13 düzeyinde artış var. Bu artışın, AB ile Güney Kore arasında yapılan ve bir yıl önce uygulan-

ya konan Serbest Ticaret Anlaşması'nın, AB pazarında Güney Kore lehine yarattığı tercihli statünün sonucu olduğunu söylemek mümkün. Hazır giyimde ise, yılın ilk altı ayında, Bangladeş, Vietnam, Pakistan ve Kamboçya'dan yapılan ithalatta yüzde 23 düzeyinde bir artış görülmekte. Tekstil sektöründeki ithalat fiyatları, bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 0,7 azalırken hazır giyimde, yüzde 7,5 düzeyinde artış izleniyor. Ekonomik daralma ve yavaşlama, AB pazarında çok açık bir şekilde görülürken, Topluluk ülkelerinin tekstil ve hazır giyim ihracatında, 2012'nin ilk altı ayında değer bazında yüzde 8'e varan pozitif bir gelişme var. Özellikle hazır giyimde yüzde 12'ye, tektilde yüzde 4 düzeyine varan ihracat artışları dikkat çekiyor. Topluluğun, bu yılın ilk altı ayında hazır giyim dış satışlarını en fazla artırdığı ülke yüzde 46 ile Çin. Ülkemize yönelik AB ihracatında bir önceki yıla göre değişim görülüyor.



%23

AB ÜLKELERİNDEKİ HAZIR GİYİM SEKTÖRÜ
YILIN İLK ALTI AYINDA, BANGLADEŞ, VIETNAM,
PAKİSTAN VE KAMBOÇYA'DAN YAPILAN
İTHALATTA YÜZDE 23 DÜZEYİNDE BİR ARTIŞ
YAŞADI.

Sebepler sadece ekonomideki gerileme değil

Topluluk verilerine göre, içinde bulunduğumuz yılın ilk yarısında, Türkiye'den yapılan toplam tekstil ve hazır giyim ithalatı, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 8,5 gerileyerek 5,9 milyar Euro olarak gerçekleşti. Bu dönemde ülkemizden, 1.39 milyar Euro tekstil, 4.47 milyar Euro hazır giyim alımı yapıldı. 2011'in ilk altı ayında Topluluk ülkeleri Türkiye'den, 1.55 milyar Euro tekstil ve 4.87 milyar Euro hazır giyim ithal etmişlerdi. AB'nin dış ticaretinde, azalan ithalat, artan ihracat şeklinde ortaya çıkan tabloyu, sadece ekonomideki gerilemeye, topluluk pazarındaki daralmaya bağlamak doğru değil. Euro'nun, ABD doları ve diğer para birimleri karşısında değer yitirmesi bu sonuca tesir eden bir diğer önemli etken.

Belçika'dan ziyaret var

Brüksel'deki Yatırım ve Dış Ticaret Ajansı ile "Waloniya ve Flanders" bölgeleri İhracat Ajansları, Belçika'nın müstakbel Kralı Prens Phillip'in himayelerinde, 15-20 Ekim tarihleri arasında Türkiye'ye iş gezisi düzenliyor. Bu seyahatte özellikle, Belçika'daki inşaat, enerji, nakliye/lojistik, çevre teknolojisi ve biyoteknoloji alanlarında faaliyet gösteren firmalar başta olmak üzere çok sayıda kuruluş yer alacak. Organizasyonun Türkiye ayağını, Belçika'nın İstanbul Başkonsolosluğu Walonia Bölgesi Ticaret Müşavirliği ve DEİK üstlenmekte. Önce İstanbul'da Belçikalı ve Türk firmalar arasında yapılacak görüşmelerin ardından, Ankara ve İzmir'e de gidecek olan heyet, 20 Ekim 2012 günü ülkemizden ayrılacak.

Gümrük tarifesinde yeni bir artış

Mercosur ülkeleri (Arjantin, Brezilya, Paraguay, Uruguay, Venezuela), bazı mamullerin ithalatında uygulanan gümrük tarifelerini, DTO (bağlı - bound) oranlarının üzerinde olmamak kaydıyla artırma kararı aldı. Bu arada, tekstil ve hazır giyim için DTO bağlı tarife oranının, yüzde 35 olduğunu hatırlatmakta yarar var. Bu kararın ardından Brezilya'nın açıkladığı tarife artırımı listesi içinde sadece bir tekstil mamulü yer alıyor. Yapılan değişiklikle, Viscose iplik için

hâlihazırda yüzde 18 olan gümrük tarife oranı, 25 Eylül 2012 tarihinden itibaren yüzde 25 seviyesine yükseltilmiş oluyor. Hâlihazırda Mercosur ülkelerinin, hazır giyim ithalatında uyguladığı ortalama gümrük tarife oranı yüzde 35, tekstil mamullerinde ise daha düşük (ortalama yüzde 18) düzeylerde.

Wavier uygulaması kabul edildi

Uzun bir süredir gündemi işgal eden tartışma sona erdi ve Avrupa Parlamentosu, Pakistan'dan yapılacak bazı tekstil ve konfeksiyon ürünlerinin ithalatına uygulanan gümrük tarifelerinin, geçici süre için sıfırlanması (waiver) uygulamasını, 13 Eylül 2012 günü oya sundu. Sonuçta, 97 aleyhte ve 165 çekimsere karşılık, 342 lehte oy ile Pakistan'da yaşanan sel felaketi ve bu ülkenin terörizme karşı gösterdiği çabalar, Avrupa tekstil ve hazır giyim sanayinin sırtından ödüllendirilmiş oldu. Bu uygulama AB Resmi Gazetesinde yayımlanmasının ardından yürürlüğe girecek. Pakistan menşeli 75 çeşit muhtelif ürünün yanı sıra, bazı tekstil

ve hazır giyim mamulleri de, 31 Aralık 2013 tarihine kadar AB'ne gümrüksüz olarak ithal edilecek.

AB ile Çin'in dış ticareti devamlı yükselişte

AB ile Çin arasında geçen on yıldaki dış ticaret büyük bir artış gösteriyor. AB'nin 2000 yılında 26 milyar Euro olan Çin'e yönelik ihracatı, 2011 yılında 136 milyar Euro'ya ulaştı. Aynı şekilde 2000 yılında AB'nin Çin'den yaptığı ithalat 75 milyar Euro iken bu rakam 2011 yılında 293 milyar Euro olarak gerçekleşti. Halen AB'nin, Çin'le olan dış ticaret açığı 156 milyar Euro. 27 üye ülkenin, 2011 yılının ilk altı ayında 66 milyar Euro olan Çin'e yönelik dış satışları, 2012 yılının aynı döneminde 73 milyar Euro'ya yükseldi.

Bu süre içinde Çin'in, AB'ne yönelik ihracatında geçen yılın aynı dönemine kıyasla bir değişiklik olmadı ve 140 milyar Euro seviyesinde kaldı. Çin, ABD'nin ardından AB'nin ikinci en büyük ticari ortağı. Yakın bir gelecekte Çin'in, AB'nin birinci ticaret ortağı olacağına kuşku yok.

AB'nin 2011/2012 yılları Ocak - Haziran döneminde, belli başlı ülkelerle olan tekstil ve hazır giyim dış ticareti (000 Euro)

İthalat	Ocak-Haz 2011	Ocak-Haz 2012	Değişim 12/11 yüzde
AB 27	19.082,765	20.512,314	7,5
İsviçre	2.354,610	2.351,658	0,1
ABD	1.867,315	2.184,084	17,0
Rusya	1.774,212	2.009,789	13,3
Türkiye	1.020,916	1.242,755	21,7
Türkiye	1.236,944	1.232,262	-0,4

İthalat	Ocak-Haz 2011	Ocak-Haz 2012	Değişim 12/11 yüzde
AB 27	46.075,162	42.707,059	-7,3
Çin	16.833,778	15.511,617	-7,9
Türkiye	6.450,739	5.899,786	-8,5
Bangladeş	3.891,982	4.211,186	8,2
Hindistan	4.187,125	3.404,983	-18,7
Pakistan	1.703,636	1.384,124	-18,8

İSTANBUL'UN KÜRESEL FİNANS MERKEZLERİ ARASINDA YER ALMASI AMACIYLA DÜZENLENEN "İSTANBUL FİNANS ZİRVESİ" NDE BU YIL, YURTIÇİ VE YURTDIŞINDAN GELEN KATILIMCILAR DÜNYA EKONOMİSİNİ MASAYA YATIRDI.



