

İTKİB

HEDEF 227

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

15 KASIM - 15 ARALIK 2012

İSTANBUL'A DOMOTEX DOPİNGİ

KUMAŞ TASARIM
YARIŞMASI'NDA
FINAL HEYECANI

DERİCİLERİN
GÖRKEMLİ
BULUŞMASI

HAZIR GIYIM 2023'E
"KÜMELENME" İLE
YÜRÜYECEK

ISSN: 1309-579X

İTKİB HEDEF 15 KASIM - 15 ARALIK 2012 SAYI 227

■ ■ ■ Made in Germany

HIGH THERE

**topcut
bullmer**

Kesimhane Teknolojileri

YENİ PROCUT D 8001 (8.0 cm)

Yüksek Katlı Otomatik Kesim Makinası (Cutter)



ASTAS JUKI
Teknoloji ve Çözümler Dünyası

ASTAS ENDÜSTRİ TEKSTİL MAKİNALARI SAN. VE TİC. A.Ş.
ASTAS PLAZA; Keçman Cad. No:57 34600 Güneş/İSTANBUL
Tel: (212) 430 89 00 - Faks: (0212) 430 89 29
www.astasjuki.net - e-mail: astasjuki@astasjuki.net





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

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



68

ZİRVE: DERİCİLERİN GÖRKEMLİ
BULUŞMASIİNOVASYON: HER ŞEY
FİKİRLE BAŞLAR

94

FUAR: TÜRK HALISINA
DOMOTEX DOPİNGİ

44

- 6 KISA
14 İTKİB
18 İTKİB
İTKİB AİLESİNİN YENİ FERDİ:
CUMHUR İŞBIRAKMAZ
20 YARIŞMA
YILIN SON YARIŞMASINDA
KUMAŞLAR SAHNEDE
22 SEKTÖR
KALİTE BİLİNCİ GELİŞİYOR
26 SEKTÖR
TEKSTİLCİLER
"ORTAK AKIL" DA BULUŞTU
30 SEKTÖR
HAZIR GİYİM 2023'E
KÜMELENME İLE YÜRÜYECEK
34 SEKTÖR
TEKNİK TEKSTİL GELECEĞE
GÖZ KIRPIYOR
40 İHKİB PROJELER
HAZIR GİYİMDE İŞGÜCÜ
SEFERBERLİĞİ
42 EKOTEKS
EKOTEKS EĞİTİMDE HIZ
KESMİYOR

- 62 EĞİTİM
İHKİB İSTİHDAM İÇİN
ANADOLU YOLLARINDA
64 TİCARET HEYETİ
KAPILAR POLONYA İÇİN AÇILDI
66 TREND SEMİNERİ
2014 MODASINA
STYLESIGHT BAKIŞI
76 İHRACAT
İHRACATIN GÖZÜ ÜLKE
MASALARINDA
78 FUAR
İTHİB'TEN MİLLİ KATILIM ATAĞI
84 BİLİŞİM
İHRACATA 'myŞirket' DOPİNGİ
88 FUAR
DOSSO DOSSI FASHİON SHOW
BAŞLIYOR
92 FİRMA
DÜNYANIN GÖZÜ
EMPAŞ EMPRİME'DE
100 TEKNOLOJİ
MODANIN GELECEĞİ AKILLI
KUMAŞLARDA
106 GÖSTERGELER

İTKİB HEDEF

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON
İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

SAHİBİ

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri adına
Cumhurbaşkanı İŞBIRAKMAZ

DANIŞMA KURULU

Hikmet TANRIVERDİ, İsmail GÜLLE,
Lemi TOLUNAY, İbrahim YILMAZ

YAYIN KURULU BAŞKANI

Bırol SEZER

YAYIN KURULU

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

YAZI KURULU

Cemal BAYAZIT, Esin USTA,
Selçuk GÖKART, Hüsnüye GÖKART

YÖNETİM YERİ

Çobançeşme 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 DİREKTÖRÜ

Tolga TOPÇU
tolgatopcu@kucukmucizeler.com

SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Hüsnüye 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 GÜLEÇPAZARLAMA İLETİŞİMİ
REKLAM GRUPO DİREKTÖRÜÖzgür SEYHAN
ozgurseyhan@kucukmucizeler.com

REKLAM SATIŞ KOORDİNATÖRÜ

Özgür HAŞÇELİK
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

Intermail

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.

İLETİŞİM

Kaptanpaşa Mah. Darülaceze Cad. BİLAŞ İş Merkezi
A Blok No:31 K:6 D:63 Okmeydanı/Şişli/İstanbul
(0212) 211 68 53 - 73



*Hedefsiz büyük şeyler yapılamaz.
2013 yılında tüm hedeflerinizin
gerçekleşmesi dileğiyle...*



2012 YILINDA BİRBİRİNDEN RENKLİ VE ÖZGÜN TASARIMLARLA MÜŞTERİLERİNİN KARŞISINA ÇIKAN MARKALAR, 2013 YILINDA DA ŞIKLIK YARIŞINDA OLACAĞA BENZİYOR.

KISA KISA

Bu yılbaşı çok şık

2012 yazına damgasına vuran Tuba Ünsal Loves Koleksiyonu, kış sezonunda da yılbaşı partilerine özel birbirinden göz alıcı pek çok tasarıma sahip. Şık siyahlar, ruj kırmızısı, gece mavisi, mor, pırıltılı gümüş ve altın tonları Tuba Ünsal loves Koton koleksiyonunun ana renklerini oluştururken; yumuşak kadifelerden şifon ve tüllere, satenden dantel ve deri detaylarına kadar uzanan doku yelpazesi müşterilerin beğenisine sunuluyor. Bel ve sırt pencereleleri, derin yırtmaçlar, korse ve balkonçuklar ise elbiselerde en dikkat çekici detaylar olarak göze çarpıyor.

Mavi'de heyecan var

Mavi'de yeni yıl heyecanı başladı. Mavi kızının favorileri; Mavi Amerika Gold, "jeather" ve işlemeli üstler. Yılbaşı klasiği kırmızının tonlarına çok yakışan Gold serisi, 1 beden ince gösteren X-fit özelliğiyle şıklığın adresi oluyor. Mavi erkeğinin favorileri; Mavi Amerika'dan en cool jean'ler, çeşit çeşit gömlek ve kazaklar. Rahatına ve şıklığına düşkün Mavi erkeği, tercihini, cep ve dikiş detaylarıyla farklılaşan gömleklere, renk ve desen seçenekleriyle her zevke hitap eden hırka ve kazaklardan yana kullanıyor.



Işıltılı ayakkabılar şans getirecek

Moda öncülerinin stil sırrı Zoopa!, partilerin aranan isimleri moda öncülerinin yeni yılda da parıldamasına ve şansı yanlarında taşımalarına yardım ediyor. Zoopa!'nın lame ve dore tonlarındaki ışılı topuklu ayakkabıları, tüm moda öncülerinin yeni yılda stilini tamamlayacak. Lame ve siyah renklerindeki model siyah ya da beyaz kombinlerle mükemmel bir uyum içine girerken, dore ve pembe tonlarındaki model, kırmızı başta olmak üzere tüm canlı renklerin tamamlayıcısı olacak.

Renkli, enerjik, eğlenceli

Vicco Kış Koleksiyonu, şıklığı ve konforu yeni yılda da çocukların beğenisine sunmaya devam ediyor. Kar botlarından şık çizmelere, pofuduk terliklerden ilk adım ayakkabılarına kadar birçok ihtiyaca cevap veren marka, çocukların enerjilerini yansıtan birçok renk ve model arasında kız çocukları için, pelüş ve metal detaylı tasarımlarıyla dikkat çekiyor. Uzun çizmeler, kısa botlar küçük hanımların yeni yıl şıklığı için tasarlanmış. Erkek çocuklar için yine rahat modeller ve spor tasarımlar sezonun vazgeçilmez modelleri arasında.





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

Hayallerin bu bavullarda

Yeni yılın ilk gününde nerede olmayı hayal ederseniz edin, Matraş'ın bavulları hep yanınızda. 2013 hayallerinizi dolduracağınız Matraşlar uzun ya da kısa seyahatler için ihtiyacınız olan konfora sahip.

Polikarbonat üretilen dayanıklı sert dış yüzeye sahip olan model, son derece şık bordo ve gri renklerde bulunurken; su geçirmez özel yumuşak materyalden hazırlanan model, lacivertin en çekici tonuna sahip. Her iki model de benzerlerine göre çok daha hafif öz ağırlığa sahip olmasıyla dikkat çeken bavullar üç farklı boya sahip.



adL ile gecenin yıldızı olun

adL, yılbaşı gecesi için şıklığı ve asaleti simgeleyen bir kadının hikayesini anlattığı 'Lady Glamour' ile parlıtı ve bakışların üzerinde olmasını seven bir kadının hikayesini anlattığı 'Shine' koleksiyonlarını beğeniye sundu. Farklı desenlerin kullanıldığı dantel elbiseler ve kadife kumaşlar evde ve dışarıdaki kutlamalar için sade ve şık bir alternatif. Siyah ve kırmızının yanı sıra bordo, petrol, zümrüt ve saks renklerini vücut kıvrımlarını ortaya çıkaran krepli kumaşlar ile tamamlıyor. Fayat enerjisini ışıltılı kıyafetlerle yansıtan eğlence tutkunları ise saten yüzeyler, mat kumaşlarla birlikte kullanılan pullar ve işlemler ile gecenin yıldızı olacak.



Yılın farkı Lee Cooper'dan

Lee Cooper koleksiyonundaki birçok ürün seçeneği ile en çok tercih edilen hediyeler arasında yer alıyor.

Atkı, şal, çanta, kemer, ayakkabı gibi aksesuarları, tarzını öne çıkarmak isteyenler için ideal. Jeanler, elbiseler, tunikler, jegginger, montlar ve kabanlar ile de her ortamda fark edilmeniz imkansız. Yeni yılda farkını ortaya koymak için deri öğelerin, kırmızı, dore ve lame renklerin olduğu ürün seçeneklerinde olduğu koleksiyonda denim modası tutkunları kombinlerini bu ürünlerle renklendirebilir.



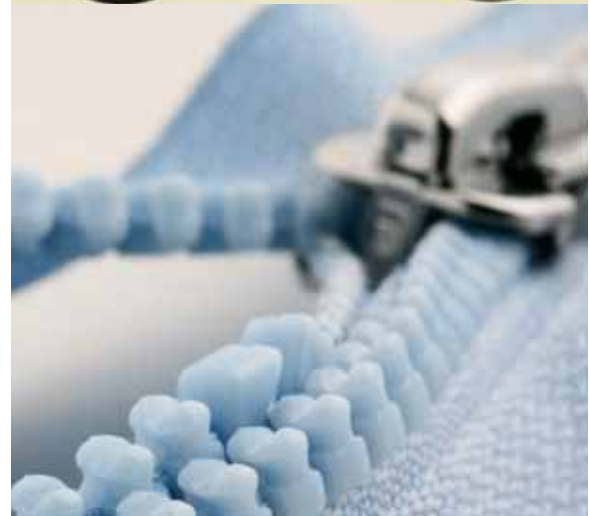
Yeni yıla özel tüyolar

Yeni yıl şıklığının tamamlayıcısı fileler ve dantel ön planda. Elbisenizin tamamlayıcı aksesuarları için Dore Çorap fileyi ve danteli öneriyor. Geçtiğimiz sezon çok moda olan dantel akımı, yeni yılda da iz bırakacak. Pastel tonlarda, dantel detayları olan bir kıyafet ile gecenin masumiyet elçisi olabilirsiniz. 'Yeni yılın olmazsa olmazı kırmızıdır' diyenler için Dore Çorap kırmızı rengi bu yıl aksesuarlarda kullanmayı tavsiye ediyor.



AFADÜ

äfa
fermuar / düğme



444 20 61

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

KISA KISA

Perspective ile yeni bir soluk

2011 yılında 3 mağazayla başladığı yolculuğuna, 2012 yılı itibari ile 18 mağazayla devam eden Perspective, Nişantaşı'nda açtığı yeni flagship mağazasıyla yarattığı yeni mağazacılık anlayışı ve konsepti ile büyük beğeni topladı. Mağazanın açılışına Zehra Kosif, Günseli Kato, Cem Lokmanhekim, Taylan Kümeli, Zeynep Tunuslu, Daniel Stork, Deniz Murathanoğlu, Mine Kırkanat, Bahar Kongel, Nejla Güvenç ve Ayten Alpar gibi isimler katıldı. 42 ülkede satış noktasına sahip olan Perspective'in 2012-13 Sonbahar-Kış koleksiyonu davetlilerden büyük beğeni topladı.



Kış trendleri belirlendi

2013 montlarını ile Calvin Klein, spor bir şıklık yaratmak isteyenler için en ideal seçimi olarak dikkat çekiyor. Gri, siyah, lacivert, kahve, bej, kırmızı gibi geniş renk yelpazesinin kullandığı Calvin Klein koleksiyonunda, montların üzerinde yer alan çitçit, fermuar, düğme, kapaşon detayları

trend bir duruş sergilemenizi sağlıyor. Koleksiyonda yer alan kadın modellerinde kullanılan kapaşonlara işlenen kürkler ve kemer detayları ise kadınların şıklıklarından ödün vermemelerini sağlıyor. Koleksiyonda parlak modeller de mevcut.



Yumuşacık battaniyelerle ısının

Rengarenk keyifli tasarımları, yumuşacık dokusu ile Karaca Home örgü battaniyeleri, soğuk kış günlerini ısıtıyor. Karaca Home'un yüzde 100 akrilik örgü battaniyeleri, kalite ve şıklığı zarafetle buluşturuyor. Sıcacık renkleri, seçkin bir zevki yansıtan tasarımları, dokunma duygusunu harekete geçiren dokusu ve özel ebatları bulunan battaniyelerin buz mavisinden yavruağzına, kahverenginden kırmızıya farklı renk seçenekleri mevcut. Ayrıca Karaca Home battaniyeleriyle klasik saç örgüsü ve modern örgü stilleri yeniden yorumlanıyor.



Dockers® ile tarzına düşkün erkek

Smart casual erkek giyiminin rakipsiz markası Dockers®, tarzına düşkün ve karakterini giyimine yansıtmayı seven erkeklerle Ocak ayından itibaren oldukça avantajlı fiyatlarla satışa sunuluyor. Rahatlık ve şıklığı buluşturan Dockers® 2012/2013 Sonbahar/Kış koleksiyonundan seçeceğiniz ürünler, kış boyunca sizi hem sıcak tutacak hem de etkileyici bir görünüşe kavuşturacak. Erkeklerin vazgeçilmez Dockers® Blazer ceketler, Dockers® Alpha Khaki pantolonlar, ekose gömlekler, trikolar ve erkek giyimine dair her şey Dockers® mağazalarında sizleri bekliyor.



New!
knitwear
solutions
The platform for creative knitwear

PREMIÈREVISION

be inspired

12 Şubat Salı – 14 Şubat Perşembe 2013 / İlkbahar-Yaz 2014 / Dünya'nın 1 Numaralı Kumaş Fuarı
Parc d'Expositions Paris-Nord Villepinte Fransa / T. 90/2126036898 / pvturkey@premierevision.com
www.premierevision.com

PREMIEREVISION
PLUR/EL



Kış babetleri bambaşka

Her daim şık görünmeyi ve kendi tarzını yaratmayı seven kadınların vazgeçilmez markası Cabani, pek çok giysiyle kullanım avantajı sağlayan kış babetleriyle

yeni sezonda fark yaratıyor. Gün boyu hem şık hem de rahat olmayı sağlayan Cabani kış babetleri özellikle uzun süre ayakta kalan kadınların öncelikli tercihleri arasına girecek. Siyah, beyaz gibi klasikleşmiş ve her sezonda tercih edilen renklerin yanı sıra sıcak tonlara da yer verilen kış babetleri özel fiyatlarıyla kış aylarında da vazgeçilmez olacak.



Bu montlar çok özel

Sadelğin estetik duruşunu, deseninden dikişine kadar tüm çizgisine yansıtan Abdullah Kığılı, erkeklere çok özel alternatifler sunuyor. Yüksek standartlara sahip montlar erkeklerin içini ısıtırken, şıklıklarının da tamamlayıcısı olacak. Abdullah Kığılı'nın kış koleksiyonunda yer alan montlar modern erkekler için tasarlanmış. Tarzını stiline yansıtan erkeklerin ilk tercihi olan Abdullah Kığılı montları her bedene uygun olarak üretildi. Lacivert, kahve ve vizon tonlarındaki montlar sezonun vazgeçilmezleri arasına girecek.

Nallar'dan zamansız duruş

Burcu Nallar,

2012-13 Sonbahar/Kış sezonunu, zamansız duruşunu koruyan, klasik parçaların modern dokunuşlarla yeniden yorumlandığı koleksiyonuyla karşılıyor. Kalem eteklerin deri, krepe ve dantelle buluştuğu, organzenin etekten gömleğe her türlü formda karşımıza çıktığı, güpür çan eteklerle romantizmin kaybolmadığı, krepi deri ile buluşturan elbiselerle özgüvenin dışa vurulduğu koleksiyonda, günümüz kadınının özgür ruhu yansıtıyor. Siyahın ağırlıkta olduğu koleksiyon; bordo, saks mavisi ve beyaz parçalarla renkleniyor.



Guess'ten çarpıcı modeller

Çeşitliliği ile göz kamaştıran iç giyim koleksiyonlarına sahip Guess, yeni sezon koleksiyonuyla kadınları kendine tutsak ederken, iç giyimde kalite alışkanlığı yaşayan kadınların da bir numaralı tercihi oluyor. Çekici, şık ve zarif detaylarla bezenmiş Guess iç giyim koleksiyonunun dikkat çeken modelleri arasında yer alan siyah dantelli modeller kadınlara seksilik katarken, somon ve gri renkteki çarpıcı modeller ise şıklık kazandıracak.

Platform Merter markaların yeni üssü

PLATFORM
MERTER
FASHION PARK



0212 482 40 40

EROĞLU

DOĞA
ŞEHİRCİLİK



Dericiler Çin yolcusu

İDMİB, yeni pazarlara açılmaya devam ediyor. Milano dışında ilk kez 9-11 Nisan tarihleri arasında Şangay'da ilk kez gerçekleşecek olan 'Micam Shanghai' fuarına milli katılım için kolları sıvayan İDMİB, ayakkabı firmalarına fırsat kapısını araladı. 2013-2014 yıllarına ait Sonbahar/Kış koleksiyonlarının sergileneceği fuar, Milano'daki yapısını koruyarak orta, üst ve lüks tarzları bünyesinde barındıracak. Fuarda sergilenecek ürün grupları ise, "Bay-Bayan-Çocuk Ayakkabıları", "Deri Ürünleri" ve "Deri Ceket" olacak. Son başvuru tarihinin 25 Aralık 2012 olarak belirlendiği etkinlik, Avrupa ve dünyada en iyi ayakkabı fuarı olarak biliniyor.

İMA'dan 'Crafting Retail' projesi

İMA Hollanda'nın önde gelen sanat eğitimi veren kurumlarından Artez ile işbirliğinde 'Crafting Retail' konulu bir haftalık eğitim projesi gerçekleştirdi. Artez 'Fashion Strategy' üzerine master eğitimi alan 10 öğrenci ile İMA tasarım öğrencilerinin ortaklaşa yürüttükleri projede öğrenciler bir pop-up store projesi üzerinde çalıştı. Workshop öncesinde 30 Kasım'da düzenlenen seminerde ise Coming Soon'nun konsept yaratıcısı ve kurucusu, uluslararası üne sahip moda perakende uzmanı ve küratör Judith ter Haar ve sosyo-ekonomik yaratıcılık ve yaratıcı endüstriler politikaları konusunda bağımsız bir strateji uzmanı Walter Amerika sunum gerçekleştirdi.



TASD'nin yeni Başkanı Hüseyin Çetin oldu

Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği'nin (TASD) yeni başkanlığına İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi Hüseyin Çetin seçildi. Dış Ticaret Kompleksi'nde yapılan 14. Olağan Genel Kurul'da TASD Başkanı İslam Şeker görevini devrederken, Hüseyin Çetin, yaptığı konuşmada 2012 yılına ilişkin değerlendirmelerde bulundu. Ayakkabı sektörü olarak 2012 yılını 500 milyon dolarlık ihracatla kapatacaklarını belirten Çetin, gittikçe yükselen Türk ayakkabısı imajı sayesinde 2015'de 1 milyar dolar, 2023'te ise 1,5 milyar dolarlık ihracatı yakalamayı hedeflediklerini söyledi. Çetin, pazar çeşitliliği sayesinde bugün 102 ülkeye ihracat gerçekleştirdiklerini vurguladı.

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 İş 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



Ticaret Köprüsü'ne 130 ülkeden temsilci

Türkiye-Dünya Ticaret Köprüsü 2012, başta hazır giyim, tekstil, deri ve ilgili makine aksamaları sektörlerinden olmak üzere bu yıl da uluslararası iş dünyasının nabzını tuttu. TUSKON tarafından organize edilen etkinlik, Ekonomi Bakanlığı koordinasyonunda, TİM ve ihracatçı birliklerinin desteğiyle 28-29 Kasım tarihlerinde WOW Kongre Merkezi'nde düzenlendi. İlk kez 2006 yılında gerçekleştirilen Dünya Ticaret Köprüsü etkinlikleri artık uluslararası iş dünyasında önemli bir bilinirlik düzeyine ulaşmış durumda. Etkinliğe, Latin Amerika'dan 100, Asya Pasifik'ten 45, Afrika'dan 600, Ortadoğu'dan 35, Balkanlar'dan 165, Avrasya'dan 200, Kuzey Amerika'dan 15 ve Türkiye'den de bin kişi katıldı.



Yenilikçi tekstil uluslararası arenada

'Uluslararası İstanbul Tekstil Kongresi: Yenilikçi ve Fonksiyonel Tekstiller', İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ) ve İTKİB İTİA işbirliğinde organize edilmekte. Yenilikçi ve fonksiyonel tekstil ürünleri ve projelerinin Proje Pazarı ve Techno-Fashion Show organizasyonu ile sergileneceği etkinlik 2 gün boyunca devam edecek olan Uluslararası İstanbul Tekstil Kongresi kapsamında gerçekleştirilecek. 30 Mayıs-1 Haziran 2013 tarihlerinde düzenlenecek organizasyon; tekstil endüstrisi ile birlikte üniversite ve Ar-Ge merkezlerini buluşturmaya hedefliyor. Proje Pazarı'nda sunulmak üzere proje önerilerinin son başvuru tarihi ise 1 Mart 2013 olarak belirlendi.

UDDer yeniyıla yeni kadroyla giriyor

Ekonomi Bakanlığı himayesinde kurulan Uygunluk Değerlendirme Derneği'nin (UDDer) 15 Kasım'da gerçekleşen Genel Kurulu'nda yeni yönetim ve denetim kurulları seçildi. Derneğin başkanlığına Türkloyd'dan Ayfer Adıgüzel gelirken, denetim kuruluna seçilen isimlerden biri ise Ekoteks Laboratuvarı İcra Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir oldu. Derneğin uygunluk değerlendirmesi faaliyetlerinin her boyutunda gerek yurtiçi, gerekse yurtdışı paydaşlar için odak noktası ve ilk başvuru merkezi olmak ve bu konudaki çalışmalara öncülük etmek gibi bir vizyonu olduğunu belirten UDDer Başkanı Ayfer Adıgüzel, Yönetim Kurulu'nun yeni dönem hedefinin ise dernek vizyonlarına erişmek için hazırlanmış oldukları iş planı ile süratle çalışmalara başlanması olduğunu söyledi. Odabaşı, derneğin yeni dönemde kendisini geniş kitlelere duyurmak üzere çalışmalar yürüteceğini söyledi.





Messe München
International

Connecting Global Competence

ISPO TEXTRENDS FORUM



TASARIMCILAR VE ÜRÜN YÖNETİCİLERİ İÇİN TEKSTİLİN YURDU. 3-6 ŞUBAT 2013.

Yeni oluşturulan ispo Textrends forumunda 2014/2015 sonbahar/kış sezonu için tekstildeki yenilikleri keşfedin. Burada kumaş, membran veya fermuar üreticileri ilk defa ürünlerindeki yeniliklerini merkezi bir alanda, C2 holünde sergileyecekler. Sizler de gelecekteki tekstil trendlerine bir göz atın. Elbette tümü ISPO MUNİH'te.

SPORTS. BUSINESS. CONNECTED.

ISPO.COM



ISPO MUNICH

YURTIÇİNDE OLDUĞU KADAR YURTDIŞINDA DA ÖNEMLİ GÖREVLERDE BULUNAN BİR İSİM CUMHUR İŞBIRAKMAZ. GEÇTİĞİMİZ KASIM AYINDA İTKİB GENEL SEKRETERİ OLARAK GÖREVE BAŞLAYAN İŞBIRAKMAZ, İTKİB'TE DE ÖNEMLİ PROJELERE ÖN AYAK OLMAYA HAZIRLANIYOR.

Yurtdışında olduğu kadar yurtiçinde de bugüne kadar önemli görevlere imza atan Cumhur İşbirakmaz, geçtiğimiz Kasım ayında İTKİB Genel Sekreteri olarak yeni görevine başladı. Yaptığı görevler nedeniyle ihracatla yakın temasta olan İşbirakmaz'ın iş hayatı, başta deri olmak üzere, hazır giyim ve tekstil sektörü ile iç içe geçti.

1967 Karabük doğumlu olan Cumhur İşbirakmaz, Orta Doğu Teknik Üniversitesi'nin İktisat Bölümü'nden mezun oldu. İş hayatına İslam İşbirliği Teşkilatı bünyesinde faaliyet gösteren "İstatistik, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Merkezi'nde Araştırma Görevlisi olarak başlayan İşbirakmaz, 1,5 yıl devam ettiği bu görevde uluslararası toplantılara katılma ve akademik çalışmalar yapma fırsatı yakaladı. 1992 yılında o zamanki adıyla Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın açtığı uzmanlık sınavını kazanarak, dış ticaret ailesine katılan İşbirakmaz, bir süre Müsteşarlık Danışmanlığı yaptıktan sonra Washington'da ilk yurtdışı görevine gönderildi. Washington DC'de Ticaret Müşavir Yardımcılığı yapan İşbirakmaz aynı görevi yaklaşık 2,5 yıl sonra Dublin'de de sürdürdü. Dublin'deki görevinden sonra Türkiye'ye dönen İşbirakmaz, Avrupa Birliği ile Uyumdan Sorumlu Standardizasyon Genel Müdürlüğü'nde Avrupa Birliği projelerinden sorumlu uzman olarak çalıştı ve Daire Başkanı oldu.

Cumhur İşbirakmaz, iki yıl sonrasında Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü'nde Tekstil Daire Başkanlığı görevine atandı. Tekstil sektörüyle ilk irtibatının bu şekilde başlamasıyla birlikte İşbirakmaz, İTKİB başta olmak üzere pek çok ihracatçı birliği ile birlikte sektörün sorunları, ihracatın artırılmasına yönelik yeni projeler gibi pek çok konuda çalışma yapma

imkanı buldu. 2010 yılının Haziran ayında Milano Ticaret Ateşeliği görevine atanan İşbirakmaz, bu görevle Milano'da tekstil, konfeksiyon ve deri sektörleriyle olan bağlantısını da hiç koparmamış oldu.

Avrupa'daki krize tanıklık etti

Bugüne kadar edindiği deneyimleri ve gözlemleri Hedef Dergisi'ne anlatan İşbirakmaz, tekstil, konfeksiyon, deri ve halı sektörleri hakkında değerlendirmelerde bulundu. Milano Ticaret Ateşeliği'nden önce İhracat Genel Müdürlüğü'nde Tekstil Daire Başkanı görevini yürüten İşbirakmaz, tekstille olan irtibatının bu görevle başladığını, Milano'da da sektörlerden hiçbir zaman kopmadığını dile getiriyor. İşbirakmaz, uzun yıllar Ekonomi Bakanlığı'nda görev yaptığından sektör ile bakanlık arasındaki mevcut diyalogu sektörün uzun dönemli gelişmesi yönünde çok daha ileri noktalara taşıyacağını söylüyor.

2010 yılından itibaren Avrupa'daki krize bizzat tanıklık eden İşbirakmaz, krizin iki yansıması olduğuna dikkat çekerek, "İlk olarak Türkiye'deki ihracatçılarımız ülkedeki krizden dolayı ihracattaki alacaklarını zamanında veya hiç tahsil edememeye başladı. Fakat bu durum beraberinde bir fırsat getirdi. Kapanan veya finansal açıdan sıkıntıya düşen firmalar marka veya tesis olarak birer

birer satılmaya başladı. Birçok sektördeki firmalarımız ise orada marka veya tesis satın aldı" şeklinde konuşuyor.

İTKİB için yeni projeler yolda

İTKİB'te güzel projelere ön ayak olacağını düşündüğünü söyleyen İşbirakmaz, İtalya'nın finansal olarak düze çıkacağını öngördüğü 2014 yılına kadar Türk firmalarının atakta kalması gerektiğini; İtalyanların yatırım ve işbirliği talepleriyle yakından ilgilendiklerini söylüyor. Türkiye'nin üretim kapasitesi açısından dünyadaki sayılı ülkelerden biri olduğunu söyleyen İşbirakmaz, bilinirliğin, tanıtımın ve reklamın da artması gerektiğine dikkat çekiyor. İTKİB'in organize ettiği tasarım yarışmalarında yeni kabiliyetleri ortaya çıkardıktan sonra bu kişilerin sektör ve sanayile birleştirilmesi gerektiğini düşünen İşbirakmaz, bunun gibi etkinliklerin İtalya, Fransa, Londra gibi önemli moda merkezlerinde tanıtılmasının, medyanın gündeminde tutulmasının doğru bir strateji olduğunu ifade ediyor.

Pitti Uomo gibi büyük konfeksiyon fuarlarının çok önemli olduğuna değinen İşbirakmaz, bu fuarların kendine has trendi, yaratıcılığı, inovasyonu ve özgünlüğü olan firmaları kabul ettiğini, Türk firmalarının bu kriterlere odaklandığı takdirde müthiş fırsatlar elde edebileceklerini söyledi.

İTKİB AİLESİNİN YENİ FERDİ: CUMHUR İŞBIRAKMAZ

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

YARIŞMA

İTHİB
25 Aralık akşamı
tekstil ailesini
Kumaş Tasarım
Yarışması'na
bekliyor

YILIN SON YARIŞMASINDA KUMAŞLAR SAHNEDE

İTHİB TARAFINDAN 7'NCİSİ GERÇEKLEŞTİRİLECEK OLAN KUMAŞ TASARIM YARIŞMASI'NIN FİNALİNE SAYILI GÜNLER KALDI. 'YARATICILIĞINI ÖZGÜR BIRAK' SLOGANIYLA DÜZENLENEN YARIŞMA İLE İTHİB, TEKSTİLİN YENİ TASARIMCI ADAYLARINA SEKTÖRÜN KAPILARINI AÇIYOR.

İTHİB'in, Türk tekstil sektörünün yaratıcı gücünün yükselmesi, özgün tasarımlarını yaratma ve satma isteklerinin güçlendirilmesi, bu kurumlardaki öğrencilerin sektöre hızla kazandırılması ve yetenekli gençlerin ve özgün tasarımların teşvik edilmesi amacıyla her yıl düzenlediği Kumaş Tasarım Yarışması'nda finale sayılı günler kaldı. Bu sene 7'ncisi gerçekleşen yarışma, 'Yaratıcılığı Özgür Bırak' sloganıyla tasarımcı adaylarına seslendi. Yarışmadan önce son bir toplantı da 24 Kasım 2012 tarihinde gerçekleşti. İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala, Uğurkan Erez ve Tasarımcı Esin Arıcan ile bir araya gelen finalistlerle yarışmanın final gecesine ilişkin detaylar görüşüldü. Değerlendirme kriterleri arasında tasarımcının yaratıcılık düzeyi, tasanın özgünlüğü ve yeniliği gibi özelliklerin arandığı yarışmanın finali 25 Aralık 2012 Salı Four Seasons Hotel'de gerçekleşecek. 10 finalistin üretilen 6 tasarımının yerli ve yabancı basın mensupları, akademisyenler ve tekstil sektörüne yön veren İTHİB üyelerinden oluşan jüriye sunulacağı yarışmanın sonucunda dereceye giren finalistlere yurtdışında eğitim, dil eğitimi, fuar ziyareti gibi ödüller verilecek.

Tasarımlarda özgünlük ve yenilik aranıyor

Finale kalan 10 tasarımcının moda dünyasının duayenlerinden Uğurkan Erez ve Tasarımcı Esin Arıcan ile bir araya geldiği toplantının başkanlığını İTHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Tamer Pala üstlendi. 24 Kasım 2012 tarihinde İstanbul Moda Akademisi'nde gerçekleşen toplantıda finalistlerle yarışmanın final gecesine ilişkin detaylar görüşüldü. Kumaşların detaylı bir şekilde incelendiği toplantıda finalistlerin tasarımları göz kamaştırdı. Yarışmaya katılan finalistlerin tasarımlarında aranan kriterler; tasarımcının yaratıcılık düzeyi, tasarımın özgünlüğü ve yeniliği, kumaş tasarımının uygulama tekniklerinin geliştirilebilirliği ve uygulanabilirliği, kumaş katma değerini artırıcı ve teknik özelliklerle-

rini geliştirici özellik ve kumaş tasarımında malzeme seçimi ve malzeme tasarım uyumu gibi özellikler oldu.

Yarışmaya sayılı günler

Üç aşamadan oluşan Kumaş Tasarım Yarışması'nda birinci aşamada jüri tarafından katılımcı dosyalar incelenerek 15 dosya belirlendi. İkinci aşamada ilk 15 yarışmacıdan koleksiyonlarının sözlü sunumlarını yapmaları istendi. Görüşmeler sonucunda belirlenen Yasemin Yıldırım, Duygu Yücel, Çiğdem Uygun, Pelin Özelmas, Serap Aydemir, Özde Aybey, Neriman Özasan, Cansu Kasaplar, Fatma Ceren Güneş ve Sevda Dalgıç'tan oluşan 10 finalistin tasarımları 25 Aralık 2012 tarihinde Four Seasons Hotel'de düzenlenecek finalde yarışacak. 10 finalistin üretilen 6 tasarımı özel bir sunum ile bu gecede yerli ve yabancı basın mensupları, akademisyenler ve tekstil sektörüne yön veren İTHİB üyelerinden oluşan jüriye sunulacak. Birinciye 10 bin TL, ikinciye 6 bin TL, üçüncüye de 3 bin TL ödülün verileceği Kumaş Tasarım Yarışması'nda para ödüllerinin yanı sıra; birinci olan yarışmacıya yurtdışında eğitim hakkı, ilk üçe giren yarışmacılara staj imkanı, dünyanın en önemli ve en kapsamlı kumaş fuarı Première Vision Paris Fuarı'nı ziyaret hakkı ve yurt içinde 6 ay İngilizce dil eğitimi sağlanacak.

BEZSAN

www.bezsan.com

1995'ten beri

Dünyanın kumaşını dokuyoruz

Bezsan Tekstil'in yüksek kaliteli ürün kompozisyonunu yüzde 100 pamuklu ve pamuk karışımı kumaşlar oluşturmaktadır. Kullanılan elyaf tipleri pamuk, naylon, polyester, keten, elastan, modal, rayon, viskon ve tencel'dir. Gelişmiş teknoloji ve kalite güvencesi ile yapılan koleksiyonumuz, çok hızlı bir şekilde kendini yenilemektedir.



Tel: +90 212 641 70 86 - Email: info@bezsan.com

Headoffice: Keresteciler Sit. Poyrazli Sok. No:27 Merter - Istanbul/Turkey

Mill: Kocatepe Sanayi Alani No:3 20190 Honaz - Denizli /Turkey



KALİTE BİLİNCİ GELİŞİYOR

**İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
TARAFINDAN DÜZENLENEN
"1.KALİTE ZİRVESİ" 15
KASIM PERŞEMBE GÜNÜ
GERÇEKLEŞTİRİLDİ. ZİRVEYE
KONUŞMACI OLARAK KATILAN
İTHİB BAŞKANI İSMAİL GÜLLE
SEKTÖRDEKİ DENEYİMLERİ
IŞIĞINDA ÖĞRENCİLERE
TAVSİYELERDE BULUNDU.**

Kalite bilincinin ulusal bazda hemen her toplum kesimine yerleştirmek ve kalite konusunda uluslararası gelişmeleri yakından takip edip ulusal ve uluslararası kalite bilincine katkı sunmak amacıyla düzenlenen "1. Kalite Zirvesi"nde akademisyenler ve iş dünyasından isimler sunumlar yaptı. Zirvede İnsan Kaynakları alanında çalışan profesyonellerin işe alımda dikkat ettikleri noktalar, insan kaynakları ve kalite ilişkisi, İnsan Kaynakları'nda kalite konusundaki uygulamalar, işe alımda kalite ile ilgili dikkat edilen hususlar ele alındı.

Tekstil sektörü başarısını kaliteye borçlu

Sektörde ki deneyimlerinden yola çıkarak bir sunum yapan İTHİB Başkanı İsmail Gülle, üniversite öğrencilerine teorik bilgi

birikimin öneminin yanı sıra çalışma hayatının içerisinde edinilen tecrübelerin de önemli olduğunu dile getirdi.

Karşılaşılan sorunlara çözüm odaklı ve farklı çerçeveden bakmanın gerekliliğine değinen Gülle, çalışma hayatı içerisinde çok yönlü olmanın yanı sıra sürekli olarak kendini geliştirmek gerektiğinin önemine de dikkat çekti. Son yıllarda kalite kavramının iş hayatında ve günlük hayatta sıkça kullanılan bir kavram haline geldiğine değinen Gülle, "Birçok ürünün ve hizmetin üretilmesinde artık sonsuz alternatifler bulunuyor. Tüketici ihtiyaçları gittikçe ön plana çıkıyor ve rekabet de bu oranda giderek artıyor" dedi.

İnsan Kaynakları faktörünün de kalitede çok önemli bir nokta olarak ortaya çıktığını ifade eden Gülle, bu nedenle de üniversite ve iş dünyası arasında kaliteli insan faktörü için işbirliklerinin daha önemli hale geldiğini söyledi. Gülle, "Tekstil ve hazır giyim sektörünün kaliteye ilişkin çalışmaları bundan 30 sene öncesine dayanıyor. AB ülkelerine ve dünya pazarlarına yapılan ihracat bir anlamıyla Türk tekstil sektörünün kaliteli ürün üretimini zorunlu kılmıştır. Bu anlamda kalite konusunda Türk tekstil sektörünün farkındalığı eskiye dayanıyor.

Kaliteli iplikten, kaliteli kumaşlar ürettikçe uluslararası pazarlarda aranır ve bilinir

olduk. Kaliteli üretimin birçok faktör ile desteklenmesi gerektiğini öğrendik. Modern teknoloji, ekipmanlar ve çalışanların gelişimine yatırımlar yaptık. 1980 yılında 777 milyon dolar ihracat gerçekleştiren tekstil ve hazır giyim sektörü bu kalite bilinci ile üretim yaparak ihracatını 24 milyar dolara çıkarmış durumda. Dünya tekstil ihracatında geldiğimiz nokta bu kalite anlayışının bir sonucudur" dedi.

Yüksek standartlar kaliteyi sağlar

İstanbul Aydın Üniversitesi Gelişim Merkezleri Koordinatörü Yardımcı Doç. Dr. Ali İhsan Özeroğlu da kaliteyi oluşturan temel parametrenin tamamıyla standartlardan oluştuğunu dile getirerek, üretilen herhangi bir ürün standardını yüksek oluşturma kaliteli ürün üretmek anlamına geldiğini belirtti.

Kalite anlayışının insanlar için vazgeçilmez bir unsur olduğunu belirten Özeroğlu, insanların her zamankinden daha fazla kaliteli ürün ve hizmet arayışında olduklarına söyledi. Kalitenin, bir ülkenin kalkınmasında katalizör görevi gördüğünü belirten Özeroğlu, "Eğer bir ülke kaliteli üretim yapamıyorsa gelişmeden söz edemeyiz. Dolayısıyla gelişmenin refahın her şeyin ardında yatan kalite kavramının içinde yer alıyor" dedi.

DEV YATIRIM PARKUR



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



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

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



ÜNLÜ MODA TASARIMCISI HATİCE GÖKÇE, IFW'DEN SONRA FASLI MODASEVERLERİ DE BÜYÜLEDİ. GÖKÇENİN 2013 İLKBAHAR / YAZ SEZONU İÇİN HAZIRLADIĞI 'TRANS' ADLI KOLEKSİYON, ÖZEL DAVET İLE CASABLANCA FASHION WEEK'TE GÖRÜCÜYE ÇIKTI.

HATİCE GÖKÇE'NİN FAS ÇIKARMASI

Önümüzdeki yılın ilkbahar/Yaz sezonu için hazırladığı 'Trans' koleksiyonuyla IFW'de modaseverleri tasarımlarına hayran bırakan ünlü moda tasarımcısı Hatice Gökçe, Fas'ta düzenlenen moda haftasının özel davetlisi oldu. 8-10 Kasım'da 7'ncisi gerçekleştirilen 'Casablanca Fashion Week' etkinliğine Dışişleri Bakanlığı Kültür İşleri Dairesi'nin desteğiyle organizasyonun özel davetlisi olarak katılan Gökçe, modaseverlerden tam not aldı.

Ülkenin önemli isimleri, basın mensuplarının ilgiyle izlediği defilede Türk mankenler de podyumda yer aldı. Koleksiyonunda yün, ipek karışımı kumaşlar kullanan Gökçe, ekru, gri ve ten rengi gibi renkleri tercih etti. Aynı zamanda Türkiye'nin önemli kuruluşlarında moda tasarım danışmanlığı görevlerini üstlenerek özel çözümler üretmeye de devam eden Gökçe, 2008 yılından beri Birleşmiş Milletler'in desteklediği sosyal sorumluluk projesi olan Argande'nin marka koordinatörlüğünü yapıyor.

1999 yılından bugüne kadar koleksiyonlarını sergileyen kuraldışı tasarımcı, Türkiye'de ve Avrupa'nın moda şehirlerinde "Işığa Övgü", "Authorize", "Invincible" ve "The Other" "Karakarga" "Jön Türkler" "Gılman" gibi daha pek çok defile gerçekleştirdi.

Gökçe'den derin bir koleksiyon

Fas'ın en büyük şehri Casablanca'da gerçekleştirilen 'Casablanca Fashion Week' etkinliği kapsamında Hatice Gökçe'nin defilesine Türkiye'nin Rabat Büyükelçisi Uğur Arner ve eşinin yanı sıra tüm büyükelçilik yetkilileri katılım gösterdi.

Fas basınının da büyük bir ilgiyle takip ettiği defile, eski bir katedral olan Eglise Du Sacre-Coeur Casablanca'daki ilgi çekici atmosferiyle de tüm izleyicileri etkiledi. Doğanın uyumundan ve teknolojinin iddialarından izler taşıyan tasarımlarında konfor ve detayı, zenginlikle derinliği birleştirerek sade ve zarif lüksün mükemmel uyumunu hayata geçiren Gökçe'nin yeni koleksiyonu 'Trans' 2013 İlkbahar/Yaz modasının izlerini taşıyor.

Yün, ipek ve pamuk karışımı kumaşların, kılıç desenleriyle ve yine kılıç ve gürs gibi metal aksesuarlarla harmanlandığı koleksiyonda ana renkleri ise ekru, gri ve ten rengi tercih edildi.

Coşkulu bir trans hali

Türkiye'den Sema Şimşek, Selda Car, Ömer Seval'in aralarında olduğu 5 Türk modelin de yer aldığı Fas defilesinin koreografisini Bilge Tuğsuz, ışık tasarımını Ertan Çelikler, müziklerini ise Can Hatipoğlu yaptı.



7'ncisi düzenlenen Casablanca Fashion Week'e Hatice Gökçe 12 kişilik bir ekip ile katıldı. Gökçe, Fas'tan yaklaşık 1 ay önce 'Trans' koleksiyonunu 10-13 Ekim 2012 tarihleri arasında gerçekleştiren İstanbul Fashion Week'te ilk kez görücüye çıkmış ve büyük beğeni toplamıştı. Koleksiyonunu coşkulu bir trans olma halinden yola çıkarak hazırladığını belirten Gökçe, IFW ile ilgili düşüncelerini şöyle açıklamıştı: "Türk moda tasarımcılarının son yirmi yıldır sergilediği yoğun çabalar sonunda meyvelerini vermeye başladı. Nihayet, İstanbul'un modayı devşiren değil; yaratan bir kent olarak dünya moda gündeminde belirmesine şahit olmaya başladık.



www.tuyap.com.tr



ifexpo

10. Uluslararası
İstanbul

Çorap İç Giyim Fuarı

31 Ocak - 2 Şubat 2013



www.ifexpo.com



İSTANBUL



TÜYAP FUAR VE KONGRE MERKEZİ

Büyükkçekmece, İstanbul / Türkiye

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

SEKTÖR

İTHİB'İN SEKTÖRÜN GELECEĞİNİ BELİRLEYECEK FİRMALARI BULUŞTURDUĞU "ORTAK AKIL TOPLANTILARI" NIN ÜÇÜNCÜSÜ, 1 ARALIK'TA GERÇEKLEŞTİ. TOPLANTIDA, TEKSTİLİN GELECEĞİNE İLİŞKİN KONULAR DETAYLI BİR ŞEKİLDE GÖRÜŞÜLME İMKANI BULDU.



TEKSTİLCİLER "ORTAK AKIL" DA BULUŞTU

Tekstil sektöründeki firmaların birbirleriyle iletişim kurması ve birbirlerini daha yakından tanıyıp sorunlarını dile getirmeleri için İTHİB tarafından organize edilen "Ortak Akıl Toplantıları"nın üçüncüsü 1 Aralık Cumartesi günü Kaşibeyaz Restaurant'ta gerçekleşti. Sektörün geleceğini belirleyen tekstil firmaları ve İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri'nin bir araya geldiği "Ortak Akıl Toplantı"nda sektörde son dönemde yaşanan gelişmeleri, projelerin geldiği güncel durum ve sektörü yakından ilgilendiren konular ele alındı. Toplantıda sektörün 2012 yılı performansını ele alan İTHİB Başkanı İsmail Güllü, 2012 yılı içerisinde Birlik olarak yaptıkları etkinlik ve fuarlara ilişkin bilgiler aktararak, gelecek dönemde yapacakları çalışmalar hakkında açıklamada bulundu.

Çin'in tercihi artık kaliteden yana

2012 AB ülkelerinde yaşanan ekonomik durgunluğun ihracatta olumsuz yansıdığını istatistikler ile ortaya koyan Güllü, ithalatta alınan korunma önlemlerinin de etkisiyle 2011 yılının ortalarından itibaren ithalatta düşüş meydana geldiğini ve 2012 yılının

son Ağustos ve Eylül aylarında ithalatın düşüş seyrinin azaldığını belirtti. 2012 yılı Ocak-Ekim döneminde, tekstil ihracatının AB ülkelerindeki ekonomik gelişmelerden olumsuz etkilendiğini belirten Güllü, pamuk fiyatlarına bağlı olarak birim ihracat fiyatları azaldığından değer bazındaki düşüşe rağmen miktar bazında ihracatın da arttığına değindi.

Sektörü karalama çabalarına yanıt

Hollanda'da yayımlanan bir haberde Türkiye'de üretilen bazı malların üretim sürecinde çocuk işçiler çalıştırıldığının iddia edildiğini belirten İTHİB Başkanı Güllü, iddiaların sektörü karalamaya yönelik olduğuna dikkat çekti. Türkiye'de çalışma mevzuatının Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) normlarına göre yapılandırılmış olduğunu belirten Güllü, "Uluslararası çalışan firmalarımız alıcı firmalarca zaten denetime tabi tutularak, her süreç kontrol ediliyor. Özellikle pamuk toplayıcılığında çocuk işçilerin çalıştırıldığı iddia ediliyor. Oysa pamuk hasadının makineler ile yapılması daha ekonomik bir yöntem. Bu durum da iddiaların ne kadar temelsiz olduğunu ortaya koyuyor.



Ayrıca Greenpeace tarafından hazırlanan bir raporda ülkemizin de içinde olduğu bazı tedarikçilerin menşeli ürünlerinde zararlı kimyasallara rastlandığı belirtilmekte. Oysa Türkiye'de 1995 yılından itibaren zararlı kimyasallar ve azo boyarların kullanımı yasaklanmış durumda. Birçok firmamız tarafından kendi laboratuvarlarında ürünlerin analizi söz konusu ve ürün denetimleri uluslararası alıcıların kuralları doğrultusunda yapılıyor" dedi.

Üniversite-Sanayi işbirliği tam gaz

İTHİB'in İstanbul Aydın Üniversitesi ile birlikte gerçekleştirdiği Uluslararası Pazarlama Bölümü öğrencilerinin sektörde istihdam edilmesine yönelik projeye de değinen Güllü, bu öğrencilerden 20'sinin firmalarda haftada 5 gün çalışmaya başlayacaklarını belirtti. Toplantıda Aydın Üniversitesi'nden Yrd. Doç. Dr. Ali İhsan Özeroglu ve Türkiye Ev Tekstili ve Sanayiciler ve İşadamları Derneği Başkan Yardımcısı Ali Sami Aydın'da görüşlerini aktardı.



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



EMPAS
EMPRIME

Empaş Emprime'yi sektörde bir adım önde tutan,
Rakipleri arasında FARK YARATAN unsurlar:

Hizmet Çeşitliliği, Kalite Anlayışı,
Müşterilerine gösterdiği ilgi ve hizmet kalitesi,
Gelişim ve yeniliklere ayak uydurması,
Bilgi ve Teknolojiyi en iyi şekilde kullanması,
Çevreye ve Doğaya olan saygı ve sevgisi, vb...

SGIA



PARÇA BASKI YARIŞMASINDA
DÜNYA BİRİNCİSİ

Empaş Emprime Tekstil San. Ltd. Şti.

Bağlar Mah. Atatürk Cad. Nergiz Sk. No: 11 GÜNEŞLİ -BAĞCILAR / İST.

Tel : 0 212 489 17 27 Fax : 0 212 489 17 26

e mail: empas@empasnet.com

www.empasemprime.com.tr

2012

2012 Specialty Printing & Imaging Technology

SGIA EXPO

Las Vegas, NV . October 18-20, 2012

EMPAŞ
EMPRİME

PARÇA BASKI YARIŞMASINDA

✓ **DÜNYA BİRİNCİSİ**

✓ **Category 13. Piece Goods Dünya 1. si, dünya 2. si, dünya 3. sü**

✓ **Category 39. Flocked Products Dünya 3. lüğü ve Onur Ödülü**



Honorable Mention
2012 Golden Image Competition
SGIA Recognizes
Empas Emprime

Category

Dünyaya "BASKI" Yapıyoruz

1984 yılında atılan EMPAŞ EMPRİME 28 yılı aşkın süredir, değişimin hep bir adım önünde giderek sadece Türkiye' nin değil dünyanın en büyük ve başarılı firmalarından biri olmuştur.

Uluslararası standartlara uyum ve sürekli gelişim amacını gözeterek EMPAŞ EMPRİME yakaladığı başarıyı yarınlarada taşımak amacı ile sürekli kendini geliştirmeye çalışmaktadır.

Empaş Emprime Tekstil San. Ltd. Şti.

Bağlar Mah. Atatürk Cad. Nergiz Sk. No: 11 GÜNEŞLİ -BAĞCILAR / İST.

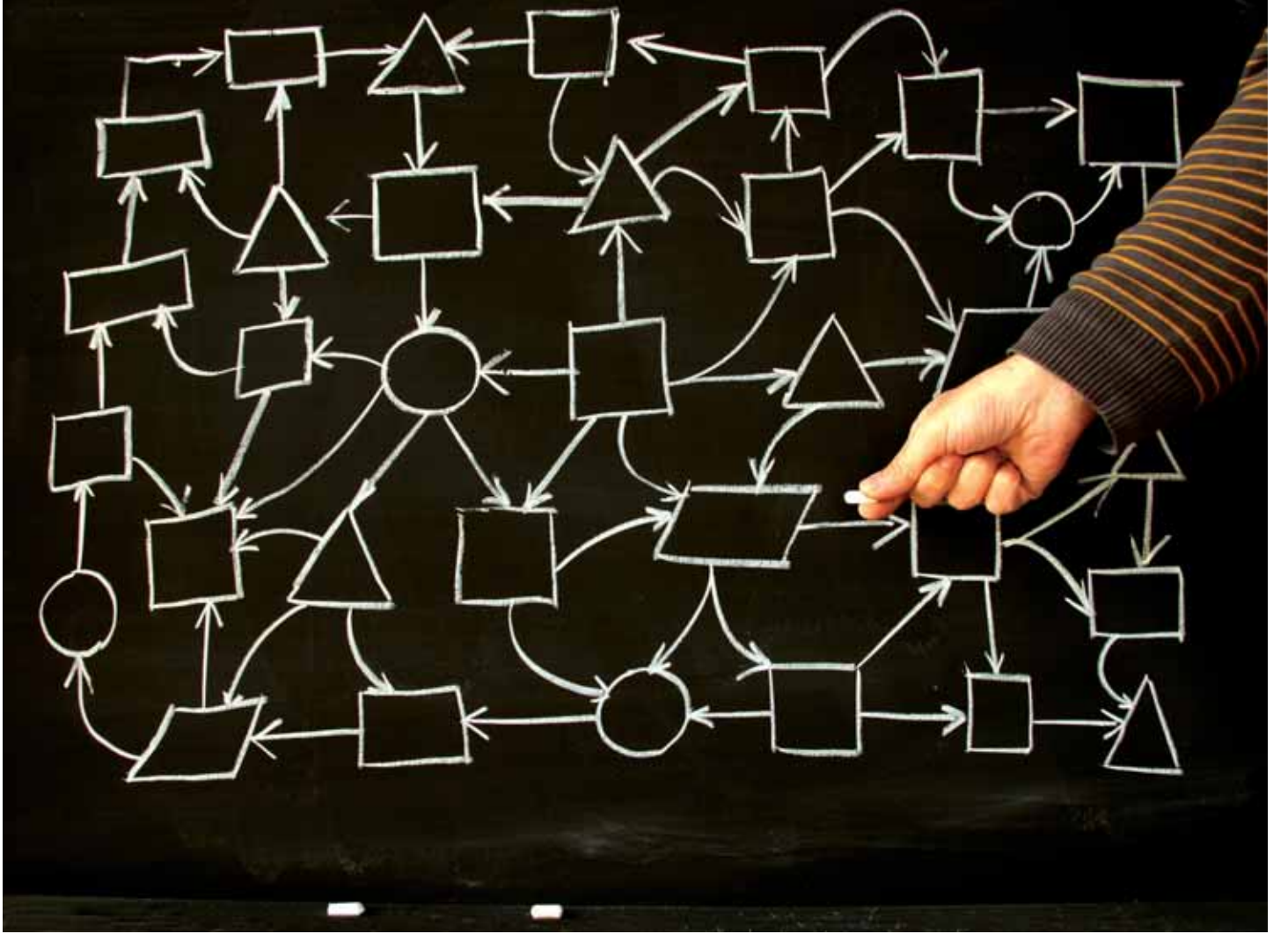
Tel: 0 212 489 17 27 Fax: 0 212 489 17 26

e mail: empas@empasnet.com

www.empasemprime.com.tr

SEKTÖR

HAZIR GİYİM DÜNYASININ LİDERLERİ, 22 KASIM TARİHİNDE YAPILAN "HAZIR GİYİM SEKTÖR KURULU TOPLANTISI" İLE İSTANBUL'DA BİR ARAYA GELDİ. SEKTÖRDEKİ GELİŞMELERİN ELE ALINDIĞI TOPLANTIDA, SEKTÖRE DAİR YENİ PROJELER DE GÜNDEME TAŞINDI.



HAZIR GİYİM 2023'E "KÜMELENME" İLE YÜRÜYECEK

Belirli aralıklara hazır giyim sektöründeki konuların detaylı bir şekilde görüşüldüğü "Hazır Giyim Sektör Kurulu Toplantısı", 22 Kasım 2012 tarihinde Beyti Restorant'ta gerçekleşti. Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri Sektör Kurulu Başkanı ve İHKİB Başkan Yardımcısı Ahmet Akbalık başkanlığında yapılan toplantıya, İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Tanrıverdi, Denizli İhracatçılar Birliği Başkanı Süleyman Kocaseri, Ege

Hazır giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkanı Emre Kızıl güneşler, Akdeniz Hazır giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkanı Hayri Uğur, Uludağ Hazır giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkanı Şenol Şenkaya ve Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği Başkanı Cem Negrin, İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri Mustafa Gültepe, Ömer Faruk Kavurmacı, Fatih Yarkın, İTKİB Genel Sekreteri Cumhur İşbirakmaz ve İTKİB Genel Sekreter Yardımcısı Cemal

Bayazıt katıldı. Hazır giyim liderlerini bir araya getiren zirvede, sektörün gündemini son dönemde meşgul eden konuların yanı sıra gelecek projeler ve kümelenme modeli detaylı olarak ele alındı. Kurul'un gündeminde bulunan yeni yatırım projelerini katılımcılara aktaran Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri Sektör Kurulu Başkanı ve İHKİB Başkan Yardımcısı Ahmet Akbalık, toplantıda Kurul'un yükselme stratejilerini de basın mensupları ile paylaştı.



Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri Sektör Kurulu Başkanı ve İHKİB Başkan Yardımcısı Ahmet Akbalık başkanlığında gerçekleşen Sektör Kurulu Toplantısı'na, hazır giyim birlik başkanlarının yanında çok sayıda isim katıldı.

Hazır giyim bir üst klasmanda

Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri Sektör Kurulu Başkanı Ahmet Akbalık, sektörün bir üst klasmana yükseldiğini, Avrupa'nın A ve A+ alıcılarına satış yaptığını söyledi. Akbalık, "Türkiye artık ucuz mal satan ülke değil. Rakiplerimizin 2-3 katı fiyatla satış yapıyoruz" dedi. Daha fazla ihracat için daha fazla üretim yapmak gerektiğini belirten Ahmet Akbalık, yeni yatırımları 6. Bölge olarak adlandırılan gelişmemiş yörelere yönlendirdiklerini bildirdi. Akbalık, yeni yatırımların "kümelenme" adını verdikleri proje çerçevesinde gerçekleştirileceğini açıkladı.

"Marka üretiyor, tasarım satıyoruz"

Sektörün 16 milyar dolar ihracat yaptığını, bunun karşılığında da 3 milyar dolarlık ithalatı olduğuna işaret eden Akbalık, "13 milyar dolarlık artışı olan net ihracatçı bir sektörüz. Cari açığın, ödemeler dengesinin gündemde olduğu bir dönemde bunun önemine işaret etmek istiyorum" dedi. Sektörün son 10 yıl içinde kabuk değiştiğini, Türkiye'nin artık ucuz mal üreten ülke olmadığını anlatan Ahmet Akbalık,

şöyle konuştu: "Düşük fiyatlarla satış yapan küresel markalar Türkiye'den çekilerek, Uzakdoğu'ya gitti. Türkiye artık A ve A+ alıcı grubuna mal satan küresel markalarla işbirliği yapıyor. Tasarımlı, markalı ürünlerin üretimi yapılıyor. Marka üretiyor, tasarım satıyoruz."

"Yeni bir yatırım hamlesi içindeyiz"

Bundan 10 yıl öncesine kadar bir kilogram hazır giyim ürünününün 10-15 dolara satıldığına işaret eden Akbalık, "Artık bu rakam 25 dolar seviyesine çıktı. Söz konusu rakam, rakiplerimizin fiyatlarının 2-3 katı üzerinde" dedi.

Uluslararası pazarlarda rekabet koşullarının ağırlaştığını, özellikle kriz içindeki Avrupa ülkelerinde tüketicinin satın alma gücünün düştüğünü anlatan Ahmet Akbalık, konuşmasını şöyle sürdürdü: "Hazır giyim ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri Sektör Kurulu olarak; yeni açılımlar yapmak ve yeni projelerle sektörün önünü açmak için çalışıyoruz. İhracatımızı daha fazla artırabilmek için, daha fazla üretim yapmalıyız. Şimdi bunun için çalışıyor, projeler üretiyoruz. İhracatımızı daha fazla artırabilmenin yolu; üretim artışından ve rekabet gücüne sahip

olmaktan geçiyor." Bunu sağlayabilmek için yeni bir yatırım hamlesi içinde olduklarını belirten Akbalık, "Yeni teşvik paketi çerçevesinde beklentilerimizin karşılanması ve projelerimizin gerçekleştirilmesi ile yeni bir yükselişe geçeceğiz. Son dönemde sektör kurulumuzca gerçekleştirilen çalışmalar sonucunda iki önemli projemiz kabul gördü. Hükümetimiz ve ilgili bürokratlarımız ile yapılan görüşmeler ve taleplerimiz sonucunda; yeni teşvik paketi çerçevesindeki sıfır bina zorunluluğu kaldırıldı. Dolayısıyla yeni yatırımların önü daha fazla açıldı. Çalışmalarımız elbette ki bununla bitmedi. Teşvikli yatırımlarda işveren payının devlet tarafından karşılanmasıyla ilgili süre uzatılması talebimiz de kabul gördü" diye konuştu.

6. Bölge için yeni model

Sektör kurulu tarafından hazırlanan bu iki projenin kabul edilmesi ile 6. Bölge olarak adlandırılan gelişmemiş bölgelere yatırımın cazip hale geldiğini, alınan kararların sektörün yatırım girişimlerine pozitif etki edeceğini anlatan Akbalık, "Bütün bu girişimlerimiz sırasında görüşlerimizi dinleyen, taleplerimizi karşılayan Başbakan Yardımcımız Ali Babacan ile Ekonomi Bakanımız Zafer Çağlayan'a teşekkür ediyoruz" şeklinde konuştu.

SEKTÖR

BÜYÜK ÖLÇEKLİ SANAYİ YATIRIMI İLE YAN SANAYİYİ AYNI YERDE BULUŞTURMAYI HEDEFLEYEN KÜMELENME PROJESİ, BİR ÜRÜNÜN, FARKLI ÖZELLİKLERİNİN TAMAMLANMASI İÇİN ŞEHİR ŞEHİR GEZMESİNİN ÖNÜNE GEÇMİŞ OLACAK.



HİKMET TANRIVERDİ
İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı

Kümelenme modelinde hazır giyim üreticilerinin yanı sıra yan sanayicileri de bu çalışmaya dahil etmeyi planlıyoruz. Bu çalışmaya diğer ihracatçı birliklerimiz de ilgi ile yaklaşıyorlar.

Yeni teşvik paketinin söz konusu bölgelerde yatırımlara hız vereceğini belirten Akbalık, ancak sektörel bazda bazı düzenlemeler yapılması gerektiğini ifade etti.

Akbalık, "Teşvik paketi kapsamında sektörün beklentileri doğrultusunda yeni düzenlemeler de talep ediyoruz. Hazırladığımız projeleri ilgili bakanlıklarımıza sunduk. Sektörün beklentilerinin daha önce olduğu gibi kabul göreceğini umuyoruz" diye konuştu.

İhracatçılar kümelenmeden umutlu

Yeni teşvik sistemi ile birlikte hazır giyim sektörü olarak yatırım yapmak için çalışmalarını yoğunlaştırdıklarını belirten İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, bu çerçevede yeni bir kümelenme modeli üzerinde çalıştıklarını ifade etti.

Bu model çerçevesinde doğalgazdan suya tüm altyapısı hazır olan fabrikaların, yatırımlarını teşvikli bölgelere taşımak isteyenlere kira öder gibi 5 yılda ödeme fırsatıyla sunulacağını belirten Tanrıverdi, "Bunun için ilk önce yer tespiti için çalışmalar yapılması gerekiyor. Bu konuda 3 il üzerinde duruyo-

ruz. Bu çalışmanın ilk olarak Şanlıurfa'da gerçekleştirilmesi gündemde. Oluşturulacak modelde hazır giyim üreticilerinin yanı sıra yan sanayicilerin de bu çalışmaya dahil edilmesini planlıyoruz. Bu çalışmaya diğer ihracatçı birliklerimizde ilgi ile yaklaşıyorlar" dedi.

Kümelenme yatırım çekecek

Toplantıda 6. Bölge'ye yatırım için hazırladıkları "Kümelenme" projesini açıklayan Akbalık, Akbalık şöyle konuştu; "Projemizin adı kümelenme. Söz konusu çalışma, hükümetimizin uygulamaya koyduğu yeni teşvik sistemi çerçevesinde hazırlanmış bir proje. Kümelenme olarak adlandırdığımız proje, büyük yatırımcı ile yan sanayiyi bir araya getirmeyi amaçlıyor. Biliyorsunuz, büyük sanayi yatırımları olmadan KOBİ'lerin gelişmesi ve KOBİ ölçeğindeki yatırımların ortaya çıkması oldukça güç. Aynı şekilde yan sanayi olmayan yani KOBİ'lerin olmadığı yere büyük ölçekli yatırım yapmak da mümkün değil. Kümelenme projemiz, büyük ölçekli sanayi yatırımı ile yan sanayiyi aynı yerde buluşturmayı hedefliyor. Bu sayede de bir ürün, farklı özelliklerinin tamamlanması için şehir şehir gezmemiş olacak." Akbalık kümelenmenin yatırımcıya, ekonomiye ve ülkeye sağlayacağı avantajları ve projenin yararlarını da şöyle anlattı; "Kümelenme, ekonomiye ve insanımıza sayısız avantajlar sunacak. Kümelenme ile işler daha hızlı sonuçlanacak ve üretim sürecinin kontrolü kolaylaşmış olacak. Kümelenme içinde yatırım yapan küçük girişimci ve fason üreticiler sürdürülebilir iş garantisine sahip olacak. Aynı zamanda istihdam artışı sağlanacak ve üretimde kalite ve standartları yakalamak daha kolay hale gelecek."

5 OSB ile görüşülüyor

Kümelenme projesi ile ilgili olarak 6. Bölge'de bulunan 5 ayrı OSB ile görüştüklerini bildiren Akbalık, "Şartları sektöre en uygun olacak yerle anlaşacaklarını" söyledi. Kümelenmiş yatırım modelinin ilk olarak 6. Bölge'de uygulanacağını belirten Akbalık, şöyle konuştu: "Bu konudaki girişimleri başlattık. Sıfır maliyetle veya çok düşük maliyetle alacağımız yerlerde, yatırımcıya tüm altyapı hizmetleri tamamlanmış alanları



AHMET AKBALIK / Hazır giyim ve Konf. İhracatçı. Bir. Sek. Kur. Başkanı

Kümelenme modeli ile 6. Bölge'de sıfır maliyetle veya çok düşük maliyetle alacağımız yerlerde, yatırımcıya altyapı hizmetleri tamamlanmış alanlar sunacağız. Yatırımcı, kira öder gibi yer sahibi olacak.

sunacağız. Yatırımcı, adeta kira öder gibi yer sahibi olacak. Bu proje, teşvikler açıklandıktan sonra, ortaya konulan ilk büyük ciddi yatırım projesidir. Bunlar yatırım hamleleridir. Hazır giyim ve konfeksiyon sektörü, her zaman öncü olmuştur, olmaya da devam edecektir."

Sektör Kurulu Başkanı Ahmet Akbalık, TİM Yönetim Kurulu toplantısında tekstil sektör temsilcileri ile yapılan görüşmeler hakkında da bilgi verdi. Ayrıca; DİR Değerlendirme Kurulu'nda, TOBB heyetinin talep ettiği "Ayniyat Tespiti" uygulamasının TİM'in onayı olmadan yürürlüğe girmemesi yönünde ilke kararı alındığını vurgulayarak, konunun TİM nezdinde değerlendirileceğini belirtti. Sektör Kurulu olarak, gümrük idarelerinde ayniyat işlemini yapacak derecede uzmanlaşmış personel sayısının yetersiz olduğu, gümrük idarelerinin fiziki ve teknik olarak bu uygulamaya müsait olmadığı, gümrük laboratuvarlarına sevk edilebilen bu tür işlemlerin ilave maliyet ile ihracat işleminde gecikmelere yol açabildiği, dolayısı ile firmaların mağdur edeceği bilgisi de göz önünde bulundurularak, "Ayniyat Tespiti" uygulamasının tamamen kaldırılması gerektiği

kanaatine varılmış olup bu görüşün kurul toplantısını müteakip tekstil ve hazır giyim birlik başkanlarının yapacakları toplantıda değerlendirilmesine karar verildi.

10. Kalkınma Planı Tekstil, Deri, Giyim Çalışma Grubu çalışmaları hakkında İTKİB Ar-Ge ve Mevzuat Şubesi tarafından bilginin de verildiği toplantıda, AB Tekstil ve Konfeksiyon pazarındaki gelişmeler raporu hakkında yine İTKİB Ar-Ge ve Mevzuat Şubesi'nin hazırladığı rapor eşliğinde bilgi aktarıldı. AB'nin, Pakistan'a uyguladığı gümrük vergisi muafiyetinin yürürlüğe girmesi konusuna da değinilen toplantıda, söz konusu muafiyetin bir yıllık bir süreyi kapsamaması nedeni ile AB'ye yönelik sektör ihracatının olumsuz etkilenmesinin beklenmediği vurgulandı.

Zararlı kimyasallara yönelik çalışma yapılacak

Greenpeace örgütünün "Zehirli Giysiler: Modada Büyük Hile" adı altında moda sektöründe üretilen ürünlerde kullanılan zararlı kimyasalları ortaya koymayı amaçladığı rapor da toplantıda konuşulan madde-lerden biri oldu. Toplantıda, dünyaca ünlü



markalara üretim yapan firmaların ürettiği Türkiye menşeli ürünlerde de söz konusu zararlı kimyasalların çıkmasının sektör adına olumsuz bir gelişme olduğu belirtildi. Toplantıda, İTKİB koordinasyonunda raporda belirtilen firmaların piyasada satılan eşyalarda kullanılan zararlı kimyasalların tespit edilmesine yönelik ileri tarihlerde yurt dışında belirli merkezlerden olmak üzere, raporda belirtilen dünyaca ünlü markaların Türk menşeli ve diğer menşeli ürünlerinden gözetim şirketi marifetiyle numune alınmasına karar verildi. Söz konusu

numunelerin zararlı kimyasal madde içerip içermediğine ilişkin Ekoteks ile uluslararası akreditasyon sahibi diğer laboratuvarların bazılarında test ettirilmesine, sonuçlarına ilişkin ayrıntılı rapor hazırlanmasına ve konunun bir sonraki toplantıda değerlendirilmesine karar verildi. Ayrıca, tekstil ve hazır giyim sektöründe kullanılan zararlı kimyasallara ilişkin yapılacak kontrollerin standart bir yapıya kavuşturulması için EUROTEx nezdinde girişimde bulunulmasını teminen temsilcilere bilgi verilmesine karar verildi.



Hazır giyim liderlerini bir araya getiren zirvede, sektörün gündemini son dönemde meşgul eden konuların yanı sıra gelecek projeler ve "kümelenme modeli" detaylı olarak ele alındı.

SEKTÖR

SON YILLARDA FİRMALARIN YILLIK PLANLARINDA BÜYÜK PAYLAR ALMAYA BAŞLAYAN TEKNİK TEKSTİL İSTANBUL'DA TARTIŞILDI. RITZ CARLTON HOTEL'DE DÜZENLENEN KONGREDE TEKNİK TEKSTİLİN GELECEĞİ MASAYA YATIRILDI.



TEKNİK TEKSTİL GELECEĞE GÖZ KIRPIYOR

'Teknik Tekstillerin Geleceği Kongresi' 16 Kasım 2012 tarihinde İstanbul Ritz-Carlton Otelinde yerli ve yabancı yaklaşık 300 sektör temsilcisinin katılımıyla gerçekleştirildi. Türkiye Tekstil Sanayi İşverenleri Sendikası'nın, Avrupa Tekstil ve Hazır Giyim Konfederasyonu (Euratex) ile birlikte düzenlediği kongrede kullanım alanı tıbbi ameliyatlardan havacılık ve inşaat sektörüne kadar farklı segmentlere ulaşan tekstil sektörü, geleceğin tekstilden ibaret olacağı inancını peçinledi.

Kongreye katılım gösteren 300 kişi arasında Euratex Yönetim Kurulu Üyeleri'nin yanı sıra AB'nin ve Türkiye'nin önde gelen tekstil, konfeksiyon üreticileri, kullanıcıları, bakanlık yetkilileri, ihracatçı birlikleri, akademisyenler ile çeşitli kamu kurumları yetkilileri yer aldı.

Ayrıca kongrenin düzenlendiği alanda firmaların stantları yer aldı. Bilgilendirme ve tanıtım amaçlı kurulan stantlar yabancı firmalar tarafından da ilgi gördü. Tüm gün boyunca devam eden kongrede Türkiye Tekstil Sana-

yi İşverenleri Sendikası tarafından düzenlenen 'İnovasyon Yarışması'nda dereceye giren finalistler de açıklanarak ödülleri verildi.

Kongrenin bir gün öncesinde ise Türk ve Fransız firmalar ikili görüşmelerde bulundu. İTHİB ve Union des Industries Textiles (UIT) işbirliğinde gerçekleşen 'Fransa Alm

Heyeti Programı'na Fransa'nın teknik tekstilde en bilinen firmaları katıldı. Aralarında Euratex Başkan Yardımcısı Serge Piolat'ın Schappe Techniques firmasını temsilen katıldığı ikili görüşmelerden yerli ve yabancı tüm firmalar teknik tekstili kapsayan tüm konularla ilgili fikir alışverişinde bulundu.



Kongre, yenilikçi, farklı, özgün projelerin inovatif ürün haline getirilmesi amacıyla düzenlenen "İnovasyon Yarışması"nın ödül törenine de ev sahipliği yaptı.

%40

BİRÇOK ALANDA KENDİNE KULLANIM ALANI BULAN, ÖZELLİKLE DE HAVACILIK, SAĞLIK VE ENERJİ SEKTÖRLERİNDE GİDEREK DAHA YAYGIN KULLANILMAYA BAŞLANAN TEKNİK TEKSTİLİN SEKTÖRDEKİ PAYI YÜZDE 40'LARA KADAR ULAŞTI.

“Tekstil dünyası kalıcı olacaktır”

Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası Yönetim Kurulu Başkanı Halit Narin ve Euratex Başkanı Alberto Paccanelli'nin açılış konuşmalarıyla başlayan “Teknik Tekstillerin Geleceği Kongresi”nde Narin, teknik tekstil alanında başarı için kurumlar arasındaki işbirliğinin önemine dikkat çekti.

Hükümetler ve sınırlar arasındaki rekabetten korkulmaması gerektiğini söyleyen Narin, böylece daha geniş ve daha güçlü bir tekstil dünyası oluşturulabileceğini ifade etti. Narin, “Bununla birlikte huzurlu bir milletler topluluğunun yaratılmasına katkımız olacaktır. Bizler gelip geçiciyiz, ama arkamızda bırakacağımız tekstil dünyası kalıcı olacaktır” diye konuştu.

Kongrede konuşan yerli ve yabancı sektör temsilcileri insan hayatında tekstilin daha da önem kazanacağını ortaya koyarak, sektördeki payı yüzde 40'lara ulaşan teknik tekstilin, havacılık, sağlık ve enerji sektörlerinde giderek daha yaygın kullanılmaya başladığını vurguladı.

Toplantıda konuşan Euratex Başkanı Alberto Paccanelli, teknik tekstilin son yıllarda önemli bir atılım gösterdiğine dikkat çekerek, bu alandaki teknoloji ve Ar-Ge çalışmalarının arttığını söyledi. Paccanelli, günlük yaşamda çevreci, sağlık ve ekonomik sebeplerden dolayı tekstil ürünlerinin



Kongrede, İTÜ Tekstil Teknolojileri ve Tasarım Fakültesi Tekstil Geliştirme ve Pazarlama Programı Koordinatörü Prof. Dr. Bülent Özipek de konuşmacı olarak yer aldı.

metal ürünlere tercih edilmeye başlandığını belirtti. “İnşaat, sağlık, ulaştırma, enerji gibi alanlarda tekstil ürünlerinin kullanımı her geçen gün artıyor. Fonksiyonellik, esneklik, düşük maliyet ve sürdürülebilirlik bu kullanımın artmasındaki önemli etkenler arasında. Teknik tekstil bu anlamda büyük yer kaplıyor ve giderek önemli hale geliyor. Bu alanda teknoloji geliyor ve inovatif haberler ön plana çıkmaya başladı. Teknik tekstilin sektördeki kullanım oranı yüzde 40'lara kadar çıktı. Havacılıkta uçaklarda ve enerji sektöründe rüzgar türbinlerinde teknik tekstil ürünleri çok kullanılıyor” diye konuşan Paccanelli'nin ardından pek çok sektör temsilcisi gün boyunca sunumlarını yaparak katılımcıları teknik tekstil konusunda bilgilendirdi.

Duayenler teknik tekstili anlattı

Kongrede yer alan “Global Teknik Tekstil Pazarı Mevcut Durum/Trendler” başlıklı oturumda, Heimbach GmbH CEO'su Klaus Huneke, Gherzi Yönetici Ortağı Giuseppe Gherzi, Denkendorf Enstitüsü Araştırma Bölüm Başkanı Thomas Stegmaier konuşmacı olarak yer aldı.

“AB Teknoloji Politikaları ve Teknik Tekstillerle Bakış/Horizon 2020” konulu oturumun konuşmacıları ise AB Komisyonu Araştırma ve İnovasyon Genel Müdürü John Cleuren, Euratex Ar-Ge ve İnovasyon Müdürü Lutz Walter, İstanbul Teknik Üniversitesi Tekstil Teknolojileri ve Tasarım Fakültesi'nden Prof. Dr. Bülent Özipek'ten oluştu. Kongrenin öğ-



Türkiye'den aralarında Bossa, Öztekt Tekstil, Aksa Akrilik ve Altınyıldız gibi 17 firmayla ikili görüşmelerde bulunan Fransa Alım Heyeti'ne Euratex Başkan Yardımcısı Sergei Piolat, Schappe Techniques firmasını temsilen katıldı.

SEKTÖR

leden sonra yapılan “Farklı Sanayi Kolları İçin Yeni Tekstil Ürünleri” ve “Teknik Tekstiller ve Değişen Yaşam Tarzı” başlıklı oturumlarında da yerli ve yabancı pek çok uzman, konuşmacı olarak yer aldı.

Kongrede kapsamında düzenlenen İnovasyon Yarışması'nda konuşan Türkiye Tekstil Sanayii

İşverenleri Sendikası Yönetim Kurulu Başkanı Halit Narin, tekstilde başarılı projelere finansman sözü verdi. Narin, “Teknik tekstil önü çok açık bir sektör. Bu alandaki her türlü teknolojik ve bilimsel çalışmayı destekliyoruz. Proje gerçekleştiren öğrencilerimize ve öğretim görevlilerimize finansman sözü veriyoruz”

dedi. Yarışmada Avrupa'da sadece 2 ülkenin ürettiği Prototip Floklama Makinesi Tasarımı, İmalatı ve Flok İplik Üretimi Projesi” ile Uludağ Üniversitesi'nden Prof. Dr. Özcan Özdemir başkanlığındaki ekip birinci olurken, ikinciliği, Prof. Dr. Hüseyin Aksel Eren, üçüncülük ödülünü ise Çağlar Sivri elde etti.



TAMER PALA
İTHİB Başkan Yardımcısı

Büyüdüğümüzün farkına vardık

Euratex'in Brüksel'de yapılan Genel Kurul Toplantısı'nda biz de yer almıştık. Toplantının gündem maddesi dünyadaki teknik tekstillerdi. Orada Euratex'e üye tüm firmaların teknik tekstile yöneldiğini fark ettik. Sonucunda İTHİB olarak Union des Industries Textiles (UIT) ile el ele verip teknik tekstile dair Türk ve Fransız firmalarına B2B görüşmeler gerçekleştirecekleri bir etkinlik sağladık. Türkiye'nin teknik tekstile ciddi yatırım yapmış olan önemli Türk firmaları görüşmelere geldiler ve bu durumdan biz de İTHİB olarak gurur duyduk. Euratex Başkan Yardımcısı Serge Piolat bu görüşmelerden ve Türk firmalarımızın kalitesinden çok memnun kaldığını belirtti. Önümüzdeki dönemlerde ikili görüşmeleri aynı işbirliğiyle daha kapsamlı bir şekilde gerçekleştirmeyi düşünüyoruz.

Teknik tekstile çok yakın değiliz, ama...

ZAFER BOZDAĞ

Bossa A.Ş / Denim ve Spor Giyim Ar-Ge Md.



İTHİB ile UIT işbirliğiyle düzenlenen ikili görüşmelerde biz özellikle performans yüksek kumaşlarla ilgilendiğimiz için firmalarla tedarik konusunda görüşmeler gerçekleştirdik. Bunun yanı sıra sektörde bu anlamda neler olup bittiğini takip etmek, gözlemlemek amacıyla burada bulduk. Bossa olarak teknik tekstile çok yakın bir yerde değiliz ancak denim gözüyle bakıldığında kullanılabilecek birkaç detay fark ettim. İkili görüşmeler sektör için faydalı girişimlerdir. Biz daha çok teknik tekstil çıktıları ile ilgilenmekteyiz. Ben önümüzdeki dönemlerde trendlerden özellikle denim performansının önemli olacağını öngörüyorum. Buna dayanarak teknik tekstil için üretilmiş elyaf veya ipliklerin kullanımı, kombinasyonu olabilir diye tahmin ediyorum.



MURAT ARIÖZ
Kipaş / Satış ve Pazarlama Grup Müdürü

Teknik tekstile yöneliyoruz

İkili görüşmeleri sektör için olumlu görüyorum. teknik tekstil, sektörü bir adım öne götürecek bir oluşum. Kipaş olarak bu etkinlikleri destekliyor ve katılım gösteriyoruz. İleriye dönük olarak üretimimizin belli bir kısmını teknik tekstile yöneltme konusunda yatırımlarımız devam etmekte. Türkiye'nin bu alanda uzun bir yolu var. Firmalar bu alanda yatırım yapmalı. İkili görüşmelerde Fransa'dan gelen firmalarla uzun soluklu görüşmeler gerçekleştirdik. Firmalarla iplik temini, vb. konularının yanı sıra başka hangi yönde yatırım yapabileceğimiz konusunda da faydalı toplantılar yaptık. Bu kapsamdaki görüşmeler sektöre her zaman verim katmaya devam edecektir.

Giyim sanattır. Kalem ile yazılır.

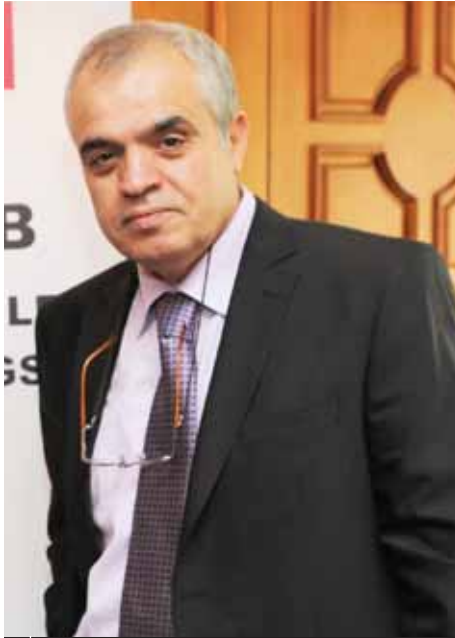


ŞİFON ve SATEN
kumaşların adresi

SEKTÖR

“Fransa ile işbirliği içinde olmalıyız”

İTHİB ve Union des Industries Textiles (UIT) işbirliğinde gerçekleşen “Fransa Alım Heyeti Programı” ise 15 Kasım’da gerçekleştirildi. Türkiye’den Bossa, Tepar Tekstil, Kipaş, Gentağ, Öztekt, Aksa gibi 17 firma Fransa’dan ti-



FARUK ÖZTEN
Gentağ Tekstil / Genel Müdürü

carı görüşmeler için gelen Schappe Techniques, SATAB, R STAT, TDV Industries ve Kermel firmaları ile birebir görüşme imkanı yakaladı. Aralarında Euratex Başkan Yardımcısı Serge Piolat’ın Schappe Techniques’i temsilen yer aldığı ikili görüşmelere İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala da katıldı. Pala, “Teknik Tekstilin Geleceği Kongresi”nin İstanbul’da

gerçekleşmesi kararının ardından Euratex’e bu etkinlikle eş zamanlı olarak firmalar arasında ikili görüşmeler sağlayacaklarına söz vermiş olduklarını söyledi. Türk teknik tekstilinin Fransa ile işbirliği içinde olması gerektiğini ifade eden Pala, bu alanda Türk firmalarını hem alıcı hem satıcı konumuna getirmeye çalıştıklarını belirtti.

Türkiye düşünme evresini geçti

Türkiye tekstilde düşünme evresini geçti, şu an başlangıç evresinde. Ar-Ge yatırımlarında yetersiz olduğu için hızlı ilerleyemiyoruz. Türkiye bugün karbonda Avrupa’nın merkezi olabilecek ülkelerden biri olma yolunda. Ancak bunu yapan firmalar bilgide eksiklikler yaşayınca yanında bir karbon vadisi yaratamıyor. Çünkü bu konuda sektörde yer alan firmalar birikimlerini kimseyle paylaşmıyor. Bilgi paylaşımının olmadan bilgilerin büyümeceği gerçeğine dayanarak böyle bir ortamda işi büyütür devam ettirmek zor oluyor. Bu Türkiye’nin en büyük sıkıntısı. Buradaki firmalarla önceden de tanışıyoruz, burada tekrar bir araya geldik. Firmalar ile görüşmelerimiz oldukça verimli geçti. Bu anlamda iyi bir organizasyon gerçekleştiğini söyleyebiliriz.

Yeni pazarlar doğuyor

CHRISTOPHE LAMBERT
TDV Industries / Ceo



Her şeyden önce Türk firma sahipleri ve yetkilileriyle tanışıp görüşerek çok da farklı amaçlarımız, işimiz, üretimimiz olmadığını fark ettik. Görüşmelerde gerçekten güzel bir sinerji oluştu ve organizasyon her iki taraf için de yararlı oldu. Teknik tekstil dünya pazarında devamlı bir gelişim gösteriyor. Her yerde farklı teknikler, fonksiyonlar inceliyoruz. Sadece tekstil değil, tekstilin aşamalarını da izliyorsunuz. Bu aşamalar gelişime ön ayak olmakla birlikte kısa sürede bir noktadan daha üst bir noktaya geliyor. Bu gelişmelerin olması tekstile değer katmakla birlikte yeni pazarlar doğuruyor. Yeni pazarların teknik tekstilin değerinin giderek artmasının bir göstergesi olduğunu düşünüyorum.



SÉBASTIEN CHAMBON
Schappe Techniques / Paz. Müdürü

Türkiye gelişmeye müsait

Avrupa’daki teknik tekstil şu anda sabitlenmiş durumda. Asya ülkelerinde oldukça büyük bir hızla geliyor olsa da, çizgisinin korunmasına ve sabitlenmeye ihtiyacı var. Bu da zamanla gerçekleşecek. Biz bütün dünya ile çalışıyoruz. Schappe olarak satışlarımızın yüzde 80’ini fuarlarda gerçekleştiriyoruz. Türkiye bizim için çok yeni bir pazar. Bizim için burada bulunmak önemli. Çünkü Türkiye Avrupa’nın temel konferans alanlarından biri halinde ve ayrıca gelişmeye müsait bir konumda. Türk firmalarla tanışmak ve pazarı daha iyi tanımak teknik tekstili tartışabilmek ve sonraki aşamalara geçmek adına oldukça önemli. Türkiye’nin üretim tarafının güçlü olması ile de ayrıca ilgileniyoruz.



www.modateks.com.tr

MODATEKS



Beşyol Mah. Birlik Cad. 4/6 E-5 üzeri
Sefaköy - Küçükçekmece - İSTANBUL

Tel: +90 212 540 12 67

Faks: +90 212 540 12 57

Mail: info@modateks.com.tr

İHKİB PROJELER



HAZIR GİYİMDE İŞGÜCÜ SEFERBERLİĞİ

İHKİB TARAFINDAN YÜRÜTÜLEN HAZIR GİYİM SERTİFİKASYON MERKEZİ (HSM) PROJESİ, HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜNÜN ÖNDE GELEN FİRMALARININ İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİCİLERİNE 30 EKİM'DE YAPILAN İŞ SÖZLEŞİŞİ İLE TANITILDI.

Nitelikli iş gücü bilgilerinin ölçülmesi ve belgelendirilmesi günümüzün önemli konularından birisi konumunda. Bu çerçevede hazır giyim sektörünün yetişmiş ve yetişmekte olan iş gücünün mesleki uzmanlıklarını belgelendirmek amacıyla İHKİB, Hazır Giyim Sertifikasyon Merkezi'ni (HSM) kurma projesini yürütüyor. Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından ortak fonlanan proje, "KİBİS"

(Katma Değer ve İstihdam Odaklı Belgeli İşgücü Seferberliği) çatı projesi altında, mesleki eğitimin sağlıklı bir yapıya kavuşturulmasını ve insan kaynakları birimleri ile çalışanların beklentileri arasında köprü oluşturulmasını hedefliyor. Proje; Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı otoritesi altında, Mesleki Yeterlilik Kurumu (MYK) koordinasyonunda, İHKİB tarafından yürütülüyor.

Dış Ticaret Kompleksi'nde 30 Kasım'da düzenlenen iş söyleşisinde, Hazır giyim Sertifikasyon Merkezi projesi ve gelinen aşamalar, İHKİB üyesi firmaların İnsan Kaynakları yöneticileri, akademisyenler ve öğrencilerle paylaşıldı. Şahinler Holding Kalite Yönetimi, Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Müdürü Nuray Aytaç ile Spring NE firması alım ofisi Genel Müdürü Esra Taşören'in konuk konuşmacı olarak katıldığı toplantıda, KİBİS Projesi Sistem Geliştirme Koordinatörü Şadiye Bayramıç tarafından Hazır giyim Sertifikasyon Merkezi'nin yapılanması, merkezin işleyişi, ölçme-değerlendirme yöntemleri ve sertifikasyon süreci konusunda katılımcılara detaylı bilgi verildi.

İş gücü sektör için hayati önemde

Dünya pazarlarında Türk hazır giyim sektörünün önemli üstünlükleri; hızlı, tasarım odaklı, esnek ve kaliteli servis ile coğrafi konumu olarak ele alınıyor. Türkiye ekonomisi açısından; istihdam, ihracat ve üretimde öncü bir sektör olan hazır giyim ve konfeksiyonun sürdürülebilirliği çok önemli görülüyor. Bu kapsamda hazır giyim geleceğe yönelik stratejisi; sektörü oluşturan yapı taşlarının sağlam ve entegre çalışması ile mümkün. Yapı taşlarının temel parçası ise işgücü. Sektörün teknolojik gelişimi, yeni pazarlara ve farklı beklentilere cevap verebilecek pozisyonda olması, pazarlama ve satın alma stratejileri gibi diğer sürdürülebilirlik unsurlarının uyumlu işlemesi açısından insan kaynakları çok önemli bir faktör. Bu nedenle, bireyin uyum, beceri ve yetkinliğinin ölçülmesi gerekliliğinden hareketle, Hazır Giyim Sertifikasyon Merkezi (HSM) yapılandırılmış durumda.



30 Kasım'da düzenlenen iş söyleşisinde, Hazır giyim Sertifikasyon Merkezi projesi, firmaların İnsan Kaynakları yöneticileri, akademisyenler ve öğrencilere anlatıldı.