Bu yıl üçüncüsü düzenlenen İstanbul Finans Zirvesi (Istanbul Finance Summit-IFS) 24 Eylül-25 Eylül tarihleri arasında İstanbul Ceylan Inter Continental Otel'de gerçekleşti. İki gün süren zirvede, "Hassas Bir Dünyada Finans: Riskler ve Fırsatlar" teması üzerinde duruldu. Yurtiçi kadar yurtdışından da ilgi gören zirveye; Başbakan Yardımcısı Ali Babacan, Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan, Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı Taner Yıldız, Avrupa Parlamentosu İlerici Sosyalistler ve Demokratlar Grubu Başkanı Johannes Swoboda, İslam Kalkınma Bankası (IDB) Grubu Başkanı Dr. Ahmad Mohamed Ali Al Madani, Merkez Bankası Başkanı Dr. Erdem Başçı Türkiye İhracatçıları Meclisi Başkanı (TİM) Mehmet Büyükekşi, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) Başkanı Mükim Öztekin, Sermaye Piyasası Kurulu Başkanı Vedat Akgiray, IFS Danışma Kurulu Başkanı Prof. Dr. Murat Yülek, İstanbul Ticaret Odası (İTO) Başkanı Dr. Murat Yalçıntaş, Halkbank Genel Müdürü Süleyman Aslan gibi isimler katıldı.

"Ar-Ge ve tasarıma kanalize olduk"

Zirvenin açılışında, "2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planı" hakkında konuşan TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi 500 milyar dolar ihracat, 1.1 trilyon dolar dış ticaret hacmi ve dünyanın en büyük ilk 10 ekonomisi arasında yer almayı hedeflediklerini söyledi. Büyükekşi, "TİM olarak bütün enerjimizi Ar-Ge, inovasyon ve tasarıma kanalize ettik. Üretim ve ihracatımızın yapı-

EKONOMİ DEVLERİ BU ZİRVEDE BULUŞTU

sını değiştirmek için bu konularda projeler üretiyoruz. Geçtiğimiz yıl 135 milyar dolar ihracat ile Cumhuriyet tarihimizin rekorunu kırdık. Ancak Avrupa'daki krizin etkileri bu yıl kendini göstermeye başladı. Hemen yakınımızda, en büyük ihrac pazarımız olan AB ülkelerinin, alım gücü düştü. AB ülkelerindeki talep azalınca, bu yılın ilk sekiz ayında Avrupa'ya ihracatımız yüzde 11 azaldı. Pazar payımız yüzde 40'a indi" dedi.

"Devlet ve özel sektör el ele"

İstanbul Ticaret Odası (İTO) Başkanı Dr. Murat Yalçıntaş, İstanbul Finans Zirvesi'nde yaptığı konuşmada, "İstanbul iş dünyasını temsil eden bir başkan olarak, İstanbul Finans Zirvesi'nin, İstanbul'u finans dünyasında da hak ettiği yere taşımada çok önemli bir adım olduğunu düşünüyorum. Bu zirve, devlet ve özel sektörün el ele verdiği 'İstanbul Uluslararası Finans Merkezi' vizyonunun

gerçekleşmekte olduğunun da göstergesidir" dedi. Yalçıntaş, zirveye gelmeden önce geçen seneki konuşmasına baktığını anımsatarak şunları kaydetti: "Geçen sene yine krizden bahsetmişiz. Aradan bir sene geçti. Hepimizin hayatında birçok şey değişti, dünyada da çok şey değişti ama ekonomik krizde çok değişen bir şey olmadı ne yazık ki. İşte Euro Bölgesi'nin durumu ortada. ABD hâlâ yavaş büyüyor, Çin hâlâ yavaş büyüyor. Dolayısıyla kriz tehlikesi hala devam ediyor. Ama ben dünyaya Türkiye'den, İTO perspektifinden baktığım zaman şunu görüyorum; biz Türkiye olarak artık fırsatlarla sürüklenen ülke olmaktan çıktık. Biz fırsatlara göğüs geren, hatta dünya ekonomisinde belirleyici role soyunan bir ülke haline geldik. Ben de bunun çok önemli olduğunu düşünüyorum. 2002'de Türkiye 30 milyar dolar ihracat yapıyordu. TİM Başkanı Mehmet Bey'in takımı bunu 2011'de 135 milyar dolara çıkardı. Yani 10 yılda Türkiye ihracatını 4'e katladı.

“İstanbul doğu ile batının buluşma noktası”

Başbakan Yardımcısı Ali Babacan, üçüncü İstanbul Finans Zirvesi'nde yaptığı konuşmada, Asya ile Avrupa'nın doğu ile batının, kültür ve medeniyetlerin buluşma noktası olan İstanbul'un böyle bir organizasyon zirvesiyle dünyanın önde gelen finans uzmanlarını, borsa aracı kurum ve banka yöneticilerini ağırlamasının gurur verici olduğunu belirterek, zirvenin, küresel ve bölge ekonomisinin değerlendirilmesi için önemli bir fırsat olacağını kaydetti. Zirvede, küresel ve bölgesel ekonomiyle ilgili neler yapılabileceğinin tartışılacağını ifade eden Babacan, zirvenin artık geleneksel nitelik kazandığını dile getirdi. Sorunların çözümü için cesur adımların atılması gerektiğini vurgulayan Babacan, “Eğer bir ülkenin kamu borcu yüksekse ve bu borç endişe kaynağı ise mutlaka bütçe açığı borç stokunu düşürücü adımlar atılması gerekiyor” dedi. Babacan, “İleriye doğru güvenilir, itibarlı orta vadeli programlarla bunun yapılması gerekiyor. Avrupa'ya baktığımızda bazı konularda mutabakata varıldı. Mali anlaşma yapıldı biliyorsunuz. Avrupa Birliği'ne üye ülkeler 2'si hariç ortak bir maliye politikası çerçevesine mutabık kaldı. Ancak bu anlaşmanın bir anayasal gücü ile 25 ülkenin mevzuatına derç edilmesi gerekiyor. Ya anayasa değişikliği yapacaklar ya da anayasa gücünde kanuni düzenlemelerle uygulamaya başlaması gerekiyor. Fransız seçim kampanyasında şu anda iktidardaki partinin ana temasının ben seçilirimse bu anlaşmayı yeniden tartışmaya açacağım demesi kuşkusuz güven problemlerini beraberinde getirdi” değerlendirmesinde bulundu.



Zirvede Başbakan Yardımcısı Ali Babacan, İslam Kalkınma Bankası (IDB) Grubu Başkanı Dr. Ahmad Mohamed Ali Al Madani'ye plaket takdim etti.

Ekonomide denge şart

Finansal Kriz ve Avrupa'nın Toplumsal Doku hakkında değerlendirmelerde bulunan Avrupa Parlamentosu İlerici Sosyalistler ve Demokratlar Grubu Başkanı Johannes Swoboda, ekonomide her şeyin bir dengesi olması gerektiğine dikkat çekti. Swoboda, “Ekonomi ile sosyal sektörün arasında denge olması lazım. Ben bugünlerde şunu görüyorum. Bu denge artık kurulamıyor ya da korunamıyor. Bu yüzden ekonomik krizlerle karşı karşıyız. Birçok ekonomist çok eksik bir bakış açısı olarak krize bakıp diyor ki, bu bir borç krizi. Ben bunun problemin bir parçası olduğunu inkar etmiyorum ancak gerçekte sorun çok daha derinde. Burada ekonomi ve sosyal sektör ya da sosyal kesim arasındaki dengesizlik reel ekonomi ile mali sektör arasındaki denge artık korunamıyor” diye konuştu.

Zirvenin ikinci gün konuğu Bakan Çağlayan oldu

İstanbul Finans Zirvesi'nin ikinci gününde konuşan Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan, “Türkiye gerekirse frene basacak, tabii ki kırmızı ışıkta duracak, sarı ışık gördüğünde mutlaka ayağını fren pedalına götürüp zaman zaman durması için tedbiri alacak” dedi. Çağlayan, zirvesinin ikinci gününde yaptığı konuşmada, Türkiye'nin siyasi istikrar, arkasından ekonomik istikrarı yakaladığını, günümüzde ülke geçtiğimiz 10 yılda dünyaya örnek olacak gelişme kaydettiyse bunun itici gücü, anahtarının özel sektör olduğunu söyledi. Dünyada ciddi bir kriz döneminden geçildiğine değinen Çağlayan, “Avrupa, bilhassa Euro Bölgesi inatçı bir krizle karşı karşıya. Gönül isterdi ki Avrupa'da güçlü liderler olsaydı, güçlü liderler bunu aylarca, yıllarca konuşmak yerine hemen radikal kararları, tedbirleri alsalardı. Gönül isterdi ki Türkiye'ye karşı her türlü ikiyüzlülüğü gösteren, her fırsatta Türkiye'ye karşı samimiyetsiz bir şekilde yaklaşan AB, keşke bu krizin bu kadar oluşmasını beklemeseydi” şeklinde konuştu. Bir ülkenin batmasının hemen birdenbire olamayacağını belirten Çağlayan, ülkelerin şu anda içinde bulunduğu krizin yıllarca yapılan ihmallerin, AB'nin alması gereken dönemde önlem almamasının ortaya çıkarıldığı sonuçlar olduğunu ifade etti.



GÖSTERGELER TÜRKİYE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI

	2011 AĞUSTOS 1000 \$	2012 AĞUSTOS 1000 \$	DEĞİŞİM %	2011 OCAK- AĞUSTOS 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2012 OCAK- AĞUSTOS 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2012 / 2011 DEĞİŞİM %
ALMANYA	370,250	262,145	-29.2	2,899,736	25.8	2,320,893	21.8	-20.0
İNGİLTERE	182,629	189,693	3.9	1,387,360	12.3	1,435,352	13.5	3.5
İSPANYA	152,450	127,343	-16.5	974,952	8.7	951,236	8.9	-2.4
FRANSA	111,106	87,918	-20.9	935,380	8.3	704,245	6.6	-24.7
HOLLANDA	78,599	76,239	-3.0	620,960	5.5	574,904	5.4	-7.4
İTALYA	56,742	47,783	-15.8	622,927	5.5	503,495	4.7	-19.2
DANİMARKA	44,513	39,495	-11.3	329,309	2.9	323,584	3.0	-1.7
A.B.D	43,291	41,006	-5.3	297,753	2.6	297,137	2.8	-0.2
BELÇİKA	39,030	35,699	-8.5	296,868	2.6	260,656	2.4	-12.2
RUSYA FEDERASYONU	38,574	36,117	-6.4	217,633	1.9	251,883	2.4	15.7
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	1,117,188	943,438	-15.6	8,582,877	76.3	7,623,384	71.6	-11.2
İRAK	20,549	20,916	1.8	155,530	1.4	232,884	2.2	49.7
İSVEÇ	23,983	25,123	4.8	213,220	1.9	194,952	1.8	-8.6
POLONYA	17,063	31,396	84.0	106,565	0.9	185,119	1.7	73.7
SUUDİ ARABİSTAN	16,026	10,708	-33.2	125,779	1.1	169,491	1.6	34.8
UKRAYNA	16,505	19,111	0.0	84,601	0.8	118,764	1.1	40.4
İSRAİL	17,003	11,596	0.0	108,915	1.0	117,938	1.1	8.3
KAZAKİSTAN	9,488	15,759	66.1	66,252	0.6	107,581	1.0	62.4
ROMANYA	16,098	19,329	20.1	112,152	1.0	105,104	1.0	-6.3
İSVİÇRE	15,247	10,512	-31.1	101,871	0.9	101,791	1.0	-0.1
CEZAYİR	9,144	6,782	-25.8	56,668	0.5	93,122	0.9	64.3
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	1,278,295	1,114,668	-12.8	9,714,430	86.3	9,050,131	85.0	-6.8
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	9,852	9,577	-2.8	63,725	0.6	88,358	0.8	38.7
ÇEK CUMHURİYETİ	14,018	10,109	-27.9	95,835	0.9	84,734	0.8	-11.6
AVUSTURYA	15,989	10,390	-35.0	106,800	0.9	83,356	0.8	-22.0
LİBYA	3,962	7,366	85.9	33,295	0.3	80,622	0.8	142.1
ESTONYA	8,992	9,936	10.5	43,152	0.4	64,586	0.6	49.7
AHL SERBEST BÖLGE	9,782	9,681	-1.0	72,745	0.6	63,641	0.6	-12.5
YUNANİSTAN	13,307	8,081	-39.3	88,219	0.8	62,699	0.6	-28.9
NORVEÇ	7,828	8,841	0.0	61,020	0.5	58,870	0.6	-3.5
BULGARİSTAN	7,770	8,130	4.6	55,140	0.5	55,278	0.5	0.2
TUNUS	4,512	3,369	-25.3	61,275	0.5	52,757	0.5	-13.9
MISIR	3,314	3,477	4.9	37,154	0.3	51,389	0.5	38.3
KANADA	6,410	5,604	-12.6	45,121	0.4	41,736	0.4	-7.5
İRLANDA	5,269	4,987	0.0	44,698	0.4	40,505	0.4	-9.4
KIRGIZİSTAN	3,679	6,346	72.5	21,649	0.2	38,193	0.4	76.4
SLOVAKYA	6,217	3,668	-41.0	39,050	0.3	37,787	0.4	-3.2
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	4,949	4,819	0.0	35,230	0.3	37,273	0.4	5.8
MACARİSTAN	5,183	2,886	0.0	34,055	0.3	35,853	0.3	5.3
LÜBNAN	4,901	2,358	0.0	34,419	0.0	32,223	0.3	0.0
İRAN (İSLAM CUM.)	5,465	3,297	-39.7	48,244	0.4	31,728	0.3	-34.2
KOSOVA	4,861	3,784	-22.2	37,096	0.3	28,096	0.3	-24.3
FİNLANDIYA	4,985	4,233	-15.1	33,890	0.3	26,227	0.2	-22.6
HONG KONG	2,733	2,959	8.2	20,254	0.2	24,280	0.2	19.9
JAPONYA	2,788	3,381	21.3	13,971	0.1	22,975	0.2	64.4
ÜRDÜN	2,981	1,262	-57.7	18,266	0.2	22,486	0.2	23.1
BOSNA-HERSEK	4,331	3,632	0.0	21,735	0.0	22,028	0.2	0.0
AZERBAYCAN-NAHÇIVAN	2,464	3,274	32.9	15,790	0.1	20,317	0.2	28.7
TRAKYA SERBEST BÖLGE	2,501	1,573	-37.1	36,107	0.3	19,806	0.2	-45.1
GÜRCİSTAN	2,475	3,226	30.3	15,193	0.1	18,019	0.2	18.6
KKTC	2,132	2,106	-1.2	17,577	0.2	17,574	0.2	0.0
FAS	1,353	929	-31.4	12,815	0.1	16,771	0.2	30.9
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	1,453,300	1,267,949	-12.8	10,977,951	97.6	10,330,300	97.0	-5.9
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	39,675	42,021	5.9	274,917	2.4	315,363	3.0	14.7
AB (27) TOPLAMI	1,180,550	1,010,083	-14.4	9,078,911	80.7	8,097,184	76.1	-10.8
TOPLAM HAZIR GIYIM VE KONF. İHRACATI	1,492,975	1,309,969	-12.3	11,252,868	100.0	10,645,663	100.0	-5.4