HSM'de Belgelendirme Yapılacak Meslek Grupları

- Modelist (Seviye 4)
- Kadın Giyim Modelisti (Seviye 5)
- Erkek Giyim Modelisti (Seviye 5)
- İç Giyim Modelisti (Seviye 5)
- Model Makineci (Dokuma Hazır giyim) (Seviye 4)
- Model Makineci (Yuvarlak Örme Hazır giyim) (Seviye 4)
- Kompleci (Yuvarlak Örme Hazır giyim) (Seviye 3)
- Kompleci (Dokuma Hazır giyim) (Seviye 3)

Doğru işe doğru eleman

Projenin hedefi; hazır giyim sektöründe seçilmiş alt meslek gruplarındaki bireylerin, mesleki uzmanlıklarını ölçüp değerlendirerek, belgelendirecek bir merkez oluşturmak. Böylelikle "Doğru İşe Doğru Eleman" yerleştirilmesine olanak sağlanarak işletmelerin, yeterliliklerine uygun işte istihdam edilmeleri suretiyle de bireylerin verimlilik ve motivasyonunu artırmak ve sektörün gelecek hedeflerine ulaşmasına destek sağlamak amaçlanıyor. HSM sayesinde işletmeler işe alınacak adayın mesleki bilgi ve yetkinliğini objektif kriterlerle yapılan ölçme ve değerlendirmeye ele almış olacak. İşletmeler açısından işgücü seçme-yerleştirme, çalışanlar açısından ise adaptasyon süreci de kısalmış olacak. Merkezin vereceği Mesleki Yeterlilik Belgesi ile bireyin eğitim-öğretim ve hayat boyu edindikleri mesleki bilgi-beceri ve yetkinlikleri belgelenecek. Belge ile objektif olarak geçerliliği ve güvenilirliği saptanmış ölçme-değerlendirme araçları ve yöntemleri ile ölçülen bireyin; ulusal yeterlilik çerçevesine göre meslek alanı ve seviyesi ortaya konulmuş olacak.

"Sertifikasyon bir gereklilik"

Söz konusu söyleşide firmalar adına konuşan Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Müdürü Nuray Aytaç, üç ana bölüme ayırdığı sunumunda, sertifikalı istihdam olgusunun işveren ve çalışan açısından yararlarına değinirken,

yeni yasal düzenlemeler ışığında sertifikasyonun aynı zamanda bir gereklilik olduğuna da dikkat çekti. Proje kapsamında öncelikle hazır giyim sektöründe 9 alt mesleğin tanımının yapılmış olmasının önemine değinen Aytaç, halen Türkiye'de 927 meslek grubundan sadece 170'inin tanımlanmış olduğunu belirtti. 25.02.2011 tarih ve 6111 sayılı yasanın sertifikalı eleman istihdamında işverene teşvik sağladığını anlatan Aytaç, kısa zaman içerisinde belgeli istihdamın zorunluluk olacağından hareketle, Hazır Giyim Sertifikasyon Merkezi'nin çok önemli bir ihtiyacı karşılayacağına altını çizdi.

Sektörde kalite artacak

Alım ofisleri penceresinden insan kaynaklarının ve kalitenin önemine değinen Spring NE firması alım ofisi Genel Müdürü Esra Taşören ise konuşmasında, sektörün sürdürülebilirliği açısından bu girişimin hazır giyim sektöründe ki tüm meslek alanlarına bir an önce yaygınlaştırılmasının sağlayacağı yararları değindi. Tanımlanmamış ve standartları belirlenmemiş diğer meslek alanları ile ilgili olarak da aynı çalışmanın hızla gerçekleştirilmesini dileyen Taşören, bu çalışmanın sektörde genel kaliteyi artıracığına ve alım ofislerinin üretici firma seçiminde önem taşıyacağına inandığını belirtti.

HSM Nisan 2013'de faaliyete geçecek

Hazır Giyim Sertifikasyon Merkezi yetkilileri, katılımcılardan gelen soruları yanıtlarken,

HSM'nin akreditasyon çalışmasının başladığını ve projenin tamamlanıp, merkezin tam anlamıyla faaliyete geçeceği Nisan 2013 tarihine kadar pilot çalışmaların devam edeceğini açıkladı. Sistemin test edildiği pilot çalışmalarda ve öncesinde ölçme-değerlendirme yöntemlerinin, meslek alan tanımlarının belirlenmesinde sektör yetkilileri, firma temsilcileri ve akademisyenlerden oluşan geniş bir danışman kadrosundan destek alındığını söyleyen HSM yetkilileri, projenin tamamlanmasının ardından, diğer hazır giyim meslek alanları için gerçekleştirilecek ikinci etap hazırlıklarına girişeceklerini söyledi.

Mesleki Yeterlilik Belgesi'ne kimler başvurabilecek?

Ulusal ve uluslararası geçerliliği olan mesleki yeterlilik belgesi almak için;

- Halen hazır giyim ve konfeksiyon sektörü içinde yer alan mesleklerden birinde çalışan ve/veya kariyer değişimini öngören herkes
- Hazır giyim - konfeksiyon sektöründe yer alan mesleklerden birinde çalışmak isteyenler
- Mesleki Yeterlilik Belgesi için meslek alanının ön şartını taşıyan herkes
- Proje kapsamında yer alan mesleklerle ilgili herhangi bir eğitim-öğretim kurumunu bitirme şartı aranmayıp, okur-yazar olan herkes

EKOTEKS EĞİTİMDE HIZ KESMİYOR

ÖĞRENCİLERE VERDİĞİ UYGULAMALI DESTEKLERİN ARDINDAN EKOTEKS, KENDİ EKİBİNİ DE KİŞİSEL GELİŞİM PROGRAMINA TABİ TUTTU. EĞİTİME VERDİĞİ ÖNEMİ BİR KEZ DAHA VURGULAYAN EKOTEKS, 2013 YILINDA ÇALIŞMALARINI ARTIRARAK SÜRDÜRECEK.

Ekoteks Laboratuvarı, kurulduğu 1998 yılından bu yana uluslararası geçerliliği olan bağımsız bir laboratuvar olarak tekstil sektöründeki hizmetlerini artırarak sürdürüyor. Türkiye'nin ihracat lokomotiflerinden İTKİB tarafından 5 milyon dolarlık başlangıç yatırımıyla 1800 metrekare alan üzerine kurulan Ekoteks Laboratuvarı, uluslararası standartlarda, güvenilir, hızlı ve kaliteli servis sağlıyor. Öncelikli kuruluş amacı ihracat yapan firmalara en kısa zamanda, test maliyetlerini en düşük seviyede tutarak hizmet vermek, ayrıca tekstil ürünlerinin kalitesini istenen seviyeye yükseltmeye ve sürekliliğini sağlamaya yönelik önemli katkıda bulunmak olan Ekoteks eğitimi, deneyim sahibi ve dinamik bir kadroyu bünyesinde barındırıyor. Güvenilir sonuçlarla, insan sağlığı ve çevreye zararlı olabilecek tüm ürün ve kimyasalları kontrol altında tutmayı amaçlayan koruma zincirinin aktif bir üyesi olmaya devam eden Ekoteks, bu alanla ilgili üniversite öğrencilerine kapılarını her zaman açık tutarak, bilgi ve donanımını paylaşmayı sürdürüyor. Bunun yanı sıra kendi gelişimini devamlı olarak gündemde tutan Ekoteks, Kasım ayında gerçekleştirdiği eğitimlerle de çalışanlarını adım adım yukarı taşıyor. Çalışanlar arasındaki iletişimi güçlendirebilmeyi, kurum içindeki iletişimi etkili bir şekilde başarı odaklı geliştirmeyi, çözüm odaklı düşünerek başarılı bir ekip çalışması için resmin bütününe ve güçlü yönlere odaklı hareket etmenin farkındalığını yaşatmayı amaçlayan Ekoteks, 2013 yılında bunun gibi eğitimlerine ara vermeden devam edecek.

Eğitimlerle bir adım ileriye

Ekoteks Laboratuvarı'nın ekibi Kasım ayında kişisel gelişim eğitimine tabi tutuldu. Ekoteks Laboratuvarı Pazarlamadan Sorumlu Teknik Müdür Yardımcısı Melek Zengin'in verdiği bilgiler çerçevesinde ekip, yaklaşık 35 kişiden oluşan iki gruba ayrıldı. İlk grubun 3-4 Kasım, ikinci grubun da 10-11 Kasım tarihlerinde gördüğü eğitim, toplamda 16 saatten oluştu. Ekoteks'in ekibine sunduğu bu eğitimle çalışanlar arasındaki iletişimi güçlendirebilmeyi amaçladığını söyleyen Melek Zengin, kurum içindeki iletişimi etkili bir şekilde başarı odaklı geliştirmenin de beklenen sonuçlardan biri olduğunun altını çizdi. Bunların yanı sıra Zengin, bu eğitimle çalışanlara çözüm odaklı düşünerek başarılı bir ekip çalışması için resmin bütününe ve güçlü yönlere odaklı hareket etmenin farkındalığını yaşatmak istediklerini, iç ve dış müşteri yönetimi kurum kültürünün öncelikleri paralelinde verimlilik odaklı düşünebilmelerini sağlamayı amaçladıklarını söyledi. 3 aylık bir hazırlık sürecinden sonra Ekoteks Laboratuvarı ekibi, İstanbul Moda Akademisi'nde (İMA) belirtilen eğitimi aldı. Alınan eğitim sonrasında çalışmalarının

meyvelerini almaya başladıklarını belirten Zengin, yapılan ve yapılacak olan eğitimlerin uzun vadede daha sağlam bir temele oturacağını düşündüklerini kaydetti. Zengin, bunun sadece bir başlangıç olduğunu, 2013 yılından itibaren ekiplerine benzeri eğitimleri sunmayı planladıklarını söyledi.

Öğrencilere uygulamalı destek

Hitit Üniversitesi Tekstil Teknolojisi Bölümü öğrencileri 2 Kasım 2012 tarihinde Ekoteks Laboratuvarı'nı ziyaret etti. Öğrencilerin ziyaretine eşlik eden Ekoteks İcra Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir, eğitim için gerçekleştirilen girişimlerin ülke ekonomisi ve istihdamı açısından önemine de değindi. Okullarında eğitimi sadece teorik olarak alan öğrencilere Ekoteks Laboratuvarı'nda uygulamaları gösterdiklerini belirten Melek Zengin ise öğrencilerin işin pratik kısmını ve testlerin uygulamasını, işlenişini ilgiyle takip ettiklerini söyledi. Üniversitelerin tekstil ve ilgili alanlarından bunun gibi ziyaretlerin belli aralıklarla gerçekleştiğini ifade eden Zengin, bu anlamda gelen talepleri değerlendirdiklerini kaydetti.



Hitit Üniversitesi Tekstil Teknolojisi Bölümü öğrencilerinin Ekoteks Laboratuvarı'na gerçekleştirdikleri ziyarette Ekoteks İcra Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir de yer aldı.



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



FUAR

HALI VE YER DÖŞEMESİNİN DÜNYACA EN ÖNEMLİ FUARI "DOMOTEX MIDDLE EAST", 8-11 KASIM'DA İLK KEZ İSTANBUL'DA GERÇEKLEŞTİ. TÜRK HALISININ KALİTESİNİ TÜM DÜNYAYA SUNAN FUAR SAYESİNDE FİRMALAR TARİHİ BİR FIRSAT YAKALADI.

TÜRK HALISINA 'DOMOTEX' DOPİNGİ



DOMOTEX Middle East



Halıdan, parkeye, esnek yer döşemelerinden, doğal taşlara, baskılı zemin ürünlerinden, inovatif uygulamalara dek zemine dair tüm çözümlerin sergilendiği Domotex Middle East, bu yıl İstanbul'da ilk defa düzenlenmesine karşın sektörün lider platformunu oluşturdu. Son altı yıldır Dubai'de yapılan Domotex Middle East Fuarı bu yıl İHİB ve Deutsche Messe organizasyonunda gerçekleştirildi.

İstanbul, Ortadoğu başta olmak üzere halı ve yer döşemeleri alanında tüm dünyanın ilgiyle izlediği Domotex Middle East Fuarı'ndan alınımın akiyla çıktı. Halı alanındaki iddialı firmalarıyla göz dolduran fuar, Türk halısının kalitesini de dünyaya kanıtlamış oldu.

Son 6 yıldır Dubai'de düzenlenen Domotex Middle East Fuarı'nın İpek Yolu üzerindeki halı ticaret merkezi özelliğini koruyan İstanbul'a taşınmasıyla katılımcılar da büyük avantajlara sahip oldu. Avrupa Birliği ülkeleri, Bağımsız Devletler Topluluğu, Ortadoğu ülkelerinden gelen katılımcılar İstanbul'a kolaylıkla erişim sağladı. Türk halısını tüm kalitesi ve değeriyle Ortadoğu ve Afrika'dan gelen müşterilere sunan firmalar ise tüm dünyaya açılan bu kapı ile tarihi bir fırsat yakaladı.

Domotex Middle East İstanbul, "Yerin tüm dokularını hissedin" sloganı ile ziyaretçi ve katılımcılarına sergilenen ürünlerin kokusunu, kalitelerini karşılayabilecekleri, dokunabilecekleri ve mistik atmosferi hissedebilecekleri canlı bir platform sundu. Dört gün boyunca süren fuarda; iç mimarlar, mimarlar, endüstriyel tasarımcılar, mobilya ve boya üreticileri, planlamacılar, yatırımcılar, gayrimenkul geliştiricileri, oteller için satın alma yöneticileri, alışveriş merkezleri ve kamu kuruluşlarının yanı sıra, gemi ve yat satın alma şirketlerinden de oluşan geniş bir ziyaretçi profili yer aldı.

Fuarın en dikkat çeken yönlerinden biri ise yabancı katılımcı firma sayısının, yerli katılımcı firma sayısından fazla olmasıydı. 100'ü yerli, 124'ü ise yabancı olmak üzere toplamda 224 firmanın ağırlandığı fuar, ağırlıklı Ortadoğu ülkelerinin oluşturdu-

ğu satın alma gruplarının ilgi odağı oldu. Ekonomi Bakanlığı'nın daveti ile İsrail, Ürdün, Tunus ve Polonya'dan gelen alım heyetleri, İHİB tarafından düzenlenen Satın Alma Heyetleri Programı kapsamında katılımcı firmalarla yüz yüze görüşme fırsatı buldu.

İhracat markalaşma ile atağa geçiyor

8-11 Kasım 2012 tarihlerinde Yeşilköy Fuar Merkezi'nde düzenlenen fuarın açılışını Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan yaptı. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mehmet Büyükekşi, İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB) Başkanı İbrahim Yılmaz'ın yanı sıra ihracatçı birlik başkanları ile yerli ve yabancı sektör temsilcilerinin de katıldığı açılış töreninde Bakan Çağlayan, "Dünyanın ekonomi ve siyasi anlamda önemli zemini olan Türkiye, dünyanın halı ve yer kaplamaları malzemelerine ev sahipliği yapıyor. Fuarın yapıldığı zemin organizasyona daha da büyük anlamlar yüklüyor" dedi.

İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz ise, "Genel ihracatın yüzde 12 düzeyinde arttığı bir ortamda halı sektörü Avrupa'daki ekonomik krize ve Ortadoğu'daki karışıklığa rağmen yüzde 24 oranında büyüdü. Sektörümüz markaya ve tasarıma verdiği önemle ihracatını katıyor" diye konuştu.

Açılış gününde Orman Sanayi İşadamları Derneği (ORSİAD) tarafından düzenlenen "Zeminin Geleceği Forumu"nda, Parke-PVC-Halı sektörünün önde gelen temsilcilerini de buluşturan fuar, ilk akşamında da "İHİB 6. Halı Tasarım Yarışması"nın ödül törenine ev sahipliği yaptı.

Domotex Middle East İstanbul Fuarı, Türkiye Oda ve Borsalar Birliği (TOBB) izni ile düzenlenmesinin yanı sıra, İHİB, İç Mimarlar Odası, İzmir Ticaret Odası (İZTO), Antalya Ticaret ve Sanayi Odası, Afyonkarahisar Ticaret ve Sanayi Odası, Simav Ticaret ve Sanayi Odası, Turhal Ticaret ve Sanayi Odası, Zile Ticaret ve Sanayi Odası, Dudullu Organize Sanayi Bölgesi, OS-TİM Organize Sanayi Bölgesi gibi önemli sektörel dernekler ve sendikalar tarafından desteklendi.

FUAR

SON ALTI YILDIR DUBAİ'DE DÜZENLENEN VE HALI SEKTÖRÜNÜN DÜNYAYA AÇILAN KAPISI OLARAK BİLİNEREN DOMOTEX MIDDLE EAST FUARI, İSTANBUL'DAKİ İLK DENEMESİNDE BÜYÜK BAŞARILARA İMZA ATTI.



Domotex Middle East Fuarı'nın 8 Kasım'da gerçekleşen açılış törenine, Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan, TİM Başkanı Mehmet Büyükekçi, İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz ve Hannover-Messe International İstanbul Genel Müdürü Alexander Kühnel katıldı.

“Türkiye halıda önemli bir zemin”

Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan Domotex Middle East İstanbul Fuarı'nın açılış töreninde yaptığı konuşmasında dünyanın ekonomi ve siyasi anlamda önemli zemini Türkiye'nin, halı ve yer kaplamaları malzemelerine de ev sahipliği yaptığını belirterek, ilginç bir benzetmede bulundu. Halı sektörünün ihracatta yükselişe geçmesinin en önemli nedeninin tasarıma ve inovasyona verdiği önemle sağlandığını söyleyen Çağlayan, bütün sektörlerin ihracata ve üretime farklı bir boyut katması gerektiğini ifade etti. Çağlayan sözlerine şöyle devam etti: “Bugün Almanya, kilogram fiyatı 4 dolardan ihracat yaparken, biz kilogramı 1.46 dolardan ihracat yapıyoruz. Biz de üretimde, ihracatta markalaşmaya, tasarıma ve teknolojiye gerekli önemi vermeliyiz.” Çağlayan, sektörlerin üretiminde ve ihracatında katma değeri sağlayamamaları halinde 2023 yılında hedeflenen 500 milyar dolarlık ihracat hedefine de ulaşmanın zor olacağını söyledi. Türkiye'nin ihracatı

hakkında Çağlayan, tahminlerinde genel olarak yanılmadığını, bu doğrultuda Kasım ayında 13,2 milyar dolarlık ihracat gerçekleşeceğini söyledi. Açılış konuşmalarının ardından Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan; TİM Başkanı Mehmet Büyükekçi, İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz, Deutsche Messe AG Başkan Yardımcısı Wolfgang Lenarz, Hannover-Messe International İstanbul Genel Müdürü Alexander Kühnel, İstanbul İç Mimarlar Odası Başkanı Taner Gültekin, UTİB Başkanı İbrahim Burkay ve EGGER Türkiye Satış Müdürü Kamil Deniz Özel ile birlikte açılış kurdelesini kesti. Açılış sonrasında firma stantlarını ziyaret eden Bakan ve beraberindeki heyet, ürünlerle ilgili katılımcılardan bilgi aldı.

56 ülkeye tek uçuş mesafesi

İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz fuar açılışında yaptığı konuşmada, genel ihracatın yüzde 12 düzeyinde arttığı bir ortamda halı sektörünün Avrupa'daki ekonomik krize ve Ortadoğu'daki karışıklığa rağmen



ZAFER ÇAĞLAYAN
Ekonomi Bakanı

“Halı sektörünün ihracatta yükselişe geçmesinin en önemli nedeni, tasarıma ve inovasyona verdiği önemden kaynaklanıyor.”



İBRAHİM YILMAZ
İHİB Başkanı

“İstanbul, 56 ülkeye tek bir uçuş mesafesinde olduğu için bu avantaj yabancıların fuara ulaşımını kolaylaştırdı ve katılım tahmin edilenden yüksek oldu”

yüzde 24 oranında büyüdüğünü belirtti. Sektörün markaya ve tasarıma verdiği önemle ihracatını katladığını söyleyen Yılmaz, “Domotex Middle East İstanbul Fuarı’nın ilk kez düzenlenmesine rağmen katılımcı ve ziyaretçi açısından beklenenin üstünde sonuçlandığını kaydetti. Yılmaz, fuarın, Afrika, Avusturya, Belçika, Çin, Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Hindistan, Güney Kore, İspanya, İsviçre başta olmak üzere dünyanın dört bir yanından gelen ziyaretçiler tarafından gezildiğini belirterek, “İstanbul, 56 ülkeye tek uçuş mesafesinde olduğu için yabancıların ulaşımını kolaylaştırdı ve katılım tahmin edilenden yüksek oldu” diye konuştu. Fuarın Dubai’de hak ettiği konuma gelemediğini aktaran İbrahim Yılmaz sözlerine şöyle devam etti: “İpek Yolu üzerinde halı ticaretinin yapıldığı en önemli ticaret merkezi İstanbul’du. Fuar aracılığıyla bugün de halen bu özelliğini koruduğunu gördük. Makine ve el halıcılarını fuara çok iyi hazır-



MEHMET BÜYÜKEKŞİ
TİM Başkanı

“Halı sektörü olarak alternatif pazarlara yayılma konusunda büyük başarılar kaydediyoruz. Domotex Fuarı da bunun en büyük örneği.”



Bakan Çağlayan, TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz ve beraberindeki heyet fuarın açılış gününde firma stantlarını gezerek ürünlerle ilgili bilgi aldı.

FUAR

29

DOMOTEX MIDDLE EAST İSTANBUL FUARI'NDA AFRİKA, AVUSTURYA, BELÇİKA, ÇİN, HİNDİSTAN, İSPANYA, İSVİÇRE BAŞTA OLMAK ÜZERE TOPLAMDA 29 ÜLKEDEN FİRMA STANT AÇTI.



Fuarda aralarında Ağaçan İstanbul, Arapgir Halı, Step Halı, Bahariye Halı, Eko Halı ve Pasha Halı gibi sektördeki dev firmalar yer aldı.



landı. Firmalar Hannover'de gerçekleştirilecek fuardan önce ürünlerinin büyük bir kısmını sergiledi. Fuarda küçük büyük her firmanın bir tasarımcı ile çalıştığını ve halılarda günümüze uygun renk ve iç tasarımın uygulandığını gördük" diye konuştu.

"Domotex başarımızın bir örneği"

TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi açılış töreninde yaptığı konuşmada ihracat sayesinde gerçekleşen büyümeye dikkat çekti. Büyükekşi, "Yılın ilk 10 ayında ihracatın yüzde

12 arttığını dile getiren Büyükekşi, "Söz konusu dönemde de ihracat, ülkemizin büyümesinin itici gücü oldu. Biz bu başarıyı Türkiye'nin dinamik ihracatçılarına borçluyuz. Çünkü ihracatçılarımız, zor koşullarda yılmıyor" diye konuştu. Dünyada ekonomik anlamda bir kaos ortamının yaşandığını dile getiren Büyükekşi, "Avrupa'nın durumu malum. ABD'de istenilen seviyede büyüyemiyor. Ortadoğu'ya bakıyoruz, Afrika'ya bakıyoruz, siyasi istikrarsızlık her noktada karşımıza çıkıyor. Ama biz buna rağmen yılmıyoruz. Alternatif pazarlara yayılma

konusunda büyük başarılar kaydediyoruz. Bugün burada açılışını yaptığımız Domotex Fuarı da bunun en büyük örneği" dedi.

Zeminin geleceği Domotex'te

Dört gün boyunca önemli etkinliklere ev sahipliği yapan Domotex Middle East Fuarı'nda ORSIAD tarafından düzenlenen Zeminin Geleceği Forumu da, PARKE – PVC – HALI sektörünün önde gelen temsilcilerini buluşturdu. Hannover Messe International ile ORSIAD Gazetesi işbir-



liğiyle organize edilen “Zeminin Geleceği Forumu” sektör temsilcileri tarafından ilgiyle takip edildi. Parke, PVC ve halı olmak üzere 3 konu başlığında toplanan, sektörden uzman isimlerin yer aldığı forumda konuşmacılar fikirlerini katılımcılarla paylaştı. Zemin sektöründe gelecekteki yeni desenler ve trendlerden, pazarlama ve satış konularına; finansal beklentilerden, şu andaki eksikliklere kadar farklı konulara değinilen “Zeminin Geleceği Forumu”nda İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz, Hannover-Messe International İstanbul Genel Müdürü Alexander Kühnel ve İstanbul İç Mimarlar Odası Başkanı Taner Gültekin’in sektör ile ilgili konuşmaları dışında sektörün önemli isimleri yer aldı.

Parke sektöründe Vezir Köprü Orman Ürünleri A.Ş Peli Parke Satış ve Pazarlama Müdürü Mehmet Karahasanoğlu, Türkiye Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri Sektör Kurulu Başkanı / İstanbul Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği Kurulu Başkanı Abdullah Tever, halı sektöründe ise Saray Halı A.Ş Genel Müdürü Ayberk Menevşe, Lalee Halı Yönetim Kurulu Üyesi Shikib Lalee sunum yaptı. İlerleyen zamanlarda başka şehirlerde de düzenlenmesi planlanan forum, aynı zamanda ORSIAD TV’nin web sitesinde canlı olarak yayınlandı.

Tasarımlar Domotex’te ödüllendirildi

2007 yılından bu yana gerçekleştirdiği “Halı Tasarım Yarışması” ile genç yeteneklerin hayallerini dokumalarına imkan veren İHİB, bir taraftan da sektörü tasarım odaklı ürünlere yönlendirmeye devam

ediyor. Türkiye’nin geleneksel sanatlarından olan halının evrensel kimliğini daha da ileriye taşımak ve genç tasarımcıları sektöre kazandırmak amacıyla sektör için ciddi avantajları da beraberinde getireceğine inanan İHİB, düzenlediği Halı Tasarım Yarışmaları ile genç tasarımcıları



Fuarın ilk günü düzenlenen, Parke, PVC ve halı olmak üzere 3 konu başlığında toplanan “Zeminin Geleceği Forumu” sektör temsilcileri tarafından ilgiyle takip edildi.

FUAR

224

100'Ü YERLİ, 124'Ü YABANCI
OLMAK ÜZERE TOPLAMDA 224
FİRMANIN AĞIRLANDIĞI FUAR,
AĞIRLIKLIL ORTADOĞU ÜLKELERİNİN
OLUŞTURDUĞU SATIN ALMA
GRUPLARININ İLGİ ODAĞI OLDU.



HAZIM EVRENGİL
İHİB Yönetim Kurulu Üyesi

Halicilikta geçiş noktası

İstanbul'da ilk kez düzenlenen Domotex Fuarı Türk halıcılığı hakkında çok önemli bir adım oldu. Ancak pek çok firma İstanbul'da düzenlenmeye devam edecek olan Domotex Middle East Fuarı'nın sadece Ortadoğu'ya değil, dünya pazarına hitap etmesi gerektiğini söylüyor. Ben uzun vadede Domotex Middle East İstanbul Fuarı'na daha geniş perspektifli bir katılım gerçekleşeceğini, ziyaretçi sayısında ciddi bir artış yaşanacağını düşünüyorum. Halı Tasarım Yarışmaları'nın ödül törenlerinin de önümüzdeki senelerde yeniden fuar kapsamında gerçekleşmesinin, finalistlerin dünya halı sektörünün merkezinde olmaları açısından olumlu sonuçlar doğuracağına inanıyorum.



ZEKİ YÜCEL
Eko Halı Genel Müdürü

İç pazardan da yoğun ilgi gördük

Firma olarak altı senedir Domotex Hannover Fuarı'na katılım göstermekle birlikte geçtiğimiz sene ilk kez Şangay Fuarı'na da katıldık. Bu fuarın İstanbul'da düzenlenmeye başlamasının Türk halıcılığının etkinliğini artıracığını düşünüyorum. Fuarı diğer ülkelerdeki örnekleri ile karşılaştırdığımız zaman İstanbul ayağının daha küçük ve dar kapsamlı yapıldığını söyleyebiliriz. Domotex çok sık aralıklarla yakın coğrafyalarda fuar gerçekleştiren bir organizasyon. Bu da her bir ayağının daha dar kapsamlı olmasına neden oluyor. Genel anlamda fuardan memnun kaldık. Fuar kapsamında firmamıza iç pazardan çok sayıda ziyaretçi geldi. Bunun yanı sıra Türkiye Cumhuriyetleri'den, Arap ülkelerinden, Avrupa'dan ve Amerika'dan müşterilerimiz oldu.

findan karşılanacak. İlk 8'e kalan finalistler ise Almanya'nın Frankfurt şehrinde Ocak 2013 döneminde düzenlenecek Heimtextil Frankfurt Fuarı'na ve Ocak 2013 döneminde Hannover şehrinde düzenlenecek olan Domotex Halı ve Yer Kaplamaları Fuarı'na İHİB tarafından götürülecek.

Sektör için büyük fırsat

AYBERK MENEVŞE
Saray Halı Genel Müdürü



Biz Saray Halı olarak 1984 yılından beri Domotex Hannover Fuarı'na katılıyoruz. Bunun yanı sıra birçok kez fuarın Şangay ve Dubai ayağında da yer aldık. Türk halı sektörü başta makine halısı olmak üzere son 10 yıldır büyük bir atağa geçti. Kendini tüm dünyaya ispatlayarak marka olmuş bir fuarın İstanbul'da düzenlenmeye başlaması sektör için çok büyük bir fırsat olacak. İstanbul'da ilk kez düzenlenen bir fuar olmasına rağmen memnun edici nicelikte bir ziyaretçi potansiyeli mevcuttu. Özellikle Kuzey Afrika, Balkanlar ve Orta Doğu pazarından yeni müşteriler ile tanışma ve ticaret imkanı bulduk. Organizasyondan da memnun kaldığımızı söyleyebilirim. Ancak önümüzdeki senelerde daha erken bir tarihte düzenlenmesi sektör açısından daha uygun olacaktır.

halı sektörüne teşvik etmeye devam ediyor. Bu yıl Halı Tasarım Yarışması'nın 6'ncısını gerçekleştiren İHİB, ödül törenini 8 Kasım 2012 tarihinde Domotex Middle East İstanbul Fuarı ile eş zamanlı gerçekleştirdi. 19 üniversitesinden, 48 tasarımcının yarıştığı organizasyonda, 8 tasarımcının eseri finale kaldı. Yarışmada Başak Badur Özkendirici

birinci olurken; ikinciliği Gıyasettin Deniz ve üçüncülüğü Esra Yazar aldı. Yarışma kapsamında birinciye 5 bin TL, ikinciye 3 bin TL, üçüncüye ise 2 bin TL para ödülü verildi. Para ödülleri yanı sıra her 3 finaliste i-pad hediye edilen yarışmada ilk üç finalistin 2013 yılı içerisinde 6 aylık yabancı dil kurs bedelinin yüzde 80'i İHİB tara-



KEÇOĞLU®

SİRUBA®

DİKİŞİ SANATA DÖNÜŞTÜR



SİRUBA
Sırtçı ve Kordokuyun Büyük Makinaları

SİRUBA
Sırtçı ve Kordokuyun Büyük Makinaları

Suote
A.K. PUNTO VE KAYNAKMA
MANKALARI



KM
CLOTH CUTTING - KESİM MOTOR
VE HIZAR MAKİHALARI



ZUSUN
PAÇA BAŞI KÖR ÖRME MAKİHALARI

NovoCut
CİFT YÖNLÜ KESİM VE
HIZAR MAKİHALARI

VARI-O-MATIC
NEPİŞÜR, JAKARLI DÖRME VE
ÖRME LİSTİK MAKİHALARI



MERATA
KESİM VE HIZAR MAKİHALARI



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



FUAR

“Dünya halıcılığı sıçrama tahtası arıyor”

İstanbul'un dünyadaki en önemli halı fuarına ev sahipliği yaptığı fuarla ilgili 5 Kasım'da gerçekleşen basın toplantısında da İHİB Başkanı İbrahim Yılmaz, Hannover-Messe International İstanbul Genel Müdürü Alexander Kühnel, Hannover-Messe International İstanbul Genel Müdür Yar-

Almanya ile rekabetimiz olacak

ERHAN ERKESİM

Allmode Halı Genel Müdürü



Bu fuarın sektöre büyük yararlarının olacağına inanıyorum. Almanya gibi halı üretimi olmayan bir ülke merkezli olan bu fuarın çok uzun zaman önce İstanbul'a gelmesi gerekirdi. Fuarın bundan sonra Dubai yerine İstanbul'da olması çok yerinde bir karar oldu. Bu kapsamda bundan sonra Almanya ile de rekabetimiz olacaktır. Halı bizim işimiz, dolayısıyla en büyük dileğimiz en kısa zamanda Türkiye'nin bir marka olması. Firma olarak Domotex'e dört kez katılım gösterdik. Domotex Fuarı'nın Rusya, Almanya ve İstanbul ayağında yer aldık. Bundan sonra Çin'de düzenlenecek olan Domotex'e de katılacağız. Artık ev sahibi olmamızın yanı sıra Domotex'in bütün ayaklarında yer almak bizim için önemli. Çünkü fuarın düzenlendiği bölgeler bizim hedef pazarlarımızın içinde. Genelde Avrupa ve Orta Doğu, Çin, Japonya gibi bölgelerden müşterilerimiz oldu.

dımcısı Ufuk Altıntop ve EGGER Türkiye Satış Müdürü Kamil Deniz Özel bir araya geldi. Yılmaz'ın, bu fuarın vizyonunun yalnızca Türk halıcılığını dünya vitrinine çıkarmak olmadığını, aynı zamanda dünya halıcılığının kendine bu coğrafyada yeni bir sıçrama tahtası araması olduğunu söylediği toplantıda, Kühnel de katılımcılara dünyanın her yanından alıcı ve karar vericiler ile buluşacakları bir platform sağladıklarını belirtti. Fuardaki iş fırsatları ve satın alma heyetleri hakkında bilgi veren Kühnel, Ekonomi Bakanlığı'nın da fuarı desteklediğini, seçilen 42 ülkede alım heyeti organizasyonu gerçekleştireceğini ifade etti.

Domotex dünyanın dört bir yanında

Domotex Middle East İstanbul, Deutsche Messe AG'nin İstanbul'daki şirketi Hannover Messe International İstanbul tarafından organize edildi. Asya bölgesinin yer döşeme fuarları arasında bir numara konumundaki Domotex Asia/CHINAFLOOR fuarını da Deutsche Messe AG, işbirliği ortakları VNU Exhibitions Asia ve Chinafloors ile birlikte Şangay'da düzenlemekte. Bunun yanı sıra bir diğer yeni fuar olan Domotex Russia ise ilk kez 26-28 Eylül tarihleri arasında Moskova'da düzenlendi. Rusya ayağı ile birlikte Rusça konu-



lan bölgelerin de pazarına açılan fuar, düzenlendiği 4 farklı ülkede katılımcı ve ziyaretçilerin yeni trendleri keşfetmesini sağlıyor. Tüm Domotex fuarları bu anlamda pazarda olup bitenlere genel bakış ve bilgi ve deneyim alışverişi için profesyonel bir platforma sahip.



TURGAY ESENER

Tuğra Halı Genel Müdürü

İstanbul en doğru karar

Türkiye, dünya halı sektörünün kalbi. Artık bu konuda Belçika'nın da önündeyiz. Domotex Middle East Fuarı ilerleyen dönemlerde bu alandaki başarımızı daha da pekiştirecek. Bu anlamda fuarın İstanbul'da düzenlenmesi doğru bir karar oldu. Biz başka ülkelerde düzenlenen Domotex fuarlarına ciddi katılımlar göstermedik, çünkü daha çok iç pazarla ilgili bir firmayız. Domotex Middle East İstanbul fuarı ile iç piyasada var olan üretim fazlası ürünler ihracat yoluyla dışarı taşınmış olacak. Fuar bu yıl İstanbul'da ilk defa gerçekleşmesine rağmen firmamız açısından son derece verimli geçti. Yurtdışından pek çok ziyaretçimiz oldu. Bunların arasında Araplar ve Çinliler sayıca en fazla olanlar arasındaydı.



OSKAR®
ENDÜSTRİYEL DİKİŞ İPLİK TEKS.SAN.TİC.A.Ş

*32 yıldır yüzümüz
hep gülüyor*



**AZ PARAYLA
AYNI KALİTEDE AYNI İŞ YAPILIR.**

Gerçek
Kalite

Gerçek
Metraj

Gerçek
Numara

**Daha Ne Duruyorsunuz
Haydi Kontrol Edin
Kandırılmayın**



www.oskariplik.com.tr



Ham Madde Fabrikası: SHANGÖLU OSIDA TEXTİLE CO.LTD.

Henan Province Yucheng 203 Road Duji North 3 km Tel: 00 86 370 487 48 28

MERKEZ

Kocatepe Mah. Kocatepe Cad.
No: 49 Bayrampaşa - İstanbul
+90.212 640 24 07(pbx)
Fax: +90.212 640 12 31
oskariplik@oskariplik.com.tr

FABRİKA

Bağcılar Cad. Merkez Mah.
9/A Sok. No: 17 Bağcılar-İstanbul
Tel: +90.212 433 65 68
Fax: +90.212 433 56 60
sekreterlik@oskariplik.com.tr

ÇİN FABRİKA

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

MISIR FABRİKA

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

SHERATON ŞUBE

9 Mısır Dev. Bldg.Secound Area
Flat 4 Sheraton Heliopolis-EGYPT
Tel: + 2 (02) 22 661 484
Fax : + 2 (02) 22 661 484

ALEXANDRIA ŞUBE

Khalid Bin Al Waleed St. Cross
Mohammed Nağib. al Waleed
Towers Building 3.2 nd Floor.
Apartment 9 Alexandria-Egypt
Tel: +2011 776 13 61

BURSA ŞUBE

Yunus Emre Mah. Köklü Cad.
No: 20/A Yıldırım - Bursa
Tel: +90.224 364 51 21
Fax : +90.224 364 33 68
bursaoskar@oskariplik.com.tr

DENİZLİ ŞUBE

Karşıyaka Mahallesi
2346 Sk. No:2 Denizli
Tel: +90.258 251 61 18
Fax: +90.258 268 93 12
denizlioskar@oskariplik.com.tr

SEKTÖR

ALMAN TEKNOLOJİSİ TÜRK TEKSTİLİ İLE BİR ARADA

Alman Tekstil Makineleri Birliği (VDMA) Kasım ayında İstanbul ve Gaziantep'te düzenlediği konferanslarda sektördeki en son teknolojik gelişmeleri Türk firmalarına sundu. 25 Alman tekstil makine üreticisi firmanın yer aldığı konferansa 600'e yakın katılımcı, Alman teknolojisinin Türkiye'ye, Asya ile olan sıkı rekabetinde nasıl yardımcı olabileceğini görme şansını buldu. Aynı zamanda birçok Alman firması bu konferans sayesinde Türk firmaları ile yeni işbirliklerine girme fırsatı yakaladı.

Tekstilde teknolojinin önemi artıyor

Konferans katılımcıları örme, çözgütlü örme, dokuma, nonwoven, bitim ve boyama makineleri ile ilgili kullanıcı odaklı teknolojilere yönelik sunumlar gerçekleştirdi. Aksa Akriklik, Beyteks Tekstil, Hassan Tekstil, Kıpış Mensucat, Kordsa, Merinos, Mogul, Sanko Holding, Selçuk Group, Yünsa ve daha birçok önde gelen üretici firma konferansa katılarak, Almanya ile Türkiye arasındaki ticari ilişkiye katkıda bulundu.

Özellikle enerji, malzeme etkinliği, tekstil test ve muayene, sertifikasyon ve etiketleme gibi konuların görüldüğü etkinliğe İTHİB Başkanı İsmail Güllü de katıldı. Konferansın ilk gününde, uzmanlar tekstil makineleri ve bileşenlerine odaklanırken, ikinci gün teknik teks-

tiler ve nonwovenların üretimi, hazır giyim ve ev tekstili konuları başlıca alanlar arasında yer aldı. Konferansın açılışında konuşan İTHİB Başkanı İsmail Güllü, Türk tekstil endüstrisinin global arenadaki konumuna ilişkin bir konuşma yaparak, Almanya'nın Türkiye ihracatı içindeki önemine değindi. İTHİB Başkanı Güllü, Türkiye'nin her zamankinden daha küresel hale gelen tekstil endüstrisinde önemli bir rol oynadığını ifade etti. Türk tekstil sektörü ile Alman tekstil makineleri sektörünü arasındaki köklü geçmişe ve uzun yıllardır süregelen güçlü ilişkiye değinen Güllü, tekstil sektörünün teknolojik gelişmeleri yakından takip etmesi gerektiğine vurgu yaptı. Dünya çapında artan rekabete uyum konusunda teknolojik gelişmelerin önemine vurgu yapan Güllü, Türk tekstil sektörünün başarısında teknolojik gelişmeleri yakından takip etmesinin payına değindi.

ALMAN TEKSTİL MAKİNELERİ BİRLİĞİ (VDMA) 12- 13 KASIM TARİHLERİ ARASINDA İSTANBUL'DA "ALMAN TEKNOLOJİSİ TÜRK TEKSTİLİ İLE BULUŞUYOR" BAŞLIĞIYLA KONFERANS DÜZENLEDİ. KONFERANSA 25 TANINMIŞ ALMAN FİRMASI VE TÜRK TEKSTİL SEKTÖR TEMSİLCİLERİ KATILDI.

Almanya'nın bir numaralı teknoloji ortağınız

VDMA Başkanı Fritz P. Mayer açılış konuşmasında, Türk tekstil endüstrisinin yüksek kaliteye odaklanması gerektiğini söyledi. Mayer firmaların kendi markalarını yaratmasının ve teknik tekstil sektörünün gelişmesinin önemini vurgulayarak, Türk tekstilinin gelecekteki engelleri bu şekilde aşabileceğini belirtti. Yüzde 30-35 pazar payı ile Alman tekstil makinesi sektörünün Türkiye'nin bir numaralı teknoloji ortağı haline geldiğini kaydeden Mayer, 2012 yılında Almanya'dan alınan makine sayısındaki artışın, diğer ülkelerden yapılan ithalatın toplamından daha fazla olduğunu gururla açıkladı. İstanbul ve Gaziantep'te sunum yapan Alman firmaları kendilerini bu geçiş döneminde Türk firmalarına yardımcı olacak güvenilir ve profesyonel ortaklar olarak tanıtop, Türk tekstil üreticilerini pazarlanabilir yeni ürünler geliştirmek ve olan ürünleri test etmek amacı ile Almanya'daki teknolojik merkezleri kullanmaya davet etti.



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

İMA

“MODA YOLÇULUĞUNUN DOĞRU ADRESİ: İMA”

MODA EĞİTİMİ İÇİN PEK ÇOK ÜLKEDE ARAYIŞA GİREN OĞUZ BAYKAL, İMA İLE BU ARAYIŞINA NOKTAYI KOYMUŞ. BAYKAL, ÖĞRENCİLERİNİ AYRICALIKLI BİR MODA YOLCULUĞUNA ÇIKARAN İMA SAYESİNDE KENDİSİNİ MODA TASARIMCISI OLARAK ADLANDIRIYOR.



iç sesimi daha çok dinliyorum ve bu yönde tasarımlarımı yapıyorum” diye bahsediyor kendinden.

Türkiye’de moda tasarımı denilince...

Baykal, Türkiye’de moda tasarımının son yıllarda birkaç seviye atladığını fakat sayının ne kadar artsa da, tasarımcıların ‘trend oluşturma’ misyonunu göz ardı ettiğini söylüyor. Esinlenmelerin uluslararası platformda zarar verecek boyutlara ulaşabileceğini belirten Baykal, sektörde başarılı ve yaratıcı olmanın yanında bunların mutlaka desteklenmesi gerektiğini kaydediyor. Baykal, “Yeni tasarımcıları destekleyenlerin sayısı yetersiz kalıyor. Tabii ki bu destek yetersizliği sizin başarınıza ve yaratıcı enerjinize zaman zaman ket vurabiliyor” şeklinde konuşuyor.

Kariyer sürecinde İMA eğitimine devam ederken Hatice Gökçe’nin yanında staj yapma imkanına sahip olan Baykal, bunun dışında IstanCool festivali kapsamında ünlü Fransız modacı Haider Ackermann ile yapılan workshop’a katılma fırsatı yakalamasını unutulmaz bir deneyim olarak adlandırıyor. En beğendiği tasarımcıların başında Hüseyin Çağlayan’ın geldiğini belirten Baykal, modayı ve sanatı ifade etme şeklinin kendisine farklı bir vizyon geliştirmesini sağladığını söylüyor. Hedi Slimane ve Rick Owens ise Baykal’ın beğenerek takip ettiği diğer iki isim.

Üniversite yıllarında hayatında tasarım, sanat ve modanın daha fazla olması gerektiğine inanarak serüvenine başladı Oğuz Baykal. İngiliz Dili ve Eğitimi alanında mezun olduktan hemen sonrası ise hikayesini İMA ile şekillendirmeye başladı. Moda tasarımcılığı hakkında “O, en başından beri sizinledir, size kalan ise bu süreçleri keşfetmektir” diyor. Bu süreçlerde bazen bir kişi, bazen bir mekan, bazen her ikisi veya daha fazlası ile karşılaşabileceğini söyleyen Baykal, İMA’nın onun için her şeyin toplamı olduğunu belirtiyor. Baykal, kendisini moda tasarımcısı olarak adlandırmayı İMA sayesinde başardığını vurguluyor ve sözlerine şunları ekliyor: “İMA’nın eğitim içeriğinde sadece çizim ve kalıp değil, moda tasarımının farklı disiplinleri de var. Bu bir tasarımcının vizyon

oluşturmasına ve kendisini keşfetmesine yardımcı oluyor”. Bakmayı ve görmeyi bilen kişi için tasarımın aslında her yerde olduğunu söyleyen Baykal, ilham verecek unsurların en basit bir objede bile bulunabileceğini belirtiyor. Tasarımcıları birbirinden ayıran en önemli unsurlardan birinin bu görme gücü olduğunu düşünen Baykal, neyin nasıl yorumlandığının ve tasarımlara aktarıldığının tasarımcıları birbirinden ayıran karakteristik bir özellik olduğunu belirtiyor. Baykal, “Kendi tarzımı oluşturmak adına özel bir çaba harcamıyorum. Ben bunun zamanla kendi kendine şekillenen bir olgu olduğunu düşünüyorum. Trendleri çok yakından takip etsem bile, tasarımcı olarak trendleri takip eden değil, onları oluşturan bir moda tasarımcısı olmak isterim. Bu yüzden kendi

ÇOK BOYUTLU MODA EĞİTİMİ

İstanbul Moda Akademisi 2012 - 2013 Bahar Dönemi Başlıyor!