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

TÜRKİYE TEKSTİL İHRACATI GÖSTERGELER

	2011 AĞUSTOS 1000 \$	2012 AĞUSTOS 1000 \$	DEĞİŞİM %	2011 OCAK- AĞUSTOS 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2012 OCAK- AĞUSTOS 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2012 / 2011 DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	92,676	99,195	7.0	675,298	12.7	758,513	14.8	12.3
İTALYA	44,165	45,395	2.8	600,382	11.3	459,209	9.0	-23.5
ALMANYA	36,695	32,507	-11.4	321,988	6.0	260,850	5.1	-19.0
İRAN	22,071	28,897	30.9	196,742	3.7	199,502	3.9	1.4
İNGİLTERE	25,465	22,951	-9.9	199,926	3.7	198,466	3.9	-0.7
ABD	24,385	21,972	-9.9	185,879	3.5	196,533	3.8	5.7
ROMANYA	21,701	19,057	-12.2	197,662	3.7	178,606	3.5	-9.6
BULGARİSTAN	19,495	21,770	11.7	159,434	3.0	176,824	3.5	10.9
POLONYA	26,446	21,247	-19.7	196,084	3.7	165,258	3.2	-15.7
MISIR	14,346	18,600	29.7	143,575	2.7	146,489	2.9	2.0
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	327,444	331,590	1.3	2,876,971	53.9	2,740,250	53.6	-4.8
FAS	9,371	12,159	29.7	116,140	2.2	144,931	2.8	24.8
İSPANYA	14,394	13,855	-3.7	160,071	3.0	132,865	2.6	-17.0
UKRAYNA	17,291	22,689	31.2	111,210	2.1	117,865	2.3	6.0
TUNUS	10,510	12,885	22.6	123,146	2.3	103,591	2.0	-15.9
FRANSA	12,372	9,971	-19.4	126,593	2.4	98,554	1.9	-22.1
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	11,423	13,503	18.2	82,490	1.5	89,006	1.7	7.9
HOLLANDA	13,577	10,893	-19.8	106,643	2.0	88,282	1.7	-17.2
BELÇİKA	9,598	10,619	10.6	93,981	1.8	85,654	1.7	-8.9
YUNANİSTAN	9,355	7,120	-23.9	107,739	2.0	84,728	1.7	-21.4
PORTEKİZ	5,365	12,995	142.2	67,568	1.3	79,310	1.6	17.4
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	440,701	458,279	4.0	3,972,552	74.5	3,765,036	73.7	-5.2
BREZİLYA	7,021	8,929	27.2	50,001	0.9	76,126	1.5	52.2
İSRAİL	7,580	7,464	-1.5	60,594	1.1	61,132	1.2	0.9
BEYAZ RUSYA	10,816	7,097	-34.4	56,583	1.1	55,267	1.1	-2.3
HONG KONG	6,922	5,923	-14.4	61,066	1.1	54,388	1.1	-10.9
SİRBİSTAN	9,075	7,174	-20.9	58,343	1.1	52,979	1.0	-9.2
MERSİN SERBEST BÖLGE	6,419	3,251	-49.4	61,218	1.1	48,893	1.0	-20.1
SUUDİ ARABİSTAN	5,360	6,491	21.1	42,577	0.8	48,310	0.9	13.5
MACARİSTAN	6,000	6,851	14.2	49,356	0.9	48,253	0.9	-2.2
CEZAYİR	4,466	4,645	4.0	41,907	0.8	47,030	0.9	12.2
LİTVANYA	3,557	4,168	17.2	32,109	0.6	33,252	0.7	3.6
ÇEK CUMHURİYETİ	3,871	3,495	-9.7	29,448	0.6	29,287	0.6	-0.5
SURİYE	6,902	294	-95.7	71,771	1.3	28,079	0.5	-60.9
ÜRDÜN	3,092	4,656	50.6	20,638	0.4	27,859	0.5	35.0
İRAK	2,256	2,950	30.8	18,922	0.4	25,003	0.5	32.1
ÖZBEKİSTAN	2,451	4,279	74.6	19,435	0.4	24,977	0.5	28.5
EGE SERBEST BÖLGE	2,648	2,193	-17.2	32,108	0.6	23,666	0.5	-26.3
MAKEDONYA	2,683	2,075	-22.7	24,349	0.5	23,317	0.5	-4.2
AVUSTURYA	2,194	3,383	54.2	22,733	0.4	23,290	0.5	2.4
AHL SERBEST BÖLGE	2,058	2,481	20.6	23,926	0.4	23,025	0.5	-3.8
LİBYA	184	2,319	1,158.6	5,811	0.1	19,480	0.4	235.3
GÜNEY AFRİKA CUMHURİ	2,848	2,319	-18.6	21,090	0.4	19,344	0.4	-8.3
LÜBNAN	2,448	2,165	-11.5	17,553	0.3	19,025	0.4	8.4
GÜRCİSTAN	2,134	2,300	7.8	16,328	0.3	18,459	0.4	13.1
HİNDİSTAN	3,959	2,215	-44.1	26,873	0.5	18,179	0.4	-32.4
DANİMARKA	1,977	2,179	10.2	20,256	0.4	17,997	0.4	-11.2
TAYLAND	369	705	91.2	4,969	0.1	17,903	0.4	260.3
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	2,376	1,802	-24.1	14,493	0.3	17,168	0.3	18.5
KAZAKİSTAN	2,094	2,453	17.1	15,968	0.3	16,936	0.3	6.1
KANADA	2,134	2,297	7.6	16,532	0.3	16,148	0.3	-2.3
MEKSİKA	1,855	1,913	3.1	12,074	0.2	16,122	0.3	33.5
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	558,449	568,746	1.8	4,921,582	92.3	4,715,930	92.3	-4.2
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	57,061	47,964	-15.9	413,389	7.7	393,787	7.7	-4.7
AB (27) TOPLAMI	268,819	257,227	-4.3	2,584,625	48.4	2,235,390	43.7	-13.5
TOPLAM TEKSTİL İHRACATI	615,510	616,710	0.2	5,334,971	100.0	5,109,717	100.0	-4.2

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

GÖSTERGELER TÜRKİYE DERİ ve DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI

	2011 AĞUSTOS 1000 \$	2012 AĞUSTOS 1000 \$	DEĞİŞİM %	2011 OCAK- AĞUSTOS 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2012 OCAK- AĞUSTOS 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2012 / 2011 DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	39,153	41,247	5.3	194,068	20.1	251,464	24.3	29.6
İTALYA	11,275	8,227	-27.0	101,111	10.4	90,778	8.8	-10.2
ALMANYA	14,494	9,741	-32.8	90,743	9.4	75,304	7.3	-17.0
IRAK	6,256	6,486	3.7	42,204	4.4	50,716	4.9	20.2
FRANSA	10,620	8,669	-18.4	63,865	6.6	50,055	4.8	-21.6
İNGİLTERE	7,843	5,795	-26.1	42,847	4.4	44,876	4.3	4.7
UKRAYNA	3,667	5,845	59.4	29,820	3.1	35,657	3.4	19.6
HONG KONG	5,295	3,741	-29.4	33,004	3.4	31,945	3.1	-3.2
SUUDİ ARABİSTAN	2,964	2,173	-26.7	20,927	2.2	31,523	3.0	50.6
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	5,181	4,513	-12.9	28,291	2.9	29,976	2.9	6.0
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	106,748	96,436	-9.7	646,882	66.8	692,293	66.9	7.0
ABD	3,021	3,108	2.9	14,424	1.5	19,177	1.9	33.0
KAZAKİSTAN	1,172	2,402	104.9	30,514	3.2	18,838	1.8	-38.3
İSPANYA	3,379	1,503	-55.5	23,731	2.5	16,198	1.6	-31.7
HOLLANDA	2,683	1,434	-46.6	18,136	1.9	14,758	1.4	-18.6
BULGARİSTAN	1,722	1,371	-20.4	12,728	1.3	13,498	1.3	6.0
AVUSTURYA	1,891	1,748	-7.6	11,590	1.2	12,407	1.2	7.1
KIRGIZİSTAN	730	547	-25.1	6,440	0.7	10,997	1.1	70.8
LİBYA	360	2,368	557.8	1,661	0.2	10,827	1.0	552.0
AZERBAYCAN	770	723	-6.1	6,964	0.7	10,101	1.0	45.0
ROMANYA	2,111	1,220	-42.2	12,545	1.3	9,677	0.9	-22.9
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	124,589	112,861	-9.4	785,613	81.2	828,772	80.1	5.5
DANİMARKA	2,066	1,494	-27.7	10,655	1.1	9,487	0.9	-11.0
İSVİÇRE	1,564	1,136	-27.4	8,321	0.9	9,230	0.9	10.9
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	926	1,146	23.7	5,909	0.6	8,781	0.8	48.6
BELÇİKA	2,646	1,665	-37.1	12,177	1.3	8,566	0.8	-29.7
TÜRKMENİSTAN	449	450	0.1	5,389	0.6	7,358	0.7	36.5
YUNANİSTAN	1,030	593	-42.5	7,911	0.8	6,649	0.6	-16.0
POLONYA	536	480	-10.6	4,733	0.5	5,907	0.6	24.8
CEZAYİR	200	84	-58.2	1,927	0.2	5,785	0.6	200.2
İSRAİL	757	744	-1.8	6,579	0.7	5,718	0.6	-13.1
ÖZBEKİSTAN	388	602	55.0	2,332	0.2	5,558	0.5	138.3
MISIR	228	704	208.2	4,789	0.5	5,318	0.5	11.1
GÜRCİSTAN	818	569	-30.4	3,984	0.4	5,275	0.5	32.4
KKTC	690	769	11.3	5,570	0.6	5,260	0.5	-5.6
JAPONYA	1,269	907	-28.5	3,848	0.4	5,134	0.5	33.4
İSVEÇ	1,099	512	-53.4	3,982	0.4	4,721	0.5	18.5
ÜRDÜN	444	115	-74.1	1,523	0.2	4,702	0.5	208.7
GÜNEY KORE	1,372	1,073	-21.8	6,265	0.6	4,405	0.4	-29.7
TUNUS	222	356	60.4	3,605	0.4	4,142	0.4	14.9
TACİKİSTAN	175	197	12.3	1,987	0.2	4,075	0.4	105.0
SİRBİSTAN	795	339	-57.3	3,374	0.3	3,740	0.4	10.8
SEYŞEL ADALARI	14	982	7,015.1	14	0.0	3,486	0.3	25,161.7
BEYAZ RUSYA	114	161	41.3	3,639	0.4	3,255	0.3	-10.5
MOLDAVYA	69	275	299.0	801	0.1	3,170	0.3	295.7
MAKEDONYA	393	245	-37.7	2,399	0.2	3,110	0.3	29.7
ESTONYA	887	654	-26.2	3,767	0.4	3,097	0.3	-17.8
İNGİLİZ VIRJİN ADALARI	0	0	0	244	0.0	3,061	0.3	1,156.8
TATARİSTAN	708	571	-19.3	3,329	0.3	2,988	0.3	-10.2
LÜBNAN	126	663	427.4	1,990	0.2	2,909	0.3	46.2
İRAN	299	277	-7.1	2,232	0.2	2,859	0.3	28.1
BOSNA-HERSEK	272	196	-28.0	2,420	0.3	2,741	0.3	13.3
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	145,145	130,817	-9.9	911,309	94.2	979,257	94.6	7.5
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	7,489	7,494	0.1	56,499	5.8	56,008	5.4	-0.9
AB (27) TOPLAMI	66,362	47,754	-28.0	435,230	45.0	380,098	36.7	-12.7
TOPLAM DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI	152,634	138,311	-9.4	967,808	100.0	1,035,265	100.0	7.0

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

TÜRKİYE HALI İHRACATI GÖSTERGELER

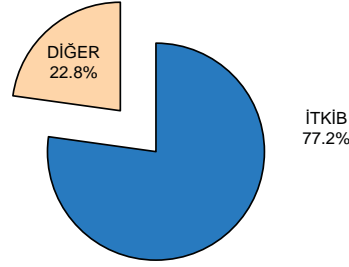
	2011 AĞUSTOS 1000 \$	2012 AĞUSTOS 1000 \$	DEĞİŞİM %	2011 OCAK- AĞUSTOS 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2012 OCAK- AĞUSTOS 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2012 / 2011 DEĞİŞİM %
S. ARABİSTAN	24,955	22,364	-10.4	179,795	17.9	242,111	19.1	34.7
ABD	13,440	15,438	14.9	97,310	9.7	120,974	9.5	24.3
IRAK	18,314	27,172	48.4	50,998	5.1	88,297	7.0	73.1
LİBYA	802	6,514	712.6	7,104	0.7	77,874	6.1	996.2
ALMANYA	6,704	7,022	4.7	60,526	6.0	65,042	5.1	7.5
MISIR	1,096	7,244	561.2	7,891	0.8	50,433	4.0	539.1
BAE	3,781	5,349	41.5	29,891	3.0	42,820	3.4	43.3
İNGİLTERE	4,255	4,598	8.1	34,520	3.4	38,300	3.0	10.9
RUSYA FED.	3,439	5,347	55.5	22,021	2.2	30,645	2.4	39.2
ÇİN	2,066	2,004	-3.0	11,633	1.2	21,299	1.7	83.1
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	78,851	103,052	30.7	16,098	1.6	15,447	1.2	-4.0
UKRAYNA	3,412	2,720	-20.3	19,385	1.9	19,845	1.6	2.4
JAPONYA	3,241	2,921	-9.8	21,999	2.2	19,595	1.5	-10.9
KAZAKİSTAN	2,688	1,873	-30.3	21,036	2.1	19,113	1.5	-9.1
POLONYA	2,908	1,829	-37.1	20,670	2.1	18,378	1.4	-11.1
TACİKİSTAN	2,404	2,533	5.4	15,346	1.5	17,474	1.4	13.9
İSRAİL	1,538	2,041	32.7	14,540	1.4	17,096	1.3	17.6
KUVEYT	2,403	1,205	-49.9	18,462	1.8	17,074	1.3	-7.5
AFGANİSTAN	2,428	1,636	-32.6	14,267	1.4	17,039	1.3	19.4
TÜRKMENİSTAN	2,129	2,634	23.7	15,543	1.5	16,760	1.3	7.8
AZERBAJCAN-NAHÇİVAN	2,712	3,124	15.2	13,577	1.3	16,637	1.3	22.5
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	104,714	125,568	19.9	190,924	19.0	194,459	15.3	1.9
BELÇİKA	1,703	1,011	-40.6	19,031	1.9	16,472	1.3	-13.4
ROMANYA	2,483	2,439	-1.8	14,251	1.4	15,671	1.2	10.0
İRAN (İSLAM CUM.)	3,221	1,476	-54.2	20,535	2.0	14,304	1.1	-30.3
ÇEK CUMHURİYETİ	1,106	2,106	90.4	9,196	0.9	13,382	1.1	45.5
KIRGIZİSTAN	1,649	2,323	40.9	10,258	1.0	12,550	1.0	22.4
MALEZYA	1,201	1,896	57.8	8,523	0.8	12,303	1.0	44.3
İTALYA	942	987	4.8	12,737	1.3	11,856	0.9	-6.9
GÜNEY AFRİKA CUMHURİ	1,083	989	-8.7	11,278	1.1	11,636	0.9	3.2
CEZAYİR	1,079	596	-44.8	7,962	0.8	10,855	0.9	36.3
AVUSTRALYA	1,054	1,755	66.6	8,447	0.8	10,742	0.8	27.2
FAS	1,126	729	-35.3	8,015	0.8	9,055	0.7	13.0
KANADA	808	1,109	37.2	7,860	0.8	9,042	0.7	15.0
FRANSA	1,346	870	-35.3	28,979	2.9	7,752	0.6	-73.2
AHL SERBEST BÖLGE	654	48	-92.7	8,902	0.9	7,698	0.6	-13.5
İSVEÇ	576	933	62.0	5,028	0.5	7,562	0.6	50.4
KATAR	982	549	-44.1	5,124	0.5	6,975	0.5	36.1
KOSOVA	1,423	894	-37.2	7,328	0.7	6,029	0.5	-17.7
PAKİSTAN	879	538	-38.8	7,331	0.7	5,910	0.5	-19.4
BULGARİSTAN	949	685	-27.8	4,233	0.4	5,654	0.4	33.6
BOSNA-HERSEK	1,481	598	-59.6	6,450	0.6	5,615	0.4	-13.0
AVUSTURYA	397	749	88.7	5,168	0.5	5,545	0.4	7.3
YEMEN	126	815	545.6	2,317	0.2	5,302	0.4	128.8
UMMAN	491	553	12.6	3,612	0.4	4,512	0.4	24.9
ENDONEZYA	943	331	-64.9	4,155	0.4	4,470	0.4	7.6
BREZİLYA	487	615	26.3	3,423	0.3	4,243	0.3	24.0
SLOVAKYA	83	151	82.1	1,138	0.1	4,236	0.3	272.2
HİNDİSTAN	320	494	54.5	3,894	0.4	4,085	0.3	4.9
YUNANİSTAN	1,986	841	-57.7	8,706	0.9	3,896	0.3	-55.2
ŞİLİ	452	270	-40.3	4,187	0.4	3,866	0.3	-7.7
İSVİÇRE	160	260	62.5	4,237	0.4	3,547	0.3	-16.3
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	135,906	153,179	12.7	928,819	92.2	1,201,574	94.6	29.4
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	9,204	8,921	-3.1	78,051	7.8	68,471	5.4	-12.3
AB (27) TOPLAMI	28,223	25,649	-9.1	252,662	25.1	234,762	18.5	-7.1
TOPLAM HALI İHRACATI	145,109	162,100	11.7	1,006,870	100.0	1,270,044	100.0	26.1

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

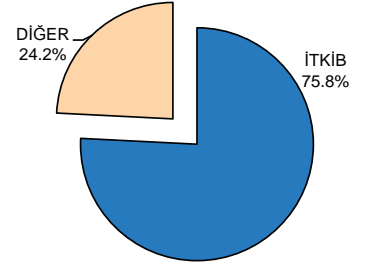
GÖSTERGELER

	İTKİB	DİĞER
KONFEKSİYON	77.2	22.8
TEKSTİL	50.5	49.5
DERİ	75.8	24.2
HALI	18.7	81.3
	97,717,355	
İTKİB	12,359,557	
DİĞER	85,357,797	

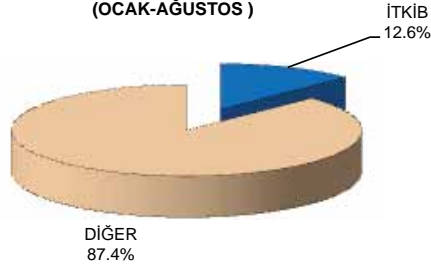
TÜRKİYE HAZIRGIYIM ve KONFEKSİYON İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-AĞUSTOS)



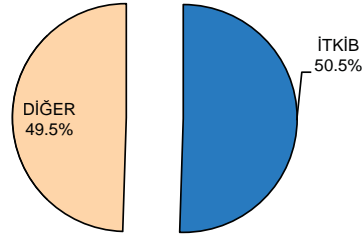
TÜRKİYE DERİ ve DERİ MAMÜLLERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-AĞUSTOS)



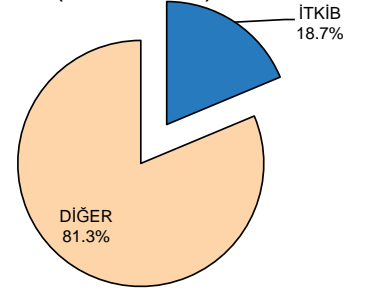
TÜRKİYE GENELİ İHRACATTA İTKİB'İN PAYI (OCAK-AĞUSTOS)



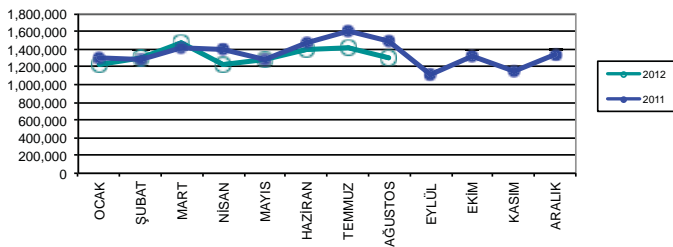
TÜRKİYE TEKSTİL ve HAMMADELERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-AĞUSTOS)



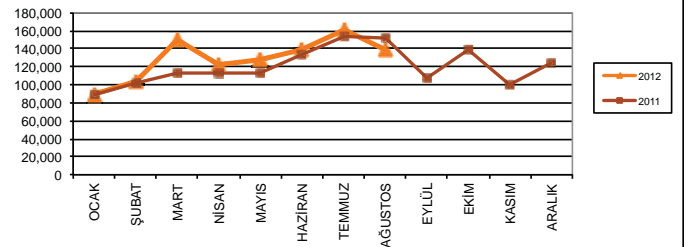
TÜRKİYE HALI İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-AĞUSTOS)



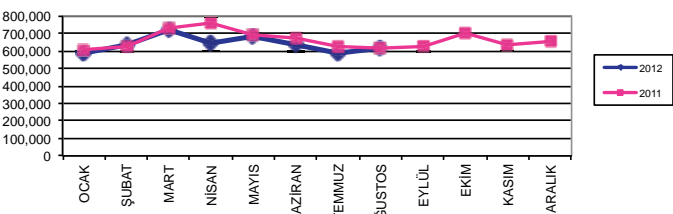
HAZIRGIYIM ve KONFEKSİYON İHRACATININ AYLIK SEYRİ



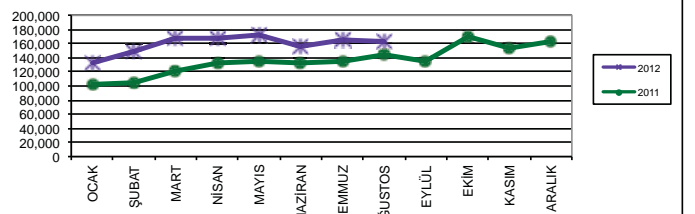
DERİ ve DERİ MAMÜLLERİ İHRACATININ AYLIK SEYRİ