Eğitim programları hakkında detaylı bilgi almak için her Cuma, 15:00 - 17:00 saatleri arasında İMA'da düzenlenen Tanıtım Günleri'ne katılabilir veya görüşme randevusu alabilirsiniz.

Son başvuru tarihi: 11 Ocak 2013

Ayrıntılı bilgi ve başvuru için:

www.istanbulmodaakademisi.com

Telefon: 0 212 219 41 41

Akademik Eğitim Programları Dahili: 1006

Profesyonel Gelişim Programları Dahili: 1216-1218

Akademik Eğitim Programları

- Moda Portfolyosu Hazırlık Programı

Profesyonel Gelişim Programları

- Moda Yönetimi (Boğaziçi Üniversitesi Yaşamboyu Eğitim Merkezi işbirliğiyle)
- Moda Perakendesinde Merchandising ve Satın Alma
- Görsel Mağazacılık ve Vitrin Tasarımı
- Styling
- Moda Fotoğrafçılığı
- Uluslararası Pazarlarda Moda Marka Yönetimi
- Deneyimsel Pazarlama
- Moda Satın Alması
- Moda Sektörüne İlk Adım
- Innovative Retail Concepts (Eğitim dili İngilizce'dir)
- Moda Tasarımında Photoshop ve Illustrator
- Yaratıcı Drapaj ve Prova Teknikleri



TÜRKİYE'NİN TEKSTİL VE HAZIRGIYIM SEKTÖRÜNDEKİ KOBİ'LER İÇİN SÜRDÜRÜLEBİLİR AĞLAR VE İLİŞKİLER ZİNCİRİ OLUŞTURULMASI ORTAK PROGRAMI ÇERÇEVESİNDE İHKİB ÖNDERLİĞİNDE HAZIRLANAN KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK RAPORU SEKTÖRÜN GÜNDEMİNİ BELİRLEYECEK.

'KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK' AJANDADAN ÇIKIP GÜNDEME GİRİYOR

Türkiye'de küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin uluslararası rekabetini artırmak ve tekstil ve konfeksiyon sektöründe kurumsal sosyal sorumluluk bilincini ve insana yakışır iş olanaklarını teşvik etmek amacıyla hayata geçirilen "Türkiye'nin Tekstil Sektöründe KOBİ'ler için Sürdürülebilir Ağlar ve İlişkiler Zinciri Oluşturulması" başlıklı Birleşmiş Milletler Ortak Programı'nda sona yaklaşıldı. İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İHKİB) koordinatörlüğünde ve aralarında Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP), Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Teşkilatı (UNIDO) ve Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO)'nun yer aldığı BM örgütleri desteğiyle yürütülen Ortak Programın en önemli hedeflerinden birisi ise küresel ve ulusal değer zincirine dahil olabilmelerini kolaylaştırmak amacıyla tekstil

sektöründeki KOBİ'lerin uluslararası rekabet edebilirliğini artırmak ve sosyal sorumlu üretim modelleri konusunda farkındalık yaratmak. Binyıl Kalkınma Fonu tarafından finanse edilen Ortak Programda ana hedef ise Malatya, Adıyaman, Gaziantep ve Kahramanmaraş gibi tekstil sektörü açısından önemli bir potansiyele sahip iller.

Değişen dünyaya ayak uydurmamız

İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, Ortak Program'ın en çok önemseddiği disiplin başlıklarından birisinin kurumsal sosyal sorumluluk bilincinin geliştirilmesi olduğunu şu sözlerle ifade ediyor: "Küresel bir krizden geçen dünyada küresel sermayenin yüzde 90'ını elinde bulunduran özel sektörün kalkınmada üstlendiği rolün çok önemli olduğu

ortaya çıkmıştır. Bunun temel nedeni hem sosyal kalkınma hem de istihdam alanında özel sektörün getirdiği katma değerın yıllar geçtikçe daha etkili olmasıdır. Şirketlerin önemi artarken şirketlerin yaşam alanı olan pazarlar bu değişimden nasibini aldı. Geçtiğimiz binyılda sadece pazar vardı. Ürün yaratıcılığı, müşteri ihtiyaçları, uzmanlar ve profesyoneller vardı. Yeni binyılda ise artık salt kar odaklı pazar yok, sorumlu pazar ve sosyallik var. Bu süreçte girişimcilik, sosyal girişimcilik ve sosyal yatırımlar ile farklı bir boyut kazanıyor. Dünyada şirketler bu değişime nasıl uyum sağlıyor? Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kültürü ile artık şirketlerin birçoğu KSS Raporlaması, Çevre Etki Değerlendirme Raporları, Paydaş Toplantıları ve Raporları, Sosyal Bütçe, Sosyal Sorumluluk Kampanya ve Projeleri, Çevreye Duyarlı Tedarik Zinciri



HİKMET TANRIVERDİ
İHKİB Başkanı

Türk tekstil ve hazır giyim sanayisinin kurumsal sosyal sorumluluk bilincini daha fazla geliştirmesi gerekiyor.

ve Uygulamaları, Karbon Ölçümlerleri, Küresel İlkeler Sözleşmesi gibi birçok KSS uygulamasını kendi çalışma kültürüne adapte ediyor. Dünyanın ayrılmaz bir parçası olmayı hedefleyen Türk tekstil ve hazır giyim sanayisinin bu hızlı değişim sürecinin gerisinde kalma lüksü yoktur. Ortak Program çerçevesinde yürütülen tüm çalışmaların firmalarımızda bu bilincin geliştirilmesi adına çok olumlu sonuçlar getireceğine yürekten inanıyorum.”

Diğer taraftan insan haklarının önemi ve değeri kavrandıkça, konuya yönelik gösterilen ilgi ve hassasiyetin de arttığını belirten Tanrıverdi; ‘Çalışan hakları ve memnuniyetinin artık müşteri memnuniyetinden de önde olduğunu görüyoruz. Paydaşlar, iş yaptıkları kurum ve kuruluşların her konuda hesap verebilir ve şeffaf olmasını bekliyor ve hatta kendilerini ilgilendiren kararlarda söz sahibi olmak istiyor. Artık, şirketlerden sadece faaliyet gösterdikleri alanlarda neden oldukları olumsuz etkileri yok etmeleri değil, buldukları çevreyi korumaları, geliştirmeleri, yerel halkın yaşam kalitesini artırmaları da bekleniyor. Tüm bunları birlikte düşündüğümüz zaman ortaya Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) kavramı çıkıyor’ diye konuşuyor. İHKİB tarafından yürütülen Ortak Programın

meyvelerini verdiğini ve özellikle Malatya ve Kahramanmaraş’taki tekstil ve hazır giyim sektörüne yönelik KOBİ’lerin kurumsal sosyal sorumluluk anlamında bilinçlendirildiğini vurgulayan Hikmet Tanrıverdi, ‘Aralık ayı sonunda gerçekleştirmeyi planladığımız kapanış konferansında sunulacak Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporu’nun Ekonomi Bakanlığı tarafından sektör için hazırlanan 2023 Tekstil ve Hazır giyim Stratejisine ve Kalkınma Bakanlığı 10. Kalkınma Programına katkıda bulunarak gerek ulusal ölçekte gerekse de KOBİ’ler düzeyinde KSS bilincinin artırılmasında etkin bir rol oynayacağını düşünüyorum’ diyor.

KSS Durum Raporu sektöre ışık tutacak

Ortak Proje’de başından sonuna kadar etkin bir biçimde rol alan İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Jale Tuncel ise Ortak Program ve KSS Durum Raporu ile ilgili olarak şunları söylüyor: ‘Nihai hedefi KOBİ’lerimizin rekabet gücünü sürdürülebilir ağırlar kurarak artırmak olan Ortak Program, çıktıkları ile 2023 Sürdürülebilir İhracat Hedefimiz’e ulaşmak için atılması gereken adımlar konusunda ışık tutmaktadır. KOBİ’lerimizin uluslararası tedarik zincirlerinde kalıcı olmaları ve ihracatlarını artırmaları için üretim ve iş süreçlerinde bilgiyi, teknolojiyi etkin olarak kullanmaları, paralel olarak tüm süreçlerde uluslararası standartları yakalamaları gerekmektedir. Hazırladığımız KSS Durum Raporu’nun amacı Türkiye’de faaliyet göstermekte olan tekstil ve hazır giyim üreticilerinin uluslararası rekabet güçlerini artırmalarına destek sağlamak ve küresel tedarik zincirlerine entegre olmaları sürecinde işletmelere, işbirliği içerisinde oldukları kurumlara ve politika belirleyicilere öneriler sunmaktır. Tekstil ve hazır giyim işletmelerinde çevre, sürdürülebilirlik ve bunun topluma etkileri konularında bilinç oluşması, yerel işbirliği kurumlarının konuyu sahiplenmesi ve politika düzeyinde planlama belgelerine katkı sağlaması ortak programın başarısının kritik unsurlarıydı.’ Tuncel, tekstil ve hazır giyim sektörüne ve ilgili tüm aktörlere KSS başlığında ışık tutmayı amaçlayan KSS Durum Raporu’nun içeriğinin, Program kapsamında yer alan pilot illerin ve

bölgenin sosyo-ekonomik düzeyde, tekstil ve hazır giyim sektörünün değerlendirilmesi, sektörde Kadın İstihdamı ve Çalışma Koşulları, Çevre Koşulları, Tedarik Zincirlerinde Sürdürülebilirlik konularının yanı sıra, Tekstil Sektöründe KSS Uygulama Örnekleri çalışmalarından oluştuğunu belirtiyor. İHKİB’in Birleşmiş Milletler Kuruluşları ile birlikte yürüttüğü kurumsal sosyal sorumluluk alanındaki çalışmaların sadece Kurumsal Sosyal Sorumluluk Durum Raporu ile kısıtlı kalmadığını belirten Jale Tuncel şunları söylüyor: ‘ILO bölgede kapsamlı kurumsal sosyal sorumluluk ve çalışma standartları eğitimleri düzenledi. Ayrıca bir kısa film çalışmasına da imza attı. Söz konusu kısa filmde sektörün önemli temsilcilerinin görüşleri yansıtılarak, işveren ve işçi örgütleri ile yapılacak mülakatlara yer verildi. Filmin içeriği fabrika çekimleri ve işçi ve yönetici mülakatları ile zenginleştirildi. Benzer biçimde UNIDO da bölgede uluslararası markaları, ihracatçıları, ihracat yapmayan üreticileri bir araya getirerek bölgede çok ciddi eğitim ve danışmanlık çalışmalarının altına imza attı.’



JALE TUNCEL
İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi

KSS Durum Raporu, tekstil ve hazır giyim sektörüne ve ilgili tüm aktörlere KSS başlığında ışık tutmayı amaçlıyor.

MODANIN YILDIZLARI BURADA, SİZ NEREDESİNİZ?

Modanın yıldızları, iş ve tatili birleştiren dünyanın ilk ve tek moda organizasyonu
Dosso Dossi Fashion Show'da 15. kez bir araya geliyor.

Bu yıl ilk kez
Türkiye'den de
katılım fırsatı!



Dosso Dossi



ADRIANA LIMA

MUSTAFA SANDAL



DIMA BILAN

KAZAKY



Butik ve mağazalar, 2013 İlkbahar - Yaz kreasyonlarını herkesten önce görüp, sipariş verme fırsatı buluyor. Antalya'nın en iyi otellerinde, rüya gibi bir tatil yapma şansı da bulan katılımcılar, Adriana Lima, Mustafa Sandal, Dima Bilan ve Kazaky ile yıldız ve eğlenceye doyor.

Katılım için başvurun, bu renkli dünyanın yıldızlarından biri de siz olun.



İHKİB İSTİHDAM İÇİN ANADOLU YOLLARINDA

2002 YILINDA HAYATA GEÇİRDİĞİ GEZİCİ MESLEKİ EĞİTİM MERKEZLERİ PROJESİYLE İHKİB BİNLERCE KİŞİYİ MESLEK SAHİBİ ETMEYE DEVAM EDİYOR. 'YERİNDE EĞİTİM, YERİNDE İSTİHDAM' POLİTİKASI İLE YOLA DEVAM EDEN GEZİCİ EĞİTİM MERKEZLERİ, KENDİNE YENİ NOKTALAR ARIYOR.

Mesleki eğitim alanında hayata geçirdiği birçok projeye önemli bir boşluğu doldurarak sektöre büyük katkı sağlayan İHKİB, İstanbul'un beş ayrı noktasında eğitim veren meslek liselerinin yanı sıra Gezici Eğitim Merkezleri'yle (GEM) bu desteği sürdürüyor. Ülkemizde hayata geçirilmiş en önemli sosyal projelerden biri olan "Gezici

Eğitim Merkezleri" Anadolu'yu il il dolaşarak eğitim ve iş imkanı sunmaya devam ediyor. İlk olarak yola çıktığı İstanbul'un ardından Anadolu'da yola devam eden GEM, İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) tarafından 'yerinde eğitim, yerinde istihdam' politikası ile sektörün en yoğun olduğu yörelerde konuşlandırılarak potansiyel niteliksiz işgücünü eğiterek, nitelikli mavi yakalı eleman yetiştirmek amacı güdüyor.

2002 yılında hayata geçirilmiş bir proje olan Gezici Eğitim Merkezleri, Türkiye'de İstanbul dahil olmak üzere hazır giyim işletmelerinin olduğu yörelerde hizmet veriyor. Sektörün sirkülasyonu en yüksek olan grubuna nitelikli meslek elemanı yetiştiren proje kapsamında Gezici Mesleki Eğitim Merkezleri'nde kesimci, tasnifçi, metocu, makineci, overlokçu, reçmeci, remayözcü, ütücü, ilikçi ve son işlemcilik eğitimi veriliyor. Eğitimler yerel yönetim ve sektörün

işbirliği içinde yürütülüyor. Ekim 2008'de başlatılan Anadolu'da İHKİB Gezici Eğitim Merkezleri ile eğitim yollarını çoğaltmış olan proje kapsamında, Anadolu'da kurulmakta olan fabrikalara eleman yetiştirmek veya mevcut elemanları nitelikli konuma getirmek için Türkiye bazında ihtiyaç duyulan illerde mesleki eğitim yapılmaya devam ediliyor. Gezici Eğitim Merkezleri sayesinde bugüne kadar 8 bin 311 kişi overlokçu, makineci, ilikçi, reçmeci ve düğmeci gibi pek çok alanda meslek sahibi olarak sektörde çalışmaya başladı. Gezici Eğitim Merkezleri, elde ettiği başarı ile Türkiye'nin en önemli alternatif eğitim projelerinden biri olmayı sürdürüyor.

Üç haftada meslek sahibi olunuyor

"Yerinde eğitim yerinde istihdam" sloganıyla hayata geçirilen Gezici Eğitim Merkezi projesi 2002'den beri devam ediyor. İçinde derslikler olan Gezici Eğitim Konteynerları



İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, 2009 yılında Malatya'ya giden Gezici Eğitim Merkezi'ni ziyaret etmişti.

TIR'lara yüklenerek İstanbul ve Anadolu'da işsizliğin yüksek olduğu bölgelere götürülüyor, belediyelerle işbirliği yapılarak işverenlere ve halka bu merkezde bedava eğitim verildiği anlatılıyor, duyuru için afişler asılıyor. Eğitimler yerel yönetim ve sektörün işbirliği içinde yürütülüyor. Bir eğitim alma şansı bulamamış birçok insanı topluma ve çalışma hayatına kazandıran Gezici Eğitim Birimleri, üretim içinde verdiği eğitimle üç haftada kursiyerleri işe hazırlıyor. Konteynerların her birinde aynı anda 20 kişi eğitim alabiliyor.

İşe girmek isteyen gençlerin ve iş sahibi olamayan kadınların yoğun ilgi gösterdiği kurslara kimi zaman şirketler de yetersiz gördükleri elemanlarını gönderiyor. Eğitim üretim disiplini içinde veriliyor ve öğrencilere hazır giyim üretiminin alt kademe bantları için gerekli donanım kazandırılıyor. Üç haftalık mesleki eğitimin ardından eğitim gördükleri alanda sertifika almaya hak kazanan kursiyerler hem hayatları boyunca sürdürülebilecekleri bir meslek sahibi oluyor hem de yaşadıkları bölgede istihdam edilecek ilk işlerine başlıyor.

Gezici Eğitim Merkezleri kesimci, tasnifçi, metocu, makineci, overlokçu, reçmeci, re-mayözcü, ütücü, ilikçi ve son işlemci olarak sertifika veriyor. Çalışma hayatına daha önce hiç katılmamış kadınlar da bu eğitimlere katılabiliyor. Fabrikalarda kullanılan en son teknoloji makinelerle verilen eğitim

İstanbul'dan giden deneyimli eğitimcilerin nezaretinde veriliyor. Bu şekilde sektörün sirkülasyonunun en yüksek olan grubuna nitelikli meslek elemanı yetiştiren proje kapsamında bugüne kadar 8311 mavi yakalının overlokçu, makineci, ilikçi, reçmeci, düğmeci gibi meslekler edinerek iş sahibi olduğu bilgiler arasında yer alıyor.

GEM, onlarca ilde hizmet veriyor

Esenyurt, Merter, Kağıthane, Fatih, Sultanbeyli, Taşdelen, Küçükçekmece, Arnavut-

köy, Bayrampaşa, Bağcılar, Ümraniye, Beykoz, Pendik, Tepecik, Kıraç, Samandıra ve Çekmeköy'de dönüşümlü olarak konuşlandırılan gezici eğitim birimleri çevre halkına eğitim ve sonrasında istihdam sağlarken, proje elbette İstanbul ile sınırlı kalmıyor.

Gezici eğitim birimleri; hazır giyim sektörünün Anadolu'da gelişimine katkı yapacak, ülke insanını bulunduğu yerde mesleki eğitimle tanıştıran, sektöre istihdama hazır eleman haline getirmek için de çalışmalarını 2008 yılında hayata geçirdi. 2008 yılının Ekim ayında Anadolu'da başlatılan İHKİB Gezici Eğitim Merkezleri ile eğitim yollarını çoğaltan proje aynı zamanda toplumsal sorumluluk görevini de yerine getirmekte.

GEM, bugüne kadar Denizli, Giresun, Gümüşhane, Adıyaman, Mardin, Şanlıurfa, Merzifon, Batman, Malatya, Isparta, Sakarya, Çorum, Trabzon-Akçaabat, Hatay, Tokat-Turhal ve Hakkari illerine hizmet götürdü ve götürmeye devam etmekte. Anadolu'daki yatırım hamleleri için büyük önem taşıyan proje, bölgede eğitim ve sanayileşme için de önemli bir adım niteliğinde.

Gümüşhane'den, Sakarya'ya, Giresun'dan Batman'a kadar Türkiye'nin farklı bölgelerini gezerek yaşlısından gencine meslek eğitimi almak isteyen birçok kişiye kapılarını açan Gezici Eğitim Birimleri, Anadolu'da da aynı başarıyı yakaladı.



İşe girmek isteyen, iş sahibi olamayan kişiler Gezici Eğitim Konteynerları içindeki dersliklerde eğitim alıyor.

TİCARET HEYETİ

İTHİB, SEKTÖREL TİCARET HEYETLERİ PROGRAMINA BİR YENİSİNİ EKLEDİ. BİR SÜREKLİLİK İÇİNDE YURTDIŞINDAKİ FİRMALARLA İKİLİ GÖRÜŞMELER GERÇEKLEŞTİREN İTHİB, BU KEZ POLONYA'DAN GELEN ALIM HEYETİNİ AĞIRLADI.



KAPILAR POLONYA İÇİN AÇILDI

İTHİB, yurt dışına gerçekleştirdiği Sektörel Ticaret Heyetleri kadar, Türkiye'de ağırlayacağı heyetler için de sıkı bir çalışma içerisinde. Son olarak Polonya Lodz Ticaret Odası'na üye tekstil firmalarının katılımıyla 4 Aralık Salı günü Dış Ticaret Kompleksi'nde Polonya Alım heyetini ağırlayan İTHİB, Avrupa'nın en önemli sanayi merkezlerinden biri olan ülke ile arasındaki ticari ilişkileri giderek derinleştiriyor.

Türkiye'nin köklü ekonomik ilişkilerinin bulunduğu Polonya, hazır giyim ve tekstil sektörü için de potansiyel pazarlardan biri olarak değerlendiriliyor. Pazardaki potansiyeli sektöre adına ticarete çevirmek için elindeki argümanları harekete geçiren İTHİB, yerli firmalarla Polonya Ticaret Heyeti'ni ikili görüşmelerde bir araya getirdi. Polonya Lodz Ticaret Odası'na üye 5 tekstil firmasının oluşturduğu Polonya Alım Heyeti Türkiye'deki tekstil firmaları ile bir araya gelerek, olası ticari bağlantılarını görüştü. 2012 yılında 'Hedef Ülkeler'den birisi olarak belirlenen Polonya'ya ihracatın 3 milyar dolara, ticaret hacminin ise yaklaşık 12 milyar dolara yükseltilmesi hedeflenmekte.

Polonya ile ticari ilişkiler derinleşiyor

Polonya Lodz Ticaret Odası'na üye tekstil firmaları ile 4 Aralık Salı günü bir araya gelen İTHİB üyesi firmalar Avrupa'nın en önemli sanayi merkezlerinden biri olan ülke ile ticari ilişkilerini geliştirmeyi amaçlıyor. Polonya Alım Heyeti arasında bulunan Teresa Kopias, Pawis, Kastor S.A., Alles, Wigorex firmaları Türkiye'den Akın Tekstil, BTD Tekstil, Orka Group, Sunset ve Suwen gibi isimlerin yer aldığı 16 firma ile görüşme imkanı buldu. Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleşen ikili görüşmeler öncesinde İTKİB Genel Sekreterliği temsilcileriyle bir araya gelen Heyet, iki ülke arasındaki tekstil alanındaki ilişkileri görüştü. İTKİB Genel Sekreteri Cumhur İşbirakmaz'ın yer aldığı toplantıya, Lodz Bölgesi Ticaret Odası Başkanı Witold Gerlicz ve T.C. Varşova Büyükelçiliği Ticaret Müşaviri Koray Akgüloğlu katıldı.

2015 hedefine adım adım

2012 yılında 'Hedef Ülkeler'den birisi olarak belirlenen Polonya ile 2004 yılın-

daki AB üyeliğine kadar 23 Nisan 1974 tarihli Ticaret Anlaşması ve 4 Ekim 1999 tarihli Serbest Ticaret Anlaşması çerçevesinde şekillenen ticari ilişkiler, bu tarihten itibaren Gümrük Birliği esaslarına dayanarak yürütülmekte. Polonya'nın Türkiye'ye yapılan toplam doğrudan yabancı yatırım tutarı içindeki payı artırılmak isteniyor. Ülkemizde 74 adet Polonya sermayesine sahip firma faaliyet gösteriyor. 2002 yılından bu yana Polonya firmaları tarafından Türkiye'ye yapılan doğrudan yatırım tutarı ise 20 milyon dolar civarında. Bunun yanı sıra Polonya'da Türk yatırımcılarının iştiraki 139 şirket bulunmakta. Son 10 yılda Polonya'dan ithalatımız 20 kat, Polonya'ya ihracatımız 7 kat, dış ticaret hacmimiz de 12 kat artış gösterdi. Polonya, Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı ülkeler arasında 19'uncu sırada yer alırken; en fazla ithalat yaptığı ülkeler arasında da 18'inci sırada bulunuyor. 2015 yılında Polonya'ya olan ihracatın 3 milyar dolara, ticaret hacminin ise yaklaşık 12 milyar dolara yükseltilmesi hedefleniyor.



ARNAVUTLUK



MAKEDONYA



BULGARİSTAN



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

TREND SEMİNERİ

2014 MODASINA STYLESIGHT BAKIŞI



STYLESIGHT AJANSI, 2014 İLKBAHAR/YAZ MODASINA İLİŞKİN TRENDLERİ, İHKİB ORGANİZASYONUyla 29 KASIM'DA GERÇEKLEŞEN SEMİNERLE TANITTI. TRENDLERİ DÖRT BAŞLIK ALTINDA TOPLAYAN SEMİNERDE, ÖRME, DOKUMA, TRİKO, AYAKKABI VE AKSESUARLARLA İLGİLİ TASARIM GELİŞTİRMEDE ESAS YOLLAR KATILIMCILARA GÖSTERİLDİ.

Farklı etkinliklerle gelecek sezonlara ilişkin hazır giyim sektörünü bilgilendiren İHKİB, trend seminerlerine bir yenisini ekledi. 29 Kasım Perşembe günü Dış Ticaret Kompleksi'nde ünlü trend tahmin ajansı Stylesight'ın 2014 İlkbahar/Yaz Moda trendlerine ışık tuttuğu sunumda, örme, dokuma, triko, ayakkabı ve aksesuarlarla ilgili tasarım geliştirmede esas yollar katılımcılara gösterildi. Stylesight Başkan Yardımcısı Isham Sardouk tarafından sunumu gerçekleştiren seminere katılım oldukça fazlaydı. Trend araştırmaları, moda tahminleri, ürün tasarım denetlemesi ve daha pek çok konuda uzmanlaşmış bir isim olan Sardouk,

iki bölümden oluşan sunumunda 'Rasyonel', 'Reel', 'Keşif' ve 'Cennet' isimlerinden oluşan 4 temayı tanıttı. Renkli tonların sıkça kullanıldığı temalarda ipek, saten gibi kumaşlar ön planda yer aldı. Geleneksel motiflerin modern görünümle birleştiği tasarımlar, örme, dokuma, triko, ayakkabı ve aksesuarlarla ilgili pek çok fikir verdi.

Cennet temasında doymuş renkler

Cennet temasında güçlü ve doymuş renkler bir dizi yoğun gökkuşağı tonunun oluşturduğu bir yelpazede florsan renklere yaklaşıyor. Gök ve deniz mavileri yumuşak ve asidik sarıların ve yeşillerin karışımıyla kırmızı, turuncu ve fuşya tonlarının oluşturduğu parlak renklere zıtlık oluşturuyor. Kadınların 'Cennet Kuşları' konseptinde canlı renkler ve çiçek baskılarının karışımı var. İplik uzantıları, marabu tüylerini taklit edercesine kollardan sarkıyor. İpek satenden midi-peplum etekler, biçimi vurgulamak amacıyla iç kısımda büzgünlere yer veriyor. Devasa orkide baskıları, streç kapri pantolonlarda doyasıya eşleniyor. 'Modern Çingene' konsepti ise Meksika'nın tarihi arşivlerinden esinleniyor. Konseptte transparan yağmurluklar,

TREND ARAŞTIRMALARI, MODA TAHMİNLERİ, ÜRÜN TASARIM DENETLEMESİ GİBİ KONULARDA UZMANLAŞMIŞ BİR İSİM OLAN SARDOUK, SEMİNERDE, 'RASYONEL', 'REEL', 'KEŞİF' VE 'CENNET' İSİMLERİNDEN OLUŞAN 4 TEMAYI TANITTI.

geleneksel Navaho battanilerinden ipuçları alıyor. Ayakkabılar, elde çalışılmış makrome deriden üretiliyor. Denim yelekler, vintage dokunuşu için saçaklı yakalara yer veriyor. Elde işlenen nakış ve bol elbise detayı, göğüs ve bel kısımlarını süslüyor. Erkeklerin 'Çiçek Kolajı' konseptinde ekşi misket limonu rengindeki spor giyim kazağı, kaplanmış pamukludan kesiliyor. Kazağın yanlarındaki asimetrik fermuarlar, sabit özellikleri meydana getiriyor. Streç krepten dikilen pilot montları da asitli çiçeklerle kaplanıyor. Diğer yandan polo yaka tişört, hiper-gerçek bir leopar baskısı taşıyor. 'Halüsinojen Spor' konseptinde güçlü, doymuş renkler ve spor giyim mevcut. Spor giyimden esinlenen kolsuz parkalar ve çarpıcı renk bloklama, kilit önemde. Elastik belli boxer şortlar popülerlik kazanıyor. Çift taraflı kullanılabilen iki renkli yapılandırma jarse de spor giyim çağrışımlarına sahip. İki renkli pantolonlar, üst silüeti düzenlemek için konikleşiyor. Yüksek kazak yakaları ve derin kolları klasik spor giyim biçimlerini andırıyor.

Topraksı tonlarla doğaya dönüş

'Reel' adlı temada topraksı tonlar zengin tarçın, altın sarısı, hurma rengi ve şarabi tonlarıyla doğaya geri dönüşü yansıtıyor. Allık rengi, açık leylak ve taş renginin dumansı filtreleri siyah ve kalaylı kurşun renginin daha çarpıcı tonlarına bir perde görevi görüyor. Kadınların 'Eksantrik California' kroşe pamukludan maksi elbiseler, keten jarseden dökümlü bluzlar, kontrast örmeler, silüetin yaydığı yollarda havasına katkıda bulunuyor. Yüksek ahşap platformlar ile ayakkabılar nostaljikleşiyor. Etekli ve şortlu takımlar askısız, ve kalçanın başladığı yerde kesiliyor. Eşarplar ile süet ve şeffaf plastikten ayakkabılar, kilit aksesuarlar. 'Mavili Güzel' konseptinde vücuda oturan İspanyol paça tulum yüksek belli, ve büyük ölçüde 70'ler esintiler mevcut. Yelekler dar ve kısa kesimken kanvas dolgu topuk sandaletler ve bel çantaları, vintage'e duyulan saygıyla canlandırılıyor. Erkeklerin 'Retro Lüks' konseptinde Retro şekiller, hardal ve ten renginden oluşan organik bir palet içerisinde anılıyor. Konseptte iki kahverengi tonu, poplin gömlekler spor giyim, deri ve süet apreli kumaşlar yer alıyor. Triko kazak hırka



takımları yazın sisli indigo tonlarını ortaya çıkarıyor. 'Kaliforniya Hayali' konseptinde ise süet ceketler, fitilli balıkçılar ve Navaho detaylarıyla dolu bir rahat 70'ler havası var. Denim pantolonlar yüksek belli ve daha açık şekilde yıkanmış. Pamuklu Baja kazaklar çok popüler. Polyester pamuklu pantolonlar, koyu bir kızıl kahverengi tonunda şekli korunarak ütülenmiş.

Maviyle okyanuslara keşif

'Keşif' temasında mavi, bu sezon okyanuslara duyduğumuz yeni hazları yansıtarak öne çıkıyor. Turkuaz, su yosunu ve parlak sarı planktonları anımsatırken gelincik kırmızısı, böğürtlen ve pembe gibi daha sıcak renkler, mercanları temsil ediyor. Kadınlarda 'Denizin Harikaları' konseptinde biçimler, dalgalı yeni formlara bürünüyor. Bel kısımları dökümlü elbiseler, hacimle dalgalanıyor. İpek kumaştan geniş palazzo pantolonlar, filigran baskılara daldırılıyor. İpek tulumlar, göğüs çevresinde yapılandırılmış plili buklelere yer veriyor Asimetrik yandan yırtmaçlı düz uzun elbiseler, ba! Döndüren zümrüte daldırılıyor. 'Beyaz Simya' konseptinde ise gevşek örgü kazaklar, sert ipekten organza pantolonlar, yapılı vatkarlar, kolsuz yumuşak ceketler, kolsuz gömlekler mevcut. Erkeklerin 'Sessiz Sörf' konseptinde organik desenler, neopren kumaş, ışıldayan, parlak ve su geçirmez PVC parkalar, ince ve hafif sentetik kumaşlı pantolonlar yer alıyor. 'Kurak Topraklarda' konseptinde ceketler, asi-

metrik kesimlerle çarpıcı biçimde değişiyor. Mermer görünümlü baskıları olan pamuklu gömlekler, ham ipek/ pamuk şortlar, yıkanmış, buruşuk ve eskitilmiş duran pantolonlar, fitilli örme kazaklar bulunuyor.

Sıra dışı bir palet

'Rasyonel' temasında yumuşak yeşillerin ve çınar tonlarının altın kahverengiyle ve cam rengiyle buluştuğu sıra dışı palette tonu mineral elementleri belirliyor. Bebek pembe-leri nötr grilere ve bejlere kadınsı bir çizgi katarken siyah ve beyazın yüksek kontrastları netlik yaratıyor. Temanın kadınlar için 'Eşsiz Katlamalar' konseptinde geometri ve simetri devreye giriyor. Yumuşak gabardin dimiden uzun elbiseler, streç saten pantolonlar, özel dikim kolsuz ceketler, şeffaf plastikten blok topuklar yer alıyor. 'Altın Oran' konseptinde vücuda oturan yüksek oranda elastik yün elbiseler, koza biçimli takılar, pamuk-keten karışımı pantolon etekler, dantel gibi detaylar yer alıyor. Erkeklerin 'Matematiksel Güzellikler' konseptinde ekosele kumaşlar şortlu kruvaze takımlar, çapraz kapanan bluzlar ön planda. 'Kutsal Oranlar' konseptinde ise dijital baskılar ve labirenti andıran yapılar, denkleme optik illüzyonlar kasırgası getiriyor. Poplin gömlekler, keten pantolonlar, geniş şortlar, kuşgözü dokumalı iki renkli pamukludan kesiliyor. Üçgen kollar, dar sigara pantolonlara üstün geliyor-Yarı transparan kumaşlar, silüetlere yeni boyutlar katıyor.

GELENEKSEL OLARAK GERÇEKLEŞTİRİLEN “DERİ ZİRVESİ”NİN 15’Sİ 23 KASIM’DA GERÇEKLEŞTİRİLDİ. ZİRVE İLE EŞ ZAMANLI OLARAK DÜZENLENEN “1. DETAY DERİ ÜRÜNLERİ TASARIM YARIŞMASI” İSE KONUKLARA GÖRKEMLİ BİR GECE YAŞATTI.

DERİCİLERİN GÖRKEMLİ BULUŞMASI

Deri Tanıtım Grubu’nun (DTG) ‘15. Deri Zirvesi’, 23 Kasım 2012 tarihinde Çırağan Sarayı’nda gerçekleşti. 1994 yılından beri her yıl deri, perakende, moda ve tasarım dünyasını tek bir çatı altında toplayan ve sektörün gidişatına yön veren bu önemli buluşmaya, bu yıl da ciddi bir katılım gerçekleşti.

Türk deri sanayiyle deride modayla tasarımın bugünü ve geleceğinin masaya yatırıldığı zirvede, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mehmet Büyükekşi, İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) ve Deri Tanıtım Grubu (DTG) Yönetim Kurulu Başkanı Lemi Tolunay’ın yanı sıra sektörün önemli isimleri yer aldı. TİM Başkanı Büyükekşi açılış konuşmasında Türkiye’nin ihracat gücünün son 3 yılda yüzde 50 ora-

nında arttığını ve bu yıl 150 milyar dolara ulaştığını belirtti. Avrupa Birliği ülkelerine ihracat gerilediği halde, toplam ihracat rakamlarındaki yükselişe dikkat çeken Büyükekşi, “Deri sektörü için de durum böyle. Tüm ihracatta olduğu gibi deri sektörü de Amerika ve Avrupa’ya ihracattaki gerileme karşısında alternatif pazarlara yönelmeyi başardı” dedi. Büyükekşi’nin ardından konuşma yapan İDMİB Başkanı Lemi Tolunay ise, 2012 yılını deri sektörü açısından değerlendirdi. 2012’nin Türk deri sanayinin bilgi, üretim becerisi ve tasarım açısından dünyada önemli bir konuma yükseldiğinin kanıtlandığı yıl olduğunu söyleyen Tolunay, “2012 ihracat rakamlarımız, son 5 yılı geride bırakarak, bu gücü ve yükselişi bir kez daha gözler önüne serdi” dedi.

Derinin tasarım hali

‘Markalaşma ve Farklılaşma başlığı altında düzenlenen 15’inci Deri Zirvesi’nin ilk panelinde perakende dünyasının 3 büyük ismi yer aldı. Moderatörlüğünü Jülide Ateş’in yaptığı panelde; Kişili Yönetim Kurulu Başkanı Abdullah Kişili, Hotiç Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Hotiç ve Mudo A.Ş Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Taviloğlu fark yaratmak ile ilgili serüvenlerini katılımcılarla paylaştı.

Derinin tasarım hali ile ilgili olan ikinci panelde ise yurtdışında büyük başarılarla imza atan Türk tasarımcılar, Bahar Korçan, Bora Aksu ve Ümit Ünal yer aldı. İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi Ruken Mızraklı’nın moderatörlüğünü üstlendiği panelde,

1. DETAY'

DERİ ÜRÜNLERİ TASARIM YARIŞMASI



yurtdışında Türk derisinin algısı, tasarımda deriyle fark yaratmanın yolları ve moda-
nın geleceğinde deri sektörünün konumu tartışıldı.

400 bin TL'lik rekor ödül

15. Deri Zirvesi, bu yıl ilk kez çok kapsamlı bir deri ürünleri tasarım yarışmasına da ev sahipliği yaptı. 114 tasarımcının arasından seçilen 3 kategoriden toplam 18 yarışmacının tasarladıkları ürünlerin yarıştığı "1. Detay Deri Ürünleri Tasarım Yarışması" aynı zamanda toplam 400 bin TL'ye ulaşan rekor ödül tutarıyla da sektörde bugüne kadar gerçekleştirilmiş en büyük organizasyon oldu. Deri konfeksiyon, ayakkabı ve saraciye kategorilerinde toplam 9 yarışmacının ödül kazandığı yarışmada deri konfeksiyonda Özlem Koca, ayakkabıda Safa Şahin, saraciyede ise İpek Çetinkaya birinci oldu.

"Türkiye'ye gelen yatırımlar artıştı"

TİM Başkanı Mehmet Büyükekçi zirvede yaptığı konuşmasında Türkiye'nin ihracat

gücünün son 3 yılda yüzde 50 oranında arttığını, şu anda 148 milyar dolar olan ihracatın 2012 yılı sonunda 150 milyar dolara ulaşacağını belirtti.

Avrupa Birliği ülkelerine ihracat gerilediği halde, toplam ihracat rakamlarındaki yükselişe dikkat çeken Büyükekçi, deri sektörü için de durumun böyle olduğunu söyledi. "Tüm ihracatta olduğu gibi deri sektörü de Amerika ve Avrupa'ya ihracattaki gerileme karşısında alternatif pazarlara yönelmeyi başardı" diye konuşan Büyükekçi, kriz değerlendirme kuruluşlarının olumlu notlarının da Türkiye'ye gelen yatırımları hızlandırdığını kaydetti.

Büyükekçi, 500 milyar dolar ihracat hedefine doğru yatırımlar ve istihdamdaki artışla ulaşabileceğini vurguladı. 2023 ihracat hedefine ulaşabilmek için diğer faktörlerin ileri teknoloji, inovasyon, tasarım, marka ve Ar-Ge olarak belirlendiğini açıklayan Büyükekçi, "İDMİB ve DTG'nin çalışmaları, 15. Deri Zirvesi ve DETAY Yarışması da bunlara en güzel örnektir" diye konuştu.



ZİRVE

BAHAR KORÇAN, BORA AKSU VE ÜMİT ÜNAL'IN TASARIMDA DERİYLE FARK YARATMANIN YOLLARI İLE MODANIN GELECEĞİNDE DERİ SEKTÖRÜNÜN KONUMUNU TARTIŞTIĞI PANELE YOĞUN BİR KATILIM GERÇEKLEŞTİ.



Bahar Korçan, Bora Aksu ve Ümit Ünal'ın yer aldığı "Derinin Tasarım Hali" panelinde moda, tasarım ve deri üçgenindeki pek çok konuya değinildi.

"Hedefimize markalaşma ile ulaşabiliriz"

Zirvede konuşan İDMİB Yönetim Kurulu ve DTG Başkanı Lemi Tolunay, deri sektörü hakkında yaptığı değerlendirmesinde 2012'nin Türk deri sanayinin bilgi, üretim becerisi ve tasarım açısından dünyada önemli bir konuma yükseldiğinin kanıtlandığı yıl olduğunu dile getirdi. Tolunay, 2012 ihracat rakamlarının son 5 yılı geride bırakarak, bu gücü ve yükselişi bir kez daha gözler önüne serdiğini belirtti. "Bugün deri sektörü, yan sanayi ve perakende sektörüyle birlikte 400 bini aşan istihdam rakamıyla Türkiye ekonomisinin en büyük kalemleri arasında yer alma hedefine oldukça yaklaştı.

Doğrudan ihracat rakamlarına yansımayan yurtdışı satışlarla birlikte sektörümüzün ihracat gücü ise 3,5 milyar doları aşmış bulunuyor. Bu rakam, aynı zamanda, Türkiye'nin 2023 ihracat hedefi olan 500 milyar dolara ulaşmakta Türk dericilerine de büyük bir rol düşüğünü yeniden hatırlatıyor" diye konuşan Tolunay, 2023'te deri sektörü ihracatını 10 milyar dolara çıkarmayı hedeflediklerini bir kez daha vurguladı. Tolunay, DTG'nin 15. Deri Zirvesi'nin "Markalaşma ve Farklılaşma" konularına odaklanmasının nedenlerini ise şöyle açıkladı: "İhracat hedeflerimize, üretim kalitemiz ve becerimiz kadar, Türk

derisinde markalaşmayı ve farklılaşmayı başarak ulaşabiliriz. Bunun için 2012'de tasarım ve modadaki rekabet gücümüzü maksimum seviyelere çıkaracak çalışmalara hız verdik." Tolunay, deriyle çalışan Türk tasarımcılara yurtdışı moda şovlarında sundukları maddi ve manevi desteklerin ve katıldıkları uluslararası deri fuarlarındaki ça-

lışmaların da bu stratejinin önemli adımları olduğunu söyledi.

Aynı zamanda sektöre yeni tasarımcılar yetiştirmek için eğitim programları ve yarışmalar düzenlediklerini de ekleyen Tolunay, zirve sonrasında gerçekleşen Deri Ürünleri Tasarım Yarışması DETAY'ın da bu konuda bugüne kadar atılmış en büyük adım olduğunu vurguladı.

Duayen konuklarla zengin içerik

Bu yıl sektörün ve konuklarının karşısına farklı ve çok zengin bir içerikle çıkan 15'inci Deri Zirvesi kapsamında 2 ayrı panel düzenlendi. Moderatörlüğünü Jülide Ateş'in üstlendiği ilk panelin katılımcıları, perakende dünyasının 3 duayen ismi, Abdullah Kığılı, Mehmet Hotiç ve Mustafa Taviloğlu, "Markalaşmada ilk adım: Fark yaratmak" başlığı altında, kendi markalaşma serüvenlerinden yola çıkarak, deri sektörü tedarikçilerine ve üreticilerine örnek hikayeler sundular. Perakende sektörünün deri üreticilerinden beklentilerinin masaya yatırıldığı panelde, "Deri tedarikçileri markalara hangi vaatlerle gelmeli? Markalaşmanın en önemli unsuru: Tedarikçi ve perakendeci işbirliği nasıl olmalı? Deri sektöründe nasıl fark yaratılır?"



Çırağan Sarayı'nda, Türk deri sektöründe son gelişmelerin ve sektörün geleceğinin masaya yatırıldığı zirveye, deriye yön veren çok sayıda isim katıldı.

15. DERİ ZİRVESİNİN “MARKALAŞMADA İLK ADIM: FARK YARATMAK” BAŞLIKLILIK İLK PANELİNDE PERAKENDE SEKTÖRÜNÜN 3 DUAYEN İSMİ, ABDULLAH KİĞİLİ, MEHMET HOTİÇ VE MUSTAFA TAVİLOĞLU KONUŞMACI OLARAK YER ALDI.



LEMİ TOLUNAY
İDMİB YK ve DTG Başkanı

“Deri sektörü 400 bini aşan istihdam rakamıyla Türkiye ekonomisinin en büyük kalemleri arasında yer alma hedefine çok yaklaştı.

sorularına cevap arandı. Oldukça samimi bir havada geçen panelde moda alışverişinde gelinen son nokta olan “e-ticaret”e değinildi.

Bu konuda deri üreticileri açısından faydalı olabilecek fırsatların gündeme geldiği panelin sonunda TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi ve İDMİB Yönetim Kurulu ve DTG Başkanı Lemi Tolunay; Abdullah Kığılı, Mehmet Hotiç ve Mustafa Taviloğlu'na katılımlarından dolayı plaket takdim etti.

“Küçük bir salondan Çırağan Sarayı'na”

“Derinin Tasarım Hali” başlığını taşıyan ve İDMİB ve DTG Yönetim Kurulu Üyesi Ruken Mızraklı'nın moderatörlüğünde gerçekleştirilen ikinci panelde ise, yurtdışında büyük başarılarla imza atan Türk tasarımcılar, Bahar Korçan, Bora Aksu ve Ümit Ünal yer aldı. 1994'te küçük bir salonda başladıkları Deri Zirvesi'nden bugünlere nasıl gelindiğine değinen Mızraklı, o yılda 700 milyon dolar olan ihracatın bugün 3,5 milyar dolara çıkmasının bir tesadüf olmadığını belirtti. Panelde, yurtdışında Türk derisinin algısı, tasarımda deriyle fark yarat-

manın yolları ve modanın geleceğinde deri sektörünün konumu tartışıldı. Buldukları noktaya nasıl geldiklerinden de bahseden tasarımcılar, son bölümde katılımcıların sorularını cevapladı.

Güçlü isimlerin oluşturduğu jüri

İDMİB ve DTG işbirliğinde bu yıl ilki düzenlenen “1. DETAY Deri Ürünleri Tasarım Yarışması” 23 Kasım Cuma günü, 15. Deri Zirvesi ile eş zamanlı olarak gerçekleştirildi. İDMİB ev sahipliğinde, Ekonomi Bakanlığı, TİM ve DTG desteğiyle bu yıl ilk kez düzenlenen yarışmada, sektöre yeni tasarım ve tasarımcılar kazandırılması hedeflendi.