TEKSTİL ve HAMMADELERİ İHRACATININ AYLIK SEYRİ



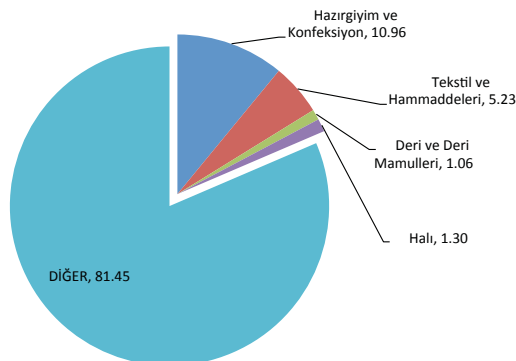
HALI İHRACATININ AYLIK SEYRİ



SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI GÖSTERGELER

SEKTÖRLER	1000 \$											
	AĞUSTOS				OCAK-AĞUSTOS				Son 12 Ay			
	2011	2012	Değişim (%12/11)	Pay(12) (%)	2011	2012	Değişim (%12/11)	Pay(12) (%)	2010-2011	2011-2012	"Değişim (12'11/ 11-'10)"	"Değişim (12'11/ 11-'10)"
I. TARIM	1417,645	1,350,737	-4.72	12.86	11,062,386	12,023,498	8.69	12.30	16,978,896	18,833,377	10.92	13.08
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	1,003,217	904,742	-9.82	8.61	7,969,473	8,491,586	6.55	8.69	12,435,462	13,585,458	9.25	9.44
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mam.	488,823	438,235	-10.35	4.17	3,468,501	3,804,209	9.68	3.89	4,930,112	5,793,635	17.52	4.03
Yaş Meyve ve Sebze	67,617	83,948	24.15	0.80	1,396,466	1,300,011	-6.91	1.33	2,261,714	2,239,327	-0.99	1.56
Meyve Sebze Mamulleri	101,545	120,201	18.37	1.14	707,556	794,916	12.35	0.81	1,444,503	1,291,750	12.87	0.90
Kuru Meyve ve Mamulleri	106,891	86,726	-18.87	0.83	775,064	751,526	-3.04	0.77	1,371,880	1,347,716	-1.76	0.94
Fındık ve Mamulleri	127,586	108,774	-14.74	1.04	981,142	1,054,367	7.46	1.08	1,756,508	1,832,885	4.35	1.27
Zeytin ve Zeytinyağı	14,495	11,528	-20.47	0.11	121,403	122,355	0.78	0.13	176,735	181,877	2.91	0.13
Tütün ve Mamulleri	91,027	50,733	-44.27	0.48	465,091	615,288	32.29	0.63	723,130	827,318	14.41	0.57
Süs Bitkileri	5,232	4,597	-12.14	0.04	54,248	48,913	-9.83	0.05	70,880	70,950	0.10	0.05
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	113,811	130,760	14.89	1.24	887,786	1,038,553	16.98	1.06	1,258,459	1,569,365	24.71	1.09
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	113,811	130,760	14.89	1.24	887,786	1,038,553	16.98	1.06	1,258,459	1,569,365	24.71	1.09
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	300,617	315,235	4.86	3.00	2,205,127	2,493,359	13.07	2.55	3,284,975	3,678,554	11.98	2.56
Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri	300,617	315,235	4.86	3.00	2,205,127	2,493,359	13.07	2.55	3,284,975	3,678,554	11.98	2.56
II. SANAYİ	9,244,067	8,811,244	-4.68	83.87	74,454,096	75,549,040	1.47	77.31	108,223,734	112,548,911	4.00	78.20
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	913,253	917,120	0.42	8.73	7,309,649	7,415,027	1.44	7.59	10,776,903	11,159,587	3.55	7.75
Tekstil ve Hammaddeleri	615,510	616,710	0.19	5.87	5,334,971	5,109,717	-4.22	5.23	7,734,535	7,720,710	-0.18	5.36
Deri ve Deri Mamulleri	152,634	138,311	-9.38	1.32	967,808	1,035,265	6.97	1.06	1,518,998	1,547,051	1.85	1.07
Hali	145,109	162,100	11.71	1.54	1,006,870	1,270,044	26.14	1.30	1,523,371	1,891,827	24.19	1.31
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	1,446,048	1,455,784	0.67	13.86	10,683,537	11,439,205	7.07	11.71	15,180,329	16,521,206	8.83	11.48
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	1,446,048	1,455,784	0.67	13.86	10,683,537	11,439,205	7.07	11.71	15,180,329	16,521,206	8.83	11.48
C. SANAYİ MAMULLERİ	6,884,765	6,438,339	-6.48	61.29	56,460,910	56,694,809	0.41	58.02	82,266,501	84,868,117	3.16	58.96
Hazırlanmış ve Konfeksiyon	1,492,975	1,309,969	-12.26	12.47	11,252,868	10,645,663	-5.40	10.89	16,387,553	15,546,532	-5.13	10.80
Otomotiv Endüstrisi	1,288,720	1,072,064	-16.81	10.21	13,381,801	12,546,250	-6.24	12.84	19,509,553	19,285,513	-1.15	13.40
Gemi ve Yat	60,631	63,452	4.65	0.60	1,050,252	588,281	-43.99	0.60	1,282,619	859,707	-32.97	0.60
Elektrik - Elektronik Mak. Bilişim	1,026,169	957,680	-6.67	9.12	6,955,252	7,799,009	12.13	7.98	10,495,835	12,028,340	14.60	8.36
Makine ve Aksamlar	427,896	410,817	-3.99	3.91	3,210,347	3,520,227	9.65	3.60	4,757,118	5,209,215	9.50	3.62
Demir ve Demir Dışı Metaller	558,215	495,449	-11.24	4.72	4,220,910	4,214,362	-0.16	4.31	6,090,151	6,276,746	3.06	4.36
Çelik	1,225,864	1,280,744	4.48	12.19	10,189,330	10,603,411	4.06	10.85	14,670,571	15,709,512	7.08	10.91
Çimento Camı Seramik ve Toprak	294,468	256,687	-12.83	2.44	2,141,163	2,093,700	-2.22	2.14	3,210,997	3,113,783	-3.03	2.16
Mücevher	106,867	162,179	51.76	1.54	918,201	1,310,293	42.70	1.34	1,388,807	1,856,384	33.67	1.29
Savunma Sanayii	71,745	115,911	61.56	1.10	511,611	832,385	62.70	0.85	757,560	1,204,620	59.01	0.84
İklimlendirme Sanayii	326,074	307,181	-5.79	2.92	2,574,852	2,485,007	-3.49	2.54	3,646,563	3,702,374	1.53	2.57
Diğer Sanayi Ürünleri	5,140	6,206	20.75	0.06	54,324	56,220	3.49	0.06	69,174	75,390	8.99	0.05
III. MADENCİLİK	350,319	343,268	-2.01	3.27	2,540,901	2,648,170	4.22	2.71	3,789,145	3,970,288	4.78	2.76
Madencilik Ürünleri	350,319	343,268	-2.01	3.27	2,540,901	2,648,170	4.22	2.71	3,789,145	3,970,288	4.78	2.76
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat					23,128,124	28,463,925	23.07	29.13	5,364,069	7,053,420	31.49	4.90
TOPLAM (*)	11,012,031	10,505,249	-4.60	100	88,693,012	97,717,355	10.17	100	129,770,751	143,931,211	10.91	100

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



	2011 AYLIK DÖVÜZ KURLARI	
	\$	€
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 DÖVÜZ KURLARI	
	\$	€
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	1.7950	2.2035
1 Ağustos 2012	1.7989	2.2531
1 Eylül 2012	1.8184	2.2943
1 Ekim 2012	1.8060	2.3380
1 Kasım 2012		
1 Aralık 2012		

ADRESLER

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM)
Tel: 0 212 454 04 71
Faks: 0 212 454 04 13
e-mail: tim@tim.org.tr
internet: www.timreport.org

BİRLİKLER

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

Antalya İhracatçı Birlikleri (AİB)
Tel: 0 242 311 80 00
Faks: 0 242 311 79 00
e-mail: aib@aib.gov.tr
internet: www.aib.gov.tr

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

Doğu Anadolu İhracatçıları Birliği (DAİB)
Tel: 0 442 214 11 84-85
Faks: 0 442 214 11 89-90
e-mail: daib@tr-net.net.tr
internet: www.daib.org.tr

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

Ege İhracatçı Birlikleri (EİB)
Tel: 0 232 488 60 00
Faks: 0 232 488 61 00
e-mail: eib@egebirlik.org.tr
internet: www.egebirlik.org.tr

Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri (GAİB)
Tel: 0 342 220 00 10
Faks: 0 342 220 00 16
e-mail: gaib@gaib.org.tr
internet: www.gaib.org.tr

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB)
Tel: 0 212 454 02 00
Faks: 0 212 454 02 01 - 454 04 10
internet: www.itkib.org.tr

İstanbul İhracatçı Birlikleri (İİB)
Tel: 0 212 454 05 00
Faks: 0 212 454 05 01
e-mail: iib@iib.org.tr
internet: www.iib.org.tr

İstanbul Maden ve Metal İhracatçı Birlikleri (İMMİB)
Tel: 0 212 454 00 00
Faks: 0 212 454 00 01
internet: www.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
internet: www.kib.org

Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri (OAİB)
Tel: 0 312 447 27 40
Faks: 0 312 446 96 05 - 447 01 80
e-mail: oaib@foreigntrade.gov.tr
internet: www.foreigntrade.gov.tr

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

DERNEKLER

Adana Giyim Markaları Derneği (AGİMAD)
Tel: 0 322 453 53 21
internet: www.agimad.org

Ankara Giyim Sanayicileri Derneği
Tel: 0 312 473 70 75 (pbx)
Faks: 0 312 473 70 77
e-mail: info@agsd.org.tr
internet: www.agsd.org.tr

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

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD)
Tel: 0 212 320 82 00
Faks: 0 212 320 82 03
e-mail: eutku@birlesmismarkalar.org.tr

Çorap Sanayicileri Derneği (ÇSD)
Tel: 0 212 438 32 08
Faks: 0 212 438 32 09
e-mail: csd@csd.org.tr
internet: www.csd.org.tr

Denim Sanayicileri Derneği (DENİMDER)
Tel: 0 212 465 69 70 - 71
Faks: 0 212 465 69 72
e-mail: info@denimder.com
internet: www.denimder.com

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

Ege Tekstil ve Konfeksiyon Makine Satıcıları Derneği
Tel: 0 232 448 99 04

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

İstanbul Nakış Sanayicileri Derneği (İNSAD)
Tel: 0 212 556 58 87
Faks: 0 212 644 88 95
e-mail: posta@insad.org.tr
internet: www.insad.org.tr

İstanbul Tekstil Üreticileri Derneği (İTÜD)
Tel: 0 212 512 38 69
Faks: 0 212 512 38 70

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon Fasoncular Derneği
Tel: 0 216 336 87 72
Faks: 0 216 467 47 62
e-mail: itfad@itfad.com
internet: www.itfad.com

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

Laleli Sanayici ve İşadamları Derneği (LASİAD)
Tel: 0 212 458 12 49
Faks: 0 212 458 12 50

Merter Sanayici ve İşadamları Derneği (MESİAD)
Tel: 0 212 643 47 22
Faks: 0 212 553 80 80
e-mail: mesiad@mesiad.org.tr
internet: www.mesiad.org.tr

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

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

Örme Sanayicileri Derneği (ÖRSAD)
Tel: 0 212 637 68 05
Faks: 0 212 637 68 07
e-mail: orsad@orsad.org.tr
internet: www.orsad.org.tr

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

Tekstil Aksesuar Sanayi İşadamları Derneği (TASİAD)
Tel: 0 212 557 07 07
Tel: 0 212 557 29 64
E-mail: tasiad@tasiadaksesuar.org
internet: www.tasiadaksesuar.org

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

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

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

Tüm İçgiyim Sanayicileri Derneği (TİGSAD)
Tel: 0 212 438 65 15
Fax: 0 212 438 65 16
e-mail: info@tigsad.org
internet: www.tigsad.org

Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD)
Tel: 0 212 549 71 71
Faks: 0 212 549 71 17
e-mail: info@tasd.com.tr
www.tasd.com.tr

Türk Deri Konfeksiyoncular Derneği (TDDK)
Tel: 0 212 665 27 47
Faks: 0 212 546 77 53
e-mail: tdkd@tdkd.org.tr
internet: www.tdkd.org.tr

Türkiye Dış Ticaret Derneği (TÜRKADE)
Tel: 0 212 272 69 81
Faks: 0 212 275 51 36

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TİGSD)
Tel: 0 212 639 76 56
Faks: 0 212 451 61 13 - 13
e-mail: tgsd@tgsd.org
internet: www.tgsd.org

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

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

Türkiye Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği
Tel: 0 212 227 06 86
Faks: 0 212 260 11 57

KURUMLAR

Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı (DPT)
Tel: 0 312 294 50 00
Faks: 0 312 231 34 98
e-mail: bilgi@dpt.gov.tr
internet: www.dpt.gov.tr

Ekonomi Bakanlığı
Tel: 0 312 204 75 00
internet: www.ekonomi.gov.tr

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)
Tel: 0 312 4100410
internet: 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
internet: www.treasury.gov.tr

İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi (İGEME)
Tel: 0 312 417 22 33
İstanbul Tel: 0 212 454 08 00
e-mail: igeme@igeme.org.tr
internet: www.igeme.org.tr

Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)
Tel: 0 312 212 81 90
Faks: 0 312 212 25 80
e-mail: kos@kosgeb.gov.tr
internet: www.kosgeb.gov.tr

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

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

İstanbul Vergi Dairesi Başkanlığı
Tel: 0 212 402 44 00
internet: www.ivdb.gov.tr

SENDİKA ve ODALAR

DİSK Tekstil Sendikası
Tel: 0 212 637 29 00
Faks: 0 212 637 29 09

Tüm Dokuma, İplik, Trikotaj ve Giyim Sanayi İşçileri Sendikası (ÖZ İPLİK-İŞİ)
Tel: 0 312 232 06 07
Faks: 0 312 231 99 55
e-mail: oziplik@oziplikis.org.tr
internet: www.oziplikis.org.tr

Tekstil Mühendisleri Odası
Tel: 0 232 446 22 43
Faks: 0 232 446 27 92

Türkiye Tekstil Sanayi İşverenler Sendikası
Tel: 0 212 344 07 77
Faks: 0 212 344 07 66 - 67

T. Tekstil, Örme ve Giyim Sanayi İşçileri Sendikası
Tel: 0 312 431 21 70
Faks: 0 312 435 78 26

VAKIFLAR

İHKİB Eğitim Vakfı
Tel: 0 212 454 03 29

Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TASEV)
Tel: 0 212 470 51 53
Faks: 0 212 470 52 13

Türkiye Deri Vakfı (TÜRDEV)
Tel: 0 212 558 23 02
Faks: 0 212 558 22 96
e-mail: turdev@turk.net

Türkiye Tekstil, Hazır Giyim, Deri Sanayi Teknoloji ve Tasarım Araştırma Geliştirme Vakfı (TARGEV)
Tel: 0 232 431 16 15
Faks: 0 232 431 16 90
e-mail: targdev@targev.org.tr
internet: www.targev.org.tr

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

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

SERBEST BÖLGE

Atatürk Havalimanı Serbest Bölgesi (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: isttrakyasb@superonline.com

GÜMRÜKLER

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

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

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

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

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

Halkalı Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 212 678 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

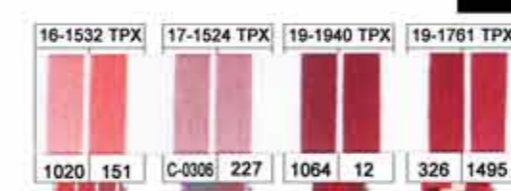
Sabiha Gökçen Havalimanı Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 216 585 55 35



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

BU FİYATLAR SİZE ÖZEL...



ÖRME LASTİK
beyaz 0,040 ₺/cm
siyah 0,045 ₺/cm

ŞEFFAF SILIKON LASTİK
5mm.....0,010 ₺/mt.
6mm.....0,012 ₺/mt

DOKUMA SÜPER LASTİK 2/2
beyaz 0,050 ₺/cm.
siyah 0,055 ₺/cm

DOKUMA NORMAL LASTİK 1/1
beyaz 0,045 ₺/cm
siyah 0,050 ₺/cm

FUNDA SATEN
beyaz 3,5 mm. 0,018 ₺/mt
6 mm. 0,022 ₺/mt
10 mm. 0,027 ₺/mt
renkli 3,5 mm. 0,020 ₺/mt
6mm. 0,025 ₺/mt
10 mm. 0,030 ₺/mt

KAĞIT TELA - paste point
25gr..beyaz..0,276 ₺/mt
siyah..0,303 ₺/mt
30gr..beyaz..0,324 ₺/mt
siyah..0,356 ₺/mt



BALIK SIRTİ TEK ATKI
ham 0,030 ₺/cm
boyalı 0,058 ₺/cm

BALIK SIRTİ ÇİFT ATKI
ham 0,035 ₺/cm
boyalı 0,065 ₺/cm

KADİFE KURDELA
ham 5 mm. 0,080 ₺/mt
7 mm. 0,090 ₺/mt
10 mm. 0,110 ₺/mt

renkli 5 mm. 0,100 ₺/mt
7 mm. 0,120 ₺/mt
10 mm. 0,140 ₺/mt



LEKE ÇIKARICI SPREY

A plus spot lifter
3,66 ₺/adet

A plus formula 2
4,20 ₺/adet



Ketenden Doğan Kaliteli Yaşam



En modern teknoloji ile en seçkin keten üretimi...

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

**Kingdom; ketenle
daha kaliteli yaşam.**



FİLOFİBRA PAZARLAMA A.Ş.

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



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