Zirvede yoğun bir ilgiyle izlenen geniş katılımlı panellerin ardından gerçekleşen defile ve yarışma büyük yankı uyandırdı. Genç tasarımcı adaylarının ürünlerinin sergilendiği defilenin ardından açıklanan finalistler oldukça heyecanlıydı. İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi Burak Çelet'in Jüri Başkanı olduğu yarışmada diğer jüri üyeleri ise şu şekildeydi: İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi Ruken Mızraklı, İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi ve TASD Başkanı İslam Şeker, MTD Başkanı Mehtap Elaidi, İMA Moda Tasarım Eğitimi Raf Stemsman, ELLE Türkiye Genel Yayın Direktörü Işın Görmüş, ELLE Türkiye Genel Yayın Yönetmeni Işık Şimşek, İstanbul Teknik Üniversitesi Tekstil Tasarımı



MEHMET BÜYÜKEKŞİ
TİM Başkanı

“Tüm ihracatta olduğu gibi deri sektörü de Amerika ve Avrupa'ya ihracattaki gerileme karşısında alternatif pazarlara yönelmeyi başardı.”

ve Teknolojileri Fakültesi Moda Tasarım Program Koordinatörü Prof. Dr. Cevza Candan, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Moda Aksesuar Bölümü Öğretim Görevlisi Canan Erdönmez, moda tasarımcıları Bora Aksu, Simay Bülbül, Ümit Ünal, Bahar Korçan ve ayakkabı tasarımcısı Pınar Arkun.



15'incisi düzenlenen Deri Zirvesi'nde Abdullah Kığılı, Mehmet Hotiç ve Mustafa Taviloğlu markalaşma ve farklılaşma konularına dikkat çekti.

ZİRVE

3 KATEGORİDEN TOPLAM 18 YARIŞMACININ TASARLADIKLARI ÜRÜNLERİN YARIŞTIĞI DETAY, TOPLAM 400 BİN TL'YE ULAŞAN REKOR ÖDÜL TUTARIYLA SEKTÖRDE BUGÜNE KADAR GERÇEKLEŞTİRİLMİŞ EN BÜYÜK ORGANİZASYON OLDU.



1. Detay Deri Ürünleri Tasarım Yarışması'nın üç farklı kategorisinde ilk 3'e giren finalistler deri sektörünün önde gelen isimlerinden ödülleri alırken oldukça heyecanlıydı.

Görsel şölen hayran bıraktı

Jülide Ateş tarafından sunumu yapılan ve Türk deri sektörünün yaratıcı gücünün yükselmesi, özgün tasarımlarını yaratma ve satma isteklerinin güçlendirilmesi, yetenekli gençlerin özgün tasarımlarının teşvik edilmesi amacıyla ayakkabı, saraciye ve deri konfeksiyon olmak üzere 3 farklı kategoride düzenlenen DETAY, hem moda hem de perakende sektöründen büyük ilgi gördü. 114 tasarımcının arasından seçilen 18 yarışmacının tasarladıkları ürünlerin yarıştığı podyumda, izleyicilere adeta görsel bir şov yaşatıldı. Amatör bir ruhla tasar-

lanan bu profesyonel ürünler podyuma tanınmış mankenler; Özge Ulusoy, Didem Soydan, Sema Şimsek, Tuğba Karaca, Nur Gümüşdoğan, Bilge Kara, Beril Kayar, Sinem Sülün, Ebru Güzel, Ecehan Epcim, Merve Özkaran, Alona Kral ve Serkan Tan tarafından Uğurkan Erez'in koreografisiyle taşındı.

İşte geleceğin tasarımcıları

DETAY, yenilikçilik, sürdürülebilirlik, yaratıcılık ve ileri teknoloji gibi kavramları öne çıkaran konseptiyle bugünü olduğu kadar geleceği de belirleyecek bir yarışma olmayı başardı.

Projelerin akademisyenler, sektörün duayenleri ve moda dünyasından tanınmış isimlerden oluşan bir jüri heyeti tarafından



titizlikle değerlendirildiği yarışma, aynı zamanda finalistlere sunduğu rekor düzeyindeki ödülüyle de alkış topladı. Yarışma kapsamında ayakkabı kategorisinde Safa Şahin birinci, Begüm Yıldırım ikinci ve Gökhan Yavaş üçüncülüğü elde etti. Saraciye kategorisinde İpek Çetinkaya birinci, Ece Akhravi Matin ikinci, Hazal Kardeş ise üçüncü olurken; deri konfeksiyon kategorisinin birinciliğini Özlem Koca, ikinciliğini Ayça Pelvanlar, üçüncülüğünü ise Figen Öner aldı.



Moda, akademi ve sektörden isimlerin yer aldığı jüri, uzun süren elemeler sonrasında finale kalan 18 ismi belirledi.

İLK KEZ DÜZENLENEN YARIŞMADA,
YURTDIŞINDA EĞİTİM VE DÜNYACA ÜNLÜ
FUARLARA ZİYARET HAKKININ YANI SIRA
HER KATEGORİNİN BİRİNCİSİNE 10 BİN TL,
İKİNCİSİNE 5 BİN TL, ÜÇÜNCÜSÜNE DE 3 BİN TL
PARA ÖDÜLÜ VERİLDİ.

Tasarımcılar ödüle doydular

Üç kategoride de birinci olan tasarımcılara yurtdışında eğitim hakkı ve yurt içinde 6 ay İngilizce dil eğitimi sağlandı. Her kategoriden ilk 3 finalist; deri konfeksiyon kategorisinde MIFUR, ayakkabı kategorisinde MICAM, saraciye kategorisinde ise MIPEL Fuarı'nı ziyaret etmeye hak kazandı.

Ayrıca yine her kategoride birinci haricinde finale kalan 5 finaliste İMA'da açılacak olan Deri Giyim, Ayakkabı ve Aksesuar Tasarımı eğitimine katılım hakkı tanınarak, başarılı olan ilk üç öğrenciye eğitimin son bir ayını yurtdışında tamamlama fırsatı verildi.

Bunların yanı sıra her kategorinin birincisi 10 bin TL, ikincisi 5 bin TL, üçüncüsü de 3 bin TL para ödülünün sahibi olurken, koleksiyonların İDF 2013 ve AYMOD 2012'de sergilenecek olması tasarımcılara yeni fırsatlar doğuracak gibi görünüyor.

Hazırlık süreci çok yoğundu

Geçtiğimiz yıl ilkini düzenlediği Ayakkabı Tasarım Yarışması ile ayakkabıdaki özgün tasarım arayışına start veren İDMİB, bu yıl da yine ilkini gerçekleştirdiği '1. Detay Deri Ürünleri Tasarım Yarışması'yla genç tasarımcıları sektöre kazandırmaya karar vermişti.

Yarışmaya Türkiye Cumhuriyeti sınırları dahilinde veya yurtdışında okuyan T.C vatandaşları veya KKTC vatandaşı olan, 30 yaşını aşmamış, Türk moda çevresinde tanınan bir isim veya marka olmayıp adına kayıtlı ticari firması, markası olmayan ve ticari sponsoru bulunmayan, lise son sınıf öğrencisi veya lise mezunu olan herkese katılım hakkı sunan İDMİB bu yarışmayla Türk deri sektörünün yaratıcı gücünün daha da yükselmesini amaçladı.

Yarışmaya son başvuru 18 Mayıs Cuma günü olarak belirlenirken; 31 Mayıs 2012'de gerçekleştirilen birinci aşamada her kategoriden 12 tasarımcı belirlenmişti. İkinci aşamada ise seçilen kişiler koleksiyonlarının sözlü sunumunu yaptı.

Bu aşamadan sonra her kategoriden belirlenen 6 finalist ödül töreninde düzenlenen defileyle eserlerini izleyicilerin karşısına



Deri konfeksiyon kategorisinde birinci olmaya hak kazanan Özlem Koca, 'Grift' adlı temasıyla koleksiyonunu oluşturdu.



Saraciye kategorisinde birinciliği elde eden İpek Çetinkaya'nın, 'Martı' temalı koleksiyonunda çok amaçlı kullanılabilen çantalar yer alıyor.



Ayakkabı kategorisinin birinciliği ödülüne layık görülen Safa Şahin, koleksiyonunda 'Tollere' temasını kullandı.

114 TASARIMCI ARASINDAN 3 FARKLI KATEGORİYE SEÇİLEN 6'ŞAR YARIŞMACININ TASARIMLARI İLK AŞAMADAN İTİBAREN BİRBİRİNDEN ÖNEMLİ İSİMLERİN YER ALDIĞI JÜRİ ÜYELERİNİN YAKIN TAKİBİ ALTINDAYDI.

çıkardı. Yarışmanın tüm aşamalarında büyük bir titizlikle çalışarak en doğru kararı vermeye çalışan jüri üyeleri pek çok başarılı koleksiyon arasında ter döktü. Her aşamada en ince detayına kadar incelenen koleksiyonlar izleyiciler tarafından da büyük beğeni topladı. Yarışma kapsamında tasarımcının

yaratıcılık düzeyi, tasarımın özgünlüğü ve yeniliği, uygulama tekniklerinin geliştirilebilirliği ve uygulanabilirliği, malzeme seçimi ve malzeme tasarım uyumu, katma değeri artırıcı ve teknik özelliklerini geliştirici özelliği değerlendirildi. Her kategoriden finale kalan toplamda 18 finaliste İDMİB'in

çalışmalarıyla bulunan sponsorlar ise tasarımların üretim aşamasını üstlendi. Yerli ve yabancı basın mensupları, akademisyenler, deri sektörüne yön veren sektör temsilcilerinden oluşan jüriye ve seçkin davetlilere sunulan tasarımlar sonucunda her bir kategoriden seçilen 3 finalist ödüle doydular.



RUKEN MIZRAKLI
DTG ve İDMİB YK Üyesi

Her yıl çitayı yükselteceğiz

Yıllardır deri sektöründe düzenlenen yarışmalarda jüri olarak yer alıyorum. Bu yarışmaya katılan genç tasarımcıların yarışma sonrası sponsor firmalarda çalıştıklarına, sektöre direk giriş yapmalarının büyük sinerjiler yaratabildiğine şahit oldum. Tabakanemizin bir sonraki yılın koleksiyonlarını tanıttığı toplantılara deri firmalarının yanlarında tasarımcı olarak bu arkadaşları getirmeleri bizler için büyük kıvanç. Buna en iyi örnek ise 2003 yılında birinci olduktan sonra başarılı işlere imza atan Simay Bülbül. Amacımız sektöre daha fazla tasarımcının girmesiyle yüksek katma değerli ürünler ortaya koymak. Yarışmada özellikle ayakkabı ve deri konfeksiyon kategorilerinde gayet başarılı işler gördüm. Ayrıca Yönetim Kurulumuzda "Deri'nin Farklı Alanlarda Kullanımı" gibi dördüncü bir kategori de eklenebileceğini konuşuyoruz.

Güzel başarı örnekleri

MEHTAP ELAİDİ

MTD Yön. Kur. Bşk. / Moda Tasarımcısı



Bu yarışmaların işaret ettikleri sektörlerdeki genç tasarımcıların yolunu açacak ve sektörle ilişkilerini şekillendirecek etkinlikler olduğunu düşünüyorum. Sektörün tasarımcıya tasarımcının da sektöre ihtiyaç duyduğu günümüzde aradaki köprüleri bu tip yarışmalar kuracaktır. Bu tip yarışmalardan çıkacak birliktelik öyküleri de genç tasarımcılar için motivasyon sağlayan başarı örnekleri oluşturacaktır. 1. Detay Deri Tasarım Yarışması'ndaki tasarımlarda derinin işlenmesi özelliği de göz önüne alınarak yapılmış tasarımlar ağırlıktaydı. Aynı zamanda tasarım odağının kaybedilmemiş olması hoş bir durumdu. Bence genç tasarımcılar daha fazla deri ile çalıştıklarında tasarımın gücünü kullanarak derinin konfeksiyona dönüştürülme sürecinde Ar-Ge'ye de katma değer sağlayacak fikirlerle ortaya çıkacaktır.



SİMAY BÜLBÜL
MTD Yön. Kur. Üyesi / Moda Tasarımcısı

Tasarımlar çok başarılıydı

Türkiye'de tasarım yarışmalarının önemi çok büyük. 2003 yılında birincisi olduğum deri tasarım yarışmalarına bir süre ara verilmişti. O zaman yarışmacı olarak bulunduğum yarışmada şu an jüri koltuğunda oturmak da benim için çok başka bir mutluluk. Bu yarışmanın süreci bir sene öncesinde başladı. Biz deriyi sadece kıyafet olarak değil; saracıye ve ayakkabıda da görmek istediğimiz için üç kategori ile başladık. 120'ye yakın proje geldi ve gerçekten hepsi başarılı, önemli tasarımlardı. Önümüzdeki sene çok daha coşkulu bir katılım olacağını öngörüyorum. Tasarımları ilk aşamadan itibaren takip ettim. Bazıları tasarım ve üretim süreçlerinde biraz farklılaşmış olsa da genel anlamda başarılıydı diyebilirim.

18

ZİRVE İLE EŞ ZAMANLI GERÇEKLEŞTİRİLEN YARIŞMA KAPSAMINDA 18 YARIŞMACININ TASARLADIKLARI ÜRÜNLER ÜNLÜ MANKENLER TARAFINDAN DEFİLE İLE SUNULURKEN, İZLEYİCİLER DE GÖRSEL BİR ŞÖLEN YAŞADI.



N.Begüm Yıldırım, "Saplantı" temasıyla ayakkabı kategorisinde ikincilik ödülüne layık görüldü.



Ayakkabı kategorisinde üçüncü olan Gökhan Yavaş, ünlü şarkıcı Sting'in 'Desert Rose' şarkısından esinlendi.



Ayça Pelvanlar, deri konfeksiyon kategorisinde hazırladığı 'Eagle Hunting' isimli tasarımıyla ikinci oldu.



Aikido temasını çağımız modasına uygulayan Figen Öner deri konfeksiyon kategorisinde üçüncü oldu.



Ece Akhravi Matin, 'Chiron' temasıyla saraciye kategorisinde ikinciliğe layık görüldü.



Saraciye kategorisinde üçüncü olan Hazal Karaşah, tasarladığı renkli çantalarda denizaltı temasını işlemiş.

İHRACAT

İHRACATIN GÖZÜ ÜLKE MASALARINDA

İHRACATÇI FİRMALARA HEDEF PAZARLAR İLE İLGİLİ KONULARDA KAPSAMLI VE GÜNCEL BİLGİLER SAĞLAYAN "ÜLKE MASALARI", YENİDEN YAPILANDIRILYOR. YAPILAN DEĞİŞİKLİKLE ÜLKE MASALARI, TİM VE EKONOMİ BAKANLIĞI'NIN ORTAK ÇALIŞMALARINI İLE DIŞ TİCARETTE İLK BAŞVURU NOKTASI HALİNE GELECEK.

Ekonomik krizin 2009 yılında dünya ekonomileri üzerindeki daraltıcı etkisinin bir sonucu olarak ihracatçıların alternatif hedef pazarlara yönlendirilmesi önem kazandı. Bu çerçevede, 2010 yılının başında İhracatı Geliştirme Merkezi (İGEME), uluslararası ticaretteki bu eğilimle ilgili hedef pazarlar hakkında ihracatçıların doğru ve zamanında bilgilendirilmesi için "Ülke Masaları"nı kurdu. 2011 yılında yürürlüğe giren kanun hükmünde kararname ile İGEME tüzel kişiliği lağvedilmiş ve Dış Ticaret Müsteşarlığı ile birlikte Ekonomi Bakanlığı'na devredilmesiyle Ülke Masaları Ekonomi Bakan-

lığı bünyesinde ihracatçılara hizmet vermeye devam etti. Ülke Masaları bugün de dış ticaret ile ilgili konularda kapsamlı ve güncel bilgiler sağlayarak, firmaların ilk başvuru noktası haline gelmek için çalışmalarına devam ediyor.

Ülke masaları tek başvuru noktası olacak

Geçen ay Resmi Gazete'de yayınlanan "Ülke Masaları'nın görev ve faaliyetlerine ilişkin tebliğ" ile yeniden yapılandırılan Ülke Masaları özel çalışmalar yapacak. Ülke Masaları en az 5, en çok 9 üyeden oluşacak ve başkan ilk toplantıda TİM tarafından belirlenen üyeler arasından seçilecek. Yılda en az 1 kez toplanacak Ülke Masası, halen Ekonomi Bakanlığı bünyesinde faaliyetlerini sürdüren Ülke Masaları'yla koordineli olarak çalışacak ve hazırlanacak raporlar İhracat Genel Müdürlüğü'ne sunulacak. Konu ile ilgili yazılı açıklama yapan Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan, 'Ülke Masaları'nın görev ve faaliyetlerine ilişkin Tebliğ'in Resmi

İHRACATÇI FİRMALAR ÜLKE MASALARI ARACILIĞIYLA, DIŞ PAZARLARDAKİ EKONOMİK GELİŞMELERİ VE FIRSATLARI TAKİP EDECEK, POTANSİYEL SEKTÖRLERDE PAZARA GİRİŞ BİLGİLERİNE ULAŞACAK VE MEVCUT PAZARLARDAKİ PAYLARINI ARTTIRMA FIRSATI YAKALAYACAK.



ZAFER ÇAĞLAYAN
Ekonomi Bakanı

Ülke Masalarının çalışmaları "2023 İhracat Stratejisi" kapsamında belirlenen hedeflere ulaşılmasına katkı sağlayacak.

Gazete'de yayımlanması sonrası, ihracatçı firmaların ihrac pazarları hakkında doğru ve güncel bilgiye hızlı ve tek başvuru noktasından ulaşacağını belirtti. İhracatçı firmaların, dış pazarlardaki ekonomik gelişmeleri ve fırsatları takip edeceğini, potansiyel sektörlerde pazara giriş bilgilerine ulaşacağını ve mevcut pazarlardaki paylarını artırma fırsatı yakalayacaklarını ifade eden Çağlayan, ihracatın gelişmesine yönelik olarak, Bakanlık bünyesinde oluşturulan Ülke Masaları'nın bu noktada oldukça önemli olduğuna vurgu yaptı. Çağlayan, "İhracatçı firmalar, dış pazarlardaki ekonomik gelişmeleri ve fırsatları takip edecek, potansiyel sektörlerde pazara giriş bilgilerine ulaşacak ve mevcut pazarlardaki paylarını artırma fırsatı yakalayacak. İhracatı, üretimi, büyümeyi, istihdamı artırmak için bütün gücümüzle gece gündüz demeden çalışıyoruz" şeklinde konuştu.

Ülke Masaları daha aktif oluyor

TİM Başkanvekili Mustafa Çıkrıkçıoğlu, Ülke Masaları'nın ihracat konusunda daha spesifik boyutta çalışma yapacağını söyledi. Ülke Masaları'nın yeniden yapılandığını ifade eden Çıkrıkçıoğlu, "Yeniden yapılanan Ülke Masaları ihracat açısından faydalı olacak. Dağılık-

lıklar giderilecek. Belli ülkelere odaklanıldı ve daha başarılı olunacak. Bu masalar çok önceden beri Ekonomi Bakanlığı bünyesinde vardı. Ancak yeni düzenlemeyle daha aktif hale gelecek. Biz tecrübelerimizle burada yer alacağız. Kamu öndeki engelleri kaldırmak için çalışıyor biz de bu masaları geliştiriyoruz. Ekonomi Bakanlığı'yla müşterek çalıştık. Bir bütünün bir parçasıyız zaten" şeklinde konuştu. Ülke masalarının, ilgili ülkelerin ekonomik ve stratejik durumunu yakından göreceğini ifade eden Çıkrıkçıoğlu, "O ülkelerdeki ihtiyaçları görecek. Yasal prosedürleri bilecek. Gümrükteki tüm bilgileri takip edecek. Derinlemesine inceleyecek her şeyi. İhracatçının önünde, gidecek olan malları konusunda sıkıntısı varsa, bunları giderecek" dedi.

2023 hedefi için koordineli çalışma

Ülke masalarının, özel sektörün çeşitli ülkelerle itibarıyla sahip olduğu tecrübe ve bilgilerle desteklenmesinin önemli olduğuna dikkati çeken Zafer Çağlayan, oluşturulacak sinerjinin Bakanlığın ülke bazlı proje ve faaliyetlerinin desteklenmesi ve 2023 İhracat Stratejisi kapsamında belirlenen hedeflere ulaşılmasına katkı sağlayacağını dile getirdi. Ülke masalarıyla, ilgili ülke veya ülke grubuna yönelik dış ticaret ve yatırım olanaklarının izlenmesi, değerlendirilmesi ve geliştirilmesinin sağlanacağını bildiren Çağlayan, sözlerine şöyle devam etti: "Global ekonominin gereklerine uygun olarak ihracatçılarımızın bilgi taleplerine en kısa sürede ve etkin bir şekilde cevap vermesi, ilgili ülke veya ülke grubu pazarına yönelik pazara giriş stratejilerinin saptanması, pazara giriş engellerinin tespit edilmesi ve tespit edilen sorunların çözümüne yönelik çalışmalarla yardımcı olunması, ilgili ülke veya ülke grubu ile ülkemiz arasında mevcut dış ticaret ve yatırım ilişkilerinin geliştirilmesi amacıyla bu ülke veya ülke grubunda faaliyet gösteren muadili sivil toplum kuruluşları ile temaslarda bulunulması sağlanacak. Ayrıca, Bakanlığımızın, TİM ve İhracatçı Birlikleri tarafından ülke veya ülke gruplarına ilişkin yapılan çalışmalara ve gerçekleştirilen faaliyetlere katkı sağlaması, özel sektör temsilcileri ile birlikte ülke veya ülke grubu bazında ticaret ve yatırımları geliştirici mahiyette organizasyonlar tertip etmesi öngörülmekte."



MUSTAFA ÇIKRIKÇIOĞLU
TİM Başkanvekili

Yeniden yapılanan Ülke Masaları, belli ülkelere odaklanarak daha başarılı olacak.

Ülke Masaları ne yapar?

Ülke Masaları'nın kullanıma sunulan çalışmalarında, hedef pazar olarak değerlendirilen ülkeler; Temel Sosyal ve Ekonomik Göstergeler, Siyasi ve İdari Yapı, Genel Ekonomik Durum ve Sektörler, Dış Ticaret, Dış Ticaret Politikası ve Vergiler, Türkiye ile Ticari İlişkiler, Yabancı Yatırımlar, Pazarla İlgili Bilgiler, İş Adamlarının Pazarda Dikkat Etmesi Gereken Hususlar itibarıyla ele alınmakta ve standartlaştırılmış faydalı bilgiler sunulmaktadır. Diğer taraftan ilgili ülkelerde hedef olarak değerlendirilen sektörler ile ilgili tüm bilgilere de yer verilen bu çalışmalarda, ele alınan sektörlerde Hedef Ülkenin İthalatı, Hedef Ülkenin İthalatında Değişim, Dünya İthalatında Hedef Ülkenin Payı, Türkiye'nin Toplam İhracatı, Türkiye'nin Hedef Ülkeye İhracatında Değişim, Hedef Ülkenin İthalatında İlk 5 Ülke ve Pazar Payları, Hedef Ülkenin Türkiye'ye Rakip Ülkelere Uyguladığı Vergi Oranları, Hedef Pazarlarda Potansiyel Sektörlerin Değerlendirmesi bölümleri yer alıyor. Bu bölümlerin yanı sıra Ülke Araştırmaları, hedef ülkelerde düzenlenen uluslararası fuarlara milli ve bireysel katılım, ülkedeki yararlı adresler ve ülke pazarındaki güncel gelişmelerin yayınlanacağı ülke ile ilgili haberler bölümlerini kapsıyor.

ISPO

PRESENTED BY Thermo Cool

YKK

ISPO
TEXTRENDS FORUM

İTHİB, AVRUPA'DAKİ FUARLARA MİLLİ KATILIM İÇİN KOLLARI SIVADI. BİRLİK, ÖNÜMÜZDEKİ DÖNEMLERDE PARİS PREMIERE VISION, ISPO MUNICH, FRANKFURT TECHTEXTILE VE MUNICH FABRIC START FUARLARINA MİLLİ KATILIM GERÇEKLEŞTİRECEK.

İTHİB'DEN MİLLİ KATILIM ATAĞI

Türk tekstil sektörünün yurtdışına açılmasında fuarlar önemli bir konumda. İTHİB de, tekstil ihracatının artırılmasına katkı sağlamak amacıyla, bünyesinde yer alan sektörlerin en önemli uluslararası fuarlarına milli katılım organizasyonları ile katılmaları için çalışmalarına hız verdi. İhracatçıların yurtdışı fuarlara etkili ve güçlü organizasyonlar ile katılmalarını sağlamak amacıyla Birlik, Avrupa'nın en önemli dört tekstil fuarına da gelecek dönemde itibaren milli katılım gerçekleştirecek. Paris Premiere Vision fuarının gelecek döneminde 17 firma ile milli katılım gerçekleştirecek olan Birlik, Almanya'da gerçekleştirilen ISPO Munich, Frankfurt Techtextile ve Munich Fabric Start fuarlarına da milli katılım gerçekleştirerek, Türk tekstil firmalarının pazarda daha etkin olmasını sağlayacak.

ISPO Textrends'in sürpriz jüri üyesi

Almanya'da 25 yıldır spor, teknik kumaş ve konfeksiyona yönelik olarak düzenlenen ISPO Munich Fuarı'na 2014 yılında İTHİB bünyesinde milli katılım gerçekleştirilecek. 3-6 Şubat 2013 tarihinde düzenlenecek fuarda ISPO Textrends Forum adıyla bir kumaş yarışması düzenlenecek. İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala ise 11 uluslararası uzman ile yarışmanın jüri üyelerinden biri olacak. Yarışma, gerek fuar katılımcılarına gerek fuar dışından başvuracak üreticilere en iyi koleksiyonlarını tanıtarak yarışma ve fuar merkezindeki Textrends Forumu dahilinde kumaşlarını sergileme imkanı da taniyacak. Yarışma Türk tekstil firmalarının da başvurularını bekliyor. İnovasyonun spor ve spor giyim tekstil ürünleri için özel bir anlamı

olduğunu belirten Pala, "İnanıyoruz ki bu yarışma üreticiler ve tüketiciler için yeni ufuklar açacak. ISPO Munich Fuarı'nda İTHİB olarak partner kuruluş seçildik. Textrends Forum'a yakın Birliğimize özel bir trend alanı verildi. Türk firmalarının yenilikçi ve yaratıcı ürünlerini bu trend alanında sergilemeyi planlıyoruz. 4 Aralık'ta ISPO Textrends Yarışmasına yönelik olarak yapılan toplantıda Fuar yetkililerine ürünler ve yünlü kumaşlar konusunda fuarda eksiklik olduğunu belirttim. Türkiye'de yünlü kumaşlar konusunda oldukça gelişmiş üreticiler bulunuyor. Bu üreticilerin böyle bir platformda yer almaları önemli." dedi.

ISPO Textrends inovasyonun kalbi olacak

ISPO Textrends Forum, 2014/2015 Sonbahar/Kış sezonunda en yenilikçi materyal seçimi hakkında spor giyim, moda ve aksesuar tasarımcıları ve ürün müdürlerine en yüksek düzeyde kılavuz olmak için düzenleniyor. Yarışma için seçilen alan 7 ayrı kategori için bölümlenecek. Ayrıca, deneyimli moda uzmanlarıyla işbirliği içerisinde 5 farklı tekstil trendi belirlenmiş durumda. Tüm parça ürün imalatçıları bu 7 kategoriden biriyle eşleşen ürünleriyle birlikte başvuruyu yapmaya davet



İTHİB Başkanı İsmail Güle, İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Fatih Bilici Munich Fabric Start Fuarı Yöneticileri Wolfgang Klinder ve Sebastian Klinder ile 12 Kasım Pazartesi günü İTHİB'te bir araya gelerek güven protokolü imzaladı.

ediliyor. Başvuru yapılacak ürün sayısı, bu yeni alan mümkün olduğu kadar çok inovasyon, trend ve kaliteye odaklanacağı için şirket başına düşen kategori sayısı 5 ile sınırlandırılmış durumda. İçlerinde Tamer Pala'nın da bulunduğu sektör uzmanlarından oluşan jüri, başvuruları yapılan tüm ürünleri inceleyerek 60 ürünü seçecek. Tüm spor giyimi, moda ve aksesuar tasarımcıları için mutlaka görülmesi gereken bir platform olan fuarda, ISPO Textrends Forum'da firmalar özel bir sunum yapma avantajından da yararlanacak. Bu yönüyle ISPO Textrend Forum parça ürün inovasyon merkezi haline gelecek.

Katılımcılara sayısız avantajlar

12 bağımsız uluslararası uzmandan oluşan jüri çok sayıda başvurulardan en iyi beş ürünü seçecek. Bu jüri tekstil tasarımcılarının yanı sıra moda uzmanlarının ve gazetecilerin de dahil olduğu spor giyim sektörünün temsilcilerinden oluşuyor. Jüri; ürünleri performans, en iyi tutuş, yaratıcılık, inovasyon, çevre ve sürdürülebilirlik, en iyi çoklu fonksiyon ve sağlık gibi 7 farklı kritere göre değerlendirecek. ISPO Textrend Forum'da seçilen katılımcılar, geniş çeşitlilikteki iletişim kanallarını ve promosyon araçlarını kullanarak, inovasyonlarının doğrudan hedef kitlelerine tanıtımını ve promosyonunu içeren kapsamlı bir kazanç paketinden avantajlar elde edecek. ISPO Textrends Forum'da sergilenecek ürünler, uzmanlardan oluşan uluslararası bir jüri tarafından seçildiği için özgün ve yüksek kaliteli olacak. Seçilen ürünler, ISPO Textrends Forum etiketi alacaklardır ki, bu kaynak şirket tarafından tanıtım faaliyetlerinde önemli avantaj olacak. Etiket sadece ISPO Munich süresince değil, aynı zamanda uluslararası düzeyde de dikkatleri üzerine çekecek. Seçilen ürünler fuar ziyaretçilerinin sergileneceklere dokunmasını ve hissetmesini mümkün kılarak, özel olarak tasarlanmış sergi standında ziyaretçilerle buluşacak. Fuarda ISPO Textrends Forum hakkında soruları yanıtlayacak hostesler olacak ve 24 saat güvenlik hizmeti sunulacak. Seçilen tüm ürünler, daha ileriki tanıtımlar için birinci sınıf fotoğraf materyali oluşturmak üzere, yüksek kalite bir fotoğraf çekiminin parçası olacak. Katılımcılar, kendi tanıtım faaliyetleri için bu resimleri tam kullanma hakkını da elde edecek. Türk tekstil firmalarının ISPO Textrend Forum yarışmasına gelecek yıl katılmaları için çalışmalar yapacaklarını belirten Tamer Pala, Türk kumaş üreticilerinin yaptıkları inovatif çalışmalarını dünyaya duyurularını noktasında bu yarışmanın önemli bir platform olacağına değindi.



Arasında İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala'nın yer aldığı 12 uluslararası uzmandan oluşan ISPO Textrends Forum Kumaş Yarışması jüri üyeleri 4 Aralık 2012 tarihinde Münih'te toplantı gerçekleştirdi.

FUAR



TAMER PALA
İTHİB Başkan Yardımcısı

Firmalarımızın uluslararası fuarlarda etkin olmaları için Birlik olarak anlaşmalar yapıyoruz. Bu çalışmaların meyvelerini de önümüzdeki dönemlerde toplayacağız.

“Teknik tekstiller revaçta”

Türk tekstil firmalarının uluslararası fuarlarda sayılarının artmasının önemini vurgulayan İTHİB Başkan Yardımcısı Tamer Pala, uluslararası fuarlarda Türk firmalarının doğru temsil edilmesi için Birlik olarak sürekli çalışmalar yaptıklarını söyledi. Birlik olarak fuar yetkilileri ile Türk firmalarının fuarlarda daha etkin olmaları için anlaşmalar yaptıklarını belirten Pala, uluslararası alanda Türk firmalarına gösterilen ilginin kalitelerinin göstergesi olduğunu söyledi. Ayrıca Frankfurt Techtexile fuarına da 5 senedir katıldıklarını belirten Pala, teknik tekstillerin dünyada giderek önem kazanmasından dolayı Frankfurt Techtexile'in oldukça önemsedikleri bir fuar konumunda olduğuna dikkat çekti. Pala, İTHİB olarak çeşitli üniversitelerden bilim adamlarını da bu fuara götürdüklerine dikkat çekti.

Tekstilcilerin gözü Almanya pazarında

İTHİB, Türk tekstil firmalarının yoğun katılım gerçekleştirdiği Munich Fabric Start Fuarı'na da önümüzdeki yılın Şubat ayında info stant ile katılacak. Birlik 2013 Temmuz ayından iti-

İTHİB, ÖNÜMÜZDEKİ DÖNEM ISPO MUNICH FUARI'NA PARTNER KURULUŞ OLARAK SEÇİLİRKEN, İTHİB BAŞKAN YARDIMCISI TAMER PALA DA FUAR KAPSAMIDA GERÇEKLEŞECEK ISPO TEXTRENDS YARIŞMASININ 12 JÜRİ ÜYESİNDEN BİRİ OLACAK.

baren ise fuara milli katılım gerçekleştirecek. İTHİB Başkanı İsmail Gülle, İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Fatih Bilici Munich Fabric Start Fuarı Yöneticileri Wolfgang Klinder ve Sebastian Klinder ile 12 Kasım Pazartesi günü bir araya gelerek, güven protokolü imzaladı. Fuara Türkiye'den 100 firmanın katıldığını ifade eden İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Fatih Bilici, Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı bir ülke olarak Almanya pazarını çok önemsediklerine dikkat çekti. İTHİB olarak Munich Fabric Start Fuarı yetkilileri ile işbirliği yapmalarının önemini vurgulayan Bilici, “Fuarın 2013 Şubat döneminde İTHİB olarak info stant ile yer alacağız. Temmuz ayında ise ilk defa bu fuara milli katılım gerçekleştireceğiz. Ayrıca fuar yetkilileri ile imzaladığımız güven protokolü çerçevesinde Türkiye’de de uluslararası bir fuar hazırlamaya yönelik olarak karşılıklı çalışma yapacağımızı belirttik” dedi.

‘Made in Turkey’ kalite ile eş değer

Modanın başkenti olarak nitelendirilen Paris’te gerçekleşen Premiere Vision’a bugüne kadar trend alanı ile katılan İTHİB, önümüzdeki dönem 17 tekstil firmasını da yanına alarak fuara milli katılım gerçekleştirecek. Önümüzdeki yıl 12-14 Şubat tarihleri arasında düzenlenecek olan Premiere Vision Paris Fuarı’na milli katılım organizasyonu düzenlemek için hazırlıklara şimdiden başlayan Bir-



FATİH BİLİCİ
İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi

Munich Fabric Start Fuarı’nın 2013 Şubat döneminde İTHİB olarak info stant ile yer alacağız. Temmuz ayında ise ilk defa bu fuara milli katılım gerçekleştireceğiz.

lik, daha önceki yıllarda gerçekleştirilen trend alanı projesini de milli katılım ile birlikte daha da güçlendirerek devam ettirecek. Fuara Türkiye’den katılan firma sayısının her yıl arttığını belirten İTHİB Başkanı İsmail Gülle, bugün ‘Made in Turkey’ yazan ürünlerin kaliteyle eşdeğer görüldüğüne dikkat çekti.



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

Satın almadan üretime, planlama ve bütelemeden 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

DÜNYANIN EN BÜYÜK İKİNCİ EKONOMİSİ OLAN ÇİN’İ FETHETMEK İÇİN YOLA ÇIKAN TÜRK DERİCİLERİ, HAINING’DE, YILDA 5 MİLYON KİŞİNİN ZİYARET ETTİĞİ “CHINA LEATHER CITY AVM”NİN BİR KATINI KİRALADI.



DERİCİLER ÇİN’DE AVM KAPATTI

Avrupa ve Rusya pazarının daralması ile kendine alternatif noktalar arayan Türkiye Deri Konfeksiyoncuları Derneği (TDKD) Çin’in en önemli sanayi kenti olarak bilinen Haining’de yer alan ve yılda 5 milyon kişinin ziyaret ettiği China Leather City AVM’nin bir katını kiraladıkları anlaşmanın altına imza attı. Türkiye Deri konfeksiyoncuları Derneği (TDKD) ile AVM yönetimi arasında imzalanan anlaşmaya göre Türk deri sektörü, önümüzdeki yılın Ağustos ayından itibaren Haining China Leather City AVM’de yüzde 100 Türk mal

ürünleri Çin’in lüks perakende pazarına sunabilecek. 8 bin 500 metrekarelik alanda toplam 25 mağazanın yer alacağı katta ara sokaklar Türk şehirlerinin isimlerinden oluşacak.

Çin’in tercihi artık kaliteden yana

Türk deri sektörünün son dönemlere dünyanın en büyük alım yapan ülkesi olan Çin’in lüks deri pazarına girmek için büyük bir adım attığını vurgulayan TDKD Başkanı ve İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi

Mehmet Ali Dinç, “Haining China Leather City Alışveriş Merkezi yöneticileriyle yaptığımız anlaşmayla AVM’nin bir katını Türk dericisinin hizmetine sunacağız. Bize ayrılan katta 25 mağaza bulunuyor. Dernek olarak Çin’de değişik bölgelere dağılan Türk dericisini tek bir lokasyonda toplayacağız. Haining en büyük deri üreticisi ve satıcısı durumunda burada. Amacımız Çin lüks giyim pazarına doğrudan girmek ve tüketicilere daha yakın olmak. En üst segmente lüks ürün satmaya gidiyoruz. Çin artık kaliteli giyinmek istiyor” diyor.

Baştan aşağı 'Made in Turkey'

AVM'de sadece Türkiye'de imal edilecek ürünlerin satılacağını dile getiren Dinç, Haining China Leather City Alışveriş Merkezi'nde yer almak isteyen Türk firmalarla yapacakları protokolle Çin'de üretim yapmayacaklarını söylüyor. Dinç, "Sadece Türkiye'de üretilen kaliteli ürünlerimizi satacağız. Yani sattığımız ürünler yüzde 100 Türk malı olacak" diyor.

Sektörün önde gelen üreticilerinin bir araya gelerek, Çin'in devlet desteği ile oluşturduğu yeni deri ticaret merkezlerinde en görünür şekilde yer alacaklarını ifade eden Dinç, "Türlere ayrılan bölümde ara sokaklara Türk şehirlerinin isimleri verilecek. Ayrıca kat Türk motiflerine göre dizayn edilecek. 25 mağazalık 8 bin 500 metrekare yer ayrıldı" şeklinde konuştu.

Avrupa krize girdi, Derici yeni pazarlara yönelmiş

Avrupa Birliği ve Rusya pazarındaki düşüşün Türk dericisini yeni pazarlar aramaya sevk ettiğini söyleyen Mehmet Ali Dinç, "Deri sektörünün en büyük pazarı Rusya, ikincisi Avrupa'ydı. Rusya pazarı daralma yaşıyor, piyasa artık doyuma ulaştı. AB'de de krizle beraber yüzde 30 civarında düşüş var. Bu krizler bizi yeni pazar arayışına itti. İstatistiklere göre Çin'de 300 milyon milyoner var. Bu bütün dünyada girişimcilerin iştahını kabartıyor. Küresel markaların yerini aldığı bu pazara karşı biz de duyarsız kalamayız. burada yer aldı." Sektör olarak Çin pazarının zengin kesimine hitap edecek ürünlere sahip olduklarını söyleyen Dinç, Çin lüks giyim pazarına doğrudan girmek ve tüketicilere daha yakın olmak için girişim başlattıklarını vurguladı.

"Okyanusta boğulmaktansa, bir lokasyonda toplandık"

Türk deri sektörünün üretim, fiyat ve tasarım açısından dünyada ilk sıralarda yer aldığını vurgulayan Dinç, bütün markaların üst segmentinin Türkiye'de üretildiğine dikkat çekerek, "Türkiye TDKD olarak burada değişik bölgelere dağılan okyanusta boğul-

maktansa, Türk markalarını bir lokasyonda toplamak istedik. Sektörde bu fikre sıcak baktı. Çin iç pazarında deri satan mağaza zincirleri bütün üretimi burada yapıyor. Biz de işe buradan başlamamızın doğru olduğunu düşündük. Perakendede Çin'de bir Türk markası yaratmak istiyoruz. En üst segmente lüks ürün satmaya gidiyoruz. Çünkü Çin artık kaliteli giyinmek istiyor" şeklinde konuştu.

Çin Türk derisini bekliyor

Haining Later City Başkan Yardımcısı Li Zongrong ise basına verdiği demeçte, TDKD ile yaptıkları anlaşmanın dünya deri sektörü açısından önemli olduğunu dile getirerek, "Türk derisi bundan önce daha çok hammadde olarak alınıyordu bugünden itibaren Türk derisini işlenmiş olarak görmek istiyoruz. Çin, dünyanın en büyük alıcısı konumunda. Bu yüzden Türk derisini bekliyoruz. 2005 yılında hizmete giren AVM'de 3 bin 200 dükkan var. Yılda 5 milyon 120 bin kişi ziyaret ediyor. 12 milyar dolar cirosu söz konusu. 5 AVM daha açacağız. Her yıl başka bir şehirde AVM açmayı planlıyoruz. Gelecek yıl Pekin'de bir AVM açacağız. Bu 5 şehirde de Türk firmalar yer alacak" dedi.

"Türkiye'de yatırıma sıcak bakıyoruz"

Haining Later City Başkan Yardımcısı Li Zongrong, Türk deri ürünlerinin diğer AVM'lerde sergileneneceğini belirtti. Billboard ve çeşitli mecralarda ürünlerin tanıtımını yapacaklarını da ifade eden Li Zongrong, Türkiye'de yatırıma da sıcak baktıklarını, uygun koşullar oluşması durumunda yatırımı değerlendirebileceklerini kaydetti.



MEHMET ALİ DİNÇ
Türkiye Deri Konf. Derneği Başkanı

Dernek olarak Çin'de değişik bölgelere dağılan Türk dericisini tek bir lokasyonda toplayacağız.

AVM'de firmalara sunulan avantajlar

- Dekorasyon desteği (metrekarede 80 dolar)
- Türk eleman çalıştırana 2. yıl kirada yüzde 20 iskonto
- Depozito istenmiyor (Çinli firmalarda 200-300 bin euro isteniyor)
- Ücretsiz güvenlik hizmetleri
- Kira indirimi



İHRACATÇILARI EN HESAPLI YOLDAN WEB SİTESİ SAHİBİ YAPMAK İÇİN “myŞirket” PROJESİNİ HAYATA GEÇİRMeye HAZIRLANAN TİM, FİRMALARIN REKABET GÜCÜNÜ İNTERNET ALANINA TAŞIYACAK. İNTERNET SAYFALARI, İHRACATÇI BİRLİKLERİNE ÜYE FİRMALAR İÇİN ÜCRETSİZ OLACAK.

İHRACATA “myŞirket” DOPİNGİ

Türk firmaları çağımızın teknolojiyle birlikte bir de internet ortamında rekabet etmeye başladı. Bugün artık pek çok firma iyi ya da kötü bir web sitesine sahip. Finansal zorluklar göz önüne alındığında şirketler için sorun haline gelmeye başlayan web siteleri bir de Yeni Türk Ticaret Kanunu tarafından ‘olmazsa olmaz’ diye adlandırılınca bu soruna TİM Ticaret Net Bilişim Hizmetleri AŞ (TTN) el koydu. myŞirket projesiyle şirketlere rahat bir nefes aldirmek isteyen TTN, hesaplı maliyetiyle de dikkatleri üzerine çekti. Özellikle Türkiye’deki Küçük ve Orta Boy İşletmelerin, genel olarak tüm tüzel veya bireysel kişiliklerin, internet ortamında var olmaya yönelik ihtiyaçlarını karşılamak ve internet sitesi sahibi olan Türk firmalarının sayısını artırmak amacıyla yola çıkan TTN bu projeye, basit kullanıcı eğilimleri ve yeni nesil internetin sağladığı kolaylıkları göz önünde tutarak başladı. İhtiyaçlara ve kamu nezdindeki kaosa çözüm yolları geliştiren projenin asıl amacı ise ulusal ve küresel piyasalarda var olmaya çalışan Türk

ihracat firmalarının rekabet gücünü internet alanında kısıtlı kaynakları ve temel bilgisayar bilgilerini zora sokmadan artırmak. Altyapı geliştirme çalışmalarına 2012 yılının Haziran ayında başlanmış olan projenin geliştirme çalışmaları ve dizayn aşamaları ise büyük ölçüde tamamlandı. myŞirket ile firmalar 2013 yılının Şubat ayından itibaren bir yıl boyunca ücretsiz internet sitelerini kullanmaya başlayabilecek. İhracatçı firmalar aynen herhangi bir sosyal paylaşım platformuna üye oldukları gibi, myŞirket’e üye olabilecek. Burada aynen şahsi hesaplarını oluşturur gibi şirket hesaplarını oluşturabilecek, bilgilerini yazıp güncelleyebilecek, parola işlemlerini gerçekleştirebilecek, birden fazla kullanıcıya yetki verebilecek ve kendi alanlarını yönetebilecekler. Kullanıcı şirketler hosting’e ayrı, domain’e ayrı, web sitesi tasarlatmaya ayrı zaman ayırmadan internete erişimi olan tek bir bilgisayar vasıtasıyla kendilerine özel internet sitesini uğraşmadan, kolayca elde edebilecek.

Ekonominin dinamiğine yönelik bir proje

Ülkemizde KOBİ’ler toplam işletmelerin yüzde 99’unu, istihdamın ise yüzde 78’ini oluşturmaktadır. Türkiye ekonomisinin dinamiği konumunda olan KOBİ’lerin rekabet gücünü etkileyen makro ortamda bulunmaması ise söz konusu olmamaktadır. McLuhan tarafından geliştirilen global köy kavramı internet ile can bulurken, firmaların bu köyden uzak kaldığı ise istatistiksel verilere göre ortaya çıkan sonuçlardan bir tanesidir. Türkiye’de bulunan 2,5 milyon civarındaki KOBİ’ler arasında internet sitesine sahip olanların sayısı 200 bini bulmuş değildir. Ayrıca Türkiye’de aktif durumda olan KOBİ internet siteleri, standart bir internet sitesinde olması gereken özellikler bakımından da ciddi sorunlara sahiptir. İnternet sitelerinin güncel tutulmasından hosting veya domain’leri yenilenmemiş, görüntülenemeyen web sitesi sayısı küçümsenmeyecek kadar fazla. Yapılan tüm araştırmalar sonucunda, KOBİ’lerin ihtiyacı olan şey, tipik bir

myŞirket PROJESİNİ ASIL AMACI, ULUSAL VE KÜRESEL PİYASALARDA VAR OLMAYA ÇALIŞAN TÜRK İHRACAT FİRMALARININ REKABET GÜCÜNÜ İNTERNET ALANINDA KISITLI KAYNAKLARI VE TEMEL BİLGİSAYAR BİLGİLERİNİ ZORA SOKMADAN ARTIRMAK.



özel internet sitesini kolayca elde edebilmesini sağlayacak olan myŞirket'in, başlangıçta Türkçe ve İngilizce dil uygulaması olacak. Zaman içerisinde eklenecek pek çok dil seçeneğiyle özellikle ihracatla uğraşan firmaların internet arenasında rekabet imkanı bulacağı myŞirket, kullanıcılarına 2 paket sunuyor. "myŞirket Lite" ve "myŞirket Pro" olmak üzere iki adet olan çıkış paketlerine süreç ilerledikçe yenileri eklenecek. Kullanıcıların alacakları hizmeti önceden görüp test etmesini hedefleyen çıkış paketleri; "Hakkında", "Ürünler/Hizmetler/Çözümler", "Referanslar", "Haberler", "İletişim", "İK" gibi çeşitli menü seçeneklerini, Blog, e-mail, Sosyal Paylaşım Araçları gibi çeşitli tanıtım araçlarını ve firmaların yıllık faaliyet raporu, finansal rapor, bilanço vb raporlarını yayınlatabilecekleri "Kurumsal" alanları, dil seçeneklerini içermekte. myŞirket'e üye olup paketini seçen kullanıcı, sistemin yönlendirdiği şekilde karşısına çıkan ekranları doldurup kaydederek devam etmek suretiyle, internet sitesini hemen oluşturmaya başlayabilecek. Kullanıcılar firma logolarını kolayca ekleyip, yüzlerce arka plan görüntüsü arasından istediğini seçebilecek. Kullanıcı, sektörlerine özel template'lerden yararlanabilecek veya kendi istediği bir görsel arka plan olarak bilgisayarlarından sisteme yükleyip, internet sitelerini sıfırdan dizayn edebilecek. Bunlarla birlikte pek çok detayı da kendi isteğine göre şekillen-

myŞirket neler sunuyor?

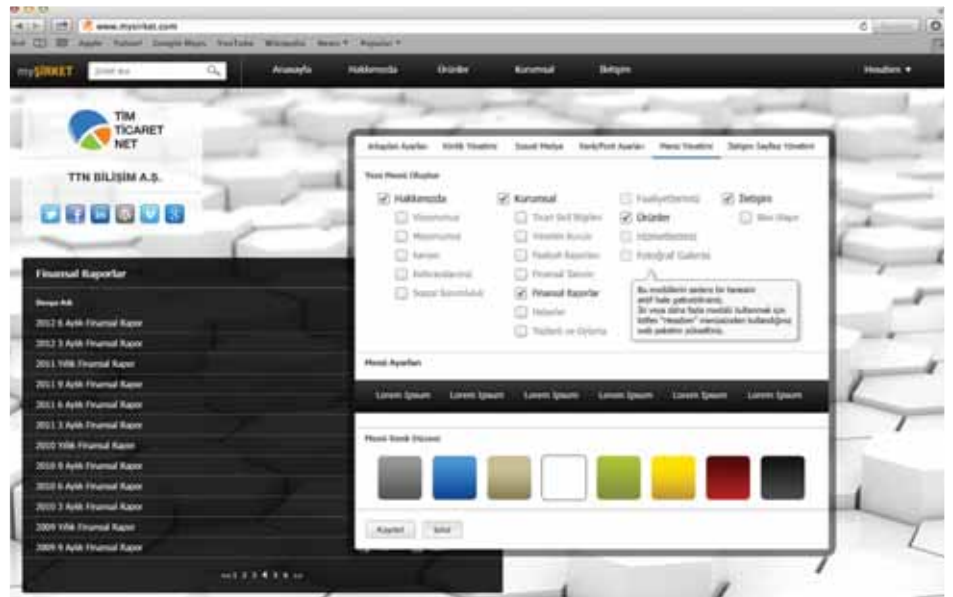
- Firmaların elektronik ortamda var olmasını sağlar.
- Firmaların internet ortamında gücünü artırarak, tanıtım ve pazarlama kanallarını çoğaltır.
- Firmalara hızlı, pratik ve güvenilir bir internet sitesi sunar.
- Firmaların bilgilerini en kolay biçimde güncel tutmalarını sağlar
- Kullanıcılar temel internet bilgilerinin dışında başka bir bilgiye ihtiyaç duymaz.
- Kullanıcıları web sitesi tasarımı gibi konulara ayrı zaman ayırmaktan kurtarır.
- Çoklu sayılarda şirket kullanıcılarının paylaşımlı veriye ulaşması ve değiştirmesine imkan sağlar.
- Erişilen veri için rol tanımlı yetkilerin verilmesini sağlar
- Verinin kolay saklanması ve okunmasını sağlar.
- Tekrarlanan veri miktarını azaltmak için gerekli ortamları sağlar

direbilecek olan kullanıcılar, myŞirket'in senkronizasyon yeteneği sayesinde internet sitesindeki paylaşımlarını, güncellemelerini sosyal medya kanallarına otomatik olarak aktarabilecek.

internet kullanıcısı gibi, domain, hosting, web tasarım işleriyle uğraşmadığı, sosyal medyada kişisel olarak düzenlediği hesaplarda olduğu gibi birkaç adımda üye olup giriş yaptığı, kendine tahsis edilen alanda düzenlemelerde ve paylaşımında bulunduğu bir alan. myŞirket projesinin devreye girdiği kısım ise burası.

myŞirket'le internette basit adımlar

myŞirket, Türk firmalarının temel ihtiyaç ve internet kullanım eğilimlerine göre hazırlanan, ihracatçı birlik üyelerinin belli bir kısmına ücretsiz web sitesi kazandırılmasına yönelik bir proje. "myŞirket", kullanıcıların herhangi bir sosyal paylaşım platformuna üye oldukları gibi üye olabilecekleri, basit adımlarla sayfalarını düzenleyebilecekleri, kendilerine özel bir internet alanını şirket ihtiyaçlarına göre yönetebilecekleri bir proje özelliğine sahip. Kullanıcı şirketlerin hosting'e ayrı, domain'e ayrı, web sitesi tasarlatmaya ayrı zaman ayırmadan internete erişimi olan tek bir bilgisayarla kendilerine



PERAKENDE

DÜNYACA ÜNLÜ KONUKLARI VE SES GETİREN KONULARIYLA PERAKENDE SEKTÖRÜNÜN NABZINI TUTAN “PERAKENDE GÜNLERİ” BU YIL DA DÜNYADAN VE TÜRKİYE’DEN ÇOK SAYIDA SÜRPRİZ KONUĞU LÜTFİ KIRDAR KONGRE VE SERGİ SARAYI’NDA AĞIRLADI.



PERAKENDE SEKTÖRÜNDE SINIRLAR KALKIYOR

Sıcak konuları, dünyaca ünlü konuşmacıları, yeni uygulamaları, çözüm odaklı tartışmaları ve farklı fikirleri ile perakende sektörünün buluşma noktası olan Perakende Günleri, 12’inci yılında da sektörün önde gelen yüzlerce temsilcisini, dünyanın ve perakendenin yeni ufuklarının anlatıldığı oturumlarda bir araya getirdi. Türkiye perakende sektörüne çalışmalarıyla yön veren Sosyal Danışmanlık tarafından 2001 yılından beri düzenlenen Perakende Günleri 28-29 Kasım tarihlerinde pazarlama, marka, tasarım, iletişim ve ekonomi gibi geniş bir yelpazeyi içeren konularıyla sektörün nabzını tuttu. Lütfi Kırdar Kongre Merkezi’nde gerçekleştirilen Perakende Günleri’; yerli ve yabancı 25 ayrı konuşmacının katıldığı 16 farklı oturumla iki gün boyunca sektörün en çok merak edilen konularına ışık tuttu. Uluslararası İstanbul Perakende Konferansı’nın yanı sıra Perakende Günleri’, İstanbul Perakende Fuarı ve sektörün en prestijli ödülleri Perakende Güneşi Ödülleri’ne de ev sahipliği yaptı. İki gün süren Perakende Günleri, yaşları 7 ila 14 arasında değişen 40 çocuğun yer aldığı Sanatçılar ve Sanatseverler Kültür ve

Dayanışma Derneği (Sansev) Korosu’nun seslendirdiği şarkılarla renkli bir açılış törenine sahne oldu.

“İlham verecek cümlelerin peşindeyiz”

Törende yaptığı konuşmada perakende sektörünün dinamik yapısını vurgulayan Sosyal Danışmanlık Genel Müdürü Suat Soysal; “Perakende Günleri’nin 12’nci yıldayız ve on iki yıldır Perakende Günleri’ni ilham almak ve değişmek için yapıyoruz. Bu yıl da ilham verecek yol gösterecek cümlelerin peşinde olacağız. Konuşmacıları dinleyen her katılımcı kendi cümlesini bulacak” dedi. Soysal, perakende sektörü ve alt sektörlerinin arasında artırımların kalktığına dikkat çekerek, herkesin birbirinin öyküsünden çıkartacağı birçok ders olduğunu ve Perakende Günleri’nin içeriğinin de bu doğrultuda tasarlandığını belirtti.

“Teknoloji tehdit değil, sektörün geleceği”

Perakende Günleri ilk gününde, dünya perakende sektörüne yön veren ve tüm dün-

yada 3,5 milyonu aşan üyesi ile sektörün en büyük kuruluşu olan National Retail Federation’un (NRF) Başkanı ve CEO’su Matthew Shay’ın konuşması ile başladı. Türkiye’ye ilk kez gelen Shay, perakende sektörünün geleceğini ve sektördeki en yeni trendleri katılımcılarla paylaştı. Shay, elektronik ticaretteki artış oranlarına dikkat çekerek, sektörün bu alana yatırım yapmasının kaçınılmaz olduğunu vurguladı. Geçen yıl ABD’de 200 milyar dolarlık online satış harcaması gerçekleştiğini söyleyen Shay, “Elektronik ticaret, geleneksel perakendeye alternatif değil. Günümüzde hep-sinde birden başarılı olmak ve her yerde bulunmak zorundasınız. Müşteri beklentisi açısından bu artık bir zorunluluk. Teknoloji tehdit değil, sektörün geleceğidir” dedi.

“Satmayı seviyorsan kazanırsın”

Perakende Günleri’nin satış danışmanları ve patronların karşı karşıya geldiği interaktif oturum ise oldukça keyifliydi. TAY 2012’de yarı finale kalan Kışgılı, LC Waiki, Teknosa ve Boyner satış danışmanları, Silk&Cashmere CEO’su Ayşen Zamanpur,

12'NCİ KEZ DÜZENLENEN "PERAKENDE GÜNLERİ"NE YERLİ VE YABANCI 25 AYRI KONUŞMACI KATILDI. ETKİNLİKTE 16 FARKLI OTURUMDA İKİ GÜN BOYUNCA SEKTÖRÜN EN ÇOK MERAK EDİLEN KONULARINA IŞIK TUTULDU.

Koton Yönetim Kurulu Üyesi Gülden Yılmaz, Kiler Perakende Grubu Genel Müdürü Nihat Özdemir ve Emaar Türkiye Genel Müdürü Ozan Balaban sorularıyla sektörün en çok konuşulan konularına yanıt verdi. Satış danışmanlarının eğitimi ile ilgili görüşlerini aktaran Nihat Özdemir, "Markaların en önemli temsilcisi satış danışmanlarıdır. Şirket kültürünü, değerlerini öğrenmiş, motivasyonu yüksek bir satış danışmanı mutlu müşteri demektir. Bu da cirosu yüksek şirket anlamına gelir" dedi. Sektörde satış danışmanları için kariyer imkanları olduğunu belirten Koton Yönetim Kurulu Üyesi Gülden Yılmaz, "Başlangıç seviyesinde satış danışmanlarına sağlanan maaşlar düşük görülebilir ama prim sistemi ile bu dengelenmeye çalışılıyor. Bu sektörde ne kadar ilerlemek istersen o kadar ileri gidebilirsin" dedi.

Kelimeyle dünyayı değiştir

Perakende Günleri'nin ikinci gün oturumları, sözcüklerin gücünü kullanarak internette 20 milyondan fazla kişiye ilham veren viral videoların yaratıcısı Andrea Gardner'ın sunumu ile başladı. Purplefeather CEO'su Andrea Gardner, 'Kelimeyi değiştir, dünyayı değiştir' başlıklı oturumunda kelimelerin ardındaki gücü perakende sektörü temsilcileri ile paylaştı. Gardner; "Dünyanın en önemli markaları 'neden' sorusuna çok net yanıt veren başarılı sloganları ile hedef kitlelerine ulaşıyor ve onlarla duygusal bağ kuruyor. Kelimeler duygusal bağ oluşturmak için en etkili yöntemdir. Siz de kelimeleri doğru yer ve doğru zamanda kullanarak marka gücünüzü ve etkisini arttırabilirsiniz" dedi.

Türk markalarının yarısı online mecrada

Perakende Günleri'nin ikinci gününde e-ticaretin dünyadaki ve Türkiye'deki gelişimini ve son trendleri paylaşan Markafoni Yönetim Kurulu Üyesi Tolga Tatari, Türkiye'de internet kullanımının ve buna paralel e-ticaretin hızla arttığına dikkat çekti. Tatari, "Türkiye nüfusunun yüzde 47'si internet kullanıyor. Bu kullanıcıların yüzde 22'si internette alışveriş yapıyor. Bu da yaklaşık 8 milyon kişi demek" dedi. Tatari, 2015 yılında Türkiye'de e-ticaret

yapanların sayısının 15 milyona ulaşacağını belirtti. Online alışverişin perakende cirosundan aldığı payı da her geçen yıl arttırdığını belirten Tolga Tatari; "2012 yılında e-ticaret perakende cirosundan yüzde 4,3 oranında pay aldı" diye konuştu. Tatari; "Bundan beş yıl önce gıda ve mobilya internet ortamında satılmıyordu. Bugün ilk sıralarda yer alması dikkat çekici. Üstelik dünyada gıda alışverişini yapanların yüzde 65'i fiyat kıyaslaması bile yapıyor" dedi. Türkiye'nin önde gelen markalarının da yüzde 49'unun online satışlara başladığını vurgulayan Tatari bu oranın artması gerektiğini söyledi.

Sektör gelecekte umutlu

Sektör temsilcilerinin katılımı ile gerçekleştirilen 'oylama' bu yıl da Perakende Günleri'nin renkli bölümlerinden birini oluşturdu. Oylama kapsamında perakende dünyasına ilişkin sorulara verilen yanıtlar, bir kez daha sektörün mevcut durumu ve geleceğine ilişkin eğilimlere ışık tuttu. Sektör temsilcilerinin yüzde 44'ü 2013 yılının 2012 yılından daha iyi geçeceğine yüzde 21 de çok daha iyi olacağına inanıyor. Konferansa katılan sektör temsilcileri 2015 yılında sektördeki satışların yüzde 33'ünün de online kanallardan yapılacağını düşünüyor. Yine sektörün en prestijli ödülü olarak kabul edilen, her yıl sektördeki başarılı çalışmalarını ödüllendiren Perakende Güneşi



İlk defa verilen Genç Liderler Ödülü'nü Mudo Yönetim Kurulu Üyesi Ömer Taviloğlu Boyner Holding Yönetim Kurulu Başkanı Cem Boyner'den aldı.

Ödülleri de etkinliğin ikinci günü düzenlenen törenle sahiplerini buldu. Perakende Güneşi Ödülleri'nde LC Waikiki Yönetim Kurulu Başkanı Vahap Küçük, Yaşam Boyu Başarı ödülüne layık görüldü. Perakende sektörünün önde gelen isimlerinin yanı sıra iş ve sanat dünyasından çok sayıda ismin katıldığı törendeki başka bir ilk ise 'Genç Liderler Ödülü' oldu. İlk kez verilen Genç Liderler Ödülü'nü ise Mudo Yönetim Kurulu Üyesi Ömer Taviloğlu almaya hak kazandı.



Perakende Günleri'nde satış danışmanları ve patronlar interaktif oturumda bir araya gelerek katılımcılara keyifli bir sohbet yaşattı.



DOSSO DOSSI FASHION SHOW BAŞLIYOR

İŞ VE EĞLENCEYİ BİR ARADA SUNAN DOSSO DOSSI FASHION SHOW, 15'İNCİ DÖNEMİNE HAZIRLANIYOR. 8-14 OCAK'TA GERÇEKLEŞECEK ETKİNLİKTE 150 FİRMA YENİ SEZON ÜRÜNLERİNE ALICILARLA BİR ARAYA GETİRECEK.

Dünyanın dört bir yanından gelen alıcılarla Türk tekstil markalarının ürünlerini "İş Tatili" konsepti altında buluşturan "Dosso Dossi Fashion Show" yerli butik sahipleri için de bir fırsat haline geldi. Önümüzdeki yıl 8-14 Ocak tarihleri arasında gerçekleşecek olan Dosso Dossi Fashion Show 150 firmanın yeni sezon ürünlerini alıcılarla bir araya getirecek. 15'inci kez düzenlenen

organizasyonun kurucusu Hikmet Eraslan, yabancı tekstil alıcılarına sağladıkları tüm imkanları yerli butik sahiplerine de tanıyacaklarını belirtiyor. Türk tekstil satıcılarının binlerce çeşit ürünü aynı anda görme imkanı bulacağını söyleyen Eraslan, cazip ödeme imkanlarıyla mal satın almalarının yanı sıra, bir hafta boyunca da ultra lüks tatil yapacaklarını ifade ediyor. Türkiye'nin en büyük tekstil organizasyonu olan Dosso Dossi Fashion Show, dünyaca ünlü top modelleri podyuma çıkartmaya da devam edecek. Geçtiğimiz yıllarda Isabeli Fontana, Anna Chapman ve Erin Heatherton'ın yer aldığı organizasyonda bu kez Adriana Lima podyuma çıkacak. Antalya'da Expo Center'da 9 Ocak'ta düzenlenecek defileye katılacak olan ünlü model, dört ayrı kıyafet sergileyecek. Antalya Expo Center'de gerçekleşecek Dosso Dossi Fashion Show'un en durgun zama-

nında Laleli, Osmanbey ve Merter tekstil piyasasına büyük bir canlılık getireceğine inanılıyor.

Binlerce ürün bir arada

Düzenledikleri 15'inci organizasyonda 150 firmanın yeni sezon ürünlerini alıcılarla bir araya getirecek olan Dosso Dossi Fashion Show'un kurucusu Hikmet Eraslan Ocak ayında gerçekleşecek şov hakkında şunları söyledi: "Şimdiye kadar yabancı tekstil alıcılarına sağladığımız tüm imkanları artık yerli butik sahiplerine de tanıyacağız. Türk tekstil satıcıları hem binlerce çeşit ürünü aynı anda görme imkanı bulacak, hem de cazip ödeme imkanlarıyla mal satın alacakları gibi bir hafta boyunca ultra lüks tatil yapacak." Türk tekstil satıcılarını davet etmek için iç piyasaya yönelik özel bir ekip kurduklarını söyleyen Eraslan, bu ekibin şu sıralarda



HİKMET ERASLAN
Dosso Dossi Fashion Show Kurucusu

“Dosso Dossi Fashion Show kapsamında şimdiye kadar yabancı tekstil alıcılarına sağladığımız tüm imkanları artık yerli butik sahiplerine de tanıyacağız.”

Doğubayazıt'tan Edirne'ye kadar seçkin butik ve mağazaların kapılarını çalarak, tüm yurdu dolaştığını da belirtti. Yerli mağaza sahiplerinin günlerce dolaşarak ulaşamayacakları binlerce ürüne bir anda sahip olabilecekleri bir organizasyon gerçekleştirdiğini söyleyen Eraslan, firmaların bu sayede sezona rakiplerinden daha karlı ve iyi bir vizyonla gireceklerini de sözlerine ekledi.

Dünyaca tanınan bir etkinlik

Düzenledikleri tekstil şovunun artık dünyaca tanınan bir etkinlik haline geldiğini belirten işadamı Hikmet Eraslan, toptan tekstil alışverişi için çok yoğun talep aldıklarını söyledi. Organizasyonlarına katılma imkanı bulamayan tekstil alıcılarına yıl içinde alışveriş yapma fırsatı sunacaklarını belirten Eraslan, “Gelen talepler bizi daha da ileriye taşıyor. Hem satıcı, hem de alıcı tarafından markamıza olan güvenden de cesaret alarak şimdi sınırları ortadan kaldırıyoruz. Buradaki firma sayımız ve sergilenen ürün adedimiz çok daha fazla olacak. Rusya ve çevresindeki ülkeler ağırlıklı pazarımız olacak” dedi.

Alışveriş ve ödeme garantisi

Her sene üretici firmaların, Rusya pazarı başta olmak üzere dünyanın dört bir yanından gelen alıcılarıyla bir araya getirildiği organizasyon ilk kez 2005 yılında 11 firma ve 45 alıcının katılımı ile başladı. Organizasyon kapsamında kurulan fuar stantlarında ürünlerini sergileyen firmalar, bu organizasyonda yer almak için stant kiralyor ve yaptıkları cirodan belli oranda pay veriyorlar. Satın almak istedikleri ürünleri karşılarında hazır bir şekilde bulan alıcılar ise, bir yandan toptan alışverişlerini yaparken bin yandan da aileleriyle birlikte tatil yapma ve doyasıya eğlenme imkanı da buluyor. Alışveriş ve ödeme garantilerini sağlayan Dosso Dossi Fashion Show, anlaşılan satışlarda ürünleri üretici firmadan satın alıyor ve alıcıya garanti vererek kendisi teslim ediyor. Böylece üretici parasını peşin alıyor, alıcı da ürün teslim garantisini altında işlemini gerçekleştiriyor. Ocak ve Haziran ayında düzenlenen Dosso Dossi Fashion Show'a katılan alıcılar organizasyona katılmak için en az 15 bin dolar alım garantisi veriyor.

Adriana Lima Dosso Dossi'de

Laleli başta olmak üzere Osmanbey, Merter ve Çağlayan'daki tekstil sektöründe yüzlerce markanın umudu olan Dosso Dossi Fashion Show, 8 yıl içinde dünyaca ünlü bir tekstil organizasyonu haline geldi. Bugün, dünyanın bir çok ülkesinden tekstil markalarının dahil olmak için sırada beklediği organizasyonda 150 tekstil markası yaklaşık 5 bin tekstil alıcısı ile bir araya gelecek. Bir hafta süre ile

dünyaca ünlü sanatçıların konserleri gerçekleştirilecek, yaklaşık 400 manken görev alacak ve 45 ayrı defile düzenlenecek. Organizasyon geçtiğimiz yıllarda Isabeli Fontana ve Erin Heatherton'dan sonra bu kez Adriana Lima'yı podyuma çıkaracak. Ünlü model, Norm, Life Time, Velvet ve Awoss firmalarının hazırlayacağı dört ayrı kıyafeti sergileyecek. Lima'ya onlarca manken de eşlik edecek. 8-14 Ocak 2013 tarihleri arasında gerçekleşecek 15'inci organizasyonda dünyaca ünlü performans grubu Kazaky, Rusların ünlü şarkıcısı Dima Bilan ve Türk pop müziğinin ünlü isimlerinden Mustafa Sandal sahne alacak. Bunların yanı sıra gecenin sunuculuğunu yapacak isim ise dünyaca ünlü Rus ajan Anna Chapman yapacak.



15'inci düzenlenecek olan Dosso Dossi Fashion Show'da Adriana Lima podyuma çıkacak.

Fashion Show'da neler oluyor?

Dosso Dossi Fashion Show'a katılan, Laleli başta olmak üzere Osmanbey, Merter ve Çağlayan'da faaliyet gösteren tekstil firmaları bir etkinlikte 100 bin dolar ile 2 milyon dolar arasında ciro yapıyor. Katılımcı firmalar sadece bu organizasyonda yıllık cirolarının yaklaşık yüzde 40'ını gerçekleştiriyor. Alıcılar ise, 15 bin dolar ile 400 bin dolar arasında alım gerçekleştiriyor. Alıcılara alışveriş oranlarına göre araba, laptop, cep telefonu, Bahama tatili gibi farklı konseptlerde hediyeler de veriliyor. Sadece Dosso Dossi Fashion Show'da ürün satmak üzere kurulmuş onlarca firmanın yanı sıra, Balizza, Gizia, Icon, Romano Botta, Behçetti gibi tekstil sektörünün önde gelen firmaları da katılıyor. Geçtiğimiz yıllarda Tarkan'ın sahne aldığı etkinlikte, ağırlıklı olarak Türkiye'nin ve Rusya'nın en ünlü sanatçıları sahne alıyor. Her sezon bir önceki döneme göre katılımcı firma ve alıcı taleplerinde yüzde 50 oranında artış yaşayan etkinlikte, bir taraftan da alışverişlerin her iki taraf için de sağlıklı yapılabilmesi amacıyla katılımcı ve alıcı sayıları kontrol altında tutuluyor.

YIL SONLARI PEK ÇOK İŞ İNSANI İÇİN EN YOĞUN GEÇİRİLEN ZAMAN DİLİMİ OLARAK BİLİNİR. BU KİŞİLER İÇİN DÖNEM SONU İŞLEMLERİNDE DİKKAT EDİLMESİ VE ATLANMAMASI GEREKEN DETAYLARI BİR DE BİZ HATIRLATALIM İSTEDİK.



DOĞAN ERDEM
Yeminli Mali Müşavir

doganerdem.istanbulymm.com



DÖNEM SONU İŞLEMLERİNE DETAYLI BAKIŞ

Malum 2012 yılının sonuna geldik. Yıl sonları iş insanları ya da vergi, muhasebe, denetim işleri ile uğraşanlar açısından ayrı bir özellik taşıyor. Bu günler onlar için biraz daha yoğun geçecek zamanlar. Biz de hem ticaret erbabı hem de vergi mükellefi için dönem sonunda yapılması gerekenleri kısa başlıklar halinde izah edelim istedik. Yoğunlukta görülmeyebilecek, atlanabilecek bazı bilgileri dikkatinize sunalım. İlk anımsatmamız yasal defterlere ait. Öncelikle 2013 yılında kullanılacak defterlerin tasdiklerinin 2012 yılının Aralık ayı içerisinde tamamlanması gerekmektedir. 2012 yılı için bastırılan defterlerde önemli boşluklar kalacak ise bu defterler de kullanılmaya devam edilebilir. Dönem sonu envanter işlemlerinde değerlemeler başlı başına uzun bir konu. Bazı değerlemeye dair açıklamaların uzun

uzadıya yapılması gerekir ama biz erbabının anlayacağı dille kısaca değineceğiz.

Bankalarla mutabakat yapılmalı

Kasa ve bankayı tanımlayacak olursak; Türk Lirası kasa ve banka mevcudu itibari değer yani üzerinde yazılı değerle değerlendirilir. Yabancı paralar ise Maliye Bakanlığı'nın yıl sonunda ilan edeceği (tebliğ ile duyurulmaktadır) kurlar ile değerlendirilecektir. Kasalar 31 Aralık 2012 gününde sayılacak, kasa mevcudu tespit edilecektir. Bulunan kasa eksikleri kanunen kabul edilmeyen gider ya da var ise kasa fazlaları da gelir olarak dikkate alınacaktır. Vadeli mevduatta 31 Aralık 2012 tarihine kadar oluşacak faiz de (repo dahil) hesaplanacak ve gelir olarak dikkate alınacaktır. Bankalarla gerekli mutabakat-

ların yapılması gerektiği konusunda ayrıca ayrıntılı bir açıklama yapmaya burada gerek duymuyoruz. Bunun yanı sıra alacak ve borçlar için de mutabakat yapılmalıdır. Yabancı parayla olan alacak ve borçlar döviz kuruyla değerlendirilip, gelir ya da gider hesaplarına yansıtılmalıdır. Alacak ve borç senetleri iç iskonto yöntemiyle reeskonta tabi tutulup ortaya çıkan gelir ve gider sonuç hesaplarına yansıtılabilir. Reeskont işleminin ihtiyari olduğunu söylemeye gerek yok ancak alacak senetleri reeskonta tabi tutulduğunda borç senetleri de reeskonta tabi olmak zorundadır. Bu ayrıntıyı gözden kaçırmamak gerekir. Dava ve icra safhasında bulunan ya da küçük rakamlı ve yazıyla birden çok istenmiş alacaklar için şüpheli alacak karşılığı ayrılabilir. İflas erteleme, iflas, konkordato, aciz vesikası düzenlenme-



si gibi özellikli haller için danışmanınızdan görüş almanızı öneririz. Yine vazgeçilen alacaklar ve alacağın ortadan kalkması halleri de özellikli durumlar olarak karşımıza çıkmakta. Ortaklardan olan alacak için, kullanılan kredilere, kullanılan muadil bir kredi yoksa T.C. Merkez Bankası reeskont faizine göre adlandırma yapılmasını öneriyoruz.

Emtia için stok sayımları

31 Aralık 2012 tarihinden itibaren emtia için de stok sayımı yapılacak ve kaydi envanter ile fiili envanter sonuçları karşılaştırılacaktır. Bu karşılaştırmada çıkarsa stok eksik ve fazlalarının düzeltmelerinin yapılması gerekir. Böylece satılan mal maliyeti tespit edilip kayıtlara alınacaktır. Emtia da ortaya çıkan değer düşüklüğü mevcutsa takdir komisyonu kararı gerektiğini

unutmayınız. Değeri düşen emtianın takdir komisyonu kararı olmadan mali karı azaltan bir unsur olarak dikkate alınamayacağı zaten bilinmektedir. Kaybolan veya çalınan emtia için polis raporu olup olmamasına göre işlem yapılacaktır. Bu nedenle işlem konusunda mutlaka danışmanınızdan bilgi almanız gerekir. Peşin ödenen giderlerden cari yıla ait olmayan kısmın çıkarılması gerekir. Hisse senetleri ve yüzde 51'den fazlası Türkiye'de kurulu şirket hisselerinden oluşan fon katılım belgeleri alış bedeli ile diğer menkul kıymetler ise borsa rayici, borsa rayici yoksa vergi mevzuatındaki belirlemeye göre değerlemeye tabi tutulacaktır. Yabancı para üzerinden alınan ve verilen avanslar için de değerlendirme yapılır ve gelir/gider hesaplarına yansıtılır. (Alınan avanslara dair ihtilafli durumu müşavirinizle görüşünüz.) Ayrıca ticari kar-zararı oluştururken kıdem tazminatı karşılığı hesaplanması önerilir. Kıdem tazminatı karşılığı ayrılması ihtiyaridir.

Bu detayları gözden kaçırmayın

Yıl içinde alınan amortisman tabi iktisadi kıymete (ATİK) dair ödenen kredi faizleri, kur farkı, vade farkı ATİK maliyetlerine eklenir, direk gider olarak yazılamaz. Yıl içinde satılan ATİK için gerekli koşulları sağlamak kaydıyla karın yenileme fonuna aktarılabilceğini ve vergi erteleme yapılabileceğini unutmayınız. Otomobillerde kıst amortisman uygulanacağı da gözlerden kaçmamalı. İhracatçıların ve yurt dışında inşaat, onarma ve montaj işi yapanların yurtdışı satış hasılatının binde beşi (yüzde 0,5) kadar götürü gider yazma hakkı bulunmaktadır. Ayrıntıları danışınız. İndirilecek geçmiş yıl zararları konusunda vergi mevzuatında yapılan ayrıntılı düzenlemeleri de özellikle usul yönüyle gözden geçiriniz. Zararların indiriminde

kuralların ihlali cezalı tarhiyatlar ile karşı karşıya kalmanıza neden olabilir. Devralınan kurumlarda öz sermaye tutarı ile sınırlı bir zarar indirim hakkı vardır, bu husus atlanılmamalıdır. Ayrıca yıl içinde stopaja tabi tutulan ve bu suretle ödenen vergilere dair dokümanlar beyannameye ek yapılabileceğinden toplanmalıdır. Kanunen kabul edilmeyen giderlere dair bir çalışma veya hazırlık gerçekleştirilmelidir.

Yukarıya kısa kısa aldığımız işlemlerin neticesinde dönem giderleri yansıtma hesaplarına, gelir/gider hesaplarına da kar ya da zarar hesabına aktarılacaktır. Dönem sonu işlemleri konusu neredeyse vergi mevzuatının çok büyük bir bölümünün anlatılması demektir. Biz yine de çok kısa başlıklarıyla önemli gördüğümüz hususlara değinelim istedik. Soru ve danışma için mail adresimizden bize ulaşabilirsiniz.





ABD'DE 3 KATEGORİDE KATILDIĞI BASKI PARÇA YARIŞMASINDAN 5 ÖDÜL İLE DÖNEN EMPAŞ EMPRİME, DÜNYANIN EN BÜYÜK MARKALARINA PARÇA BASKI ÜRETİMİ YAPIYOR. BU BAŞARI, TÜRKİYE'NİN PARÇA BASKIDAKİ GÜCÜNÜN SOMUT GÖSTERGESİ.

DÜNYANIN GÖZÜ EMPAŞ EMPRİME'DE

Türkiye, parça baskı konusunda dünyanın en önemli üreticisi konumunda bulunuyor. Parça baskı konusunda yakalanan başarıda kaliteli üretimin ve özgün çalışmaların payı yüksek. Bu başarının en iyi örneklerinden birini de Empaş Emprime firması oluşturuyor. 1984 yılından itibaren faaliyette bulunan Empaş Emprime, Türkiye'nin ve dünyanın en büyük parça baskı üretimi yapan firması konumunda. Firma şu günlerde ise bu yıl ilk defa katıldığı Amerika Birleşik Devletleri'nde sektörün en önemli yarışması olan "Golden Image Yarışması"da yer aldığı 3 dalda 5 ödül ile dönmenin gururunu yaşıyor. 28 yıllık bir

firma olarak hedeflerinin dünyanın en iyileri arasında yer almak olduğunu belirten Empaş Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Sarıca, geldikleri noktada bu hedefi yakaladıklarını ve Türkiye adına gurur duyulacak işlere imza attıklarını belirtiyor. Mehmet Sarıca, bu başarıyı ABD'de düzenlenen Golden Image Yarışması'nda aldıkları ödüllerle de perçinlediklerine dikkat çekiyor. Firma olarak tamamen yurtdışındaki markalarla çalıştıklarına değinen Sarıca, "Dünyada bilinirliği olan en büyük markaların hepsine üretim yaptık ve halen de yapıyoruz. Son zamanlarda birçok marka da, Avrupa'daki dizayn ofisleri aracılığıyla bizimle ortak çalışıyor" diyor.

Türkiye parça baskıda lider

Sektör olarak 1980'li yıllarda yüksek hacimli üretime odaklı olarak çalışıldığına değinen Sarıca, o dönemin özelliğinin üretilebildiği kadar fazla ürün üretmek olduğunu söylüyor. Çok fazla kalite endişesi olmadan fasoncu yapı ile Türkiye'nin uzun bir süre bu tarzda devam ettiğini belirten Sarıca, "Fakat 2000'li yılların ortalarında artık fazla üretimden kaliteli bir üretime geçiş süreci başladı. Türkiye'de faaliyette bulunan parça baskı üreticileri kalitelerini çok yüksek noktalara taşıdı. Şu anda Türkiye, parça baskıcılığında dünyanın en önemli ülkelerden biri ve full otomatik makine parkına sahip tek ülke

MEHMET SARICA, "DÜNYADA ŞU ANDA SAĞLIĞA UYGUN BOYALARLA PARÇA BASKI YAPAN TEK ÜLKE KONUMUNDAYIZ. SANILANIN AKSİNE BİZE RAKİP OLAN ÇİN VE HİNDİSTAN GİBİ ÜLKELER OTOMATİK MAKİNELERE YENİ GEÇTİKLERİ İÇİN BİZİM GERİMİZDEN GELİYORLAR."

konumunda. Ayrıca buna kalite de eklenince uluslararası bütün markalar üretimlerini Türkiye'de yaptırmayı arzu etmeye başladı. 1990'lı yıllarda markalar bize yön veriyorken, bugün Türkiye parça baskıcılar sektörüne yön verir konuma gelmiş durumda. Geçmişte el ile üretim yapıyordu. 1995 yılından itibaren makineler ile üretim yapılmaya başlandı ve kapasiteler de yükselmeye başladı. Kaliteli üretim bandına ise 2000'li yıllarda geçildi. Şu anda Türkiye'de ekolojik ve su bazlı dediğimiz sağlığa uygun boyalar ile baskı yapıyor. Bu anlamda dünyadaki tek ülke konumunda bulunuyoruz. Sanılanın aksine bize rakip olan Çin ve Hindistan gibi ülkeler otomatik makinelere yeni geçtikleri için bizim gerimizden geliyorlar" diyor. Büyük markaların genelde bebek ve çocuk tasarımlarına yönelik çalıştıklarını belirten Mehmet Sarıca, zararlı hiçbir maddeyi firmalarına sokmayarak uluslararası markaların tercihi konumuna geldiklerini belirtiyor. Dünyanın en önde gelen markalarının dünya standartlarında denetçiler aracılığıyla firmalarını denetlettirdiklerine dikkat çeken Sarıca, bu anlamda kalite noktasında dünyanın en yüksek puanını aldıklarına vurgu yapıyor.

Empaş'a 5 ödül birden

Empaş'ın Golden Image Yarışması'nda yakaladığı başarıya değinen Empaş Yönetim Kurulu Üyesi Burak Sarıca ise Las Vegas'ta düzenlenen dünyanın en büyük baskı teknolojileri fuarı SGIA kapsamında düzenlenen yarışmada 50 kategoride başvuruların yapıldığını belirtiyor. Bu yıl ilk defa katıldıkları yarışmada 3 kategoride yer aldıklarını söyleyen Sarıca, "Burada 100'den fazla firma ve 1000'den fazla desen arasından 5 ödül birden kazandık. Bu anlamda ülkemiz adına mutlu ve gururluyuz. Bu yarışmanın en büyük özelliklerinden birisi de jürinin meslektaşlarımızdan oluşması. Bu anlamda meslektaşlarımız tarafından bir ödül alıyor olmamız çok sevindirici bir durum. Biz bu alanda ilk defa katıldığımız bir yarışmadan çok iyi bir sonuçla döndük. Bu yarışma bütün baskı çeşitlerini kapsayacak şekilde yapıyor. Biz tekstil dalındaki kategorilerden 3'üne katıldık. Üçünden de ödül aldık. İlk kategoride birincilik, ikincilik

ve üçüncülük aldık. Bir diğer kategoride ikincilik aldık, bir başka kategoride ise onur ödülünü aldık. Burada önemli olan konu, ilk defa 3 dalda yarışmaya katılmamız ve 3 dalda da ödül almış olmamız. Bu yarışma ile Türkiye'deki baskı parçacılığının gelişkin olmasına rağmen bunu dünyaya duyuramadığımızı fark ettik. Umarım bundan sonraki yarışmalarda biz ve meslektaşlarımız daha fazla ilgi göstererek, Türkiye'nin dünyadaki konumunu daha ileri taşıyabilir" diyor.

Empaş'tan en geniş baskı çeşidi

Empaş olarak dünya markaları ile çalışmayı kendilerine vizyon edindiklerini belirten Burak Sarıca, 2000 yılından itibaren de çevre ve insan faktörü gibi birçok konuyu da ele alarak Ar-Ge'ye ağırlık verdiklerini söylüyor. Burak Sarıca sözlerine şöyle devam ediyor: "Bunun için kendi alanımızdaki en son makineleri alıp deniyoruz. Ar-Ge anlamında sürekli arayış içinde olduk. Bu anlamda kendimizi sürekli geliştiriyoruz. Bu gelişmelerle birlikte bundan 12 sene önce Amerika'dan danışmanlar getirerek, verimliliğimizi nasıl artırabilir, daha nasıl ileri gidebiliriz diye bu işin dünyada söz sahibi olan kişilerine firmamızı denetlettirdik. Onlardan çok şeyler öğrendik" diyor. Firmaların iç pazara saplanıp kalmamalarını ifade eden Sarıca, yurtdışındaki bütün gelişmeleri ve fuarları takip ederek bunların



Empaş, bu yıl ilk defa 3 dalda katıldığı Golden Image Yarışması'nda toplam 5 ödül alma başarısını gösterdi.

firma içine oturtulması gerektiğine dikkat çekiyor. Sarıca, "Firma olarak her çıkan yeniliği takip ederek, deneyerek öğrenmeye çalışıyoruz. Bu sayede markalar ve tasarım ofisleri tarafından tercih edilir ve söz sahibi olmaya başladık. Eskiden baskı çeşidi 5 veya 10'iken bugün Türkiye 25 -30 baskı çeşidi üretim yapar hale geldi. Bu da firmamızın kendi kendini geliştirme eşiği, hırsı ve bilinci ile çok alakalı. Burada bizim en fazla iddialı olduğumuz şey sahip olduğumuz kapasite ve ürün çeşitliliği. Normalde 30 baskı çeşidi varsa firma olarak bunun 25'ini her an yapabilir durumdayız. Bu da bize tabii ki avantaj sağlıyor. Günlük 100 bin adet kapasitemiz var. Bu 100 bin parça baskının içerisinde yaklaşık 35 bin metrekareye yakın dijital üretim yapan bir altyapımız var. Bu üretimi 150 kişilik bir kadro ile gerçekleştiriyoruz" diyor.



Empaş Emprime Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Sarıca ve Empaş Emprime Yönetim Kurulu Üyesi Burak Sarıca

İNOVASYON

TÜRKİYE'NİN GELECEĞİ VE REKABET GÜCÜNÜN MASAYA YATIRILDIĞI İNOVASYON HAFTASI 6-8 ARALIK 2012 TARİHLERİ ARASINDA GERÇEKLEŞTİ. TİM'İN DÜZENLEDİĞİ ETKİNLİK 3 GÜN BOYUNCA 15 BİN KİŞİ AĞIRLADI.

HER ŞEY FİKİRLE BAŞLAR

İnovasyonun

önemini anlatmak ve inovatif çalışmalarını desteklemek amacıyla 6-8 Aralık 2012 tarihleri arasında düzenlenen Türkiye İnovasyon Haftası, yurtiçi ve yurtdışından yoğun bir katılımı gerçekleştirdi. Açılışını Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın yaptığı etkinlik 3 gün boyunca dünyada ve Türkiye'de fark yaratan uluslararası profesyoneller, Türkiye'nin önde gelen şirketlerinin CEO'ları ile sanayiciler, akademisyenler ve üniversite öğrencilerini bir araya getirdi. Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) tarafından düzenlenen etkinlik boyunca inovasyon odaklı konferanslar, sergiler ve atölye çalışmaları yapıldı. Etkinliği izleyen 15 bine yakın katılımcı, çeşitli sergiler, paneller ve konferanslarla festival havasında üç gün geçirdi. Açılış konuşmasını TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi'nin yaptığı etkinlikte Başbakan Erdoğan ve Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan birer konuşma gerçekleştirdi. Etkinliğe katılan proje sahipleri hediyelerini Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın elinden

aldı. Etkinlik çerçevesinde; Tekno Girişim Sermaye Desteği Bilgilendirme, İnovasyon Eğitimi, Patent-Marka Eğitimi, Ar-Ge süreç yönetimi ve AB Destek Projeleri gibi alanlarda da çeşitli eğitimler verildi.

İnovasyona odaklanmış Türkiye

TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, İnovasyon Haftası'nın açılış konuşmasında şöyle konuştu: "Yürümenin yetmediği yerde koşuyoruz. Lakin yürümek de koşmak da bize yetmiyor. Artık uçuş zamanıdır. Bunun için inovasyonu temel hedef yapmak şarttır. Kanatlarımız, inovasyondur. İnovasyonla kanatlanma vaktidir." Bundan yedi yıl önce başlatılan konferansı, inovasyon haftasına çevirdiklerini, şimdi de yeni hedefler koymanın sırası geldiğini söyleyen Mehmet Büyükekşi, inovasyonun önemini kavradıklarını, inovasyon ile farkındalık yaratmak konusunda hayli mesafe aldıklarını belirtti. Büyükekşi, inovasyon konusunda yeni öneriler ve hedeflerini şöyle sıraladı: "Birincisi; Türkiye'nin değerler hiyerarşisinde inovasyonun en üst sıralarda

İNNOVASYON HAFTASI, DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE FARK YARATAN ULUSLARARASI PROFESYONELLER, TÜRKİYE'NİN ÖNDE GELEN ŞİRKETLERİNİN CEO'LARI İLE SANAYİCİLER, AKADEMİSYENLER VE ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİ BİR ARAYA GETİRDİ.

yer almasıdır. İkincisi; inovatif düşüncenin, vücut bulması için, ulusal inovasyon stratejisinin oluşturulması ve bir devlet belgesi olarak ortaya konulmasıdır. Üçüncüsü ise İstanbul'un dünya ölçeğinde bir tasarım ve inovasyon cenneti yapılmasıdır.”

“Tasarımın önemi anlaşıldı”

Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan, 2010'da Türkiye'nin yaklaşık 31 bin tasarım başvurusu bulunduğunu belirterek, “2011'de bu sayı yüzde 20 artarak 36 bin 578'e ulaştı. Ülkemiz, AB'de en iyi tasarımcılar listesinde 2'nci sıraya yerleşti. Bu tasarımlar ve buluşlar tozlu raflarda kalmayacak ve sanayicilerimiz bunlara sahip çıkacak” dedi. Çağlayan sözlerine şöyle devam etti: “Artık ihracatçılarımız, ihracatımızın araştırma geliştirme, inovasyon ve yüksek katma değer ile teknolojiye daha fazla pay alarak, ihracatın kalitesinin yükseltilmesi noktasında önemli bir sorumluluğu üstleniyor. Bir taraftan da İnnovasyon Haftası'nı gerçekleştiriyor.”

“Desteklerimizin karşılığını görmeye başladık”

Açılışta konuşma yapan Başbakan Erdoğan ise diğer alanlarla birlikte inovasyon çalışmalarını da desteklediklerini ifade ederek, bu konuda verdikleri desteklerin, kullan-

dıkları kaynakların karşılığını da almaya başladıklarını söyledi. Erdoğan, “Türkiye ilk defa inovasyonu bu şekilde tartışıyor, konuşuyor ve geleceğe bakışın alt temel taşlarını oturtuyor” dedi. Erdoğan, inovasyon deyince illa çok büyük, kapsamlı, ihtişamlı yenilik ve değişikliklerden bahsetmediklerini belirterek, küçük değişimlerin büyük sonuçlar doğurabildiği bir dönemde yaşandığını, dolayısıyla herkesin inovasyon yapabildiğini, bu yönde çalışma ortaya koyabildiğini anlattı.

En iyi isimler panelleri doldurdu

Etkinlik süresince düzenlenen panellerin ilkinin moderatörlüğünü Fortune Türkiye Teknoloji Editörü Kerem Özdemir yaptı. Özdemir, 2023'te ortaya konulan 500 milyar dolarlık ihracat hedefinde inovasyonun öneminin altını çizerken, Microsoft Vizyon Direktörü Anton Oğuzhan Andrews ise teknoloji kullanımının kazandığı ivmeye değindi. Panelin sonunda konuşan Boeing Dreamliner/Teague Araştırma ve Strateji Direktörü Heide McBride ise Boeing'in 787 modelinin inovasyon hikâyesini katılımcılarla paylaştı. TEB Genel Müdür Varol Cival açılış konuşmasını yaptığı “Teknolojiye İşe Dönüştürmek-Laboratuvardan Nakit Akışına” isimli günün ikinci panelinde, “İnnovasyon, buluşları ticari hayata çevirmek, yani paraya çevirmektir. TEB olarak inovasyonun önemine inandık. İşe DNA'mıza inovasyonu aşılıyarak başladık.” dedi. Panelde Hexagon Yönetim Kurulu Başkanı Jan Nahum ve İnnovasyon ve Girişimcilikte ABD Ulusal Danışmanlık Konseyi Üyesi Kenneth Morse da konuşma yaptı. Günün son panelinde de şirketlere rekabette avantaj sağlayacak Ar-Ge ve inovasyon konusu irdelendi. TÜBİTAK Başkanı Yücel Altunbaşak, dünyada Ar-Ge'ye ayırdığı kaynaklar açısından Türkiye'nin en hızlı artış gösteren ikinci ülke olduğunu açıkladı. Panelde ayrıca Sun Holding Ar-Ge Müdürü Birkan Yurdakul, Roketsan'ın Sistem Tasarım Müdürü Barlas Ortaç, Abdi İbrahim Ar-Ge Direktörü Ferhat Farsi, Ford Genel Müdür Yardımcısı Emur Mutlu ve Durmazlar Makine Ar-Ge Müdürü Ramazan Kelebek de konuşma yaptı.



ZAFER ÇAĞLAYAN
Ekonomi Bakanı



RECEP TAYYİP ERDOĞAN
Başbakan

İnnovasyon deyince illa çok büyük, kapsamlı, ihtişamlı yenilik ve değişikliklerden bahsetmiyoruz; küçük değişimler de büyük sonuçlar doğurabilir.

İnnovatif şehir yönünde önemli adımlar

Türkiye İnnovasyon Haftası'nın ikinci günü inovasyona katkı ödülleri töreninde konuşan Kalkınma Bakanı Cevdet Yılmaz, Türkiye'nin iddialı hedefleri olan bir ülke olduğunu belirtti. Yılmaz, bilgiye ve insana dayanan bilgi ve insan tabanlı bir ekonomi inşa etmek



MEHMET BÜYÜKEKŞİ
TİM Başkanı

İNOVASYON

TİM ORGANİZASYONUyla GERÇEKLEŞEN İNOVASYON HAFTASI ÜÇ GÜN BOYUNCA ÇEŞİTLİ SERGİLER, PANELLER VE KONFERANSLARLA YAKLAŞIK 15 BİN KATILIMCI VE ZİYARETÇİYE FESTİVAL HAVASI YAŞATTI.



Etkinlikte stant açan İTKİB'i TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi ve Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan eşliğinde Başbakan Recep Tayyip Erdoğan ziyaret etti.

Etkinlik boyunca unutulmaz konferanslar

İnovasyon Haftası'nın ilk gününde "İnternet Dünyasında İnovasyon" adlı konferansta World Wide Web'in kurucusu Sir Tim Berners Lee ağırlandı. İnovasyon ve www'nun keşfi üzerine bilgiler veren Berners Lee, bu keşif süresince karşılaştığı kolaylıklara ve zorluklara açıklık getirdi. Kariyeri boyunca teknolojinin birçok sürecine tanıklık ettiğine değinen Berners Lee, evrensel bir ağ kurma düşüncesinin nasıl hayata geçtiğine dair anılarını katılımcılarla paylaştı. Bir dönem CERN'de de çalıştığı belirten Berners Lee, patronu Mike Sendall öldüğünde kendisinin yolladığı memonun üzerinde Sedall'ın el yazısı yazılmış belirsiz ama heyecan verici diye not bulunduğuna dair anısı paylaşırken, "Bu inovasyon ruhunun göstergesidir. Heyecan verici ama belirsiz deseydi, www, olmayabilirdi" dedi.

Etkinliğin ikinci günündeki konferansta yenilikçi bir şirket olmak için gerekli olan 10 fonksiyonun anlatıldığı "10 İnovasyon Şifresi" kitabının ABD'li yazarı Tom Kelley yer aldı. İkinci günün bir diğer konferansında ise ABD'li kuantum fiziği profesörü Fred Alan Wolf namı diğer Dr. Kuantum yer aldı. Wolf, "Şüpheden sonraki süreç ise size bağlıdır. Yaratıcılık çoğu zaman bu aşamada kalıyor. Çoğu kişi 'bu fikir işe yaramaz' diyor ama önemli olan bunu aşmak." Türkiye'de düzenlenen İnovasyon haftası etkinliğini çok önemli bulduğunu belirten dünyaca tanınmış üç boyutlu resim sanatçısı Kurt Wenner ise şu açıklamalarda

durumunda olunması gerektiğini kaydetti. İkinci günün ilk panelinde İstanbul Büyükşehir Belediyesi Başkanı Kadir Topbaş, İstanbul'un inovatif şehir olması yönünde önemli adımlar attıklarını kaydetti. Topbaş gerçekleştirdikleri hizmetlerin altında yenilikçi fikirler yattığını, sadece yerel yöneticilik yapmadıklarını ifade etti. İkinci günün ikinci panelinde trend uzmanı Zuzanna Skalska, tasarım ve trend alanında düşüncelerin önemine değindi. Designnobis Ceo'su Hakan Gürsu ise inovasyonun Türkiye karşılığının yenileşim olduğunu açıklarken, inovasyon kavramında önem taşıyan unsurlara açıklık getirdi.

"Türkiye tarihinde inovatif düşünce var"

Etkinliğin bir diğer açılış oturumunda konuşan Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakan Yardımcısı Davut Kavranoglu, günümüzde artık bilgi ekonomisinin her alanda ne kadar önemli olduğunu altını çizdi. Kavranoglu, üretilen mal ve hizmette ham maddenin ve işçiliğin fiyatı belirleyen bir faktör olmaktan yavaş yavaş çıktığını belirtti. İnovasyon Haftası'nın üçüncü gününe katılan Avrupa Birliği Bakanı Egemen Bağış, konuşmasında; etkinliğin düzenlediği İstanbul'un önemine vurgu yaparak, Türkiye tarihinde inovatif düşüncenin yer aldığını anlattı.



İnovasyon Haftası'nda "KOZA Tasarım Yarışması", "6. Halı Tasarım Yarışması" ve "Detay Deri Ürünleri Yarışması"nda finale kalan yarışmacıların tasarımları da sergilendi.

İNOVASYON HAFTASI'NIN İLK GÜNÜNDE "İTERNET DÜNYASINDA İNOVASYON" ADLI KONFERANSTA WORLD WIDE WEB'İN KURUCUSU SIR TIM BERNERS LEE İNOVASYON VE WWW'NUN KEŞFİ ÜZERİNE BİLGİLER VERDİ.



bulundu: "Sanatın inovasyon ile ilişkisi bilim ile olan ilişkisinden farklı. Çünkü bilim devamlı bir yöne doğru ilerler ve tek yönü vardır. Ama sanat için tek yön söz konusu değildir."

İnovasyon Haftası'nda inovatif ödüller

TİM İnovasyon Haftası'nın ilk gününde Arçelik "En İnovatif Şirket" ödülünü aldı. Ödülü



İnovasyon Haftası'nda İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Kadir Topbaş ve TİM Başkanı Mehmet Büyükekçi de İTKİB İTA'nın standını ziyaret etti.

Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'dan alan Koç Holding Dayanıklı Tüketim Grubu Başkanı ve Arçelik A. Ş. Genel Müdürü Levent Çakıroğlu, "Arçelik'in başarısının arkasında inovasyon yatıyor" dedi. TİM öncülüğünde düzenlenen 'İnovasyon Haftası'nda en başarılı tasarım ve Ar-Ge projelerine ise Uludağ Otomotiv Endüstrisi İhracatçıları Birliği (OİB) tarafından otomobil ödülü verildi. Gençleri inovasyona yönlendirebilmek ve bu bilinci aşlamak için otomobil ödülü veren OİB, hedeflerin de yükseltilmesine öncülük etti. TİM çatısı altındaki ihracatçı birliklerinin organize ettiği 17 tasarım ile 7 Ar-Ge proje pazarı yarışmasında başarılı olan projeler 'İnovasyon Haftası' etkinlikleri boyunca sergilenerek katılımcılar tarafından ilgiyle izlendi.

İTKİB İTA da İnovasyon Haftası'nda

26 ülkeden tekstil araştırma enstitülerinin, üniversitelerin, sektör temsilcilerinin stantlarının bulunduğu İnovasyon Haftası'nda İTKİB İTA, İstanbul Teknik Üniversitesi Tekstil Mühendisliği Bölümü, Ege Üniversitesi Tekstil Mühendisliği Bölümü ve Öztek Tekstil Terbiye İşletmesinin yer aldığı 2BFUNTEX projesi de tanıtıldı. Bu proje kapsamında İTKİB İTA ve İTÜ işbirliğinde organize edilen ve 30-31 Mayıs 2013 tarihinde İTÜ Taşkışla Kampüsü'nde gerçekleşen, Uluslararası İstanbul Tekstil Kongresi: Fonksiyonel ve Yenilikçi Tekstiller ile 1 Haziran 2013'te İTKİB-İTA

gerçekleşecek Proje Pazarı ve Technoshow'un duyurusu da yapıldı. Yenilikçi ve fonksiyonel tekstil ürünleri ve projelerinin İTKİB İTA tarafından 1 Haziran 2013 tarihinde proje pazarı ve techno-fashion organizasyonu ile sergileneceği bu etkinlik, 2 günlük Uluslararası İstanbul Tekstil Kongresini takiben gerçekleştirilecek. Techno-fashion show da sunulmak üzere teknik kumaşların sentezim tarihi ise 1 Mart 2013.



SIR TIM BERNERS LEE
World Wide Web'in Kurucusu

"İnternet Dünyasında İnovasyon" adlı konferansta katılımcılarla deneyimlerini paylaştı.



itkib.bxl@skynet.be

HALUK ÖZELÇİ
İTKİB Brüksel Temsilcisi



AB'DEN GELEN TEHLİKE

AB, YENİ TİCARET POLİTİKASI ÇERÇEVESİNDE İMZALADIĞI SERBEST TİCARET ANLAŞMALARıyla BÜYÜK KÜÇÜK DEMEDEN PEK ÇOK ÜLKENİN KAPILARINI ZORLUYOR. AB'NİN SÖZ KONUSU ÜLKELERLE İMZALADIĞI ANLAŞMALAR, TÜRKİYE'NİN PAZARDAKİ TERCİHLİ ÜLKE STATÜSÜNE GÖLGE DÜŞÜRÜYOR.

AB Komisyonu'nun yaptığı bir araştırma, önümüzdeki birkaç yıl içinde, dünyadaki toplam talebin yüzde 90'ının, topluluk dışındaki ülkelerden kaynaklanacağına işaret etmekte. İncelemenin sonucu, DTO, Çok Tarafli Ticaret Müzakereleri'nde yaşanan hayal kırıklığı ile birlikte değerlendirilince, AB'nin, neden İkili Serbest Ticaret Anlaşmaları'na (STA) daha fazla ağırlık verdiği kendiliğinden ortaya çıkıyor. Topluluk sanayine yeni pazarlar yaratabilmek için büyük küçük ülke demeden tüm kapılar zorlanmakta. Hedef ülkelerle sürdürülen STA müzakerelerinin tamamı bugün sonuçlansa, AB ekonomisine katkısının yüzde 2,2; yani 275 milyar euro olacağı hesaplanıyor.

Bu anlaşmalar yürürlükte

Meksika ile 2000 yılında yürürlüğe giren anlaşmayla, 21,7 milyar Euro düzeyindeki toplam dış ticaret, 2011 yılında 40,1 milyar Euro düzeyine ulaştı. Meksika, Türkiye ile STA yapma konusunda istekli değil. Müza-

kerelerde ise bir gelişme yok. Bir diğer ülke Güney Afrika, AB'nin bu kıtadaki en büyük ticaret ortağı konumunda. Taraflar arasında 2011 yılındaki dış ticaret 43,3 milyar Euro. Toplam dış ticaretin yüzde 90'ını kapsayan anlaşmayla, ilişkilerin önümüzdeki yıllarda daha da gelişmesi bekleniyor. Güney Afrika da Türkiye ile STA yapmaya istekli değil. Şili ile 2003 yılında tamamlanan STA ise dış ticaretin tüm alanlarında geçerli. Taraflar arasında 2011 yılındaki toplam dış ticaret 18,5 milyar Euro. Türkiye ile Şili arasında 2009 yılında imzalanan STA 2011 yılında yürürlüğe girdi. Güney Kore ile AB arasında 2012 yılında yürürlüğe giren STA ile 2011 yılında 68 milyar Euro olan iki taraflı dış ticaretin önümüzdeki yıllarda hızla artarak çeşitlenmesi bekleniyor. AB ve Güney Kore STA'sı bugüne kadar yapılan en kapsamlı ve yeni nesil anlaşma olarak nitelenmekte. Topluluk tarafından Güney Kore'ye tanınan tavizler, AB/Türkiye Güm-rük Birliği bağlamında, topluluk pazarındaki tercihli ülke konumumuzu önemli



ölçüde erozyona uğrattı. Türkiye ile Güney Kore arasında sadece mal ticaretini kapsayan STA ise 2012 yılında imzalandı.

Henüz onaylanmayan anlaşmalar

AB ile üçüncü ülkeler arasında tamamlanan ancak henüz yürürlüğe girmeyen STA'lar mevcut. Peru ve Kolombiya ile Haziran 2012'de imzalanan anlaşmanın yürürlüğe girmesinin ardından toplam dış ticaretin daha da gelişeceği ümit ediliyor. Orta Amerika ülkeleriyle AB arasında 2012 Haziran ayında imzalanan Ortaklık Anlaşması ise önümüzdeki yıl içinde parlamentolarda onaylanmasının ardından yürürlüğe girecek. Ukrayna ile AB arasında gayet kapsamlı ve derin ticari ilişkiler oluşturması beklenen STA, 2011 yılında tamamlanırken; bu anlaşmanın da konye tarafından onaylanması bekleniyor. Türkiye-Ukrayna STA'sında ise imza aşamasına gelindi. Kanada ile AB arasında yürütülen müzakerelerde taraflar, tekstil ve hazır giyim

ticaretinde uygulanacak menş kurallarında anlaşamadılar. Kanada tarafı tek değişimde ısrar ederken AB tarafı tüm ülkelerle yapılan anlaşmalarda geçerli olan ikili değişimin esas alınması gerektiği görüşünde. Dünyanın en büyük limanlarından birine sahip ve önde gelen finans merkezlerinden biri olan Singapur ile ilgili AB sanayi, başlatılan STA müzakerelerinin daha çok bu şehir ülkesine yarar sağlayacağını düşünüyor. Malezya ve Vietnam ile 2010 yılında başlatılan STA müzakereleri devam ediyor. Henüz STA tamamlanmadan AB'nin bu ülkeden yaptığı T/K ithalatında büyük artışlar var. İthalat 2009 yılında 1,3 milyar iken, 2011 yılında 2 milyar Euro oldu. Hindistan ile 2007 yılında başlayan müzakereler oldukça yavaş yürürken; iki taraf arasında 2011 yılındaki toplam dış ticaret 79,6 milyar Euro. Aynı yılda Hindistan'dan yapılan tekstil alımları 2,5 milyar Euro, hazır giyim ise, 5,1 milyar Euro düzeyinde. MERCOSUR (Brezilya, Arjantin, Uruguay, Paraguay, Venezuela ülkelerinden oluşan Güney Amerika Ortak Pazarı) AB STA müzakerelerinde karşılıklı pazar açılımı konuları gündeme gelmeye başladı. Dengeli ve kapsamlı bir anlaşma konusunda taraflar görüş birliği içinde. Gürcistan, Ermenistan ve Moldova ile AB arasında yürürlükte olan Ortaklık Anlaşmaları'nın devamı niteliğindeki STA müzakereleri halen devam etmekte. Türkiye Gürcistan STA'sı, 2008 yılından beri yürürlükte. Moldovya ile müzakereler ise devam ediyor. Afrika, Karayipler ve Pasifik (ACP) ülkeleriyle AB arasındaki ekonomik Ortaklık Anlaşması kapsamında sürdürülen müzakerelerde henüz bir sonuca ulaşılamazken; Güney Afrika, Türkiye ile bir STA yapmaya istekli değil.

İlk adımlar atıldı

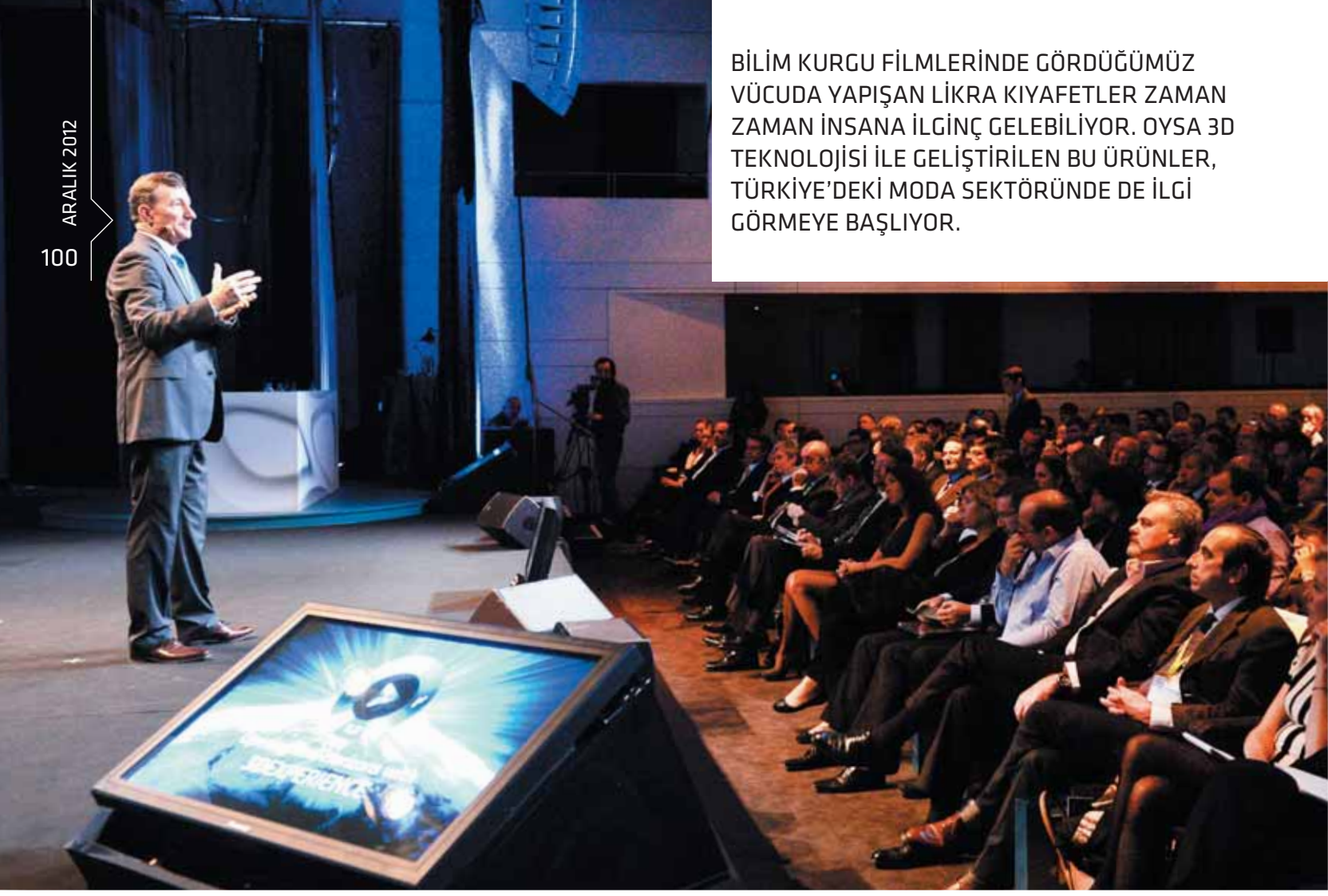
Japonya ile bir STA yapılması için müzakerelere başlanması konusunda AB Konseyi 2012 Kasım ayı sonunda onay verdi. Müzakere talimatında, Japonya'nın tüm tarife dışı engelleri kaldırması karşılığında AB'nin tarife indirimlerini gerçekleştirmesi ve AB'deki bazı hassas sektörleri (otomotiv önde geliyor) koruma altına almak amacıyla bir mekanizma oluşturulması yer alıyor. Japonya Asya kıtasında Çin'den sonra

AB'nin ikinci en büyük ticaret ortağı konumunda. AB'nin, 2011 yılında Japonya'dan yaptığı dışalımın toplamı 67,5 milyar Euro iken; ihracatı 49 milyar Euro olarak gerçekleşmişti. ABD ile AB arasındaki ilişkileri daha da genişletmek amacıyla oluşturulan yüksek düzeyli çalışma grubu, STA yapılması üzerinde çalışma yürütüyor. Her iki taraf arasındaki toplam mal ve hizmet ticareti, 1,8 milyar Euro ile dünyadaki en büyük rakamı oluşturmaktadır.

Tercihli ülke statümüz yok oluyor

Bu yeni ticaret politikasının Türkiye'ye yansımaları iki nedenle hiç iyi olmadı. Birincisi, AB, ikili STA'ları daha da hızlandırarak Topluluk pazarını, rakibimiz konumundaki ülkelere birbiri ardına açtıkça, Gümrük Birliği'nden doğan tavizlerimiz geriledi, Topluluk pazarındaki tercihli ülke statümüz neredeyse yok oldu. İkincisi ise AB ile STA yapan üçüncü ülkeler, Toplulukla aramızdaki Gümrük Birliği nedeniyle, Türkiye pazarına, aynı AB pazarında elde ettikleri düşük tarife düzeyleriyle serbestçe girme imkanı elde ettikleri için bizimle bir STA yapmaya yanaşmıyor. Bunların yanı sıra bu yıl belini doğrultamayan Avrupa Birliği ekonomisinin yüzde 0,3 daralması bekleniyor. Tahminlere göre AB, 2013 yılında en fazla yüzde 0,4 büyüyebilecek, işsizlik ise yüzde 12'ler düzeyinde seyretmeye devam edecek. Olumlu gelişmelerin ancak 2014 yılında görülebileceğine dikkat çekiliyor. Bu iç karartıcı veriler, üye ülkelerdeki talebe olumsuz yansımakta. İstatistikler, AB'deki perakende ticaretin, 2012 Ekim ayında, bir önceki aya göre, yüzde 1,1 azaldığına işaret ediyor. En büyük gerileme, Portekiz, Finlandiya, Almanya ve Polonya'da, nisbi artışlar ise, İrlanda, Litvanya ve Belçika'da görülmekte. Tekstil ve hazır giyim sektöründe ise olumlu gelişmeler var. Topluluk verilerine göre perakende satışlarda, Eylül 2012'de başlayan artış trendinin, henüz kesin veriler gelmese de, Ekim ayında da devam etmesi bekleniyor. Ortam ne kadar karamsar olursa olsun beklentiler, Noel ve yılbaşının vazgeçilmez parçası olan alışveriş tutkusunun bu yıl da Kasım ve Aralık satışlarına olumlu yansıtacağı yönünde.

BİLİM KURGU FİLMLERİNDE GÖRDÜĞÜMÜZ VÜCUDA YAPIŞAN LİKRA KİYAFETLER ZAMAN ZAMAN İNSANA İLGİNÇ GELEBİLİYOR. OYSA 3D TEKNOLOJİSİ İLE GELİŞTİRİLEN BU ÜRÜNLER, TÜRKİYE'DEKİ MODA SEKTÖRÜNDE DE İLGI GÖRMEYE BAŞLIYOR.



MODANIN GELECEĞİ AKILLI KUMAŞLARDA

Bilgisayarda yapılan tasarım ve çizimler yeni bir teknoloji değil, ama bu teknolojinin moda dünyasında kullanımı oldukça nadir. Son dönemde ise başta Amerika ve Avrupa ülkeleri olmak üzere dünyada bu yönetime bir eğilim söz konusu. Artan bu ilgi, bazı kesimler tarafından modanın geleceğinin tasarımdan çok, akıllı kumaşlarda gizli olduğu düşüncesini doğuruyor. 3D teknolojisi kullanılarak hayat bulan akıllı kumaşlar, fikir aşamasından raflardaki yerini alana kadar doğru yönetilmeyi gerektiren birtakım süreçlerden geçiyor. İşte tam bu noktada, tekstil ve hazır giyimde aralarında olduğu birçok farklı sektöre yönelik teknolojiler sunan Dassault Systemes, üretim ve tasarım süreçlerine yönelik sunduğu yazı-

lımlarla, simülasyonlarla, FashionLab ve üç boyutlu teknolojilerle söz konusu sektörlerde hizmet sağlıyor. Avrupa'nın ikinci büyük yazılım şirketi olan ve Türkiye'de de büyümesini her geçen yıl artıran Dassault Systemes, 19-21 Kasım tarihleri arasında Belçika'nın Brüksel kentinde "3D Experience Forum Europe" etkinliği ile firma olarak geldiği son noktayı dünyanın dört bir yanından gelen iş dünyası ve basın mensupları ile paylaştı. Brüksel'de düzenlediği uluslararası çapta ki büyük etkinlikte önümüzdeki döneme ait plan ve projelerini açıklayan firma, 3D teknolojileri konusunda son gelişmeleri ve öngörülerini katılımcılarla paylaştı. Etkinlikte tekstil ve moda sektörleri de özellikle üstünde durulan konular oldu.

"Kritik iş süreçleri için çözüm sunuyoruz"

Perakendeden savunma sanayiye, otomotivden, havacılığa kadar birçok sektörü yakından ilgilendiren 3D teknolojilerinin farklı oturumlarda aktarıldığı etkinlikte, Dassault Systemes Başkan ve CEO'su Bernard Charles, "2012 yılı yeni ufuklara açıldığımız bir yıl olarak geçti. 3D Experience (Üç boyutlu deneyimler) ile önümüzdeki on yılın büyüme hedeflerini çizdik. Müşterilerimizin taleplerini karşılamak için V6 mimarisini temel alan ve farklı sektörlerde özel olarak uyarlanmış çözümler geliştiriyoruz. Bu çözümler, hem kurumsal seviyede, hem de son kullanıcı seviyesinde sadelik ve entegrasyon açılarından büyük değer sağlıyor."

PERAKENDEDEN SAVUNMA SANAYİYE, OTOMOTİVDEN, HAVACILIĞA KADAR BİRÇOK SEKTÖRÜ YAKINDAN İLGİLENDİREN 3D TEKNOLOJİLERİ MODANIN DA FENOMENLERİ ARASINDA.



**HAKAN DADAĞLIOĞLU/Dassault
Systemes Türkiye Kanal Satış Md.**

“İhtiyaçlardan besleniyoruz”

Dassault Systemes'in endüstrilere yönelik çalıştığını yani bir çözümler silsilesinin söz konusu olduğunu ifade eden Dassault Systemes Türkiye Kanal Satış Müdürü Hakan Dadağlıoğlu, bu noktada çözümlerin endüstrilere göre düzenlendiğini ifade ediyor. Aslında ihtiyaçlardan beslendiklerini söyleyen, Dadağlıoğlu, moda ve perakendenin kendilerini yakından ilgilendiren bir sektör olduğunu, bu alandaki en önemli çözüm yöntemlerinin ise PLM (Product Lifecycle Management) sistemi dedikleri “Ürün Yaşam Çevrimi Yönetimi” olduğunu söylüyor.

Firmaların sezonluk koleksiyon hazırladığını ifade eden Dadağlıoğlu, “Bu sezonun içinde değişik koleksiyonlar oluyor. Bu ürün gruplarında da değişik modeller söz konusu. Bu ürünlerin tasarımı, tasarımın yönetimi, ürünlerin tedariki, gerçekten büyük işler. Ürün üretime geçene kadar bunlarda büyük değişiklikler oluyor. Söz konusu değişiklikler herkes tarafından kolaylıkla takip edilemiyor, hatalara ve gereksiz maliyetlere neden oluyor. İşte PLM bu soruna çözüm getiriyor” diyor.

Bu yöntemin her şeyden önce şirkete hız kazandırdığına dikkat çeken Dadağlıoğlu, aynı zamanda firmaların bilgiyi doğru takip etmesi, hataları minimuma indirmesi, karar verme, pazarlama, satışla ilgili de çok ciddi bir alt yapı oluşturması gibi pek çok artısı olduğunu söylüyor. Dadağlıoğlu, söz konusu yazılımın, konfeksiyona konu olan ürünün, fikir halinden,

tasarım, ürünün geliştirilmesi, tedarik edilmesi ve son halinin verilmesine kadar geçen süreci doğru yönetmeye yarayan bir konsept olduğunu dile getiriyor.

PLM sistemi modaya uzanıyor

PLM'in yaratıcısı olan Dassault Systemes bu konuda oldukça iddialı. Öncelikle havacılık ve otomotiv sanayinde bu sistemi uygulayan firma, daha sonra söz konusu çözümü diğer endüstrilere de yaymış. Gelişmiş ülkelerde kendine fazlasıyla kullanım alanı bulan sistem, Türkiye'de moda ve perakende sektöründe yavaş yavaş kullanım alanı bulmaya başlıyor. Konsept Türkiye'ye daha yeni geldiği için firmalar henüz irdeleme sürecini yaşıyor. Rekabet, maliyet ve fiyat baskısı, tüketicinin hep daha iyi, farklı ve yenilikçi deneyimler beklentisi içinde olması ve bu beklentinin çok hızlı karşılanma ihtiyacı çok yakın gelecekte moda sektöründe de PLM uygulamalarının görüleceğini gösteriyor. Doğru ürünün müşteriye hitap eden çözüm deneyimi olduğunu hitap eden Dadağlıoğlu, PLM'in de buna verilecek güzel bir örnek olduğunu söylüyor. “PLM'in içinde sadece bilgi yönetimi değil, tasarım da var” diyen Dadağlıoğlu geliştirdikleri sistemlerde tasarıma da ne kadar önem verdiklerine dikkat çekiyor.

Dadağlıoğlu, PLM'de tam bir üretim öncesi süreçler yönetiminin söz konusu olduğunu söylüyor. Dadağlıoğlu, bir PLM projesinin canlı olarak çalışmaya başlama süresinin ise ortalama 1 yıl olduğunu ifade ediyor.

Perakendede oyunun kuralları değişiyor

Perakende oyununda artık kuralların değiştiğini belirten Dassault Systemes Tüketim Malları ve Perakende Başkan Yardımcısı Susan Oliver, ana değişimin tüketici tarafında olduğunu söylüyor. Söz konusu değişimle artık tüketicinin elindeki gücün arttığını belirten Oliver, “Tüketici mağazanıza girdiğinde bütün ürünlerinizi görebiliyor, fiyatlarınıza bakabiliyor. Aynı şekilde yan taraftaki bir mağazada başka bir ürün ve fiyat çeşitliliğini de görebiliyor. Dolayısıyla tüketicinin seçenekleri çok fazla. Bu fazlalık da daha az sadık müşteriler olmasına yol açıyor. Burada önemli olan nokta, “Bu müşteriye nasıl daha sadık hale getirebiliriz?” sorusuna yanıt bulmak” diyor.



**SUSAN OLIVER / Dassault
Systemes Tük. Mal. ve Per. Bşk. Yrd.**

Moda söz konusu olduğunda 3D uygulamalarının kumaşa uygulanmasının zor olduğunu ifade eden Oliver, “Üç boyutlu giydirmede birtakım sorunlar oluyor. Kumaş katı malzemeler gibi davranmadığından, sadece giydirmede değil, enine ve dikine kesimde dahi kumaşın duruş ve davranışı değişiyor. Bizde Dassault Systemes olarak bunun farkındayız. Bütün Ar-Ge yatırımlarımızı 3D sisteminde kumaş giydirimindeki simülasyonlar üzerine yapıyoruz” şeklinde konuşuyor.

Gerçekçi giydirme simülasyonları

Moda söz konusu olduğunda üç boyutlu uygulamaların bu alanda da kesinlikle daha çok yaygınlaşacağını dile getiren Oliver, “Her ne kadar bugün konfeksiyon sektöründe kumaşa dokunarak çalışma alışkanlığı olsa da, firmalar inanılmaz sayıda modeller geliştiriyor ve bunlar için yüzlerce numune üretmeleri gerekiyor. Bu noktada biz ne kadar gerçekçi giydirme simülasyonları yaparsak, bu numune çalışmalarının sayısı da bir o kadar azalacak ve bu işi kolaylaştırmış olacağız. Öte yandan dijital ortamda yarattığımız üç boyutlu simülasyonları internet ortamında müşterilerimizle, üretici ve tedarikçilerimizle paylaşma imkanımız var. Bu sayede onların fikirlerini alarak, yapılacak numune sayısını ve geliştirme sürecini de kısaltmış olacağız” diyor.

“2012 KÜRESEL AİLE ŞİRKETLERİ ARAŞTIRMASI”NIN SONUÇLARINA GÖRE; SON BİR YILDA TÜRK AİLE ŞİRKETLERİNİN YÜZDE 81’İNİN SATIŞLARINI ARTIRDIKLARI GÖRÜLÜYOR. TÜRKİYE, AİLE ŞİRKETLERİ SAYESİNDE KRİZDEN DAHA AZ ETKİLENİYOR.

Performans nesilden nesile aktarılıyor

PwC Küresel Aile Şirketi Hizmetleri Lideri Eric Andrew, PwC Türkiye Başkanı Cansen Başaran Symes ve PwC Türkiye Aile Şirketi Hizmetleri Direktörü Mehmet Karakurt’un katılımı ile gerçekleşen basın toplantısında araştırma sonuçları basın mensuplarıyla paylaşıldı. Araştırma sonuçlarını değerlendiren PwC Küresel Aile Şirketleri Hizmetleri Lideri Eric Andrew, aile şirketlerinin Türkiye ekonomisi için hayati bir öneme sahip olduğunu ve iş hayatının ayrılmaz bir parçası olduğuna dikkat çekti. Bu nedenle Türkiye’de aile şirketlerinin büyüdüğünü ve geliştiğini görmenin harika bir gelişme olduğunu söyledi. Andrew, şöyle devam etti: “Türkiye’de satış gelirlerinin düzeyi çok umut verici. Türk aile şirketlerinin yüzde 81’i geçtiğimiz yıl satışlarda artış yaşadığını söyledi, bu oran dünya genelinde yüzde 65 oranındaydı. Mevcut ekonomik ortamda bütün iş alanlarında bazı zorluklar söz konusu. Ancak Türk şirketlerinin 2010 yılına göre yüzde 56, 2012 yılında yüzde 37 oranında belirgin bir şekilde daha az endişeli olduklarını görüyoruz. Türkiye’deki aile şirketleri azimli, başarılı, kendine güvenli ve ekonomik kriz etkilerinin azalması ile güçlerinin büyüklüğünün de farkına varmaya başladılar.” Aile şirketlerinin uzun vadeli bakış açısına sahip olduklarını ve yatırımlar konusunda daha fazla risk alabildiklerini söyleyen Eric Andrew, “Aile şirketleri performanslarını bir çeyrekte bir diğer çeyreğe göre değil, nesilden nesile değerlendiren bir bakış açısına sahipler” dedi.

Türk aile şirketlerinin özgüveni tam

Türkiye sonuçlarını değerlendiren PwC Türkiye Aile Şirketi Hizmetleri Direktörü Mehmet Karakurt ise aile şirketlerinin bu ölçüde yerel ekonomiye canlılık kattığını ve iş hayatına etkisinin yüksek olduğu ülke sayısının sayılı olduğunu belirterek, “Araştırmamız gösteriyor ki, Türk aile şirketleri geçtiğimiz zor dönemi başarıyla geçirdiler ve gelecek için de kendilerine güveniyorlar. Atlattıkları ekonomik krizin ardından kendi güçlerinin farkına daha çok var-

EKONOMİNİN İSİMSİZ KAHRAMANLARI : AİLE ŞİRKETLERİ

PricewaterhouseCoopers, “2012 Küresel Aile Şirketleri - 21. Yüzyılın Vazgeçilmez İş Modeli” başlıklı araştırmasının sonuçlarını 29 Kasım Perşembe günü İstanbul Swissotel’de bir basın toplantısıyla açıkladı. PwC’nin dünya çapında 30’dan fazla ülkeden bin 952 aile şirketi yöneticisi ile gerçekleştirdiği, Türkiye’den de 500 kişilik bir örneklem içinden istatistiksel bir yöntemle seçilen 99 aile şirketinin yer aldığı “2012 Küresel Aile Şirketleri Araştırması”nın sonuçlarına göre; son bir yılda Türk aile şirketlerinin yüzde 81’inin satışları artarken, bu oran küresel düzeyde yüzde 65 olarak gerçekleşti. Türkiye’deki katılımcıların yalnızca yüzde 9’u son bir

yılda satışlarında düşüş yaşadığını söylerken, bu oran küresel düzeyde yüzde 19 oldu. PwC Aile Şirketleri Araştırması 2012, 30 ülkede faaliyet gösteren 5 milyon dolardan fazla satış cirosuna sahip aile şirketlerini kapsıyor. Avustralya, Avusturya, Belçika, Brezilya, Kanada, Danimarka, Finlandiya, Fransa, Almanya, Yunanistan, Hong Kong, Hindistan, İrlanda, İtalya, Malta, Meksika, Orta Doğu’daki çeşitli ülkeler, Romanya, Rusya, Singapur, Güney Afrika, Güney Kore, İsveç, İsviçre, Tayvan, Türkiye, İngiltere ve ABD’deki bin 952 aile şirketinden üst düzey yöneticilerle 7 Haziran ve 18 Eylül 2012 tarihleri arasında görüşmeler yapıldı.

%78

TÜRKİYE'DEKİ AİLE ŞİRKETLERİ BÜYÜME KONUSUNDA İSTEKLİLER. BUNA GÖRE TÜRK AİLE ŞİRKETLERİNİN YÜZDE 12'Sİ GELECEK BEŞ YIL İÇİNDE HIZLI VE AGRESİF BİR BİÇİMDE BÜYÜMEYİ PLANLARKEN, YÜZDE 78'İ İSTİKRARLI BÜYÜME BEKLİYOR.

maya başladılar. Artık Türk aile şirketleri dünyanın önde gelen şirketleriyle rekabet edebiliyor, hatta yeri geliyor onları kendi bünyelerine katmaktan çekinmiyorlar. Şu sıralar çok duyduğumuz gibi: Türkler her yerde ” şeklinde konuştu.

Aile şirketlerinin büyüme hedefi yüksek

Türkiye'deki şirketlerin yüzde 95'inin aile şirketi modelinde olduğunu, halka açık şirketlerin de yüzde 75'inin aile şirketi statüsünde bulunduğunu söyleyen Mehmet Karakurt, araştırma kapsamındaki şirketlerin yüzde 60'ının cirosunun 100 milyon doların altında, yüzde 40'ının ise 100 milyon doların üzerinde gerçekleştiğini söyledi. Karakurt, araştırmaya katılan şirketlerin yüzde 71'inin, birinci ve ikinci kuşak aile bireyleri tarafından yönetildiğini belirterek, en büyük sorunun şirketlerin gelecek nesillere devredilmesi ve aile içi çatışma korkusu olduğunu vurguladı. Karakurt, tarafından açıklanan araştırma sonuçlarına göre; aile şirketleri büyümeye devam ediyor. Türkiye'deki aile şirketleri büyüme konusunda istekliler ve kendilerine güveniyorlar. Türk aile şirketlerinin yüzde 12'si gelecek beş yıl içinde hızlı ve agresif bir biçimde büyümeyi planlarken, yüzde 78'i istikrarlı büyüme bekliyor. Araştırma, küresel düzeyde bu oranı yüzde

69 iken, Türkiye'de aile şirketlerinin yüzde 90'ının gelecek beş yıl için büyüme konusunda iyimser olduğunu gösteriyor. PwC araştırması sonuçları Türk aile şirketlerinin en önemli sorunlarından birinin şirketlerin yeni nesillere nasıl devredileceği konusunda yoğunlaştığına işaret ediyor. Buna göre, halefiyet sürecinin yönetimi, hayati öneme sahip bir konu olarak öne çıkıyor. Türk katılımcıların yüzde 41'i işlerin sonraki kuşağa devredilmesinin sorunlara yol açacağı konusunda endişelere sahipken, bu oran küresel düzeyde yüzde 32 oranında. Türk aile şirketlerinin yüzde 30'u aile içi anlaşmazlık olasılığını doğal bir sonuç olarak görürken bu oran küresel sonuç olan yüzde 9'a kıyasla çok daha yüksek.

Aile şirketlerin çalışma barışı daha yüksek

Konuşmasına sonuçları değerlendirerek devam eden Mehmet Karakurt, aile şirketlerinin kendilerine özgü niteliklerinin hem küresel düzeyde hem de Türkiye'de işe bakışı ve temel özellikleri bakımından önemli benzerlikler taşımakla birlikte bazı noktalarda da ayrıştığına dikkat çekti. Buna göre; Türk aile şirketlerinin yüzde 51'i aile şirketlerinin karar alma sürecinde daha uzun vadeli bir yaklaşım benimsediğini onaylarken, bu oran küresel düzeyde



ERIC ANDREW/PwC Küresel Aile Şirketi Hizmetleri Lideri

Aile şirketleri Türkiye ekonomisi için hayati bir öneme sahip ve iş hayatının ayrılmaz bir parçası konumunda.

de de yüzde 53 düzeyinde bulunuyor. Ayrıca aile şirketleri hızlı karar alma ve zor zamanlarda kuralları esnetebilme becerilerini, rekabette ayırt edici bir avantaj olarak görüyor. Türk katılımcıların yüzde 94 ile neredeyse tamamı, aile şirketlerinin kötü zamanlarda bile çalışanlarını tutabilmek ve onları mağdur etmemek için ellerinden geleni yaptığını inanıyor. Bu rakam, küresel düzeyde yüzde 81 oranında. Araştırmaya göre; Türkiye'deki katılımcıların yüzde 73'ü, kültürün ve değerlerin aile şirketleri için büyük önem taşıdığını düşünürken, faaliyet gösterdikleri bölgelerin kalkınmasına ve istihdam yaratılmasına özel önem verdikleri gözleniyor. Küresel araştırmada katılımcıların yüzde 63'ü aile şirketlerini piyasanın diğer oyuncularına kıyasla daha girişimci olarak değerlendirirken, bu oran Türkiye'de yüzde 69 düzeyinde. Türkiye'deki katılımcıların yüzde 54'ü, aile şirketlerinin kendilerini her yeni kuşak ile yenileme fırsatı olduğunu düşünüyor ve yine yüzde 54'lük bir kısım aile şirketlerinin daha fazla risk üstlenmeye hazırlıklı olduğu görüşünde. Bu oran araştırmanın genelinde yüzde 39 iken, bu fark Türk aile şirketlerinin ciddi bir girişimcilik ruhuna sahip olduğu şeklinde yorumlanıyor.



PwC temsilcilerinin katılımı ile gerçekleşen basın toplantısında, araştırma sonuçları basın mensuplarıyla paylaşıldı.

MAKALE



PROF. DR. EMEL ÖNDER KARAOĞLU
İTÜ Tekst. Tek. ve Tas. Fakültesi
Tekstil Mühendisliği Bölümü

TEKNİK TEKSTİL ÜRETİMİ
NORMAL TEKSTİL ÜRÜNLERİ
ÜRETİMİNE GÖRE 4 KAT HIZLA
BÜYÜME GÖSTERİYOR. HAYATIN
HER ALANINDA GELİŞEN TEKNİK
TEKSTİLLERDE TÜRKİYE DE
GELECEĞİN ÖNEMLİ AKTÖRLERİ
ARASINA GİRMEYE ADAY.



YENİ AKTÖR HIZLI YOL ALIYOR

Teknik tekstillerin dünyadaki toplam tüketimi, 1995'den beri hem miktar hem de değer bakımından büyüme gösteriyor. 1995'den 2010' kadar olan dönemde, dünyadaki toplam tüketim, yılbaşına 22 milyon ton olmuştur. Bu tüketimin 8,5 milyon tonu Asya'da, sırasıyla 5,8 ve 4,8 milyon tonu ise Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ve Avrupa'da gerçekleşmiş. Spor ve dış giyim

üreticilerinin alm gücündeki artıştan olumlu yönde etkilendikleri görülüyor. Artan küresel hareketlilik, teknik tekstillere olan talebi arttırmakta, çeşitli araçlarda kullanılan ürün özellikleri, verimlilik, ağırlık, güvenlik ve konfor odaklı çözümler için teknik tekstilleri gündeme getirmekte. İnşaat sektörü, küresel olarak artan altyapı talebi nedeniyle teknik tekstillerden yararlanıyor. Pek çok

ülke sanayileri, endüstriyel teknik tekstillerin (tahrik kayışları, filtreler, tenteler vb.) önemli bir tüketicisi durumunda. Çevrenin daha çok korunması ve enerji verimliliğinin iyileştirilmesi ile ilgili küresel eğilimler, bu alanda pek çok uygulaması olan teknik tekstillere talebi artırıyor. AB 2020'ye kadar enerji verimliliği ile ekonomide yüzde 20 iyileşme hedeflerken, tekstil esaslı malzemelerin katkısı da göz önünde bulunduruluyor. Sağlık sektöründeki küresel harcamalar, teknolojik gelişmelere ve artan yaşlı nüfus oranına bağlı olarak yılda yüzde 3-4 artıyor. Tıp alanındaki çok yönlü teknik tekstil uygulamaları, giderek artan bir önem arz ediyor. Teknik tekstil sektörünün gelişiminin, bu eğilimler çerçevesinde son 5-10 yılda konvansiyonel tekstillere göre dört kat daha hızlı olduğu gözleniyor.

TÜRK FİRMALARI, TEKNİK TEKSTİLLER KONUSUNDA DÜNYADA ÖNEMLİ BİR YARI MAMUL VE MAMUL ÜRETİCİSİ KONUMUNA GELMİŞ DURUMDA. PEK ÇOK ULUSLARARASI FİRMA DA ÜRETİMLERİNİ YA TÜRKİYE'YE KAYDIRIYOR YA DA TÜRK FİRMALARLA ÜRETİM YAPMAK İÇİN HAREKETE GEÇİYOR.



Uzakdoğu teknik tekstile yön verecek

Teknik tekstiller için küresel pazarın hızlı gelişimi, yeni gelişen pazarlarda malzemelerin artan kullanımları ile tahrik olmakta. Asya, teknik tekstiller için yüzde 43'lük pay ile en büyük pazar ve tüketici konumunda. Japonya, Çin, Tayvan, Hindistan ve Kore gibi Asya ülkelerinin, yakın gelecekte, yerel pazarlardaki hızlı büyümeye ve yerel üretim kapasitesi artışlarına bağlı olarak teknik tekstil pazarına hükmedecek bir güç olacakları ve teknik tekstillerin küresel tüketimini yönlendirecekleri bekleniyor. Gelişmiş ülke sanayileri ise, gelişmekte olan ülkelerin sert rekabeti ile karşılaşılacak emek yoğun segmentlerden, katma değerli segmentlere adapte olmaya ve yoğunlaşmaya çalışmakta. Avrupa teknik tekstil pazarı, küçük ve orta

büyükteki işletmelerle domine edilmekte. Bunların yüzde 83'ünden fazlası, 100 kişiden az istihdamı olan firmalardan oluşuyor. Bu durum lif ve kimya sektörleri için bir miktar daha farklı olup, oranı yüzde 65 civarında. Almanya'da teknik tekstil endüstrisinde 40 bin kişi istihdam edilmekte; bu tekstil endüstrisindeki istihdamın yüzde 45'ini oluşturuyor. Fransa'da 25 bin kişi (tekstil endüstrisinin yüzde 30'u), İtalya'da 20 bin kişi (tekstil endüstrisinin yüzde 12'si), İngiltere'de 18 bin kişi (tekstil endüstrisinin yüzde 30'u) istihdam edilmiş. Almanya tekstil endüstrisinin yüzde 60 cirosunu teknik tekstillerden elde ediyor.

Türkiye, teknik tekstilde ilk 20'de

Dünya tekstil endüstrisinin önemli bir merkezi olan Türkiye, yakın yıllarda teknik tekstil pazarını katma değeri yüksek ürünler ile geliştirmeye başladığı görülüyor. Türkiye pazarında faaliyet gösteren üretici firmalar, teknik tekstiller pazarını henüz keşfetmiş olduklarından, kendilerini bu sektöre servis yapan bir paydaş olarak tanımlamaktadırlar. Pek çok firma dünyaca tanınır markalar için üretim yapmaya ya da onlara yarı mamul tedarik etmeye başlamış durumda. Ürünlerine olan küresel talepten duydukları memnuniyet ile üreticiler, teknolojilerini yenilemek, teknik tekstiller ve dokunmamış kumaşlar alanında kapasitelerini artırmak üzere yatırım yapmaya devam ediyorlar. İstanbul'da gerçekleştirilen teknik tekstil fuarları, (en son HIGHTEX 2012 ve aynı anda gerçekleştirilen ITM Texpo Eurasia 2012) Orta Doğu ve Doğu Avrupa'nın en büyük fuarı olmuş ve endüstrinin büyük ilgisini çekmiştir. Fuarda, dokunmamış kumaşlar ve lif işleme metotları ile ilgili en son teknolojiler, teknik tekstillerin karmaşık üretimlerine özel iplik ve dokuma makineleri, yardımcı ekipmanlar, hammaddeler ve nihai ürünler sergilenmiştir. Türk firmaları, tüm dünyada önemli bir yarı mamul ve mamul üreticisi konumuna gelmiş durumdadır. Ülkemiz, 2010 yılında 1,3 milyar dolarlık teknik tekstil ihracatı gerçekleştirmiş, 2011 yılında ise 2010 yılına göre yüzde 21 oranında artış göstererek, ihracatını 1,6 milyar doların üzerinde gerçekleştirmiştir. Ulaşılan bu seviye ile ülkemiz ihracatta yüzde 1,4'lük ve ithalatta yüzde 1,5'lük bir pay alarak, dünya teknik tekstil ticaretinde ilk 20 ülke arasında yer almaktadır. Ülkemizdeki ara ve son tüketici

ürünlerinin alt sektörlere göre dağılımı çeşitlilik göstermekte: tarım tekstilleri, inşaat tekstilleri, hazır giyim teknik tekstilleri, temizlik, kozmetik ve hijyen sektöründe kullanılan tekstiller, taşıt tekstilleri, ambalaj tekstilleri, koruyucu tekstiller, spor tekstilleri ve gıda tekstilleri için önemli üretim kapasiteleri mevcuttur. Bu gelişmeler ışığında, pek çok uluslararası firmanın üretimlerini Türkiye'ye kaydırmak veya Türk firmalarla ortaklaşa üretim yapmak üzere harekete geçtikleri görülmektedir.

İnşaat tekstillerinde fırsat

İnşaat tekstilleri açısından, yeni teknolojilerin ve yeni ürünlerin pazara girmesi umut vaat ediyor. İnşaat tekstilleri ve jeotekstil tedarikçileri, inşaat endüstrisindeki gelişmeleri öngörmek durumundadırlar. Yaşanan talep ve yakın gelecekteki yaptırımlar; örneğin, enerjinin verimli tüketimi, bina çevresinin artan kalitesi, evlerin yenilenmesi, yaşlanan nüfus için yeni sağlık olanakları, düşük CO2 emisyonlu binalar, inşaat sektörünü katma değer ve yüksek kalitede çalışan bir sektöre dönüştürmeye mecbur kılmaktadır.

Sağlık tekstilleri gelişmeyi sürdürecektir

Tıp ve sağlık tekstilleri üreticileri, bilhassa demografik eğilimlere ve harcama/gelir dinamiklerine bağlıdırlar. Sağlık hizmetleri için küresel talep, gelişmekte olan ülkelerdeki nüfus artışları ve gelişmiş ülkelerdeki yaşlanan nüfusla birlikte hızla yükselmekte. Dünya Bankasına göre, önümüzdeki 20 yıl içerisinde AB ülkelerinde 65 yaş ve üzeri nüfusun toplam nüfusun yaklaşık yüzde 20'sini oluşturacak. Bu oran ABD'de yüzde 20 ve Japonya'da yüzde 27 civarındadır. Sağlık ve bakım harcamaları, tüm pazarlarda artmaya devam ediyor. Sağlık, tahmini yıllık 3,5-4 trilyon dolarlık değeriyle günümüzde dünyanın en büyük endüstrilerinden biridir. Amerika tek başına yılda 1 trilyon ABD doları sağlıkla ilgili harcamakta. Bu pazar, 24 milyar ABD dolarlık bir payla Almanya'nın üçüncü en büyük pazarıdır; AB ülkeleri içerisinde Almanya'yı, Fransa ve İngiltere takip etmektedir. Çin, Brezilya ve Doğu Avrupa ülkeleri ortalamasının üzerinde büyüme hızları elde etmektedirler. Güçlü demografik eğilimler ve yeni yaşam biçimleri, sağlıklı ilişkili ürün ve hizmetler için kuvvetli, uzun dönemli talebin devam edeceğini göstermekte.

GÖSTERGELER TÜRKİYE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI

	2011 EKİM 1000 \$	2012 EKİM 1000 \$	DEĞİŞİM %	2011 OCAK-EKİM 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2012 OCAK-EKİM 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2012 / 2011 DEĞİŞİM %
ALMANYA	275,891	256,657	-7.0	3,431,807	25.1	2,849,214	21.4	-17.0
İNGİLTERE	182,359	185,114	1.5	1,720,395	12.6	1,821,917	13.7	5.9
İSPANYA	119,656	115,574	-3.4	1,194,468	8.7	1,192,510	9.0	-0.2
FRANSA	88,325	69,449	-21.4	1,100,196	8.1	848,973	6.4	-22.8
HOLLANDA	54,933	55,705	1.4	731,244	5.4	694,366	5.2	-5.0
İTALYA	50,159	44,172	-11.9	710,166	5.2	598,408	4.5	-15.7
DANİMARKA	34,633	33,156	-4.3	393,328	2.9	396,569	3.0	0.8
ABD	40,813	44,403	8.8	378,563	2.8	383,304	2.9	1.3
IRAK	40,278	48,232	19.7	215,934	1.6	324,750	2.4	50.4
RUSYA FEDERASYONU	30,495	34,603	13.5	274,396	2.0	320,528	2.4	16.8
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	917,542	887,064	-3.3	10,150,496	74.3	9,430,539	70.9	-7.1
BELÇİKA	28,870	27,126	-6.0	354,130	2.6	314,555	2.4	-11.2
POLONYA	16,899	24,520	45.1	139,522	1.0	240,943	1.8	72.7
İSVEÇ	20,977	22,799	8.7	251,828	1.8	238,174	1.8	-5.4
SUUDİ ARABİSTAN	18,012	20,785	15.4	153,260	1.1	211,528	1.6	38.0
UKRAYNA	13,710	20,504	49.6	110,571	0.8	161,501	1.2	46.1
İSRAİL	14,542	16,102	10.7	133,477	1.0	146,410	1.1	9.7
ROMANYA	14,803	15,575	5.2	139,529	1.0	141,219	1.1	1.2
KAZAKİSTAN	11,129	13,390	20.3	86,351	0.6	137,040	1.0	58.7
İSVİÇRE	9,855	9,694	-1.6	119,487	0.9	122,087	0.9	2.2
CEZAYİR	18,011	11,228	-37.7	87,014	0.6	116,349	0.9	33.7
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	1,084,350	1,068,786	-1.4	11,725,666	85.8	11,260,343	84.7	-4.0
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	9,236	11,397	23.4	80,629	0.6	110,192	0.8	36.7
AVUSTURYA	11,277	9,202	-18.4	128,798	0.9	103,302	0.8	-19.8
LİBYA	17,884	12,711	-28.9	54,156	0.4	101,103	0.8	86.7
ÇEK CUMHURİYETİ	9,870	7,539	-23.6	115,525	0.8	101,069	0.8	-12.5
ESTONYA	5,900	9,840	66.8	51,534	0.4	85,913	0.6	66.7
TUNUS	6,311	16,746	165.4	74,816	0.5	85,447	0.6	14.2
YUNANİSTAN	9,970	8,697	-12.8	110,556	0.8	82,651	0.6	-25.2
AHL SERBEST BÖLGE	5,704	7,051	23.6	87,620	0.6	77,395	0.6	-11.7
NORVEÇ	6,864	6,952	1.3	74,370	0.5	73,397	0.6	-1.3
BULGARİSTAN	5,789	6,489	12.1	67,011	0.5	70,003	0.5	4.5
MISIR	11,314	11,029	-2.5	53,015	0.4	69,999	0.5	32.0
KANADA	4,487	3,990	-11.1	54,039	0.4	51,991	0.4	-3.8
İRLANDA	5,435	4,851	-10.7	53,885	0.4	50,419	0.4	-6.4
KIRGIZİSTAN	1,617	2,610	61.5	25,372	0.2	45,952	0.3	81.1
SLOVAK CUMHURİYETİ	2,928	3,226	10.2	44,700	0.3	45,607	0.3	2.0
MACARİSTAN	9,515	2,871	-69.8	52,139	0.4	43,011	0.3	-17.5
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	4,042	2,380	-41.1	43,519	0.3	42,468	0.3	-2.4
LÜBNAN	10,316	5,923	-42.6	48,984	0.4	42,406	0.3	-13.4
İRAN	10,591	2,894	-72.7	62,694	0.5	37,700	0.3	-39.9
KOSOVA	3,648	3,451	-5.4	44,166	0.3	35,549	0.3	-19.5
FİNLANDIYA	3,553	2,865	-19.4	40,650	0.3	32,255	0.2	-20.7
ÜRDÜN	4,988	5,853	17.3	24,417	0.2	30,820	0.2	26.2
HONG KONG	2,422	4,379	80.8	25,735	0.2	30,785	0.2	19.6
BOSNA-HERSEK	4,367	3,857	-11.7	29,464	0.2	29,620	0.2	0.5
AZERBAYCAN	3,523	3,924	11.4	22,805	0.2	27,859	0.2	0.0
JAPONYA	1,405	1,433	2.0	16,547	0.1	26,460	0.2	59.9
GÜRCİSTAN	2,143	4,147	93.5	19,583	0.1	25,435	0.2	29.9
KKTC	4,177	3,463	-17.1	24,468	0.2	24,323	0.2	-0.6
TRAKYA SERBEST BÖLGE	1,341	2,207	64.6	38,657	0.3	23,971	0.2	-38.0
FAS	2,097	3,092	47.5	16,245	0.1	21,867	0.2	34.6
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	1,267,062	1,243,854	-1.8	13,311,767	97.4	12,889,313	96.9	-3.2
Diğer Ülkeler ve S.Bölgeler	41,651	45,854	10.1	353,162	2.6	412,672	3.1	16.9
AB (27) TOPLAMI	958,303	909,553	-5.1	10,882,437	79.6	10,011,482	75.3	-8.0
TOPLAM HAZIR GIYIM VE KONF. İHRACATI	1,308,713	1,289,708	-1.5	13,664,929	100.0	13,301,985	100.0	-2.7

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

TÜRKİYE TEKSTİL İHRACATI GÖSTERGELER

	2011 EKİM 1000 \$	2012 EKİM 1000 \$	DEĞİŞİM %	2011 OCAK-EKİM 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2012 OCAK-EKİM 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2012 / 2011 DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	91,467	95,091	4.0	851,299	12.8	965,636	14.9	13.4
İTALYA	56,768	54,072	-4.7	717,434	10.8	579,583	9.0	-19.2
ALMANYA	41,029	35,272	-14.0	401,142	6.0	334,309	5.2	-16.7
İNGİLTERE	26,913	25,277	-6.1	251,877	3.8	248,092	3.8	-1.5
AB.D	25,523	23,473	-8.0	235,006	3.5	240,684	3.7	2.4
İRAN	24,929	13,409	-46.2	244,051	3.7	233,149	3.6	-4.5
ROMANYA	26,945	26,608	-1.3	246,837	3.7	230,621	3.6	-6.6
BULGARİSTAN	20,597	23,008	11.7	202,197	3.0	223,184	3.5	10.4
POLONYA	28,496	23,742	-16.7	248,971	3.7	214,737	3.3	-13.8
MISIR	17,449	19,681	12.8	178,703	2.7	185,103	2.9	3.6
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	360,116	339,633	-5.7	3,577,516	53.7	3,455,098	53.4	-3.4
İSPANYA	18,431	23,399	27.0	192,249	2.9	178,521	2.8	-7.1
FAS	14,313	15,149	5.8	142,986	2.1	174,657	2.7	22.1
UKRAYNA	17,428	24,184	38.8	143,650	2.2	163,330	2.5	13.7
TUNUS	12,917	13,998	8.4	150,926	2.3	133,437	2.1	-11.6
FRANSA	14,428	14,135	-2.0	156,357	2.3	125,348	1.9	-19.8
HOLLANDA	12,734	12,836	0.8	131,070	2.0	113,282	1.8	-13.6
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	29,230	14,286	-51.1	124,421	1.9	113,162	1.7	-9.0
BELÇİKA	10,492	11,354	8.2	113,069	1.7	109,874	1.7	-2.8
YUNANİSTAN	12,845	11,581	-9.8	131,899	2.0	106,954	1.7	-18.9
PORTEKİZ	10,047	9,642	-4.0	85,356	1.3	101,355	1.6	18.7
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	512,982	490,196	-4.4	4,949,498	74.3	4,775,016	73.8	-3.5
BREZİLYA	7,638	13,981	83.1	63,692	1.0	99,649	1.5	56.5
İSRAİL	4,878	5,044	3.4	71,633	1.1	74,960	1.2	4.6
SİRBİSTAN	8,845	9,493	7.3	74,943	1.1	70,374	1.1	-6.1
BEYAZ RUSYA	8,423	5,859	-30.4	76,614	1.1	68,717	1.1	-10.3
HONG KONG	4,886	6,489	32.8	71,860	1.1	68,357	1.1	-4.9
MERSİN SERBEST BÖLGE	9,633	5,943	-38.3	75,892	1.1	60,710	0.9	-20.0
MACARİSTAN	7,544	5,403	-28.4	63,185	0.9	59,111	0.9	-6.4
SUUDİ ARABİSTAN	4,116	4,618	12.2	50,260	0.8	58,013	0.9	15.4
CEZAYİR	6,365	4,859	-23.7	52,266	0.8	57,290	0.9	9.6
LİTVANYA	5,141	4,641	-9.7	42,097	0.6	41,883	0.6	-0.5
ÇEK CUMHURİYETİ	4,000	4,026	0.7	36,576	0.5	37,065	0.6	1.3
İRAK	4,151	4,823	16.2	25,925	0.4	35,534	0.5	37.1
ÖZBEKİSTAN	4,098	5,255	28.2	26,347	0.4	34,828	0.5	32.2
ÜRDÜN	3,445	2,999	-13.0	26,459	0.4	34,569	0.5	30.7
AHL SERBEST BÖLGE	5,463	3,769	-31.0	33,505	0.5	30,652	0.5	-8.5
MAKEDONYA	3,616	4,003	10.7	31,005	0.5	30,159	0.5	-2.7
AVUSTURYA	4,047	3,177	-21.5	29,563	0.4	30,114	0.5	1.9
EGE SERBEST BÖLGE	3,797	2,919	-23.1	39,270	0.6	29,579	0.5	-24.7
SURİYE	10,951	909	-91.7	91,186	1.4	29,183	0.5	-68.0
GÜRCİSTAN	2,387	3,037	27.2	21,162	0.3	25,303	0.4	19.6
LİBYA	51	2,693	5,151.4	6,195	0.1	24,696	0.4	298.7
LÜBNAN	2,814	2,470	-12.2	22,950	0.3	24,064	0.4	4.9
GÜNEY AFRIKA CUMHURİ	2,469	2,423	-1.8	26,374	0.4	24,019	0.4	-8.9
DANİMARKA	1,998	2,710	35.7	24,583	0.4	23,810	0.4	-3.1
HİNDİSTAN	2,026	2,639	30.3	31,573	0.5	22,987	0.4	-27.2
KAZAKİSTAN	2,449	2,793	14.1	19,853	0.3	21,590	0.3	8.7
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	1,456	2,163	48.6	17,727	0.3	21,267	0.3	20.0
BURSA SERBEST BÖLG.	2,730	2,832	3.8	26,982	0.4	20,469	0.3	-24.1
BANGLADEŞ	398	2,047	414.5	3,763	0.1	20,334	0.3	440.4
MOLDAVYA	2,124	2,869	35.1	16,102	0.2	20,165	0.3	25.2
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	644,921	617,082	-4.3	6,149,042	92.3	5,974,466	92.4	-2.8
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	55,156	47,744	-13.4	514,272	7.7	494,111	7.6	-3.9
AB (27) TOPLAMI	314,945	301,017	-4.4	3,192,028	47.9	2,851,437	44.1	-10.7
TOPLAM TEKSTİL İHRACATI	700,077	664,826	-5.0	6,663,314	100.0	6,468,577	100.0	-2.9

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

GÖSTERGELER TÜRKİYE DERİ ve DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI

	2011 EKİM 1000 \$	2012 EKİM 1000 \$	DEĞİŞİM %	2011 OCAK-EKİM 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2012 OCAK-EKİM 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2012 / 2011 DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	35,008	39,980	14.2	256,442	21.1	335,861	25.5	31.0
İTALYA	9,831	7,697	-21.7	119,535	9.8	107,868	8.2	-9.8
ALMANYA	9,203	6,103	-33.7	107,832	8.9	88,910	6.7	-17.5
IRAK	7,762	10,744	38.4	54,152	4.5	69,047	5.2	27.5
FRANSA	6,305	4,082	-35.3	76,693	6.3	61,994	4.7	-19.2
İNGİLTERE	7,230	4,387	-39.3	55,272	4.6	53,258	4.0	-3.6
UKRAYNA	6,504	4,006	-38.4	38,540	3.2	48,944	3.7	27.0
HONG KONG	3,209	4,977	55.1	38,961	3.2	40,112	3.0	3.0
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	5,016	5,035	0.4	37,469	3.1	38,594	2.9	3.0
SUUDİ ARABİSTAN	3,757	2,867	-23.7	26,878	2.2	38,311	2.9	42.5
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	93,824	89,877	-4.2	811,776	66.9	882,899	67.0	8.8
ABD	2,448	3,320	35.6	19,879	1.6	25,811	2.0	29.8
KAZAKİSTAN	3,390	1,650	-51.3	34,805	2.9	22,947	1.7	-34.1
İSPANYA	1,067	1,273	19.3	27,521	2.3	18,537	1.4	-32.6
HOLLANDA	1,158	1,103	-4.7	19,989	1.6	16,973	1.3	-15.1
BULGARİSTAN	2,034	1,692	-16.8	16,514	1.4	16,686	1.3	1.0
AVUSTURYA	976	756	-22.6	13,638	1.1	15,038	1.1	10.3
KIRGIZİSTAN	304	628	106.5	7,273	0.6	12,707	1.0	74.7
LİBYA	613	761	24.1	2,407	0.2	12,136	0.9	404.2
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	1,110	1,856	67.2	7,327	0.6	12,025	0.9	64.1
ROMANYA	1,226	866	-29.4	14,978	1.2	12,021	0.9	-19.7
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	108,151	103,781	-4.0	976,108	80.4	1,047,779	79.5	7.3
AZERBAYCAN	682	663	-2.8	8,495	0.7	11,664	0.9	37.3
DANİMARKA	1,572	1,155	-26.5	13,404	1.1	11,472	0.9	-14.4
İSVİÇRE	930	1,345	44.5	9,659	0.8	11,297	0.9	17.0
BELÇİKA	1,035	539	-48.0	14,015	1.2	10,208	0.8	-27.2
YUNANİSTAN	1,237	1,180	-4.6	10,445	0.9	9,194	0.7	-12.0
TÜRKMENİSTAN	851	1,041	22.4	6,603	0.5	9,108	0.7	37.9
MISIR	3,150	2,712	-13.9	8,754	0.7	9,004	0.7	2.9
POLONYA	1,199	706	-41.1	6,310	0.5	8,570	0.7	35.8
İSRAİL	866	838	-3.3	8,123	0.7	7,769	0.6	-4.4
GÜRCİSTAN	1,438	836	-41.8	6,282	0.5	7,390	0.6	17.6
JAPONYA	1,542	998	-35.3	6,355	0.5	7,131	0.5	12.2
KKTC	972	919	-5.4	7,348	0.6	7,019	0.5	-4.5
ÖZBEKİSTAN	555	514	-7.4	3,268	0.3	6,967	0.5	113.2
GÜNEY KORE	971	1,393	43.4	8,089	0.7	6,663	0.5	-17.6
CEZAYİR	949	438	-53.8	3,388	0.3	6,361	0.5	87.7
TUNUS	501	1,029	105.5	4,785	0.4	6,085	0.5	27.2
İSVEÇ	245	675	175.3	4,442	0.4	5,687	0.4	28.0
SİRBİSTAN	273	554	103.2	4,401	0.4	5,249	0.4	19.3
ÜRDÜN	298	368	23.5	3,122	0.3	5,204	0.4	66.7
TATARİSTAN	547	951	73.9	4,208	0.3	5,140	0.4	22.2
TACİKİSTAN	297	545	83.5	2,488	0.2	4,943	0.4	98.6
ESTONYA	516	812	57.5	4,647	0.4	4,723	0.4	1.6
MAKEDONYA	750	426	-43.1	3,559	0.3	4,228	0.3	18.8
SEYŞEL ADALARI	0	345	100.0	14	0.0	4,127	0.3	29,803.6
ARNAVUTLUK	587	701	19.3	4,328	0.4	3,921	0.3	-9.4
BEYAZ RUSYA	612	489	-20.0	5,970	0.5	3,897	0.3	-34.7
MOLDAVYA	124	222	79.2	1,041	0.1	3,887	0.3	273.3
BOSNA-HERSEK	336	506	50.7	3,044	0.3	3,653	0.3	20.0
LÜBNAN	463	324	-30.1	2,761	0.2	3,474	0.3	25.8
KOSOVA	419	419	0.0	3,456	0.3	3,444	0.3	-0.3
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	132,069	127,426	-3.5	1,148,913	94.6	1,245,260	94.5	8.4
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	7,173	7,852	9.5	65,291	5.4	72,113	5.5	10.4
AB (27) TOPLAMI	46,901	35,558	-24.2	523,980	43.2	460,683	35.0	-12.1
TOPLAM DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI	139,242	135,278	-2.8	1,214,204	100.0	1,317,373	100.0	8.5

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

TÜRKİYE HALI İHRACATI GÖSTERGELER

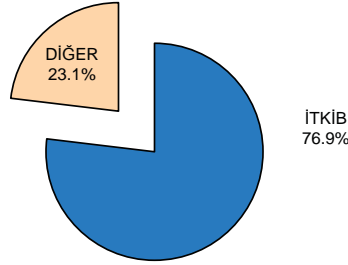
	2011 EKİM 1000 \$	2012 EKİM 1000 \$	DEĞİŞİM %	2011 OCAK-EKİM 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2012 OCAK-EKİM 1000 \$	TOPLAM KONF.'DA PAY %	2012 / 2011 DEĞİŞİM %
SUUDİ ARABİSTAN	19,541	25,194	28.9	215,114	16.4	286,068	17.6	33.0
İRAK	30,833	34,665	12.4	104,483	8.0	156,679	9.6	50.0
ABD	14,511	16,040	10.5	123,021	9.4	150,665	9.3	22.5
LİBYA	1,523	10,073	561.6	9,035	0.7	95,147	5.8	953.1
ALMANYA	9,527	9,060	-4.9	80,499	6.1	81,320	5.0	1.0
MISIR	1,375	2,378	72.9	10,026	0.8	57,672	3.5	475.2
BAE	3,279	3,546	8.2	35,720	2.7	50,472	3.1	41.3
İNGİLTERE	6,074	5,203	-14.3	44,861	3.4	48,237	3.0	7.5
RUSYA FED.	5,927	8,287	39.8	32,486	2.5	44,921	2.8	38.3
UKRAYNA	4,757	3,629	-23.7	27,773	2.1	27,229	1.7	-2.0
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	97,347	118,076	21.3	16,098	1.2	15,447	0.9	-4.0
JAPONYA	3,099	3,648	17.7	28,578	2.2	25,134	1.5	-12.1
POLONYA	4,162	3,930	-5.6	27,670	2.1	25,113	1.5	-9.2
AZERBAYCAN-NAHÇIVAN	4,860	4,773	-1.8	21,971	1.7	24,708	1.5	12.5
KAZAKİSTAN	2,774	2,612	-5.9	25,981	2.0	24,496	1.5	-5.7
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	1,873	1,522	-18.8	14,861	1.1	23,990	1.5	61.4
İSRAİL	2,772	3,711	33.8	18,910	1.4	23,394	1.4	23.7
TACİKİSTAN	1,257	2,519	100.5	18,686	1.4	22,599	1.4	20.9
TÜRKMENİSTAN	2,190	2,638	20.5	19,818	1.5	21,799	1.3	10.0
AFGANİSTAN	3,052	2,226	-27.1	19,458	1.5	21,098	1.3	8.4
ROMANYA	2,281	2,624	15.0	18,593	1.4	20,829	1.3	12.0
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	125,667	148,276	18.0	230,624	17.6	248,606	15.3	7.8
KUVEYT	2,422	1,614	-33.4	22,267	1.7	20,270	1.2	-9.0
BELÇİKA	2,338	2,042	-12.7	24,154	1.8	19,947	1.2	-17.4
İRAN (İSLAM CUM.)	3,838	1,860	-51.5	27,330	2.1	17,413	1.1	-36.3
KIRGIZİSTAN	1,752	2,365	35.0	13,321	1.0	17,350	1.1	30.2
ÇEK CUMHURİYETİ	420	2,025	382.5	10,015	0.8	16,987	1.0	69.6
İTALYA	1,108	1,386	25.1	14,917	1.1	14,860	0.9	-0.4
GÜNEY AFRİKA CUMHURİ	836	1,653	97.7	12,870	1.0	14,844	0.9	15.3
MALEZYA	922	952	3.2	10,003	0.8	13,761	0.8	37.6
CEZAYİR	1,165	1,274	9.3	9,459	0.7	13,434	0.8	42.0
AVUSTRALYA	1,293	1,152	-10.9	10,429	0.8	13,280	0.8	27.3
KANADA	955	1,066	11.7	9,154	0.7	11,136	0.7	21.6
FAS	402	603	50.1	9,304	0.7	10,675	0.7	14.7
FRANSA	1,111	831	-25.1	30,985	2.4	9,899	0.6	-68.1
İSVEÇ	476	1,233	159.1	6,737	0.5	9,806	0.6	45.6
YUNANİSTAN	2,299	2,176	-5.3	13,195	1.0	8,986	0.6	-31.9
AHL SERBEST BÖLGE	1,558	259	-83.4	11,365	0.9	7,957	0.5	-30.0
KATAR	363	275	-24.3	6,069	0.5	7,830	0.5	29.0
KOSOVA	933	884	-5.3	8,919	0.7	7,492	0.5	-16.0
PAKİSTAN	698	821	17.6	8,859	0.7	7,434	0.5	-16.1
AVUSTURYA	432	897	107.7	6,057	0.5	7,417	0.5	22.5
BULGARİSTAN	708	728	2.8	5,605	0.4	7,192	0.4	28.3
BOSNA-HERSEK	813	581	-28.6	7,810	0.6	6,956	0.4	-10.9
LÜBNAN	970	1,588	63.7	3,524	0.3	6,540	0.4	85.6
YEMEN	351	577	64.7	2,668	0.2	6,255	0.4	134.5
UMMAN	832	535	-35.7	4,858	0.4	5,518	0.3	13.6
ENDONEZYA	708	260	-63.2	5,182	0.4	5,291	0.3	2.1
BREZİLYA	546	389	-28.8	5,055	0.4	5,266	0.3	4.2
HİNDİSTAN	461	530	15.0	4,798	0.4	4,999	0.3	4.2
NORVEÇ	679	908	33.7	3,754	0.3	4,597	0.3	22.5
SLOVAKYA	138	132	-4.6	1,321	0.1	4,369	0.3	230.7
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	157,194	179,874	14.4	1,207,525	92.0	1,539,328	94.6	27.5
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	12,558	9,055	-27.9	105,045	8.0	87,837	5.4	-16.4
AB (27) TOPLAMI	49,839	50,120	0.6	423,924	32.3	414,571	25.5	-2.2
TOPLAM HALI İHRACATI	169,752	188,929	11.3	1,312,570	100.0	1,627,164	100.0	24.0

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

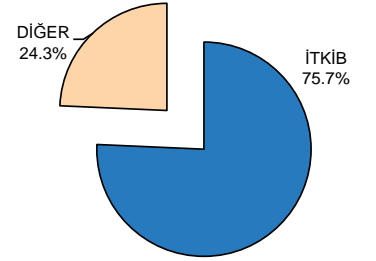
GÖSTERGELER

	İTKİB	DİĞER
KONFEKSİYON	76.9	23.1
TEKSTİL	50.4	49.6
DERİ	75.7	24.3
HALI	19.0	81.0
	101,608,827	
İTKİB	15,480,077	
DİĞER	97,847,752	

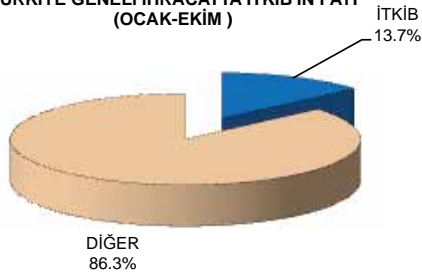
TÜRKİYE HAZIRGIYIM ve KONFEKSİYON İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-EKİM)



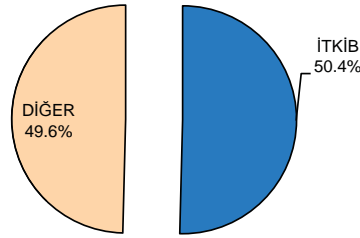
TÜRKİYE DERİ ve DERİ MAMÜLLERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-EKİM)



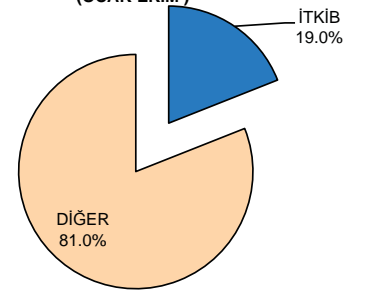
TÜRKİYE GENELİ İHRACATTA İTKİB'İN PAYI (OCAK-EKİM)



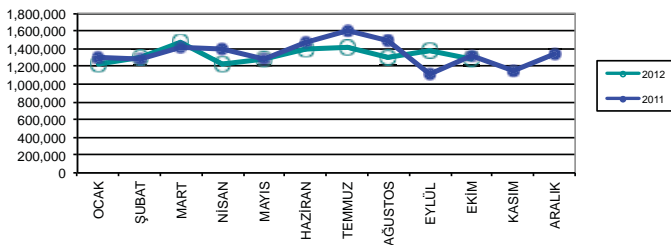
TÜRKİYE TEKSTİL ve HAMMADELERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-EKİM)



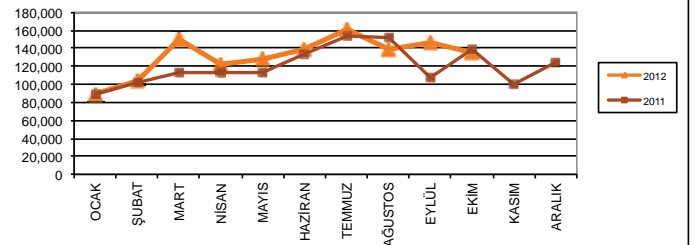
TÜRKİYE HALI İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-EKİM)



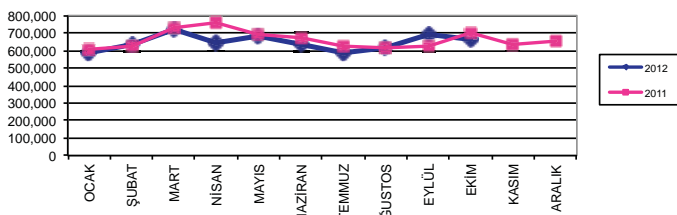
HAZIRGIYIM ve KONFEKSİYON İHRACATININ AYLIK SEYRİ



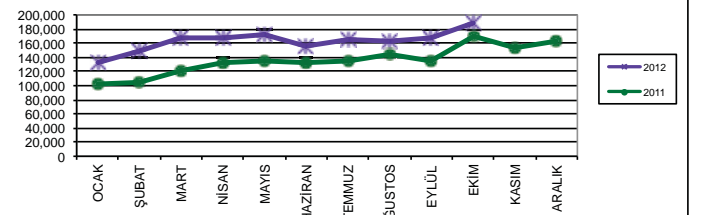
DERİ ve DERİ MAMÜLLERİ İHRACATININ AYLIK SEYRİ



TEKSTİL ve HAMMADELERİ İHRACATININ AYLIK SEYRİ



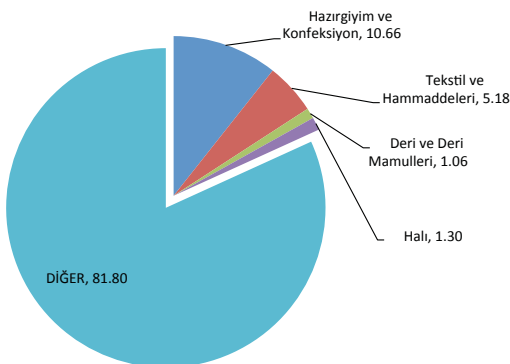
HALI İHRACATININ AYLIK SEYRİ



SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI GÖSTERGELER

SEKTÖRLER	1000 \$											
	EKİM				OCAK-EKİM				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	1,765,024	1,704,409	-3.43	14.46	14,304,118	15,354,523	7.34	12.30	17,402,410	18,922,922	8.74	12.75
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	1,324,385	1,238,624	-6.48	10.51	10,375,296	10,883,219	4.90	8.72	12,697,172	13,571,374	6.89	9.15
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mam.	475,808	489,548	2.89	4.15	4,398,411	4,793,053	8.97	3.84	5,188,018	5,852,570	12.81	3.94
Yaş Meyve ve Sebze	202,145	173,799	-14.02	1.47	1,717,370	1,588,823	-7.49	1.27	2,278,913	2,207,235	-3.15	1.49
Meyve Sebze Mamulleri	123,822	122,962	-0.69	1.04	946,790	1,030,555	8.85	0.83	1,166,623	1,288,155	10.42	0.87
Kuru Meyve ve Mamulleri	191,153	176,691	-7.57	1.50	1,119,536	1,091,153	-2.54	0.87	1,385,590	1,342,872	-3.08	0.91
Fındık ve Mamulleri	261,412	201,854	-22.78	1.71	1,406,265	1,445,600	2.80	1.16	1,741,598	1,799,098	3.30	1.21
Zeytin ve Zeytinyağı	12,205	15,835	29.74	0.13	147,288	155,171	5.35	0.12	177,908	188,807	6.13	0.13
Tütün ve Mamulleri	52,934	52,862	-0.13	0.45	572,661	718,679	25.50	0.58	682,363	823,139	20.63	0.55
Süs Bitkileri	4,907	5,072	3.38	0.04	66,974	60,187	-10.13	0.05	76,160	69,497	-8.75	0.05
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	131,168	141,729	8.05	1.20	1,143,154	1,327,638	16.14	1.06	1,343,768	1,603,224	19.31	1.08
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	131,168	141,729	8.05	1.20	1,143,154	1,327,638	16.14	1.06	1,343,768	1,603,224	19.31	1.08
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	309,471	324,057	4.71	2.75	2,785,668	3,143,666	12.85	2.52	3,361,469	3,748,325	11.51	2.53
Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri	309,471	324,057	4.71	2.75	2,785,668	3,143,666	12.85	2.52	3,361,469	3,748,325	11.51	2.53
II. SANAYİ	9,710,568	9,740,663	0.31	82.65	92,993,144	94,617,398	1.75	75.81	110,283,758	113,078,211	2.53	76.22
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	1,009,071	989,033	-1.99	8.39	9,190,089	9,413,114	2.43	7.54	10,978,304	11,277,210	2.72	7.60
Tekstil ve Hammaddeleri	700,077	664,826	-5.04	5.64	6,663,314	6,468,577	-2.92	5.18	7,883,310	7,751,197	-1.68	5.22
Deri ve Deri Mamulleri	139,242	135,278	-2.85	1.15	1,214,204	1,317,373	8.50	1.06	1,509,043	1,582,766	4.89	1.07
Hali	169,752	188,929	11.30	1.60	1,312,570	1,627,164	23.97	1.30	1,585,951	1,943,248	22.53	1.31
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	1,342,483	1,655,452	23.31	14.05	13,248,022	14,583,121	10.08	11.68	15,719,190	17,100,638	8.79	11.53
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	1,342,483	1,655,452	23.31	14.05	13,248,022	14,583,121	10.08	11.68	15,719,190	17,100,638	8.79	11.53
C. SANAYİ MAMULLERİ	7,359,014	7,096,177	-3.57	60.21	70,555,033	70,621,163	0.09	56.58	83,586,264	84,700,365	1.33	57.09
Hazırlanmış ve Konfeksiyon	1,308,713	1,289,708	-1.45	10.94	13,664,929	13,301,985	-2.66	10.66	16,310,939	15,790,807	-3.19	10.64
Otomotiv Endüstrisi	1,764,543	1,635,225	-7.33	13.88	16,782,740	15,679,125	-6.58	12.56	19,768,309	19,017,448	-3.80	12.82
Gemi ve Yat	82,873	34,310	-58.60	0.29	1,216,056	638,983	-47.45	0.51	1,342,880	744,606	-44.55	0.50
Elektrik - Elektronik Mak. Bilişim	1,071,016	989,882	-7.58	8.40	9,030,154	9,756,702	8.05	7.82	10,857,845	11,911,131	9.70	8.03
Makine ve Aksamları	437,422	445,327	1.81	3.78	4,016,307	4,381,225	9.09	3.51	4,819,380	5,264,252	9.23	3.55
Demir ve Demir Dışı Metaller	528,516	510,999	-3.31	4.34	5,261,826	5,241,195	-0.39	4.20	6,222,346	6,262,662	0.65	4.22
Çelik	1,313,220	1,335,553	1.70	11.33	12,774,059	13,135,274	2.83	10.52	15,001,014	15,656,647	4.37	10.55
Çimento Cam Seramik ve Toprak	272,519	263,967	-3.14	2.24	2,685,200	2,606,547	-2.93	2.09	3,211,207	3,082,592	-4.01	2.08
Mücevher	167,824	183,976	9.62	1.56	1,202,333	1,671,223	39.00	1.34	1,451,959	1,933,181	33.14	1.30
Savunma Sanayii	85,530	78,219	-8.55	0.66	661,045	1,003,909	51.87	0.80	799,280	1,226,708	53.48	0.83
İklimlendirme Sanayii	321,830	323,310	0.46	2.74	3,196,974	3,136,805	-1.88	2.51	3,729,482	3,732,053	0.07	2.52
Diğer Sanayi Ürünleri	5,008	5,701	13.83	0.05	63,409	68,190	7.54	0.05	71,623	78,274	9.29	0.05
III. MADENCİLİK	334,007	339,873	1.76	2.88	3,195,873	3,355,909	5.01	2.69	3,797,298	4,023,054	5.95	2.71
Madencilik Ürünleri	334,007	339,873	1.76	2.88	3,195,873	3,355,909	5.01	2.69	3,797,298	4,023,054	5.95	2.71
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat					45,785,969	55,554,249	21.33	44.51	8,149,098	11,485,898	40.95	7.74
TOPLAM (*)	11,809,599	11,784,945	-0.21	100	111,350,858	124,807,678	12.09	100	132,555,779	148,363,690	11.93	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 Şubat 2011	1.5814	2.1729
1 Mart 2011	1.5980	2.2097
1 Nisan 2011	1.5360	2.1739
1 Mayıs 2011	1.5127	2.2429
1 Haziran 2011	1.5826	2.2818
1 Temmuz 2011	1.6073	2.3323
1 Ağustos 2011	1.6669	2.4029
1 Eylül 2011	1.7363	2.4726
1 Ekim 2011	1.8568	2.4792
1 Kasım 2011	1.7862	2.4451
1 Aralık 2011	1.8789	2.4640

	2012 AYLIK DÖVÜZ KURLARI	
	\$	€
1 Ocak 2012	1.7725	2.3372
1 Şubat 2012	1.7569	2.3616
1 Mart 2012	1.7902	2.3570
1 Nisan 2012	1.7567	2.3072
1 Mayıs 2012	1.8519	2.3014
1 Haziran 2012	1.8011	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	1.7894	2.2772
1 Aralık 2012	1.7833	2.3466

ADRESLER

Türkiye İhracatçıları 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

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

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

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

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

Ege Giyim Sanayicileri Derneği (EGSD)
Tel: 0 232 446 46 93
Fax: 0232 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

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

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

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

Moda Tasarımcıları Derneği (MDT)
Tel: 0212 296 90 45
Fax: 0212 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: 0212 557 07 07
Tel: 0212 557 29 64
E-mail: tasiad@tasiadaksesuar.org
internet: www.tasiadaksesuar.org

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

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

Türkiye Ev Tekstil 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: 0212 438 65 16
e-mail: info@tigsad.org
internet: www.tigsad.org

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

Türk Deri Konfeksiyoncuları Derneği (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 (TÜRTRADE)
Tel: 0 212 272 69 81
Faks: 0 212 275 51 36

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

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

Türkiye Triko Sanayicileri Derneği (TRİSAD)
Tel: 0 212 438 06 60
Faks: 0 212 438 00 98
e-mail: 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: 0 212 294 50 00
Faks: 0 312 231 34 98
e-mail: bilgi@dpt.gov.tr
internet: www.dpt.gov.tr

Ekonomi Bakanlığı
Tel: 0312 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: ankarasigim@sgk.gov.tr

İstanbul Vergi Dairesi Başkanlığı
Tel: 0212 402 44 00
internet: www.ivdb.gov.tr

SENDİKA ve ODALAR

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

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

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

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

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

VAKIFLAR

İHKİB Eğitim Vakfı
Tel: 0 212 454 03 29

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

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

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

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

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

SERBEST BÖLGE

Atatürk Havalimanı Serbest Bölgesi (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: 0 216 364 47 91
Faks: 0 212 678 47 91

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

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

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

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

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

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

Ketenden Doğan Kaliteli Yaşam



En modern teknoloji ile en seçkin keten üretimi...

Doğanın derinlerinden gelen keten lifleri bir yanda natürel esasını krurken, 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.**



FILOFİBRA 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